



2009

방송통신위원회

연차보고서

KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION
ANNUAL REPORT



방송통신위원회
KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION



2009

방송통신위원회

연차보고서

KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION
ANNUAL REPORT



방송통신위원회
KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION

**본 연차보고서는 『방송통신위원회의 설치 및 운영에
관한 법률』 제16조에 따라 국회에 제출하기 위하여
작성한 2009년 방송통신위원회 업무수행에 관한 보고서
입니다.**

발 간 사

방송과 통신의 융합이라는 시대적 조류에 부응하고자 출범한 방송통신위원회가 어느덧 세 번째 해를 맞이하게 되었습니다.

지난 2년을 돌이켜보면 우리나라 방송통신 분야가 참으로 많은 변화를 겪어 왔음을 실감하게 됩니다. 30년간의 낡은 칸막이식 방송장벽이 허물어졌으며, 요원할 것 같았던 IPTV 서비스가 출시 1년여 만에 2백만 명이 넘는 가입자를 확보했습니다. 디지털방송이 도입된 지 10년도 지나지 않았는데 기술과 서비스는 벌써 디지털 3D 방송으로 진화하고 있습니다. 말 그대로의 ‘미디어 빅뱅’이 지난 2년간 일어나 왔던 것입니다.

통신과 인터넷 분야 또한 급격한 변화의 바람이 불고 있습니다. 혜성처럼 나타난 스마트폰은 음성전화, 휴대폰, 유선초고속인터넷 등을 새로운 흐름에 뒤처지는 유물로 전락시키고 있으며, WiBro, 앱스토어 등 하루가 다르게 쏟아지는 새로운 IT 서비스와 콘텐츠들로 인해 잠시 한 눈을 팔 경우에는 세상과의 소통이 어려울 정도입니다.

분명, 급속한 변화와 혁신이 반드시 옳은 것이라고 장담할 수 없습니다. 그러나 누군가의 끊임없는 변화 추구로 세상은

진일보 해 왔으며, 이러한 변화에 앞장서고 따라가는 사람에게는
좀 더 많은 발전의 기회가 올 수 있다고 생각합니다.

전 세계가 뛰고 있습니다. 새로운 기술과 서비스를 선도하는
방송통신 분야는 더욱 더 활발하고 활기차게 움직이고 있습니다.
우리만이 뒤처질 수는 없을 것입니다. 통신 불모지와 같았던
우리나라가 TDx, CDMA, 브로드밴드 등을 통해 세계 최고의
IT신화를 이룩했던 경험을 우리 모두가 공유하고 있으며
또한 기억하고 있습니다. 신화가 멈춰서지 않게 하겠습니다.
방송통신위원회가 앞장설 것입니다.

오늘 발간하는 연차보고서는 방통위의 일기장과도 같습니다.
어제의 일을 반성하고 오늘보다 나은 내일을 기대하는 우리의
바람을 담아 방송통신 일등국가란 목표를 향해 뚜벅뚜벅
걸어가겠습니다.

앞으로도 여러분의 꾸준한 관심과 격려를 기대합니다.

감사합니다.

2010년 3월
방송통신위원회 위원장
최 시 중



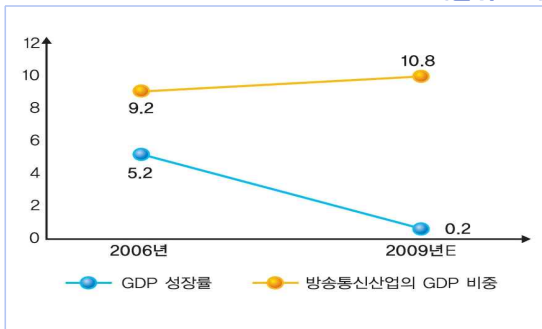
그래프로 보는 방송통신 정책 성과

□ 방송통신산업은 국가경제 성장에 지속적으로 기여하고 있습니다.

- o WiBro, DMB, 방송콘텐츠 등 방송통신 분야의 수출이 지속적으로 증가 추세에 있고, 방송통신산업이 GDP에서 차지하는 비중도 2006년 9.2%에서 2009년 10.8%로 높아졌습니다.

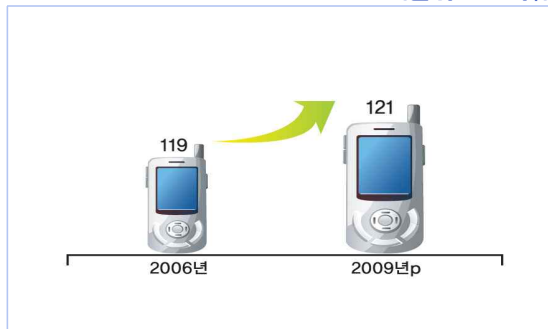
방송통신산업의 GDP 비중

[단위 : %]



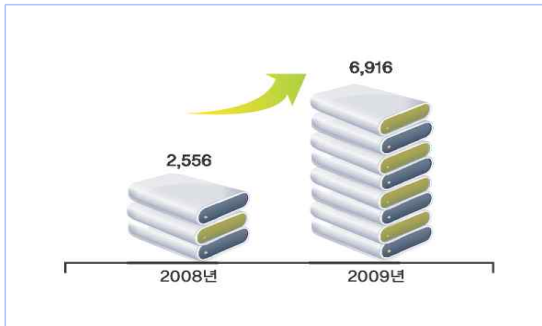
방송통신산업 수출액

[단위 : 10억\$]



WiBro 장비 및 단말기 수출액

[단위 : 억원]



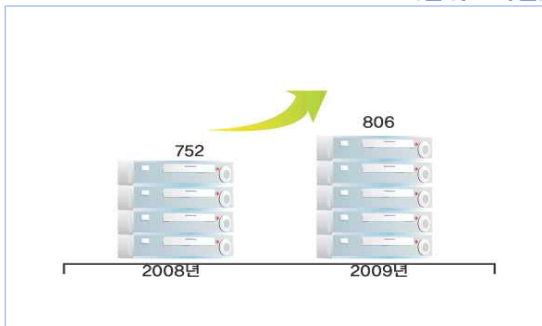
DMB수신기 수출액(이동전화단말 제외)

[단위 : 억원]



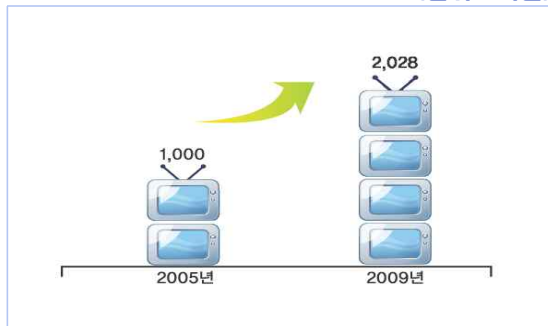
IPTV 셋톱박스 수출액

[단위 : 억원]



방송콘텐츠 수출액

[단위 : 억원]

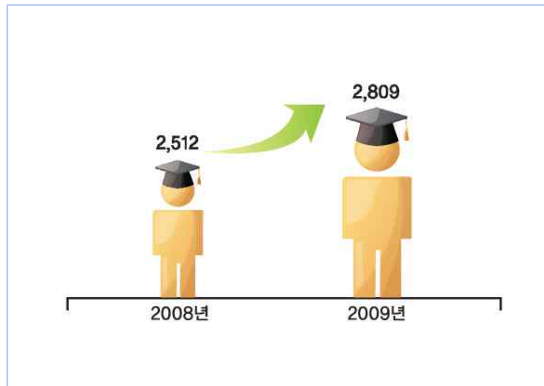


□ 미래를 대비하여 방송통신 분야 연구개발과 콘텐츠 육성에 힘썼습니다.

- 방송통신 분야의 2009년도 R&D 예산은 전년 대비 12% 증가한 2,809 억 원이며, 방송통신 콘텐츠 육성을 위한 콘텐츠 제작지원 및 융자 등에도 2009년에 총 265억 원을 투입하였습니다.

R&D 투입

(단위: 억원)



방송통신 콘텐츠 제작 지원

(단위: 억원)

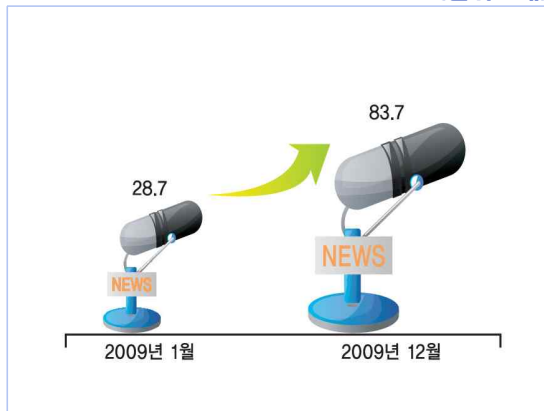


□ 다양한 분야에서 IPTV 서비스가 활용되도록 하였습니다.

- 융합형 콘텐츠 제작을 지원하는 등 콘텐츠 확보를 유도하고, 라이브 교육방송, 국방·농수산·보건의료·관광 분야에서 다양한 IPTV 시범 서비스를 실시하였습니다.

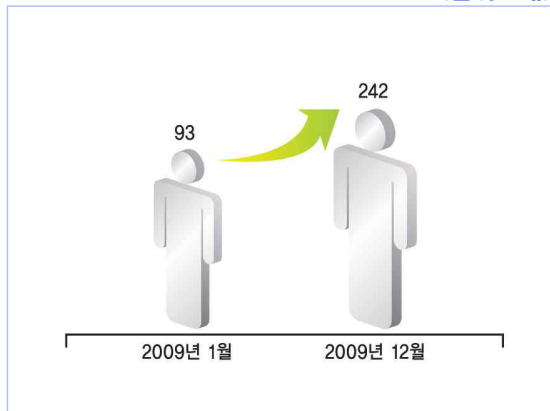
실시간 송출 채널수

[단위: 개]



콘텐츠 제공 사업자 수

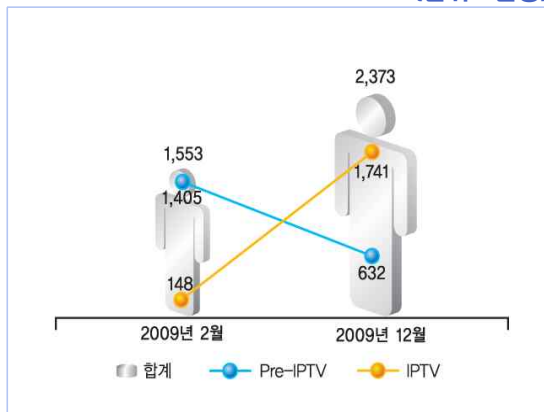
[단위: 개]



주. 채널수는 IPTV 3사 평균임

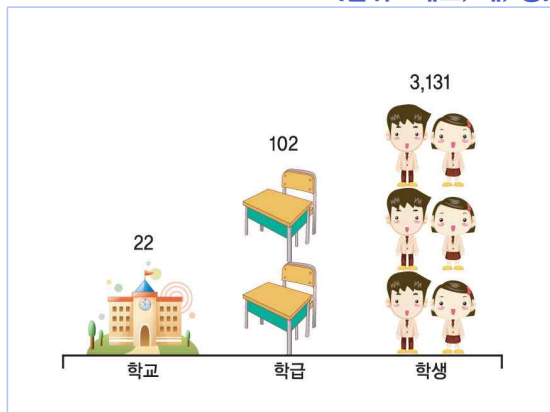
IPTV 가입자수

[단위: 천명]



IPTV 라이브 교육방송 시범사업

[단위: 개교, 개, 명]



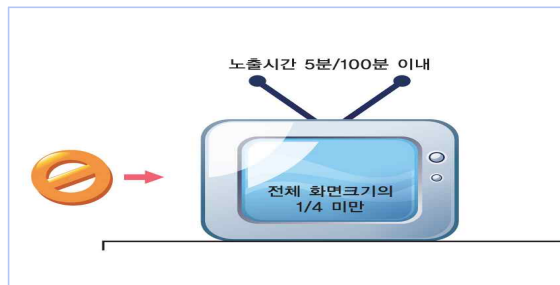
□ 방송법 개정을 통해 방송산업 경쟁력 강화의 기반이 마련되었습니다.

- 방송사업에 대한 각종 소유제한이 완화되고, 여론다양성 보장을 위한 다양한 규제장치가 도입되었습니다.
- 가상광고·간접광고 등 신유형 광고가 허용되고, 방송광고 사전심의 제도가 폐지되었습니다.

주요 지분보유 한도



간접/가상 광고제도 도입

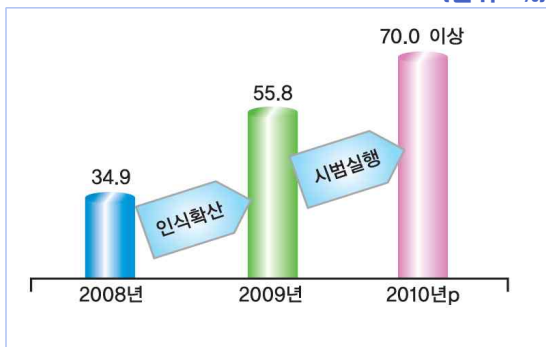


□ 차질없는 방송의 디지털 전환을 위한 본격적인 준비를 시작 하였습니다.

- 디지털 전환 활성화 시행계획을 마련, 대국민 홍보를 강화하고 시행 착오를 줄이기 위한 시범사업을 시작하였습니다.

디지털 전환 인지도

[단위 : %]



디지털 전환 보급률

[단위 : %]

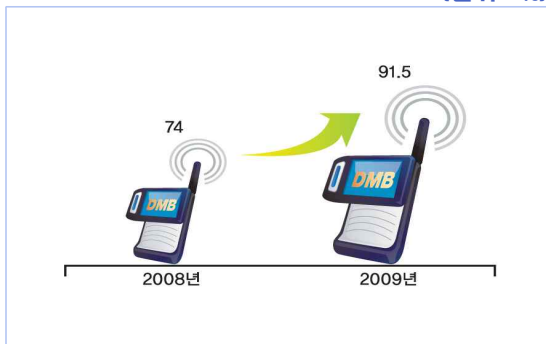


□ 방송서비스 수신환경을 개선하여 시청권역을 확대하였습니다.

- 관련 규제 완화 및 신기술 개발 등을 통해 수도권 지상파 DMB 수신권역을 91.5%까지 높였으며, 신규 주파수를 확보하여 전국 영어 FM 방송 가능 권역을 6개 지역으로 확대하였습니다.

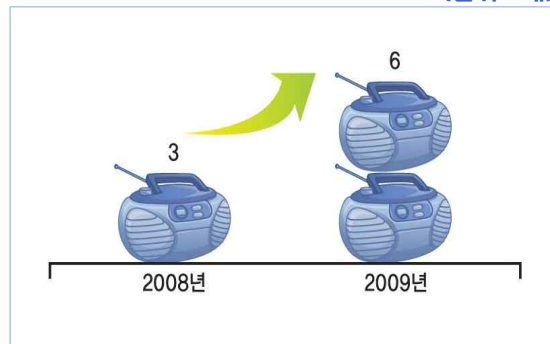
수도권 지상파DMB 수신권역

[단위 : %]



영어 FM 방송 가능 권역

[단위 : 개]

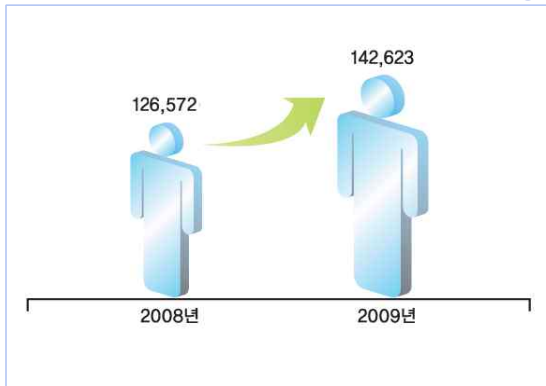


□ 소외 계층의 방송접근 기회를 확대하여 시청자 복지를 증진 하였습니다.

- 전국의 시청자미디어센터 이용을 활성화하고 소외계층을 위한 미디어교육 지원 사업을 확대하여 시청자의 미디어에 대한 이해를 높였습니다.
- 장애인 시청지원 프로그램 제작사업자 증가 및 방송소외계층의 수신기 보급을 확대하여 방송 접근기회를 확대하였습니다.

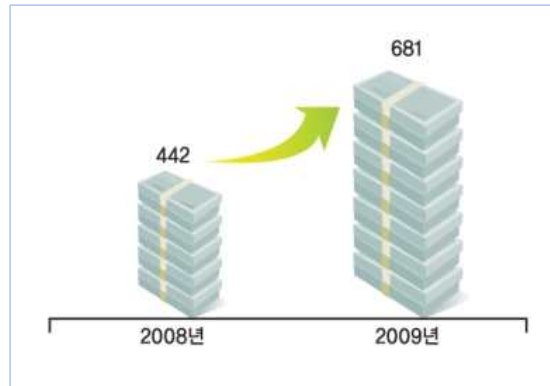
시청자미디어센터 이용자수

[단위: 명]



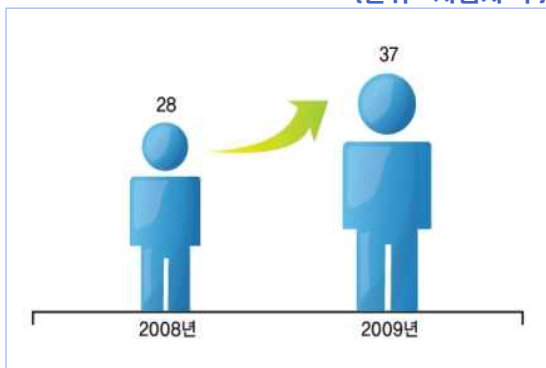
미디어교육 지원 사업 금액

[단위: 백만원]



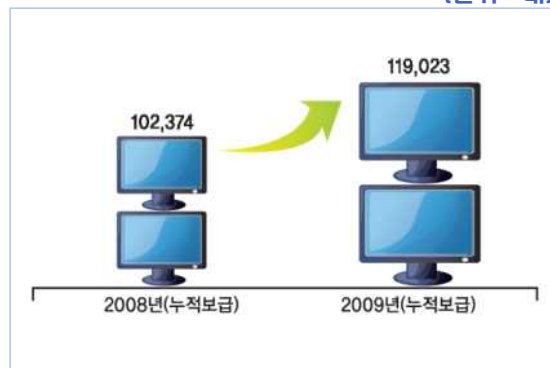
장애인 시청지원 프로그램 제작사업자 증가

[단위: 사업자 수]



방송소외계층 수신기 보급

[단위: 대]

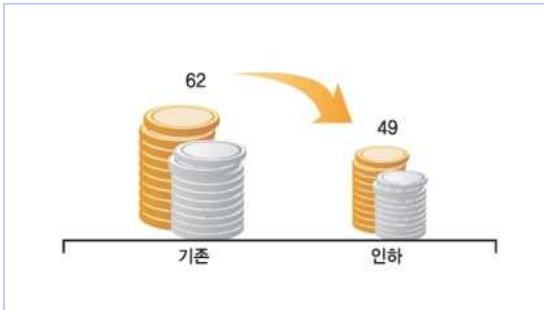


□ 가계통신비를 지속적으로 인하하여 서민생활의 안정에 도움을 주었습니다.

- 이동통신 가입비, 선불요금을 인하하고 요금제를 단순화하는 등 통신비 인하를 유도하였습니다.
- 저소득층 요금감면의 대상을 기초생활수급자 전체와 차상위계층의 일부까지 확대하였습니다.

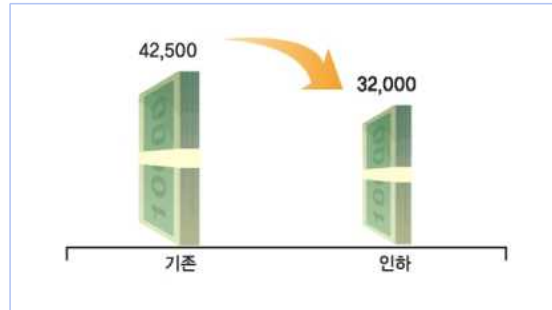
선불요금 요율 인하

[단위: 원]



가입비 인하

[단위: 원]



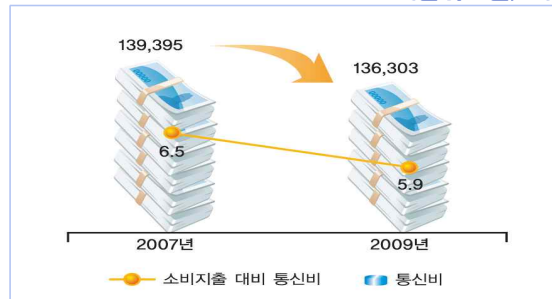
요금제 단순화

[단위: 개]



가계통신비 추이

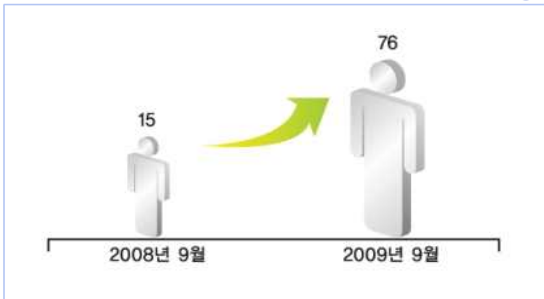
[단위: 원, %]



주. 각 통신사(SKT, KT, LGT) 요금제 합의 평균값임

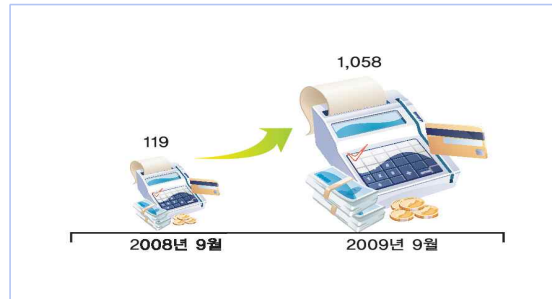
저소득층 요금감면 대상자

[단위: 만명]



저소득층 요금감면 금액

[단위: 억원]

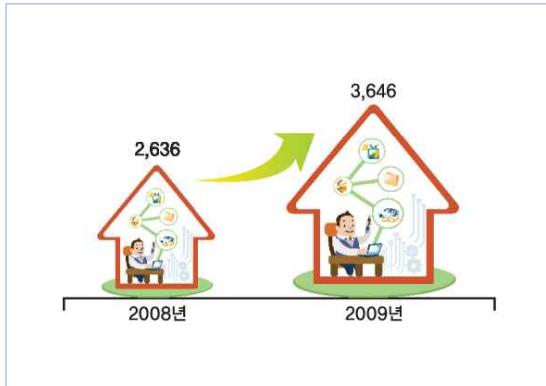


□ BcN 보급을 확대하고 인터넷 품질을 높이는 등 방송통신망의 고도화를 추진하였습니다.

- BcN의 가입자는 3,646만 명(유선 1,162만 가구, 무선 2,484만 명)으로 2008년 대비 38.3%의 증가를 이루었습니다(11월 기준)
- 초고속인터넷의 품질정보를 제공하여 사업자별 품질 제고를 유도 하였습니다.

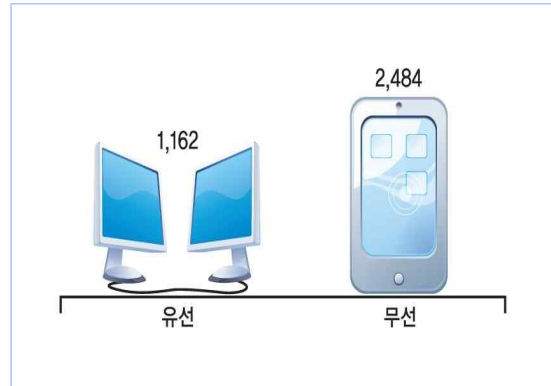
BcN 가입자 현황

(단위 : 만명)



유선/무선 BcN 가입자 현황

(단위 : 만가구, 만명)



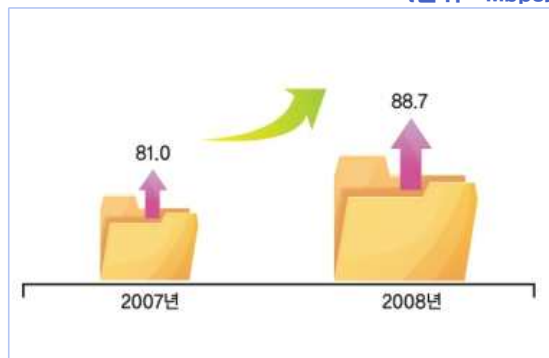
100M급 인터넷 다운로드 평균속도

(단위 : Mbps)

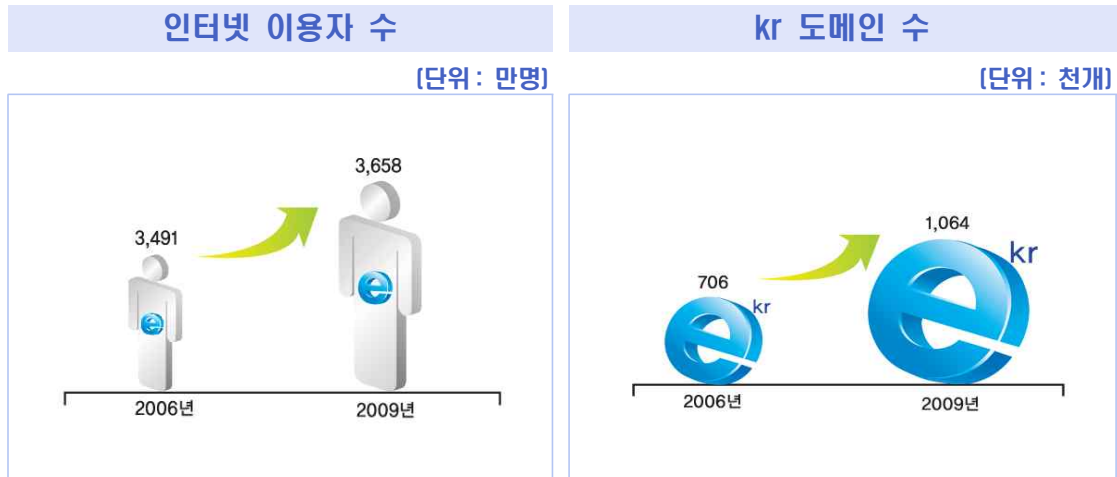


100M급 인터넷 업로드 평균속도

(단위 : Mbps)



- 인터넷 비즈니스를 진흥하고, 국가도메인 등록을 유도하여 인터넷 이용을 활성화하였습니다.



출처 : 한국인터넷진흥원

- 방송통신 이용자 피해 예방 및 구제에 노력했습니다.

- 이용자 보호를 위한 피해주의보 발령(2건), 사업자 가이드라인 제시(7건)를 통해 피해 예방에 힘쓴 결과 민원이 감소했습니다.

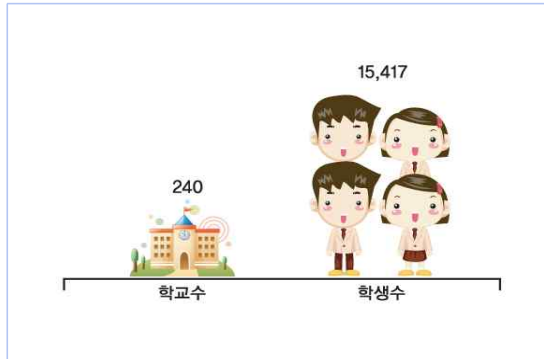


□ 건전한 통신환경이 조성되도록 노력하였습니다.

- 인터넷 미디어·유통 교실을 운영하고 본인확인제를 확대 운영 하였습니다.
- 인터넷 유통 관련 제도개선과 불법행위 단속을 지속적으로 전개하여 스팸을 감소시켰습니다.

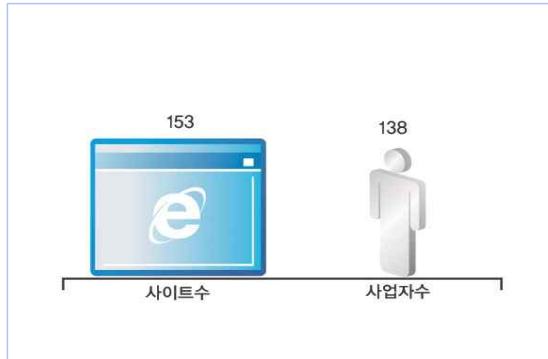
인터넷미디어교실 운영 현황

[단위: 개, 명]



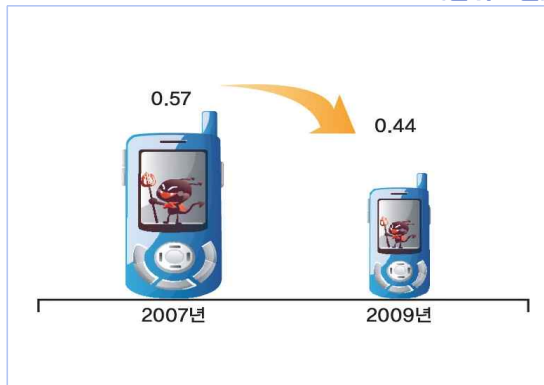
본인확인제 적용대상 사이트

[단위: 개]



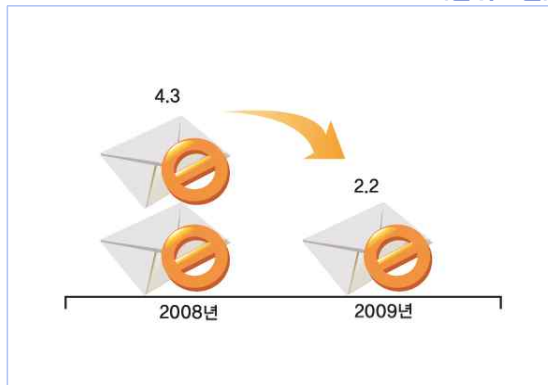
휴대전화 스팸수신량(1인, 1일 평균)

[단위: 건]



이메일 스팸수신량(1인, 1일 평균)

[단위: 건]

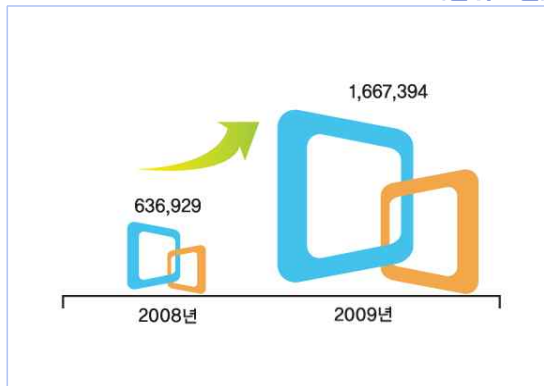


□ 보안기술 및 예방서비스 보급을 확대하여 보다 안전한 인터넷 환경을 만들었습니다.

- 인터넷상 주민등록번호 대체 수단인 i-PIN 발급과 국산 암호기술인 SEED의 보급을 확대하고, 인터넷 침해사고 예방정보 및 점검서비스를 확대하였습니다.

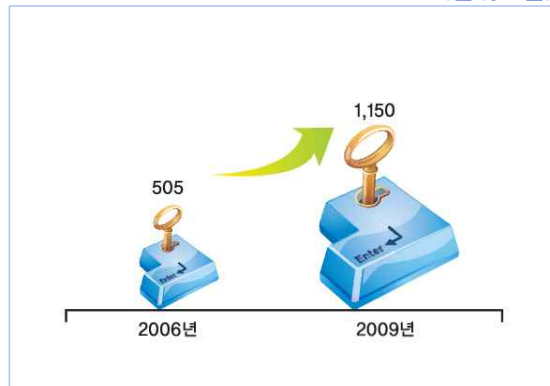
i-PIN(아이핀) 누적 발급 현황

[단위: 건]



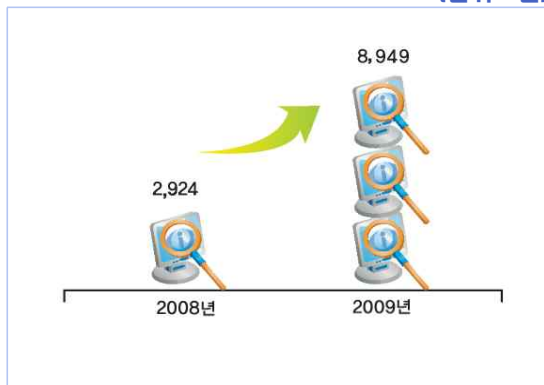
SEED 국내외 보급 현황

[단위: 건]



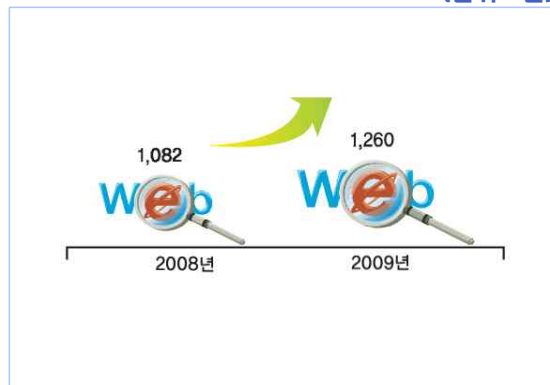
인터넷 침해사고 상담 및 PC원격 점검

[단위: 건]



웹 취약점 점검서비스 제공현황

[단위: 건]



목 차

I. 방송통신 정책 환경	1
1. 경제위기와 방송통신 시장	3
가. 세계 거시경제 동향	3
나. 세계 방송시장 동향	4
다. 세계 통신시장 동향	6
2. 한국의 방송통신 정책 환경	8
가. 방송통신 산업의 국가경제 비중 증가	8
나. 설비기반경쟁체제의 보완을 통한 통신시장 경쟁심화	9
다. 주파수 할당을 통한 전파자원 효율화 요구 증대	11
라. 방송통신환경의 안정성 및 신뢰성에 대한 위협 증가	13
마. 신규 성장 패러다임으로서의 녹색성장 대두	14
II. 방송통신위원회 현황 및 정책목표	17
1. 일반현황	19
2. 2008년 주요 성과	23
가. 방송통신융합 서비스 개시와 디지털 방송 전환	23
나. 이용자 이익증진을 위한 추진 정책	23
다. 제도개선을 통한 경쟁 환경 조성 및 규제 개혁	24
라. 방송통신 Korea의 위상을 높이는 해외진출 추진정책	25
3. 2009년 정책목표	26

Ⅲ. 2009년도 방송통신 정책 성과 27

제1절 디지털 융합의 확산과 촉진 29

1. 방송통신 융합 활성화 기반 조성 29
 - 가. 방송통신 법·제도적 기반 마련 29
 - 나. 방송통신 기술적 기반(R&D) 정립 31
 - 다. 방송통신 인력 양성 확대 33
 - 라. 방송통신 활성화 인프라 체계 정비 34
2. IPTV(인터넷멀티미디어방송) 활성화 35
 - 가. 초기 수요창출을 위한 공공서비스 개발 36
 - 나. 콘텐츠 개발을 통한 가입자 기반 확대 39
 - 다. 산업활성화 및 투자유치 고취를 위한 제도 개선 40
3. 방송통신 콘텐츠 산업 경쟁력 강화 45
 - 가. 콘텐츠 시장구조 개선을 위한 경쟁 활성화 46
 - 나. 플랫폼 사업자와 콘텐츠 제작자간 불공정 거래 행위 개선 ... 49
 - 다. 콘텐츠 산업 역량 강화 기반 조성 50
4. 방송의 디지털 전환 가속화 54
 - 가. 방송의 디지털 전환 시행계획 수립 54
 - 나. 방송사 디지털 전환 촉진 58
 - 다. 대국민 홍보 강화 61
 - 라. 아날로그 종료 시범사업 추진 63
5. 방송통신서비스 해외진출 지원 69
 - 가. 방송통신 해외진출 지원전략 수립 69
 - 나. 방송통신 해외시장 진출 기반조성 70
 - 다. 국제회의 개최 및 국제기구 협력활동 77
 - 라. 국가간 방송통신 교류 협력 82

제2절 글로벌 시대에 걸맞은 선진 방송 정착 88

1. 방송시장의 경쟁력 제고 88
 - 가. 국회의 미디어 관련법 개정 88
 - 나. 방송법 시행령 개정 91
2. 방송의 공적 책임 강화 93
 - 가. 공익채널 선정 및 관리 93
 - 나. 지역방송발전위원회 운영 94
 - 다. 케이블방송 공정거래 촉진 96
 - 라. 공동체라디오사업 정규 허가 99
3. 규제 완화를 통한 방송의 자율성 제고 101
 - 가. 방송광고시장의 경쟁체제 전환 101
 - 나. 방송광고·심의규제제도의 합리적 개선 106
4. 방송의 품질제고 및 국민의 시청권보장 116
 - 가. 방송광고 법규준수 관리·감독 강화 116
 - 나. 방송편성 의무비율 준수여부 감독 118
 - 다. 방송평가제의 내실화 추진 119
 - 라. 보편적 시청권 보장제도 시행 120
 - 마. 절대난시청 해소 121

제3절 이용자 편익제고와 통신시장 경쟁 활성화 124

1. 서민생활 안정 지원(가계통신비 부담경감) 124
 - 가. 요금제도 개선을 통한 이동통신요금 인하 124
 - 나. 통신요금 코리아인덱스 개발 추진 127
 - 다. 저소득층 이동전화 요금감면 신청절차 간소화 시행 129
2. 통신시장 경쟁 활성화 추진 및 구조 개편 지원 131
 - 가. 2008년도 통신시장 경쟁상황 평가 및 제도 개선 131

나. 재판매 제도 도입 및 규제제도 개선	133
다. WiBro 활성화 방안 마련 및 신규사업자 진입여건 조성	136
라. 합병심사를 통한 통신시장 구조 개편 지원	137
마. 번호이동제도 개선	140
3. 신규 및 융합 통신서비스 활성화	144
가. 신규 및 융합 서비스 성장기반 조성(FMC/FMS 포함)	144
나. 무선인터넷 활성화 여건 조성	147
4. 전파의 이용 활성화 및 전파 산업 성장기반 조성	151
가. 전파진흥기본계획 수립 및 시행	151
나. 전파자원 확보 및 공급	154
다. 시장 친화적 전파이용제도 개선	159
라. 다양한 방송서비스 제공기반 마련	161
마. 수요자 중심의 전파관리체계 확립	164

제4절 안전하고 건전한 방송통신 이용환경 조성 170

1. 인터넷의 안전성 및 신뢰성 제고	170
가. 인터넷상의 정보보호 수준 제고	170
나. 인터넷 침해사고 대응체계 고도화	179
다. 인터넷상의 개인정보 보호 강화	190
라. 위치정보의 보호 및 이용 촉진	195
마. 건전한 인터넷 이용환경 조성	197
2. 네트워크 고도화 및 이용 활성화	202
가. 방송통신망 고도화	202
나. 사물지능통신 확산환경 조성	207
다. 인터넷 이용 확산 지원	211
라. 무선인터넷 활성화 추진	215
마. 미래인터넷 및 클라우드서비스 활성화 기반조성	217

3. 공정경쟁 환경조성 및 이용자보호 강화	222
가. 이용자 보호 시책 강화	222
나. 공정경쟁 확립을 위한 시장 감시 강화	228
다. 신속하고 효과적인 이용자 피해 구제	231
라. 방송통신 금지행위 제도 보완 및 조사체계 확립	237
마. 자율규제 강화를 통한 이용자보호	240
4. 시청자 복지 증진 및 방송 접근기회 확대	244
가. 소외계층의 방송 접근기회 확대	244
나. 시청자 참여 활성화를 통한 시청자 주권 확립	246
다. 미디어 교육 내실화	249
5. 저탄소 녹색성장 구현을 위한 녹색 방송통신 추진	252
가. 녹색방송통신 추진협의회 및 실무추진단 구성	253
나. 녹색방송통신 추진 종합계획 수립	254

부 록

1. 방송통신위원회 소관 사무	261
2. 방송통신위원회 부서별 업무분장	263
3. 방송통신위원회 소관 법률	266
4. 2009년도 정부입법 추진 현황	267
5. 2009년도 규제개혁 추진 현황	268
6. 2009년도 회계 결산	269
7. 방송통신위원회 회의 안건 목록	271
8. 2009년도 주요 연월표	284
9. 영문 약어	297

표 목 차

<표 I-1> 주요국가의 GDP 성장률 전망	4
<표 I-2> 세계 미디어시장규모	5
<표 I-3> 전 세계 텔레비전 광고 수익 전망	5
<표 I-4> 2006~2009년 전 세계 각 지역별 이동통신 서비스 매출액	7
<표 I-5> 방송통신산업 성장률 추이	8
<표 I-6> 국내 기간통신서비스의 전망	9
<표 I-7> 방송통신산업 수출입 현황	10
<표 II-1> 2009년 방송통신위원회 세출예산 내역	21
<표 II-2> 방송통신위원회 유관기관	22
<표 II-3> 방송통신위원회 소관 공공기관	22
<표 III-1> 방송통신위원회의 R&D 추진체계 구성	31
<표 III-2> 2009년도 방송통신위원회 소관 R&D 예산	32
<표 III-3> 현업방송인 재교육 프로그램 내용	33
<표 III-4> 통계시스템 구축 내용	34
<표 III-5> IPTV 누적 가입자 현황	36
<표 III-6> IPTV 표준화 간담회의 주요 합의 내용	41
<표 III-7> IPTV 주요핵심 표준화분야의 표준제정 및 사업자 적용일정	42
<표 III-8> 모바일 콘텐츠 매출 현황	46
<표 III-9> 디지털방송콘텐츠 지원센터 건립 소요예산	51
<표 III-10> 디지털유료방송콘텐츠 유통 시스템(DDS) 구축 소요예산	51
<표 III-11> 방송콘텐츠 투자조합 결성 소요예산	52
<표 III-12> 방송콘텐츠 진흥 소요예산	52
<표 III-13> 2009년도 디지털 전환 추진 성과	57
<표 III-14> 2010년도 디지털 전환 활성화 시행계획 세부 과제	58
<표 III-15> 2009년 디지털전환 융자사업 집행현황	59
<표 III-16> 관세감면제도 변천과정	60

<표 III-17> 연도별 관세 감면 실적(2006~2009)	60
<표 III-18> 디지털 전환 대국민 홍보 기관별 추진 전략(정부·방송사)	61
<표 III-19> 디지털 전환 대국민 홍보 기관별 추진 전략(가전·지자체 등)	62
<표 III-20> 미국과 영국의 아날로그 TV방송 종료 시범사업 현황 ...	63
<표 III-21> 디지털 전환 시범사업 정책 개요	64
<표 III-22> 3개 시범사업 후보지역 선정	65
<표 III-23> 시범사업 지역별 디지털TV방송 개시일	65
<표 III-24> 디지털전환 시범사업 추진단의 부문별 역할	68
<표 III-25> 지역별 아날로그 TV방송 종료일	68
<표 III-26> 2009년 해외 로드쇼 추진 현황	71
<표 III-27> 2009년 정부간 컨설팅 추진 현황	72
<표 III-28> 2009년도 방송통신 정보제공 국가(총 40개국)	73
<표 III-29> 2009년도 방송통신 정보제공 품목(총 11개 품목)	73
<표 III-30> 2009년 방송콘텐츠 국제경쟁력 강화 지원 내역	74
<표 III-31> 방송통신 해외진출 지원협의회 개최현황	76
<표 III-32> 방송통신분야 15개국 장·차관급 참가자	78
<표 III-33> 역대 「APT 총회」 개최 현황	81
<표 III-34> 개도국 방송통신 전문가 초청연수 추진 내용	83
<표 III-35> 한-아세안 방송협력 워크숍 참가 기관	85
<표 III-36> 방송콘텐츠 공동 제작 지원 사업 제작 결과	86
<표 III-37> 소유제한 비교표	90
<표 III-38> 방송법 시행령 개정안의 주요 내용	92
<표 III-39> 2010년도 공익성 방송분야	93
<표 III-40> 2010년도 분야별 공익채널 선정 결과	94
<표 III-41> 지역방송발전위원회 주요 논의 내역	95
<표 III-42> 채널편성을 위한 PP평가기준	98
<표 III-43> 프로그램 사용료 배분기준	98
<표 III-44> 공동체라디오방송사업자허가 신청자 현황	100

<표 III-45> 공동체라디오방송사업자허가 심사결과	101
<표 III-46> 국회 문방위 법안 발의 현황 및 주요 내용	103
<표 III-47> 방송통신위원회 방송광고판매제도 개선 정책 추진 경과 ...	104
<표 III-48> 가상광고 및 간접광고 관련 방송법 조항	107
<표 III-49> 신유형 광고 도입을 위한 정책추진 경과사항	107
<표 III-50> 가상광고 관련 방송법 시행령	109
<표 III-51> 간접광고 관련 방송법 시행령	110
<표 III-52> 주요 방송광고 금지품목 현황	112
<표 III-53> 방송광고금지품목 규제개선 방안	114
<표 III-54> 방송광고 자율심의 도입을 위한 방송법 신설 조항	114
<표 III-55> TV방송광고 유형 및 허용량	115
<표 III-56> 법정의무편성비율 분야별 점검 내용	116
<표 III-57> 2009년 의무편성비율 위반사항 제재처분 현황	117
<표 III-58> 연도별 주요 의무편성비율 위반 현황	117
<표 III-59> 2009년 방송평가 대상 사업자	119
<표 III-60> 국민적 관심이 큰 체육경기대회 및 그 밖의 주요행사	120
<표 III-61> ‘절대난시청해소 지원사업’ 추진 현황	123
<표 III-62> 이동전화 사업자의 요금제 단순화 계획	125
<표 III-63> 이동전화사업자의 선불요금 요율 인하	126
<표 III-64> 경쟁상황평가 결과를 반영한 주요 고시 개정	132
<표 III-65> 전기통신사업법의 기간통신역무 개정 방향	135
<표 III-66> 방송통신 융합서비스 도입 현황	145
<표 III-67> 주요국 사례	146
<표 III-68> 모바일 콘텐츠 산업 발전을 위한 추진 방향	149
<표 III-69> 전파진흥기본계획의 정책과제 현황	152
<표 III-70> 전파진흥기본계획 이행에 따른 기대효과	153
<표 III-71> 주파수 할당계획 추진방안 주요 내용	154
<표 III-72> 주파수 신규 분배 및 무선설비 기술기준 개정 실적 ...	157

<표 III-73> 위성망과 지구국의 국제등록 및 조정 실적	158
<표 III-74> 주파수 할당제도 개선 추진방향	160
<표 III-75> 전파사용료제도 개선방안	161
<표 III-76> 실험국 필드테스트 결과	162
<표 III-77> 영어 FM 방송 가용주파수 확정 내역	164
<표 III-78> 2009년 인터넷 정보보호 세미나	171
<표 III-79> 연도별 정보보호 사전진단 시행 현황	173
<표 III-80> 안전진단 수검 업체 수	174
<표 III-81> 안전진단 수행기관 지정 업체	175
<표 III-82> ISMS 인증서 발급 건수 추이	175
<표 III-83> 실시간 IPTV 가입자 현황	177
<표 III-84> SEED 국내/외 보급현황	178
<표 III-85> 2009년 SEED 이용 기반확대를 위한 S/W개발 및 탑재 현황	178
<표 III-86> 각종 기술지원 및 보안도구 보급 현황	182
<표 III-87> 상담 및 PC원격점검 현황	183
<표 III-88> 웹 취약점 원격점검 현황	183
<표 III-89> 악성코드 유포지/경유지 사고처리 건수	189
<표 III-90> 정보통신망법 개인정보보호 규정 제·개정 현황	191
<표 III-91> 2009년 본인확인제 적용대상 사이트 공시 결과	198
<표 III-92> 전국 240개 ‘인터넷미디어 교실’ 운영현황	199
<표 III-93> 광고 캠페인 현황	201
<표 III-94> 2009년 가입자망 기술별 가입자 수	202
<표 III-95> 연도별 BcN 보급 목표	203
<표 III-96> 2010년 신규 시범서비스 내용	204
<표 III-97> UBcN 구축 세부목표	205
<표 III-98> 사물지능통신망 활용 현황 및 실적 현황	209
<표 III-99> IPv6 거점 네트워크 구축 사업 개요	212
<표 III-100> 2단계, 3단계, kr도메인별 등록건수	214

<표 III-101> 이동통신서비스 중 데이터매출 점유율(예측치)	215
<표 III-102> 국내·세계 모바일 콘텐츠 시장규모 추이	216
<표 III-103> 2009년도 이용자 피해 예방 추진 현황	223
<표 III-104> 2008년도 초고속인터넷 품질의 기술적 평가 종합 결과 ...	224
<표 III-105> 2008년도 초고속인터넷 품질의 이용자 만족도평가 종합결과 ..	225
<표 III-106> 이용자 이익 저해행위에 대한 시정조치	225
<표 III-107> 방송통신시장 공정경쟁 확립을 위한 시장 감시활동 추진실적 ...	229
<표 III-108> 연도별 민원접수 현황	233
<표 III-109> 2009년 민원처리 만족도 현황	235
<표 III-110> 방송통신 분쟁 조정 현황	236
<표 III-111> 방송법의 금지행위 검토유형(안)	238
<표 III-112> 방송통신 시장 금지행위 시정조치 현황	239
<표 III-113> 이통사별 미환급액 현황 및 환급실적	241
<표 III-114> 유선사별 미환급액 현황 및 환급실적	241
<표 III-115> 사업자별 마일리지 사용 비율(2008년말 기준)	243
<표 III-116> 방송소외계층 수신기 보급 실적	245
<표 III-117> 시청자미디어센터의 성과	247
<표 III-118> 미디어 교육관련 정책	250
<표 III-119> 미디어교육 지원사업 내역	251
<표 III-120> 2009년도 미디어 교육 내실화 성과	251
<표 III-121> 주요 국가별 그린 IT 추진 방향	253
<표 III-122> 방송통신의 녹색화	254
<표 III-123> 방송통신활용 녹색성장	255
<부록 표-1> 방송통신위원회 부서별 업무분장표	263
<부록 표-2> 방송통신위원회 소관법률 현황	266
<부록 표-3> 2009년 정부입법 추진 현황	267
<부록 표-4> 2009년 규제개혁 추진 현황	268
<부록 표-5> 2009년도 회계 결산 총괄 현황	269

<부록 표-6> 방송발전기금 재정상태(대차대조표 요약)	269
<부록 표-7> 방송발전기금 손익현황(손익계산서 요약)	269
<부록 표-8> 프로그램 총괄현황	270
<부록 표-9> 방송통신위원회 회의 안건 목록	271
<부록 표-10> 2009년도 주요 연월표	284
<부록 표-11> 영문 약어	297

그림 목 차

<그림 II-1> 방송통신위원회 조직도	20
<그림 II-2> 2009년 정책목표	26
<그림 III-1> 방송통신발전기금의 재원에 대한 개편 전후 비교	30
<그림 III-2> 실시간 채널 송출 추이 및 콘텐츠 제공사업 추이	40
<그림 III-3> 융합서비스 가치사슬 메커니즘	43
<그림 III-4> IPTV도입에 따른 미디어 시장의 변화	44
<그림 III-5> 방송통신콘텐츠 산업 성장률 추이	45
<그림 III-6> 방송통신콘텐츠 산업의 경쟁력 강화를 위한 프레임워크	47
<그림 III-7> 방송통신콘텐츠 선순환 구조 창출에 의한 파급효과	53
<그림 III-8> 디지털 전환 주요지표 및 단계별 목표	54
<그림 III-9> 디지털 전환 추진 로드맵	55
<그림 III-10> 디지털전환 추진체계	56
<그림 III-11> 시범사업 추진체계	66
<그림 III-12> 직접수신세대 지원 기본방향	67
<그림 III-13> 방송사업자 방송평가 결과(2008~2009)	119
<그림 III-14> 위성방송 이용 난시청해소 개념도	121
<그림 III-15> 마을공시청시설을 이용한 난시청해소 개념도	122
<그림 III-16> 가계통신비 추이	127
<그림 III-17> 코리아인텍스 개발 단계	128
<그림 III-18> 저소득층 이동전화 요금감면 시행 효과	129
<그림 III-19> 이동통신 요금감면 신청절차 간소화	130
<그림 III-20> 이동전화 도매제공(재판매) 예시	134
<그림 III-21> 2008년 사업자별 매출액 비중	140
<그림 III-22> 제도개선 전·후 번호이동 절차 비교	142
<그림 III-23> 2009년 월간 번호이동 성공률	143
<그림 III-24> 전체 통신시장 규모	144

<그림 III-25> 2006~2008년 모바일 콘텐츠 시장상황	148
<그림 III-26> 안전한 전자과 환경 구현 정책 추진도	167
<그림 III-27> 국내 인터넷전화 가입자 수	176
<그림 III-28> 인터넷침해대응센터 업무 체계	181
<그림 III-29> 인터넷망 연동구간 DDoS 대응시스템 설치 개념도 ...	186
<그림 III-30> 공격근원지 대응기술 시스템 구성도	187
<그림 III-31> 웹체크 톨바 기능 예	188
<그림 III-32> 위치정보 사업자 규제 업무 개요	197
<그림 III-33> 이용자 1인당 일평균 스팸 수신량 추이	200
<그림 III-34> Giga 인터넷 개념도	204
<그림 III-35> 사물지능통신 개념도	208
<그림 III-36> kr도메인 연도별 등록 건수	213
<그림 III-37> 클라우드 컴퓨팅 개념도	220
<그림 III-38> 이용자 전용 홈페이지 초기화면	227
<그림 III-39> 연도별 민원접수 증감 추이	232
<그림 III-40> 연도별 방송민원 현황	233
<그림 III-41> 연도별 통신민원 현황	234
<그림 III-42> 분야별 탄소배출 감축 전망치(2020년)	252



I

방송통신 정책 환경

1. 경제위기와 방송통신 시장
2. 한국의 방송통신 정책 환경

I. 방송통신 정책 환경

1. 경제위기와 방송통신 시장

2009년 전 세계 방송통신시장은 글로벌 경제위기와 함께 소비자 선호도 변화, 다매체 다채널 경쟁심화 등의 복합적인 요인들로 인해서 많은 경영상의 어려움을 겪었다. 그리고 글로벌 경기침체의 여파는 세계적으로 소비심리 위축과 광고시장 위축으로 이어져 방송통신시장에 부정적 영향을 미쳤다. 그러나 세계경제는 2009년 말 경기저점을 벗어나, 가계 부채 조정이 지속되고, 확장적 거시정책이 이루어지면서 경기회복세를 보이고 있다. 글로벌 경기침체로부터 회복에 이르기까지 변화가 컸던 2009년 세계 경제동향과 방송통신 시장 변화를 살펴보기로 한다.

가. 세계 거시경제 동향

글로벌 경기침체와 미국발 금융위기로 인해 2009년 세계경제는 경기침체를 지속하여 낮은 성장에 그칠 것으로 전망되었다. 선진국의 경제침체가 계속되는 가운데

중국, 인도 등 신흥국의 경제상황도 본격적인 하강국면에 진입하고, 급기야 유럽은 물론 일본도 내수위축과 순수출의 부진으로 마이너스 성장이 예상되었다. 2009년 3월에 경제협력개발기구(OECD)가 발표한 2009 OECD 국가들의 평균 경제성장률 전망은 4.3%가 위축되는 것으로 나타났다. 한국 또한 경제성장률이 1.5% 하락하는 것으로 나타났다.

2009년 말부터 세계경제는 경기저점을 벗어나 서서히 회복하기 시작하였는데, 선진국을 중심으로 금융시장 불안이 서서히 완화되고 세계 교역량이 증가하게 되었다. 특히 신흥국은 적극적인 경기부양책으로 내수소비가 증가하면서 선진국에 비해 빠른 회복세가 이루어졌다. 그 결과 2009년 말 OECD가 발표한 세계경제의 경제성장률은 2009년 초 보다 상승한 -1.7%의 성장률을 나타내는 것으로 전망되었다.

2010년 세계경제 성장률은 전반적인 회복세를 보일 것으로 전망되고 있다. 국제통화기금(IMF, 2010)은 2009년 동안 막대한 양의 공적자금이 투입되어 수요를 확산시켰고 재무시장의 시스템적 위험과 불확실성이 감소되었기 때문에 2010년 세계 경제성장률이 약 3.1%에 이를 것으로 전

<표 I -1> 주요국가의 GDP 성장률 전망

(단위 : %)

구 분	2008년	2009년E		2010년E	
		IMF	OECD	IMF	OECD
세계경제	2.4	△1.1	△1.7	3.1	1.9
미국	1.1	△2.7	△2.5	1.5	2.5
유로	0.5	△4.2	△4.0	0.3	0.9
일본	△0.7	△5.4	△5.3	1.7	1.8
중국	9.0	8.5	8.3	9.0	3.4

E : 추정치

출처 : MF World Economic Outlook('09.10), OECD Economic Outlook, 2009. 11. 재구성

망했다. OECD도 2010년 전망치를 1.9%로 상향 조정하여 세계경제 회복을 전망하였다.

그럼에도 불구하고 경기회복의 속도는 기대보다 느리게 진행될 것이며 현재의 경기 회복정책이 대부분 공적자금에 의존하고 있기 때문에 공적지원이 줄어들 경우 회복조짐도 같이 둔화될 것이라는 주장도 제기되고 있다. 국제통화기금(IMF)은 2010~2014년 동안 세계 경제가 평균 4% 정도의 완만한 성장률을 보일 것으로 전망하였으며 OECD도 가계부채 조정이 지속되고 경기부양을 위한 확장적 거시정책이 종료됨에 따라 회복속도가 완만할 것으로 전망하고 있다.

나. 세계 방송시장 동향

PricewaterhouseCoopers(2009)에 의하면, 세계 미디어시장 규모는 2008년에 약 1조4,090억 달러에 이르는 것으로 추정되었으며, 지속적으로 성장하여 2009년에 1조 3,540억 달러규모에서 2013년에 1조 6,130억 달러 규모에 달하는 약 2.7%의 연평균 성장률을 보일 것으로 전망하였다.

지역별로는, 유럽 및 중동지역이 2008년에 5,220억 달러로 가장 큰 시장을 형성하고 있고, 북미지역이 4,630억 달러의 규모를 보이는 것으로 집계되었다. 가장 큰 시장을 차지하고 있는 유럽 및 중동지역은 2013년에 5,960억 달러의 시장으로 전체의 약 37%를 차지할 것으로 예측되고 있다.

방송시장의 주요 구성요소인 광고시장은 방송시장의 규모를 좌우하고 있다. 광고시장의 국가경제 기여도는 평균 1% 미만에 머물지만, 매체산업이 잘 발달된 국

<표 I-2> 세계 미디어시장규모

구분	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년E	2009년E	2010년E	2013년E	CAGR (’09-’13)
북미	444	462	486	504	499	463	458	532	1.3%
유럽/중동	421	444	473	508	522	503	503	596	2.7%
아태	234	260	283	310	331	332	342	413	4.5%
남미	35	40	45	51	57	56	57	73	5.1%
합계	1,135	1,207	1,287	1,374	1,409	1,354	1,360	1,613	2.7%

단위 : 10억 달러; E: 추정치

출처 : PricewaterhouseCoopers LLP, Wilkofsky Gruen Associates (PricewaterhouseCoopers, 2009 재인용)

가의 경우 약 2% 정도에 이른다.¹⁾ 광고산업은 경제발전 속도에 따라 성장하는 산업으로 GDP 성장률과 밀접한 관계를 가지고 있다. 따라서 경기 침체는 광고에 의존하는 방송통신시장에 부정적인 영향을 끼친다.

경기침체의 여파로 2009년 주요국의 광고 성장률은 약 5% 미만에 머문 것으로

추산된다 (Economy Watch, 2009). 전세계 텔레비전 광고수익은 경기침체로 인해 하락세를 보일 것으로 전망되며, 2009년 텔레비전 광고수익도 전년대비 4.1% 감소한 1,207억 달러에 이를 것으로 추산되었다 (Informa Telecoms & Media, 2009). 지역별로 텔레비전 광고수익을 살펴보면, 2008년 대비 2009년에 북미가 약 7.2% 감소하

<표 I-3> 전 세계 텔레비전 광고 수익 전망

(단위 : 백만달러)

구 분	텔레비전 광고 수익			다채널 텔레비전 광고 수익		
	2008년	2009년E	증감률(%)	2008년	2009년E	증감률(%)
북미	42,571	39,513	-7.2	10,610	10,509	-0.9
서유럽	32,354	30,620	-5.4	4,437	4,462	0.6
아시아/태평양	28,621	28,056	-2	2,071	2,221	7.2
동유럽/중동/아프리카	10,199	10,104	-0.9	618	713	15.3
중남미	12,153	12,388	1.9	1,205	1,305	8.3
합계	125,897	120,681	-4.1	18,941	19,210	1.4

출처 : Informa Telecoms & Media, 2009

1) 2008년에는 0.99%로 증가한 것으로 추정된다 (Economy Watch, 2009).

고 서유럽은 5.4% 감소하는 등 매체시장이 성숙기에 있는 국가들에서 경기 침체의 영향이 뚜렷하게 나타나고 있다.

전 세계 텔레비전 광고시장²⁾ 수익은 감소하는 반면, 다채널 텔레비전 광고³⁾수익은 경기침체에도 불구하고 지속적인 성장세를 보일 것으로 전망된다. Informa Telecoms & Media(2009)에 따르면, 전 세계 다채널 텔레비전 광고시장은 2009년에 경기침체에도 불구하고 약 1.4% 증가한 192억 달러에 이를 것으로 예상되었다.

지역별로 보면 북미는 0.9% 감소하고 서유럽은 0.6% 증가하며 동유럽과 중동은 15.3% 증가하는 것으로 나타나 다채널 텔레비전 광고시장에서 경기침체의 영향은 크지 않을 것으로 예상된다.

다채널 텔레비전 수익증가는 시청자 시장의 세분화, 시청자 특화 광고의 실현가능성 및 경기침체로 오히려 텔레비전에 기반한 오락부문의 수요가 증가했기 때문인 것으로 분석된다.

2) 텔레비전 광고시장은 지상파TV와 다채널TV의 광고비 지출규모를 합산한 것으로 모바일방송 광고, 인터넷 광고와는 구분됨

3) 다채널 텔레비전 광고는 케이블방송, 위성방송, 디지털 지상파방송 등을 통해 접속하는 네트워크 광고를 말함

다. 세계 통신시장 동향

세계 경제의 경기침체로 통신시장의 투자가 위축되었지만, 2009년 말부터 서서히 회복세로 전환하고 있다. 세계 통신시장은 경기침체가 회복됨으로 인하여 경기침체 이전의 상황으로 돌아가는 것이 아니라 신흥시장에서의 수요 진작, 클라우드 컴퓨팅(Cloud computing)의 확산과 더불어 모바일기기 및 애플리케이션의 성장, 광대역 네트워크의 확산 등의 요인으로 새로운 전환기를 맞이하고 있다.

전 세계적으로 광통신망 구축이 활발히 진행되고 있으며, 융합화(convergence), 개방화(open), 지능화(intelligent), 초광대역화(ultra-broadband) 등이 새로운 트렌드로 자리를 잡을 것으로 전망된다.

OECD국가의 통신시장 규모는 약 1조 2천억 달러에 이르며 1990년 이래로 매년 일정한 성장률(6%)을 보여 왔다. 이러한 성장세는 이동통신과 브로드밴드의 성장이 견인해왔다. Strategy Analytics(2009)에 의하면, 이동통신 서비스 매출액은 2009년에 5% 성장하여 약 8,960억 달러 규모에 도달하는 것으로 추정되었다. 또한 2009년에서 2014년 사이에 19% 상승하여

<표 I -4> 2006~2009년 전 세계 각 지역별 이동통신 서비스 매출액

(단위 : 십억 달러)

구 분	2006년	2007년	2008년	2009년E
서유럽	207.8	212.3	213.7	213.7
중동부유럽	49.6	61.1	72.2	77.0
북미	148.5	164.6	176.6	179.1
중남미	42.9	53.7	63.2	71.7
아시아태평양	199.4	222.7	239.5	255.1
중동 및 아프리카	55.6	69.8	85.2	99.3
총계	703.9	784.3	850.5	895.9

E : 추정치

출처 : Strategy Analytics, 2009

1조 670억 달러 규모에 달할 것으로 전망하였다.

OECD 국가에서 이동통신 수익은 전체 통신수익의 약 41%를 차지하고 있으며 지속적으로 점유율이 증가하고 있는 상황이다. 가입자 측면에서도 이동통신의 견인 효과는 뚜렷하게 나타나고 있다.

초고속인터넷 접속회선도 2003년부터 현재까지 매년 평균 31%씩 증가하였다. DSL은 전체 초고속인터넷 가입건수에서 약 60%를 차지하고, 케이블은 약 29%를 차지하고 있다.

수익규모면에서 여전히 유선통신이 차지하는 비중이 크지만 경기침체로 인해 하락세는 지속될 것으로 전망된다. 최근 인터넷전화(Voice over Internet Protocol:

VoIP), 케이블 인터넷, DSL이나 브로드밴드 등의 새로운 기술들이 기존의 유선시장 수익을 증대시키기보다는 전통적인 유선 음성시장을 잠식하고 있다. 수익의 감소는 가입자당 평균매출액(ARPU)이 감소하고 있기 때문이다.

2010년 전 세계 통신시장은 경제회복과 더불어 안정과 성장을 제공하여 약 2~3%의 성장률을 보일 것으로 예상된다. 성숙한 시장에서는 IP와 데이터 분야가 성장을 주도할 것으로 보이며, 신흥 시장에서는 모바일 분야를 중심으로 성장세가 두드러질 것으로 전망된다.

2. 한국의 방송통신 정책 환경

국내의 방송통신 정책 환경은 기술의 발전과 더불어 빠르게 변화하고 있다. 국내 방송통신 환경의 변화에서 기술적 변화는 우리의 삶의 형태를 다양하게 변화시키고 있다. 디지털 컨버전스의 심화, Web 2.0 기술기반 서비스의 증대, 지능화(intelligent), 내재화(embedded), 모바일화 등 기술적 발전은 산업 환경의 변화를 가속화시키고 있다. 이러한 기술적 환경 변화 속에서 방송통신 정책도 방송통신 규제정책 기구의 일원화, IT 활용을 통한 융합시장의 창출, 글로벌 경쟁력 확보를 위한 유무선통합 등을 통해 산업의 변화 및 성장을 주도하고 있다.

경기침체라는 큰 흐름 속에서 2009년 방송통신의 주요한 정책환경으로 방송통

신산업의 국가경제 비중 증가, 설비기반 경쟁체제의 보완을 통한 통신시장 경쟁심화, 주파수 할당을 통한 전파자원의 효율화 요구 증대, 방송통신환경의 안정성 및 신뢰성에 대한 위협 증가 등이 대두되었다.

가. 방송통신 산업의 국가경제 비중 증가

최근 수년간 우리나라 방송통신 산업이 국가경제에서 차지하는 비중은 지속적으로 증가하여, 2009년에는 국내 GDP의 10.8%, 2004년 이후 평균 9.3%를 차지할 것으로 전망된다. 이러한 방송통신 산업의 국가경제 비중 증가는 2004년 이후 매년 평균 9.6%의 성장을 이루면서 동 기간 GDP성장률인 3.6%를 3배 가까이 상회하는 고속성장을 한 것의 결과이다. 다만, 2009년 방송통신서비스 매출액은 경기침체의 영향으로 성장률이 감소하였으나,

<표 I -5> 방송통신산업 성장률 추이

(단위 : %)

구 성	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년P	2009년E	평균 ('04~'09)
GDP 성장률	4.6	4.0	5.2	5.1	2.2	0.2	3.6
방송통신산업 성장률	17.1	11.7	12.6	8.7	6.4	0.9	9.6
방송통신산업의 GDP 비중	8.0	8.6	9.2	9.5	9.9	10.8	9.3

주 : 방송통신산업은 한국은행에서 정의하는 정보통신산업을 방송통신 연관산업으로 나타낸 것이며, 분류 체계의 개념정의에 정확히 일치하는 것은 아님(P: 잠정치, E: 추정치)

출처 : 한국은행, 기획재정부, 한국정보통신산업협회 자료 재구성

<표 I -6> 국내 기간통신서비스의 전망

(단위 : 십억원, %)

구분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년E	평균 (’05~’09)
기간통신서비스	31,777	32,962	34,025	35,566	35,800	35,900	34,026
증감율(%)	5.70	3.73	3.22	4.53	4.53	4.53	4.3
유선통신	13,832	14,135	14,099	14,224	13,400	12,800	13,938
증감율(%)	3.63	2.19	-0.25	0.89	0.89	0.89	1.5
무선통신	17,945	18,827	19,926	21,342	22,400	23,100	20,088
증감율(%)	7.36	4.92	5.84	7.11	7.11	7.11	6.5

출처 : 방송통신위원회, KISDI, 한국정보통신산업협회 재구성(E: 추정치)

2010년은 전년대비 3.8% 증가한 61.4조원에 달할 것으로 전망된다.

특히, 국내 무선통신시장은 2005년부터 2009년까지 연평균 6.5%의 고성장세를 지속하면서 국내 경기성장세를 이끌어 왔다. 2005~2009년 동안 국내의 연평균 GDP 성장률이 3.4%인 점을 감안한다면, 무선통신시장은 국내 경기 성장세를 상회하는 성장률을 보여주는 핵심시장임을 의미한다.

우리나라 방송통신 산업의 수출액은 2008년에 약 1,310억 달러를 기록하며 지속적으로 증가세를 나타냈으나, 세계경제의 경기침체 영향으로 2009년은 수출액이 다소 주춤하여 1,210억 달러를 기록하였다. 그러나 전체 수출에서 방송통신산업이 차지하는 비중은 2008년보다 2.3% 포인트

증가하였다. 2009년도 방송통신산업의 수출액은 우리나라 총 수출액에서 33.3%를 차지하였으며 수입액은 19.2%를 차지하고 있다. 다만 방송통신산업 부문의 수출비중이 점차 감소하고 있는 부분에 대하여 방송통신 수출 진흥을 위한 전반적인 제도 개선 및 지원 확대가 필요한 것으로 파악된다. 방송통신산업의 무역수지는 2008년도의 전체 무역수지 적자 속에서도 580억 달러의 흑자를 보였으며, 2009년도에도 590억 달러의 흑자를 기록하여 우리나라 무역수지에 큰 기여를 하고 있는 것으로 드러났다.

나. 설비기반경쟁체제의 보완을 통한 통신 시장 경쟁심화

<표 I-7> 방송통신산업 수출입 현황

(단위 : 십억달러, %)

구분 \ 연도		2005년	2006년	2007년	2008년	2009년
수출	전체수출	284	325	371	422	364
	방송통신산업수출	108	119	130	131	121
	비 중	38.0%	36.6%	35.0%	31.0%	33.3%
수입	전체수입	261	309	357	435	323
	방송통신산업수입	59	65	70	73	62
	비 중	22.6%	21.0%	19.6%	16.8%	19.2%
전체 무역수지		23	16	15	-13	40
방송통신 무역수지		49	54	60	58	59

출처 : 관세청, 한국정보통신산업협회 자료 재구성

유무선통신서비스는 대표적인 네트워크 서비스이기 때문에 규모의 경제 달성을 위해서는 가능한 넓은 영역을 대상으로 하는 서비스의 제공이 필요하다. 따라서 전국적인 범위를 대상으로 하는 대규모의 설비투자가 반드시 필요한 서비스라고 할 수 있다.

이와 같은 대규모의 설비투자와 이로 인한 설비기반경쟁체계는 신규 사업자의 시장진입을 막음으로써 자연스럽게 경쟁양상을 과점 또는 자연 독점적 성격으로 변화시키기 때문에, 경쟁으로 인한 소비자 편익을 보장하기 위해서는 적절한 규제정책의 실행이 필수적이라고 할 수 있다.

통신서비스 시장에 내재되어 있는 이와 같은 특성으로 인해 우리나라를 비롯한

해외 선진국들은 일찍부터 통신시장의 경쟁 촉진을 위한 다양한 정책들을 시행하고 있으며, 이중 대표적인 것이 도매제공제도(MVNO)이다.

2009년은 우리나라 통신시장의 경쟁촉진 측면에서 매우 의미 있는 시기라고 할 수 있다. 먼저 정부 정책 측면에서의 주요 이슈는 전기통신사업법 개정안에 포함된 MVNO제도의 도입이다.

MVNO제도의 도입은 궁극적으로 새로운 통신사업자의 시장 진입을 가능케 함으로써 사업자간 경쟁을 활성화하여 통신요금의 인하, 통신서비스 품질의 향상, 소비자 선택권의 보장 그리고 무선인터넷 시장의 활성화 등을 목표로 하고 있다.

노르웨이, 독일, 영국 등 유럽지역과 미

국, 일본 등은 오래전부터 MVNO제도를 도입하여 기존 통신사업자와는 차별화된 서비스를 제공하고 있으며, 경쟁 활성화로 인한 요금 인하 등 소기의 목적을 달성하고 있다.

MVNO제도의 도입은 1997년 EC의 ONP (Open Network Provision) Framework 개정(시장 지배적 사업자에게 접속의무를 부과함으로써 MVNO에 대한 네트워크 제공의 근거를 마련)과 이후 2002년의 EU Framework Directive를 배경으로 하고 있다. 특히 2002년 EU의 규제지침((Access Directive, Article 8)에서는 시장에 지배적 사업자가 존재할 경우, 이를 해소하기 위한 규제옵션으로 도매규제를 도입할 수 있도록 하였으며, 이러한 논리는 유럽지역에서 MVNO제도가 활성화되는 계기가 되었다.

MVNO제도가 이동통신시장에 미치는 가장 큰 효과는 제도의 도입이 대규모의 설비 투자(주파수 할당을 위한 비용과 네트워크 투자비용)라는 진입장벽을 제거하여 사업자의 시장진입을 촉진하고 경쟁을 활성화시킴으로써 통신요금이 인하될 수 있다는 것이며, 여기에 새로운 서비스와 요금제 출시를 통한 소비자 선택의 폭 확

장이라는 부수적인 효과도 기대할 수 있다.

또한 기존의 이동통신사업자들이 보유한 유희설비를 MVNO에게 판매함으로써 국가적 차원에서의 통신망 사용의 효율성을 제고할 수 있고, 다양한 배경의 MVNO들이 통신시장에 진입함에 따라 정체되어 있는 이동통신시장의 성장 및 시장 규모의 확대도 기대할 수 있을 것이다. 다양한 배경을 가진 MVNO들의 이동통신 산업 진입은 타산업과 이동통신산업 간의 산업 간 융합 촉진이라는 긍정적 효과의 밑거름 역할도 수행하게 될 것이다. 이러한 의미에서 우리나라에서도 2009년 전기통신사업법 개정안에 도매제공제도를 반영하였으며 통신시장의 경쟁촉진에 기여할 것으로 예상된다.

다. 주파수 할당을 통한 전파자원 효율화 요구 증대

주파수는 방송 및 통신서비스의 제공을 위해 반드시 필요한 자원이며, 특히 이동통신사업자에게는 서비스의 이동성(Mobility)과 편재성(Ubiquity)을 확보하기 위한 핵심자원이라고 할 수 있다(정보통

신정책연구원, 2008). 주파수 자원이 가진 유한성과 희소성으로 인해 각 국 정부는 전파자원의 효율적 이용을 촉진하고 가능한 한 많은 소비자가 이용할 수 있도록 하는 주파수 자원 공급 정책을 시행하고 있으며, 대표적인 방법으로는 주파수 경매제와 대가할당방식 등을 들 수 있다.

최근에는 전파자원 활용의 효율성을 제고하기 위한 주파수 공유기술(SDR: Software Defined Radio, CR: Cognitive Radio)들에 대한 연구개발과, 이를 적용하기 위한 전파관리 정책에 대한 연구도 활발히 이루어지고 있다. 초기의 주파수 공급 및 관리 정책은 주파수 대역간 간섭을 방지하는데 주요 목적이 있었으며, 따라서 전파자원 관리에 대한 인식도 시장 측면보다는 행정적 측면이 보다 강했다고 할 수 있다.

그러나 이동통신산업의 규모 확대에 따른 전파 수요의 증가와 전파자원이 가진 희소성과 자원으로서의 중요성이 증가함에 따라 전파자원을 효율적으로 활용하고, 이를 사적인 이윤추구를 목적으로 사용할 경우 적정한 대가를 부과하기 위한 노력들이 선진국을 중심으로 이루어지게 되었다.

주파수 자원이 방송통신서비스 제공을

위한 필수재이면서 공공재이기 때문에 전파자원관리정책은 전파자원의 효율적 관리와 함께 이동통신산업의 경쟁 활성화를 위한 유용한 정책적 수단으로 활용될 수 있다. 주파수 할당을 통한 시장 경쟁의 활성화 정책으로는 주파수회수재배치 정책 및 신규 주파수의 할당 정책 등을 들 수 있다.

주파수자원의 효율적 이용을 위한 정책적 노력은 정부의 주도로 주파수의 분배와 할당, 그리고 대가 산정이 이루어지는 기존의 관리방식에서 점차 시장경제원리에 기반을 둔 경매제도로 이전하고 있으며, 우리나라도 현재 이러한 요구를 수용하여 전파자원 관리에 시장원리를 적용한 주파수 경매제도의 도입을 적극 추진하고 있다.

주파수 경매제도(Spectrum Auction)는 제한된 주파수 대역과 사용가능 기간을 대상으로 하여 이를 필요로 하는 다수의 사업자들을 경매에 참여시켜 최고가격을 제시한 사업자에게 일정기간 동안의 해당 주파수 대역 이용권을 부여하는 제도이다.

주파수 경매제도는 시장에서 가장 효율적인 사업자에게 주파수 이용 권리를 부여함으로써 경제적 자원의 효율적 활용과

보다 많은 이용자를 대상으로 다양한 서비스의 제공을 가능케 할 것이다.

라. 방송통신환경의 안정성 및 신뢰성에 대한 위협 증가

방송통신위원회는 사회적으로 이슈가 되고 있는 이용 환경의 안전성 및 신뢰성을 제고하기 위하여 인터넷 상의 해킹이나 개인정보 유출 등 다양한 위협으로부터 정보를 보호하고 이용자 보호 강화를 도모하고 있다.

이러한 노력에도 불구하고 2009년 인터넷 침해 사고의 수는 점차 증대되었다. 2009년 발생한 해킹 신고 처리는 20,086건으로 2008년에 발생했던 15,940건에 비하여 26% 증가하였고, 2009년에 발생한 웜·바이러스는 9,701건으로 2008년에 발생한 8,469건에 비해 14.5% 증가하였다(2009년 11월 기준).

여러 대의 컴퓨터를 일제히 동작하게 하여 특정 사이트 및 시스템을 공격하는 DDoS 공격은, 인터넷이 개방된 네트워크로 공격자의 추적이 어려운 점을 악용하여 서비스를 제공하지 못하도록 하여 자원의 손실을 발생시키고 이용자의 정신적 피해를 통해 국가적 손실을 목표로 하고 있다.

사이버 테러에 대한 대비는 인터넷 기반의 경제·사회 체제가 가져야 할 필수 기능의 하나이다. 하지만 이번 7·7 DDoS 대란에서 나타났듯이 아직 완벽한 대응 체제가 갖추어져 있지 못하고 사태의 심각성을 인식하는 사회적 분위기도 미흡하므로, 고도의 통제 수준을 갖추기 위한 국가 차원의 사이버 대응 체제를 확고히 구축할 필요성이 대두되었다.

이와 함께 인터넷상의 개인정보 보호 강화의 필요성이 증대되고 있으나 이것은 최근 정보통신기술의 발전 및 개인 인터넷 이용행태 다변화 등에 따라 개인에 대한 성향 정보 활용 등이 기업의 중요한 마케팅 도구로 등장하고 있고, 대다수 사업자들이 주민등록번호 등 서비스 제공과 무관한 개인정보를 관행적으로 수집·보관하고 있어 정보 유출의 원인이 되고 있다. 또한 인터넷 상에서 발생하는 방대한 양의 패킷 및 스팸 메일들은 자원의 손실을 초래할 뿐만 아니라 불필요한 통신장애를 발생시킨다는 점에서 문제가 되고 있다.

새로운 IT 서비스의 지속적인 출현으로 서비스 간 융합 가속화에 따른 신규 위협요소도 증가할 것으로 예측하고 있다. 신

규 위협에 대해서는 위협으로 초래되는 피해 및 상황을 예측하고 투자를 확대하여 기술력을 확보하고 법제를 정비하는 등 정보보호 제도 개선 및 예방 능력을 강화시켜야 할 것이다. 또한 환경적인 요인을 중요하게 고려하고 있는 현재 시점에서 기존 위협 및 신규 위협에 대응하는 것뿐만 아니라 환경이라는 항목까지 보호할 수 있는 노력이 필요하다.

마. 신규 성장 패러다임으로서의 녹색성장 대두

녹색성장은 Economist지(2000. 1. 27)⁴⁾에서 최초로 언급된 이후 다보스 포럼을 통해 널리 사용되기 시작했다. ‘아·태 환경과 개발에 관한 장관회의(2005년)’에서 “녹색성장을 위한 서울이니셔티브(SI)”가 채택되어 UN 아·태경제사회위원회(UNESCAP) 등 국제사회에서 논의가 본격화되었다. OECD 각료회의이사회(2009.6.24) 선언문에서 녹색성과 관련된 내용이 포함되기도 했다.

우리나라도 건국 60년 기념사에서 향후 60년의 국가비전으로 “저탄소 녹색성장”을 제시하고(2008.8.15), 기후변화 대응을

위한 ‘기후변화 대응 종합 기본계획’을 수립하였다(2008.9.). 2009년 2월에는 녹색성장위원회가 정식 출범하였으며, 2009년 7월에는 “녹색성장 국가전략” 및 “5개년 계획”을 수립하여 발표하였다.

녹색성장은 환경과 경제의 선순환을 유도하자는 취지로 성장패턴과 경제구조의 전환을 통해 환경과 경제 양측의 시너지 극대화를 추구하고 있다. 녹색기술의 개발과 녹색산업의 육성을 통해 국민소득의 증대 및 일자리창출을 증대하고, 산업구조의 녹색화와 청정에너지의 확대를 통해 기후변화대응 및 온실가스 감축을 유도한다는 것이다.

녹색성장은 또한 삶의 질 개선 및 생활의 녹색혁명을 추구하자는 것이므로, 저탄소형으로 국토를 개발하고 생태공간의 조성을 확대하자는 것이다. 녹색교통체계 및 대중교통을 활성화하고, 녹색소비를 통한 녹색시장을 조성하고자 하였다. 또한 국제사회의 기대에 부합하는 국가위상을 정립하기 위해 국제적 기후변화 논의에 적극적으로 대응함으로써 녹색성장을 국가발전의 새로운 모멘텀으로 활용하고, 녹색가교 국가로서 글로벌 리더십 발휘를 통해 세계 일류의 녹색선진국으로 발돋움하

4) The Economist (2000.1.27) Green Growth

자는 의지를 담고 있다.

방송통신위원회도 이러한 세계적 흐름 및 국가적 전략방향에 맞추어 ‘녹색방송통신추진협의회’를 구성하고(2009.3.), “녹색방송통신 추진 종합계획”을 발표(2009.4.)하는 등 다양한 정책대안을 마련하여 추진하고 있다. 이 계획의 목적은 녹색 방송통신 구현을 통한 친환경 사회 구축을 위해 방송통신산업과 타분야의 에너지 절감, 환경오염 감소 및 관련 산업 발전을 촉진할 수 있는 정책을 추진하기 위한 것이다.



II

방송통신위원회 현황 및 정책목표

1. 일반현황
2. 2008년 주요 성과
3. 2009년 정책목표

II. 방송통신위원회 현황 및 정책목표

1. 일반현황

「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」에 의거하여 대통령 직속 합의제 행정기구로 설립된 방송통신위원회는 방송과 통신의 융합현상에 능동적으로 대응하고, 방송의 자유와 공공성 및 공익성을 보장하며, 방송과 통신이 균형 있게 발전하고, 국제 경쟁력을 강화하는 것 등을 설립목적으로 하고 있다.

방송통신위원회가 담당하는 주요 기능은 방송통신 융합정책의 수립과 융합서비스의 활성화 및 관련 기술 개발, 전파에 관한 정책 수립 및 전파자원의 관리, 방송통신정책의 수립과 방송통신 시장의 경쟁 활성화 정책 수립, 방송통신망의 고도화와 방송통신의 역기능 방지, 방송통신 이용자 보호정책의 수립과 방송통신 사업자의 불공정행위 조사 및 분쟁 조정 등이 있다.

방송통신위원회는 위원장 1명과 부위원장 1명을 포함한 5명의 상임위원으로 구성된다. 5명의 상임위원 중 위원장을 포함

한 2인은 대통령이 임명하고 나머지 3인은 국회의 추천을 받아 대통령이 임명하며⁵⁾, 주요 사항들에 대해서는 합의제기구의 특성에 맞춰 심의·의결을 하여야 한다(<부록> 참조).

방송통신위원회의 소관 법률은 15개로서 다음과 같다(소관 법률의 세부 내용은 <부록> 참조).

- 융합분야 : 방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률 등 2개
- 방송분야 : 방송법, 한국교육방송공사법 등 4개
- 통신분야 : 전기통신사업법, 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 등 8개
- 전파분야 : 전파법 1개

방송통신위원회는 2009년 5월, 국정과제 추진 강화를 위해 과단위 하부조직을 핵심 기능별로 재설계함으로써 국정과제 추진을 가속화하고, 일부 수행 인력을 재배치 또는 감축하여 조직·인력 운영의 효율성을 높이기 위해 방송통신위원회와 그 소속기관

5) 3인의 상임위원 중 1인은 대통령이 소속되거나 소속되었던 정당의 교섭단체가 추천하고, 2인은 그 외의 교섭단체가 추천한다.

직제의 일부를 개정하였다.

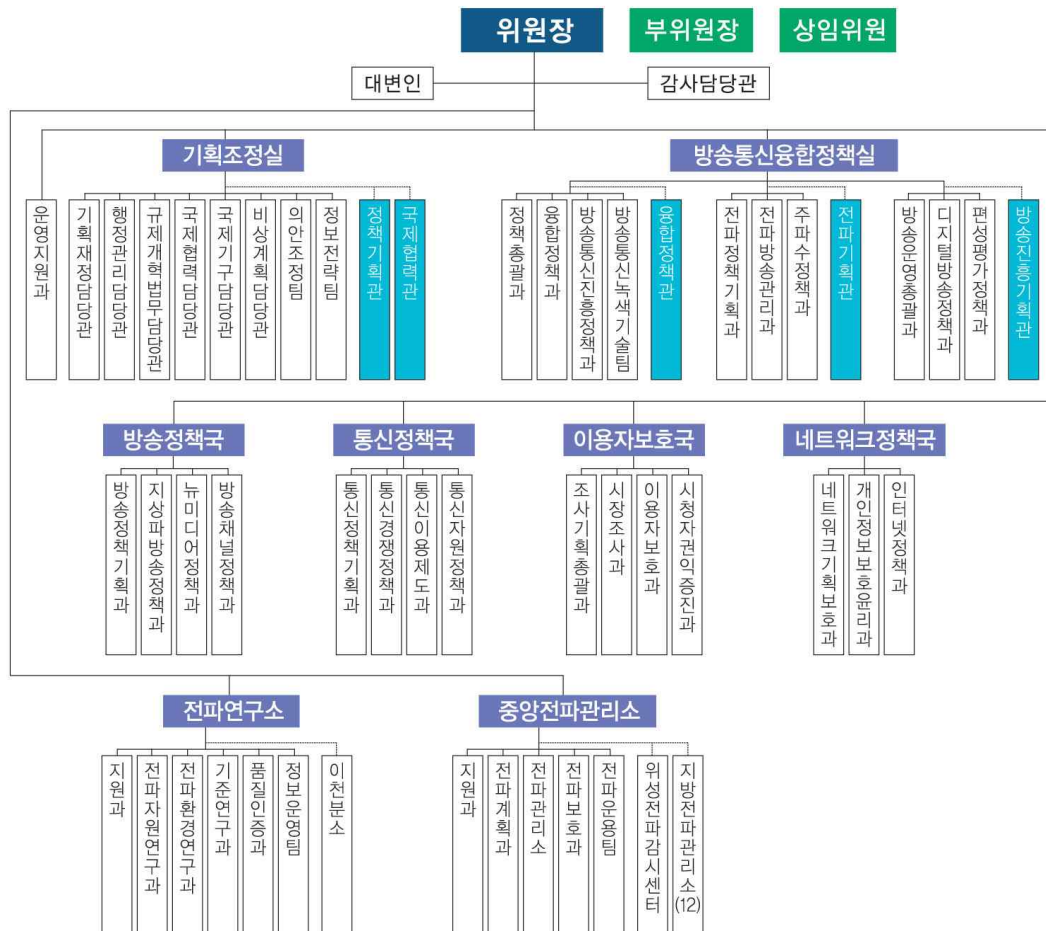
주요 개정 내용을 살펴보면, 방송통신분야 환경변화에 적절하게 대응하고자 비상계획관에 대한 직급을 조정(별정직 고위공무원 → 4급 상당 별정직 공무원)하였고, 기획재정담당관, 행정관리담당관, 규제개혁법무담당관, 의안조정팀, 정보전략팀의 관장 업무를 지원하기 위해 정책기획관을

신설하였다.

통솔범위 초과, 소관업무 상이 등으로 '이용자네트워크국 네트워크정책관'을 '네트워크정책국'으로 분리하였고, 실제 소관업무를 포괄하는 명칭을 부여하기 위해 '방송운영관' 명칭은 '방송진흥기획관'으로 변경하였다.

개정된 방송통신위원회 사무조직은 2실 3

<그림 II-1> 방송통신위원회 조직도



국 7관 34과 8팀에서 2실 4국 6관 32과 3팀으로 재구성되었으며 세부조직은 그림과 같다(부서별 업무 분장의 세부 내용은 〈부록〉 참조).

방송통신위원회의 2009년 세출예산 규모는 총 6,113억 원으로, 이를 재원별로 살펴

보면, 일반회계 3,189억 원, 혁신도시건설특별회계 11억 원, 기금 2,913억 원이며, 분야별로는 문화 및 관광분야(방송분야) 2,983억 원, 통신분야 3,130억 원이다. 또한 기능별 세출예산 규모는 인건비 896억 원, 기본경비 167억 원, 주요 사업비 3,862

<표 II-1> 2009년 방송통신위원회 세출예산 내역

(단위 : 억원)

구 분		2008년	2009년		증감	증감률
			본예산	추경		
총계 <예산 + 기금>		5,137	5,836	6,113	976	16.0%
재원별	□ 예산	2,743	2,923	3,200	457	14.3%
	○ 일반회계	2,743	2,912	3,189	446	14.0%
	○ 혁신도시건설특별회계	-	11	11	11	순증
	□ 기금	2,394	2,913	2,913	519	17.8%
	○ 방송발전기금	2,394	2,913	2,913	519	17.8%
	※ 정보통신진흥기금 중 방통위 소관	(2,512)	2,809	(2,809)	297	10.6%
분야별	□ 통신분야	2,613	3,130	3,130	517	16.5%
	□ 문화 및 관광분야	2,524	2,983	2,983	459	15.4%
기능별	□ 인건비	839	896	896	57	6.4%
	□ 기본경비	237	167	167	△70	△41.9%
	□ 주요사업비	3,446	3,862	3,862	416	10.8%
	○ 방송통신 융합 촉진과 디지털 전환	635	1,150	1,150	515	44.8%
	○ 방송통신서비스 품질 제고 및 이용 활성화	976	916	916	△60	△6.6%
	○ 네트워크 인프라 고도화와 정보보호 강화	600	589	589	△11	△1.9%
	○ 이용자 권익 증진과 공정경쟁 환경 조성	248	257	257	9	3.5%
	○ 전파방송산업 여건 조성 및 해외진출 지원	774	694	694	△80	△11.5%
	○ 기타 행정 지원	213	256	256	43	16.8%
	□ 내부거래(회계간·기금간 전출금 등)	-	300	300	300	순증
	□ 보전지출(방송발전기금 여유자금 운용)	615	887	887	272	30.7%

주 1. 타 부처 소관 재원으로 추진하는 방송통신위원회 재정사업 내역

* 정보통신진흥기금(지식경제부 소관): 2009년 2,960억원 ⇒ 2010년 3,158억원(연구개발, 표준화 등)

주 2. 증감, 증감률은 2008년 대비 2009년 추경예산(최종)에 대한 증감 및 증감률임

억 원, 내부거래 300억 원, 보전지출 887억 원으로 이루어졌다. 자세한 내역은 표와 같다.

방송통신위원회 소속 공공기관과 주요 유관 기관별 기능은 아래 표와 같다. 특히, 2008년 8월 제2차 정부 공공기관 선진화

계획에 따라 (구)한국인터넷진흥원, 한국 정보보호진흥원, 정보통신국제협력진흥원 등 3개 기관을 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 개정을 통해 통합 하여 업무 효율성을 높이고자 하였다.(2009. 7.23)

<표 II-2> 방송통신위원회 유관기관

기관명	대표	성명	설치 근거	설립 목적 · 주요 기능
한국방송공사 (KBS)	사장	김인규	방송법 제43조 1항	국가기간방송으로 공정하고 건전한 방송문화 정착과 국내외 방송의 효율적인 실시
한국교육방송공사 (EBS)	사장	곽덕훈	한국교육방송공사법	학교 교육을 보완하고 국민의 평생 교육과 민주적 교육발전에 이바지
방송문화진흥회	이사장	김우룡	방송문화진흥회법	방송사업자의 공적 책임을 실현하고 방송문화의 진흥과 공공복지향상에 이바지

<표 II-3> 방송통신위원회 소관 공공기관

기관명	대표	성명	설치 근거	설립 목적 · 주요 기능
한국전파진흥원	원장	유재홍	전파법 제66조	전파의 효율적인 관리 및 진흥을 위한 사업과 정부 수탁 업무 수행
한국인터넷진흥원	원장	김희정	정보통신망이용촉진 및정보보호 등에 관한 법률 52조	정보통신망의 고도화(정보통신망의 구축 개선 및 관리에 관한 사항 제외)와 안전한 이용 촉진 및 방송통신과 관련한 국제협력 국외진출 지원을 효율적으로 추진

2. 2008년 주요 성과

방송통신위원회의 2009년도 주요 전략은 방송과 통신의 융합이라는 큰 틀에서 추진한 2008년 정책목표 및 성과를 반영하여 한 단계 발전시키는 의미를 갖는다. 방송통신위원회가 2008년에 추진했던 주요 정책성과는 다음과 같다.

가. 방송통신융합 서비스 개시와 디지털 방송 전환

방송·통신계간 이해조정을 통해 IPTV 법 시행령 등 하위법령 제정을 완료하고, 지상파 방송 재전송 등에 대한 합의를 도출하여 2008년 9월, IPTV 제공사업자 최초 신규허가 및 IPTV 시험서비스 실시 및 품질점검(2008년 10월~12월)을 거쳐 IPTV 상용서비스를 2008년 11월에 개시하였다.

디지털 방송 전환도 본격적으로 추진하여 디지털전환 특별법 하위법령 제정을 완료하고, 「디지털방송활성화추진위원회」를 구성하여 추진기반을 정비하는 한편, 지상파 방송을 통해 총 160여회에 걸친 TV광고 등 대국민홍보, 디지털TV 채널배치계획 마련, 케이블TV의 디지털전환 등에 대한 정책을 수립·추진하였다.

또한, WiBro에 음성통화가 가능하도록 번호(010)를 부여기로 결정하고, WiBro 기술이 4세대 이동통신표준으로 채택되도록 국제표준화를 지원하였다. 그리고 WiBro 서비스 및 장비수출을 위해 2008년 12월 까지 우즈베키스탄, 미국, 일본 등 12개국에 민관합동 지원단을 파견하였다.

나. 이용자 이익증진을 위한 추진 정책

2008년 10월, 이동전화요금 감면 대상을 일부 기초생활수급자에서 기초생활수급자 전체와 차상위 계층까지 확대하고, 문자메시지·자막광고 등 적극적인 홍보를 통해 2008년 12월말 기준으로 감면 신청자가 43.5만 명으로 2007년 말(7.4만 명) 대비 489.6% 증가하였다.

또한 2008년에 결합상품 요금인가 심사를 완화하는 할인율 기준을 확대(10%→20%)하였으며, 음성서비스간 경쟁을 촉진하고 다양한 부가서비스 출시를 통해 이용자 편익을 제공하기 위해 시내전화와 인터넷전화간 번호이동성 제도를 시행하였다.

국내에 거주하는 외국인들에게 생활편의를 제공하고, 한국에 대한 이해를 증진시키기 위해 수도권·광주권·부산권에

영어FM 방송사업을 허가하였다. 또한, 2008년에 자막방송·화면해설방송·난청 노인용 방송수신기를 17,116대 보급하고, 장애인·저소득층 아동·다문화 가정을 대상으로 미디어교육을 실시하였으며, 소외계층 관련 시청자참여 프로그램 제작을 지원하는 등 사회적 소외계층도 방송통신의 혜택을 골고루 누릴 수 있도록 하였다.

통신사업자와 SO·포털 등을 대상으로 개인정보 유·노출 실태를 점검하여 위반 사업자는 영업정지 등으로 제재하는 한편, 2008년 7월에는 국가사회 전반의 정보보호 수준제고를 위해 「인터넷 정보보호 종합대책」을 수립하였다.

이동전화 단말기 잠금설정(USIM Lock) 및 이동전화 위피(WIFI) 탑재 의무화를 해제하여 이용자의 단말기 구입부담을 줄인 것도 주요 성과다. 아울러 초고속인터넷 서비스 품질평가 결과를 공개하고, 최저보장속도를 대폭 상향하여 서비스 품질 및 이용자 선택권을 실질적으로 보장하였다.

다. 제도개선을 통한 경쟁 환경 조성 및 규제 개혁

2008년 12월, 방송법 시행령을 개정하

여 지상파방송과 보도·종합편성 PP 소유가 금지되는 대기업 기준을 3조원에서 10조원으로 완화하고, SO간 겸영제한을 77개 구역 수 기준 1/5 초과금지에서 1/3 초과금지로 완화하는 등 방송선진화와 경쟁력 강화를 위한 여건을 마련하였다. 아울러, 방송광고판매 독점체계를 개선하고, 취약매체의 균형발전을 도모하기 위해 이해관계자와의 정책협의회를 실시하여 다양한 의견을 수렴하였다.

또한, 통신서비스 이용의 경제적 부담을 완화하고, 서비스 이용자 편의를 제고하기 위해 통신산업 및 서비스 규제정책 관련 7개 과제, 미디어 산업을 둘러싼 환경 변화를 고려한 미디어 산업 규제 관련 5개 과제 등 방송통신위 소관 22개 규제개혁 과제 중 12개 규제개혁 과제를 완료하였다.

지상파·케이블·위성·독립제작사 등 방송콘텐츠 제작사에 대해 우수 프로그램 제작비를 지원(121개 사업자, 177개 프로그램에 총 139억 원)하고, 재외동포들이 민족자긍심을 가질 수 있도록 외국 소재 한국어 방송사를 지원(52개 방송사, 156개 공관에 15편의 프로그램 제공 등)하였다.

2008년 12월, 콘텐츠의 기획, 제작, 유통, 비즈니스, 인력양성 등 서비스 전반을

혁신하고, 중소기업체를 One-Stop 지원할 「방송콘텐츠 클러스터」 건립 계획을 마련하였다.

아울러 2008년 11월, 5개 SO에 대한 재허가시 방송수신료의 25% 이상을 PP에게 프로그램 사용료로 지급하도록 허가조건을 부과하여 유료방송시장의 공정한 콘텐츠 유통 여건을 조성하였다.

수출을 지원하였다. 또한, 이집트·말레이시아에 국내기술로 개발한 T-DMB(지상파 DMB) 시범방송망 구축을 지원하여 유망시장에 대한 교두보를 확보하였다.

라. 방송통신 Korea의 위상을 높이는 해외 진출 추진정책

2008년 6월, OECD 장관급 회의인 “인터넷 경제의 미래에 관한 OECD 장관회의”를 개최하였다. 아시아에서 최초로 개최한 회의로서 44개국 장·차관 등 총 2,300여 명의 정부대표, 민간·국제기구 인사가 참석하여 “인터넷 경제의 미래에 관한 서울 선언문”을 채택하는 성과를 거두었다.

정부간 협력, 해외 마케팅 지원 등을 통해 첨단 방송통신서비스와 콘텐츠의 해외 진출을 적극 지원한 점도 빼놓을 수 없는 성과다. 태국, 우즈베키스탄, 브루나이 등에서 WiBro·IPTV 로드쇼를 개최하였고, 베트남, 프랑스, 두바이 등에서는 방송콘텐츠 쇼케이스를 열어 서비스 및 콘텐츠

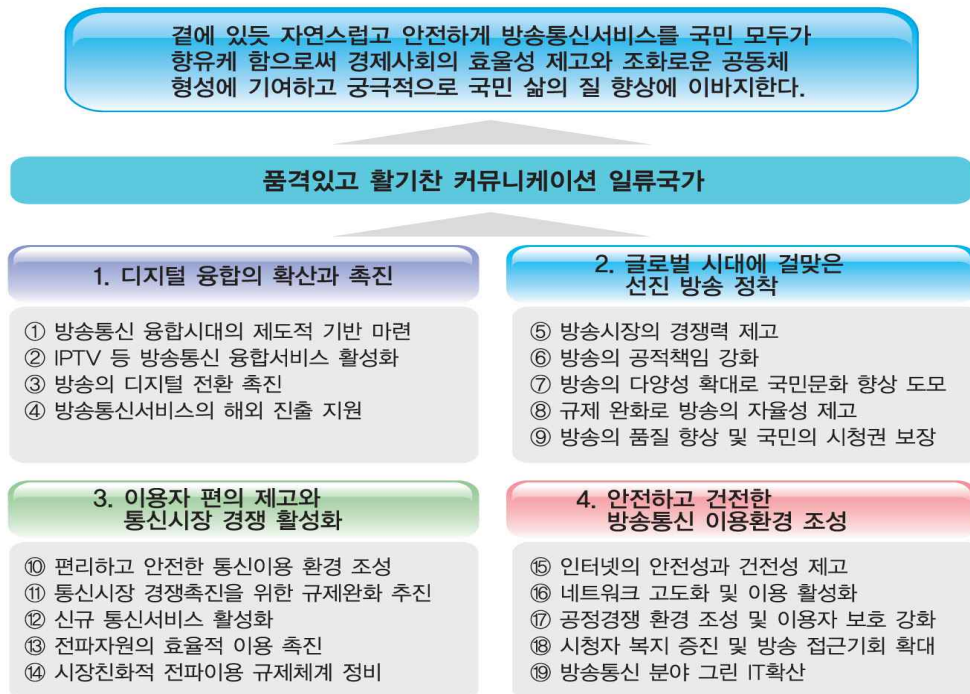
3. 2009년 정책목표

방송통신위원회는 「세계일류 방송통신 국가」를 실현하기 위해 “결에 있듯 자연스럽게 방송통신서비스를 국민 모두가 향유케 함으로써 경제사회의 효율성 제고와 조화로운 공동체 형성에 기여하고, 국민의 삶의 질 향상에 이바지한다.”를 2009년 임무로 설정하고, “품격있고 활기찬 커뮤니케이션 일류국가”를 비

전으로 설정하였다.

또한, 방송통신의 산업·경제적 역할 증대, 통신시장 경쟁 및 효율성 증대, 신뢰성과 안전성에 대한 위협 증가라는 정책환경 변화에 적극 대응하기 위해, 디지털 융합의 확산과 촉진, 글로벌 시대에 걸맞은 선진 방송 정착, 이용자 편의 제고와 통신시장 경쟁 활성화, 안전하고 건전한 방송통신 이용환경 조성 등 4가지로 정책방향을 설정하고 이에 따라 업무를 수행하였다.

<그림 II-2> 2009년 정책목표





III

2009년도 방송통신 정책 성과

제1절 디지털 융합의 확산과 촉진

1. 방송통신 융합 활성화 기반 조성
2. IPTV 활성화
3. 방송통신 콘텐츠 산업 경쟁력 강화
4. 방송의 디지털 전환 가속화
5. 방송통신서비스 해외진출 지원

제2절 글로벌 시대에 걸맞은 선진 방송 정착

1. 방송시장의 경쟁력 제고
2. 방송의 공적 책임 강화
3. 규제 완화를 통한 방송의 자율성 제고
4. 방송의 품질 제고 및 국민의 시청권 보장

제3절 이용자 편익제고와 통신시장 경쟁 활성화

1. 서민생활 안정 지원
2. 통신시장 경쟁 활성화 추진 및 구조개편 지원
3. 신규 및 융합 통신서비스 활성화
4. 전파의 이용활성화 및 전파 산업 성장기반 조성

제4절 안전하고 건전한 방송통신 이용환경 조성

1. 인터넷의 안전성 및 신뢰성 제고
2. 네트워크 고도화 및 이용 활성화
3. 공정경쟁 환경 조성 및 이용자보호 강화
4. 시청자 복지증진 및 방송 접근기회 확대
5. 저탄소 녹색성장 구현을 위한 녹색 방송통신 추진

III. 2009년도 방송통신 정책 성과

제1절 디지털 융합의 확산과 촉진

1. 방송통신 융합 활성화 기반 조성

가. 방송통신 법·제도적 기반 마련

방송통신시장은 기술발전과 IPTV, WiBro 등 신규서비스의 등장, 방통융합화의 진전, 방송통신 콘텐츠의 다매체화 등으로 방송통신의 영역간 경계가 불분명해짐에 따라 경쟁양상이 더욱 다양화되고 복잡화되고 있다.

더불어 콘텐츠, 서비스, 네트워크가 독자적인 프로토콜을 사용하는 기존 방송과 통신시장의 수직적 가치사슬이 분화되고, 각 가치사슬 단계별로 경쟁이 증가하는 수평적 산업구조로의 전환이 진행되고 있다.

이러한 환경 변화에 대응하기 위해 방송통신 산업에 대한 새로운 개념 수립과 방송통신 관련 법령을 체계적으로 정리하고, 방송통신 융합을 촉진할 수 있는

기반을 마련하여 방송통신의 발전을 도모하고자 1단계로 방송과 통신의 기본적 사항을 규정한 방송통신발전기본법(안)을 마련했다.

「기본법」은 방송법과 전기통신기본법, 정보화촉진기본법 등에 분산돼 있던 방송통신 관련 내용을 통합해 새로운 커뮤니케이션 환경에 대응할 수 있는 내용을 담았다. 기본법은 총칙, 방송통신의 발전, 방송통신 진흥 및 인력양성, 방송통신발전기금, 기술기준, 재난관리, 보칙 등 총 본문 8장 48조와 부칙으로 구성되어 있다.

2008년 12월 방송통신발전 기본법을 국회에 제출한 후, 2009년 4월 17일 국회 문방위에 상정했고, 2009년 12월 18일 문방위에서 관련 공청회를 시행하였으며, 2010년 2월 26일 국회에서 법안이 통과된 상황이다.

기본적인 법체계 정립 이외에 방송통신 융합환경에 대비한 다양한 정책을 수립하기 위해서는 합리적인 예산 확보가 중요한데 현재 방통위 예산은 일반회계, 방송발전기금, 정보통신진흥기금으로 분산되어 있다.

이 중 방송발전기금은 방송분야, 진흥기금은 정보통신 연구개발 등으로 용도가

한정되어 방송통신 융합환경에 대비한 정책의 통합적 추진이 어렵다는 문제점을 가지고 있었다. 또한 진흥기금은 정부조직 개편과정에서 기금의 조성주체(방통위)와 운용주체(지경부)가 이원화되어 문제점이 가중되었다.

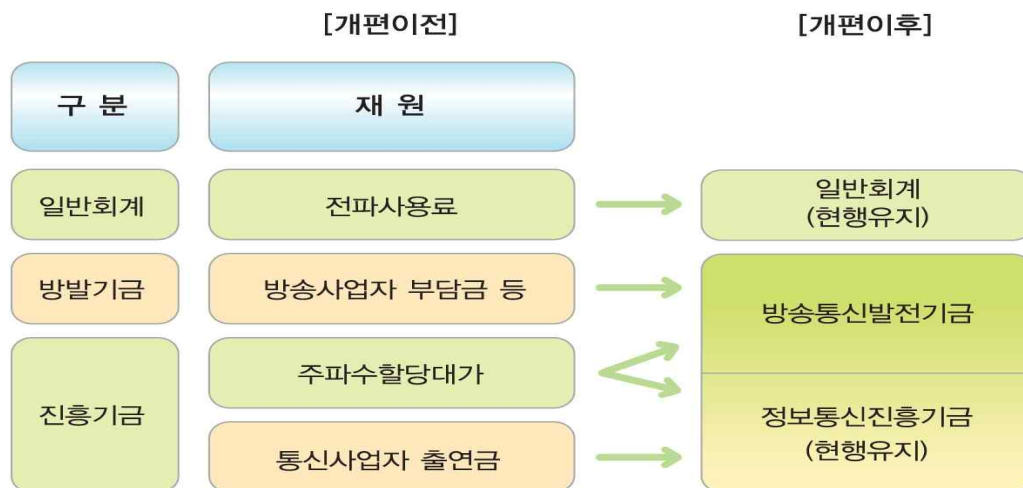
따라서 방송통신 진흥을 목적으로 한 방송통신발전기본법 제정 시, 기존 기금을 통합한 '방송통신발전기금'에 대한 설치 근거를 마련(방송통신발전기본법안 24조) 하였다.

이를 위해 방송발전기금 및 주파수할당대가 등을 '방송통신발전기금'으로 통합하고, 주파수할당대가는 '방송통신발전기금'과 '정보통신진흥기금'의 공동 재원으로 활용기로 하였다. 방송통신발전기금은 관

계부처간 합의된 MOU(2008.12.10)에 따라 2011년 1월 1일부터 설치될 예정이다.

향후 기금을 통해 방송통신 핵심 원천 기술 개발, 표준화, 인력양성 등과 시청자 권익증진, 방송 소외계층 방송접근 지원 등 방송의 공공성 제고, 방송통신 콘텐츠 제작지원, 방송의 디지털 전환, 주파수 회수재배치 손실보상 등 방송통신 산업 활성화 기반조성을 위한 다양한 업무에 활용될 예정이다.

<그림 III-1> 방송통신발전기금의 재원에 대한 개편 전후 비교



나. 방송통신 기술적 기반(R&D) 정립

방송통신산업의 신성장동력화와 2011년 방송통신발전기금 설치 등에 대비하여 방송통신분야의 R&D를 기획·관리·평가할 위원회 독자적인 R&D 추진체계가 필요했다.

이를 위해 우선 R&D 전 프로세스를 자율성을 갖고 책임 관리할 최고의 민간전문가로 미래인터넷, 모바일서비스, 차세대 방송, 융합기술, 전파·위성, 정보보호의 6개 분야별로 PM(Project Manager)을 선발하였으며, 방송통신 정책 전반에 대한 기술적 자문과 PM에 대한 평가 등을 위해 산·학·연 전문가 20인 이내로 기술자문단을 구성하였다.

이를 통해 중장기 R&D 기본계획 및 연도별 시행계획을 수립하는 등 체계적인 방송통신 R&D 정책을 추진할 계획이다.

2009년도 방송통신위원회 소관 R&D 예산은 정보통신진흥기금 출연사업비 7,594억 원 중 2,809억 원이며, 방송통신위원회 단독사업 985억 원 외에 지식경제부와 공동사업 1,824억 원이 포함되어 있다.

2009년 R&D 예산은 정보통신산업원천기술 개발과 방송통신 진흥기반 조성을 위한 사업을 추진하였다.

2010년도에도 원천 기술 개발 사업과 표준화 및 인력 양성 부문에 지속적인 R&D 예산을 지원할 예정이다. 향후에는 미션 지향적인 개방형 R&D 체계 구축과 기획·평가시스템의 선진화를 추진해 방송통신 R&D 시스템을 혁신하여 미래 서비스 육성을 위한 R&D 지원에 힘쓸 계획이다.

<표 III-1> 방송통신위원회의 R&D 추진체계 구성

구 분	주요 업무
PM(Project Manager) 도입	분야별(실국별)로 최고의 민간전문가를 영입, 과제 기획-선정-평가-상용화 등 R&D 전 과정을 책임 관리
기술자문단	산·학·연 전문가들로 구성, PM의 성과를 점검하고 메타 평가 실시, 방송통신 기술정책에 대한 포괄적 자문 등 수행

<표 III-2> 2009년도 방송통신위원회 소관 R&D 예산

(단위 : 억원)

프로그램	단위사업	세부사업	2008년 예산	2009년 예산
정보통신 산업원천 기술개발	차세대통신네트워크 산업원천기술개발	차세대통신네트워크 산업원천기술개발	1,092 (1,092)	988 (988)
	정보통신미디어 산업원천기술개발	전파방송위성원천기술개발	380	247
		정보통신미디어 산업원천기술개발	319 (319)	392 (392)
	SW컴퓨팅 산업원천기술개발	SW컴퓨팅산업원천기술개발	140 (140)	211 (211)
	계		1,931 (1,551)	1,838 (1,591)
정보통신 산업진흥	정보통신 성장기술개발	한국전자통신연구원 연구개발 지원	-	437.8 (150)
	정보통신 표준 기술력향상	정보통신표준개발지원	105.4 (78.8)	102.7 (83.1)
		정보통신표준화활동지원	123.84	114
	계		229.24 (78.8)	654.5 (233.1)
방송통신 진흥 기반조성	방송통신서비스 활성화기반구축	방통융합공공서비스활성화	30	42.5
		차세대네트워크기반구축	109.9	93.5
		방송통신정책연구	106.86	91.9
		소계	369.14	790.5
	전파자원 개발 및 관리	EMC 기술 지원	14	15
		안전한 전자파 환경 구축	26	-
		주파수자원의 재개발기반 구축	12	12
		소계	52	27
	방송통신 기술인력 양성	초고속 정보통신 기반인력 양성	36	36
		전파방송 기술인력 양성	17	26
		소계	53	62
	계		351.76	316.9
총계			2,512 (1,629.8)	2,809.4 (1,824.1)

주 : ()는 방통위·지경부 공동사업

다. 방송통신 인력 양성 확대

2008년 KISDI 기초조사 결과, 대졸자 및 석박사급은 공급이 부족하고, 산업별로는 기기 제조보다 SW/콘텐츠에 대한 수요가 많아 고급인력 양성 정책과 대학내 학과 조정 등이 필요한 것으로 나타났다.

그러나 단기적 시각, 대중적 대응, 수요·공급의 불일치 등이 맞물리며 현장 수요 인력의 적기 공급은 부진한 상황이다. 부족한 인력을 양성하기 위하여 2009년 11월 직종별·학력별 수요전망 및 수급차 분석을 활용해 “방송통신 인력양성 중장기 추진전략”을 제시하였다.

이러한 전략을 기반으로 방송의 디지털 전환·방송통신 융합, 방송시장 개방 등 급

변하는 방송환경에 적극 대응하기 위해 우선적으로 한국방송협회, 한국케이블TV협회, 한국방송작가협회 등 전문가와 교수로 구성된 “인력양성 정책협의회”를 구성하여 운영하고 있다.

향후 정책협의회를 활용해 교육과정 개발·자문, 전문강사 추천, 교재 커리큘럼 검토, 운영평가 등에 관련된 학계 및 업계의 수요를 반영할 예정이다.

둘째, 현업방송인 재교육을 위해 방송관련 업체 재직자 등을 대상으로 기획·제작, 유통·마케팅, 디지털 방송기술 등 3개 분야에 대한 재교육을 실시하였다.

셋째, 한국전파진흥원 부설 IT인재개발교육원에 위탁해 방송분야 중장기 인력정책 수립을 위한 연구를 수행하였다. 그 결

<표 III-3> 현업방송인 재교육 프로그램 내용

분 야	교 육 내 용	교육인원
기획·제작	방송프로그램 기획안 작성, 프로그램 제작, 포맷 개발교육 등	474명
유통·마케팅	영상물 유통구조, 시장현황, 판매전략, 협상능력 배양교육 등	109명
디지털 방송기술	디지털방송에 사용되는 NLE(비선형) 편집기술 교육, 방송 자동화 기술, 인코딩 등 DTV 송출 기술 교육	376명
	합 계	959명

※ 기존의 사업자 공모·선정을 통한 일회성 교육방식을 지양하고, 전략적 육성이 필요한 부문에 대한 전문교육을 실시하여 선택과 집중에 의한 지원방식을 도입

과 업종별 직무분석, 업계 인력수요 조사, 방송통신융합 등 주요 변인이 인력 수급에 미치는 영향 분석, 전략적 인력양성 분야를 연구해 현업방송인 재교육을 포함한 방송분야 인력양성의 중장기 정책방향을 모색하고, 방송인력 양성사업의 구체적 추진전략을 도출하였다.

2010년에는 초고속정보통신 기반인력, 방송영상 전문교육, 디지털방송 기술 전문인력 양성 등 전년도 실적평가 등을 반영하여 현장인력에 시급한 교육 커리큘럼을

우선적으로 개발하여 지원을 확대할 계획이다.

라. 방송통신 활성화 인프라 체계 정비

방송통신 활성화를 위해 기본적인 인프라 구축이 필요한데, 그 중 하나가 통계시스템을 정비하는 것이다. 그간 방송분야는 통계화가 일부 부진했고 통신분야도 정부조직 개편취지에 따라 기존 정보통신부 업무가 지식경제부와 방송통신위원회로 분리되면서 위원회의 역할 및 정책영역에

<표 III-4> 통계시스템 구축 내용

구 분		주요 내용
방송통신산업		사업체수, 종사자수, 매출현황, 서비스 현황, 가입자현황, 요금현황, 인터넷 현황, 전파방송산업현황, 무선국 국종별 현황 등
세계속의 방송통신	주요통계	유·무선전화 및 인터넷 관련 통계(가입자수, 회선수, 보급률, 국가별 초고속 인터넷 순위 등)
	국제지수	ITU의 국가별 ICT발전지수, WEF의 국가별 네트워크준비지수, IMD의 국가경쟁력지수, EIU의 e-비즈니스 준비도지수, UN의 전자정보평가, 한국정보화진흥원(NIA)의 연도별 국가정보화지수
	해외방송 통계	6개 지역(아시아, 서유럽, 북미/중남미, 아프리카/오세아니아, 중동, 동구/CIS)으로 구분되어 각 국가별 인구, 유선전화회선수, 이동전화 가입자수, 인터넷 가입자수 등
거시경제	경제분야	국민총생산(명목)/국민총소득(명목), 1인당 국민소득, 교육규모, 외환보유액, 경상수지 등
	사회분야	생산자물가지수/소비자물가지수, 수출물가지수/수입물가지수, 장래추계인구/장래추계가구, 경제활동인구/경제활동참가율, 취업자/고용률, 실업자/실업률, 환율달러/유로/엔/위안, 국제유가 등
발간자료실		통계연보, 월보, 인력동향보고서, 기업경기실사지수(BSI), 비정기간행물(생태계실태조사) 등과 기타 기관의 발간 자료 및 동향정보

맞춘 통계체계 조정이 미흡했기 때문이다.

이를 해결하기 위해 2009년 1월부터 방송통신 관련 통계에 대한 종합 검토를 거쳐 불필요한 통계는 정리하고, 방송분야 등에 대한 통계지표를 추가적으로 발굴하는 등 방송통신산업 전반에 대한 통계 범위·분야를 새롭게 조정하여 통계 시스템을 구축하였다.

2009년 구축이 완료된 방송통신 통계포털시스템(www.icti.or.kr)은 방송통신 산업통계 조사 기능과 분석 기능을 갖추고 있어 방송통신위원회는 물론, 일반국민, 방송통신 관련 유관기관, 연구·교육기관 등에서 방송통신 관련 고품질의 통계를 활용할 수 있게 되었다. 현재 방송통신 통계포털시스템은 방송통신 통계작성기관에서 작성·공표하는 통계를 통합하여 One-Stop으로 제공할 수 있는 통계DB 및

포털서비스를 제공하고 있다.

2. IPTV(인터넷멀티미디어방송) 활성화

방송통신서비스 시장이 성숙기에 접어들면서 신규 성장 동력이 필요한 시점에서 IPTV를 통해 신규 융합서비스를 활성화하고자 다양한 노력을 지속해 왔다.

우선적으로 2008년 제도화된 「인터넷멀티미디어 방송사업법(이하 IPTV법)」을 기반으로 하여 2008년 9월 KT, SK브로드밴드, LG데이콤 3사를 IPTV 제공사업자로 신규 허가를 했고, 2008년 11월 17일 KT, 2009년 1월 1일 SK브로드밴드와 LG데이콤의 상용서비스가 개시되면서 IPTV 상용화 서비스가 본격화되었다.

2009년 1월 본격 서비스 개시 이후, 2009년 1월~2009년 6월 중순까지 일평균

<IPTV 상용서비스 출범 기념식>



<IPTV 시연 장면>



가입자는 소폭으로 증가해 2009년 6월말 까지, IPTV법이 규정하는 IPTV 실시간 가입자는 47만 명 수준에 불과하였으나, 2009년 6월 중순 이후 본격적으로 증가하여 12월 31일말 현재 실시간 IPTV 가입자는 174만 명이며, Pre-IPTV를 포함한 IPTV 총가입자는 237만 명을 기록했다.

사업자별 실시간 IPTV 가입자 현황은 KT 100.8만 명, SK브로드밴드 40.2만 명, LG데이콤 33만 명을 기록하고 있다.

이러한 성장 속도로 볼 때 IPTV는 상용화 개시 후 2년이 안되는 2010년 상반기 중 200만 가입자를 달성할 것으로 보여 케이블TV 5년, 위성방송 5년, 위성 DMB 4년 등 주요 유료방송 플랫폼 중 가장 빨리 200만 가입자 달성이 예상된다.

이러한 IPTV의 급속한 성장을 기록할 수 있었던 요인은 방송통신위원회가 2009년에 초기 수요 창출을 위한 공공서비스 개발, IPTV 사업계획 이행점검을 통한 네

트워크/콘텐츠 투자 유도 및 이에 따른 가입자 기반 확대, 산업 활성화 및 투자의 욕 고취를 위한 제도 개선 등의 노력을 수행했기 때문이다. 이에 대한 좀 더 상세한 내용은 다음과 같다.

가. 초기 수요창출을 위한 공공서비스 개발

초기 수요 창출을 위한 공공서비스 중 우선적으로 2009년 2월 IPTV를 활용한 맞춤형 교육서비스 방안이 마련되었다. 이를 통해 교육기회를 확대하고 공교육 정상화에 기여하는 한편, IPTV 활성화도 일부 촉진하고자 하였다.

IPTV를 활용한 교육서비스 활성화를 위해 학교망 고도화가 필요한 바 2009년에 총 450억 원(방통위 300억 원, 교과부 150억 원)을 투입하여 전국 11,414개 학교의 인터넷 속도를 10Mbps에서 5배 이상 증속하고, 장비는 80%이상 국산장비로 교체하였다.

<표 III-5> IPTV 누적 가입자 현황

(단위 : 천명)

구 분	2009.2	2009.4	2009.6	2009.8	2009.10	2009.12.31
Pre-IPTV	1,405	1,274	1,219	1,110	876	632
IPTV	148	313	468	740	1,222	1,741
합 계	1,553	1,587	1,688	1,850	2,098	2,373

2009년 7월 20일부터 전국 유명학원 강사 강의를 'IPTV 라이브 교육방송'을 통해 송출하고 있고, 전국 방송, 무료 강의 및 생방송 수능을 녹화하여 매일 15시간 재방송하고 있으며, 2009년 10월부터는 학교 22개교, 학급 102개, 학생 3,131명을 선정하여 시범사업을 추진하였다.

교육서비스 외에 국방, 농수산, 보건의료, 관광 등 다양한 분야의 IPTV 공공서비스 시범사업 추진을 위해 방송통신위원회와 전담기관인 한국정보화진흥원은 2009년 방송통신융합 공공서비스 시범서비스 사업자로 KT컨소시엄, LG데이콤컨소시엄, SK브로드밴드컨소시엄을 선정했다.

선정된 컨소시엄은 약 45억 원의 민관 매칭펀드를 활용하여 정부부처·공공기관이 보유하고 있는 콘텐츠를 제작해 시범가구에 제공하였다.

사업 초기에는 단순 VoD, 텍스트 위주의 정보제공형 공공서비스를 제공하였으나, 2009년에는 양방향 공공서비스를 발굴하여 기술표준화 작업과 연계되어 IPTV 활성화를 추진하였다. 시범사업을 통해 제공되는 공공서비스로,

첫째, 국군장병들의 사기진작 및 새로운 군문화 창출을 위해 국방부와 협조하

여 2009년 8월, 8개 부대(230여 개소)에 인프라를 구축했다. 국방부의 콘텐츠를 활용해 군 장병들에게 자기계발을 할 수 있도록 교육콘텐츠가 제공되었고, 영상면회 서비스를 개발하여 격오지 부대에 근무하는 장병을 가정에서 영상면회를 통하여 만날 수 있도록 제공되었다.

<국방 IPTV 공공서비스 화면>



둘째, T-커머스 기반의 IPTV 홈쇼핑서비스를 제공하기 위하여 한국농림수산정보센터의 콘텐츠를 활용하여 IPTV서비스를 제공했다. 농수산물 생산지와 직거래가 가능하며, 전자결제도 가능한 양방향 홈쇼핑서비스이다. 이외에도 영농기술 교육, 농업인 여론조사 서비스 등도 함께 서비스되고 있다.

<농수산 IPTV 공공서비스 화면>



셋째, 건강보험심사평가원의 의료·병원정보 등 보건의료 관련 콘텐츠를 IPTV 플랫폼에 적합한 형태로 가공·처리하여 국민에게 향상된 보건의료 정보서비스를 제공했다. 특히, 전문 상담사와 거동이 불편한 노약자간에 양방향 영상건강상담 서비스를 제공했다. 2009년 11월부터 질병 및 약품정보, 자가진단, 병원정보, 원격상담 등의 시범 서비스를 제공하고 있다.

<보건의료 IPTV 공공서비스 화면>



넷째, 한국관광공사의 여행정보 콘텐츠에 IPTV 양방향 기술을 적용하여 여행정보 서비스를 제공하고 있다. 여행정보에 대하여 시범서비스를 제공하였다.

<관광 IPTV 공공서비스 화면>



다섯째, 정부통합전자민원(www.egov.go.kr)을 통해 제공중인 국민생활과 밀접한 전자민원에 대하여 시범서비스를 제공하였다. IPTV 민원서비스를 통해 국민에게 필요한 주민등록등초본, 건축물대장, 토지대장, 소득금액증명, 법원행정, 학력증명, 자동차등록, 출입국 사실증명, 주택가격 확인 등의 민원서류를 신청, 조회할 수 있게 되었다.

<민원 IPTV 공공서비스 화면>



여섯째, 서울시와 IPTV 3사가 협력하여, 서울시에서 운영하는 CCTV 실시간 동영상, 경로검색, 교통소통·통제 등의 정보를 IPTV로 제공할 예정이다. 이를 위해 2009년 10월부터 협의를 시작하여 2010년 3월 완전개통을 목표로 하고 있다. 서울시는 고속화도로, 간선도로, 대로, 교량, 터널 등에 설치된 CCTV를 활용해 교통정보 영상정보 서비스를 제공할 예정이다.

<교통 IPTV 공공서비스 화면>



마지막으로 2009년 7월 경찰청과 IPTV 3사와 협약을 체결하여 유괴·실종시 전광판, 휴대전화, 방송 등을 활용해 관련정보를 제공함으로써 시민제보를 이끌어내는 서비스를 제공하고 있다. 또한 재난사태 발생시 IPTV를 통해 재난경보를 발령하는 IPTV 사회안전망서비스도 제공하고 있다.

<사회안전망 IPTV 공공서비스 화면>



나. 콘텐츠 개발을 통한 가입자 기반 확대

IPTV 우수콘텐츠확보를 위해 양방향 특성의 융합형 콘텐츠를 제작·지원하는 한편, 기존 유료매체와의 차별화를 유도했다.

세부 지원 내용은 이용자 참여형 개인 맞춤형 콘텐츠, 팬클럽 및 지자체 등의 각종 CUG(Closed User Group) 활성화, 특

성화·차별화된 콘텐츠 제작, 국내 거주 외국인 선호분야 방송콘텐츠에 사전 및 정보검색 등에 대한 IPTV 영어자막 서비스, 기존 취업포털 DB와 연계 및 화상면접 등에 대한 구인구직 콘텐츠 제작 등이다.

이를 위해 2009년에 95억 원(정기 45억 원, 추경 50억 원)의 예산을 편성하여 공모를 통해 콘텐츠 사업자, 방송사업자 등을 대상으로 한 사업자 선정을 지원(27건)했다.

IPTV서비스업체 3사는 2009년 1월 본격 서비스 개시 이후, 초기 채널 확보에 어려움을 겪었으나 지상파(1월), 보도채널(YTN)(5월), 스포츠채널(7월) 등 핵심채널을 지속적으로 수급했고, 골프채널, MPP 계열 채널 등과 지속적으로 채널 수급 협상을 진행 중에 있다.

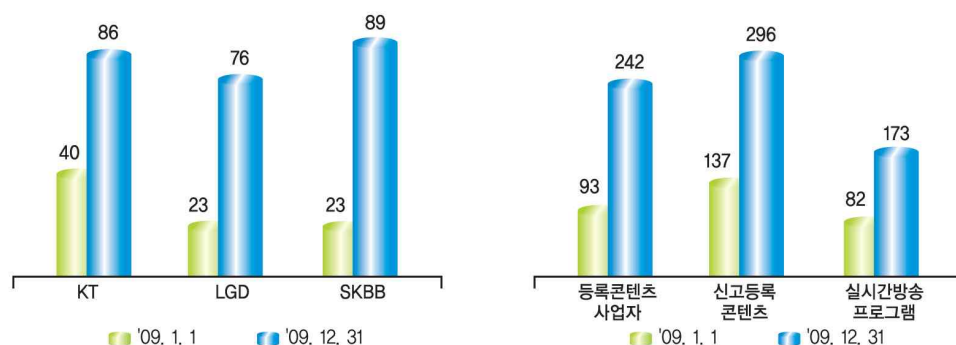
2009년 12월말 기준으로, IPTV 3사의 송출 채널은 KT 86개, SK브로드밴드 89개, LG데이콤 76개 채널을 송출하고 있다. 이러한 지속적인 콘텐츠 수급 노력을 통해 실시간 송출 채널 수 뿐만 아니라 콘텐츠 제공사업자와 콘텐츠 수 등 콘텐츠 제공사업도 증가추세에 있다.

다. 산업활성화 및 투자의욕 고취를 위한 제도 개선

1) 제도 개선

IPTV 산업 활성화를 위해서는 현재 시행되고 있는 불합리한 제도 개선이 필요했다. 이를 위해 현행 방송사업자, 부가통신사업자 등 기존의 콘텐츠사업자가 IPTV 제공사업자에게 콘텐츠를 공급하기 위해

<그림 III-2> 실시간 채널 송출 추이 및 콘텐츠 제공사업 추이



서는 방통위에 신고 또는 승인이 필요했으나, 이러한 이중적 절차를 개정해 방송통신위원회에 이미 등록하거나 승인을 받은 기존 콘텐츠사업자는 이중적인 신고 또는 승인 절차 없이 IPTV 콘텐츠를 제공할 수 있도록 간주조항을 신설했다.

또한 외국인 투자 확대를 위해 외국인 소유제한 완화가 필요했다. 이를 위해 현재 외국인은 IPTV 콘텐츠사업자의 총 발행주식 또는 지분의 100분의 49를 초과하여 소유할 수 없었던 외국인 소유제한을 폐지하고, 실시간 방송프로그램을 제공하지 않는 전기통신사업법상 부가통신사업자는 외국인 지분 제한 규정이 없는 현행 전기통신사업법과 같이 외국인 주식소유 제한(49%) 대상에서 제외시키는 내용이 포함된 IPTV법 개정안을 국회에 제출했다.

2) 국내외 표준화 추진

IPTV서비스를 위한 핵심기술 미확보, 표준화가 미비한 경우 IPTV 시장의 활성화로 인해 얻은 성과를 국내 IPTV산업 발전으로 연결시키지 못할 우려가 있다. 따라서 IPTV산업의 지속적인 성장을 위해서는 차세대 IPTV서비스에 대비한 핵심기술 개발 및 국제표준 선점을 추진하여 서비스-콘텐츠-네트워크-단말로 이어지는 가치사슬의 선순환 구조를 구축할 필요성이 제기되어 IPTV 표준화를 추진하였다.

이에 따라 국내외 IPTV 표준화를 선도할 수 있도록 2009년 2월, 산·학·연·관 등 15명의 전문가들로 구성된 'IPTV 표준화 협의회'를 구성해 IPTV 표준화 로드맵을 마련하였다.

또한 한국정보통신기술협회(TTA)를 중

<표 III-6> IPTV 표준화 간담회의 주요 합의 내용

주요 이슈 분야		주요 합의 내용
DCAS 표준화		TTA에서 개발되고 있는 DCAS 표준안 개발 작업에 3사가 적극 참여하고, 개발되는 표준안을 3사가 수용하기로 함
IPTV 미들웨어 표준화	브라우저 (웹) 기반	TTA에서 작성중인 표준초안에 대해 3사가 제정 표준을 적용하는데 이견이 없으며, 세부 기술규격에 대한 검토를 통해 표준을 수용
	ACAP-J (자바) 기반	새로 개발될 응용서비스를 포함한 모든 API(Application Interface) 함수는 표준화 범위로 간주하여 표준화 추진

주) 1. CAS(Conditional Access System): 유료방송 가입자만 방송프로그램을 시청할 수 있도록 수신을 제한하는 시스템

2. DCAS(Downloadable-CAS): 방송센터로부터 CAS를 자유롭게 다운로드 받을 수 있도록 하는 기술

<표 III-7> IPTV 주요핵심 표준화분야의 표준제정 및 사업자 적용일정

비고	표준 항목	표준개발	표준제정	표준적용
콘텐츠 표준	자바 및 브라우저 기반 미들웨어 표준	2009. 12.	2010. 03.	2010. 10.
자막방송 표준	IPTV 자막방송 표준	2009. 06.	2009. 09.	2010. 10.
셋톱박스 표준	IPTV DCAS 표준	2009. 12.	2010. 03.	2010. 10.
	IPTV 서비스 탐색·선택 및 전송방식표준	2010. 06.	2010. 09.	2011. 10.
	IPTV 단말 표준	2010. 06.	2010. 09.	2011. 10.
	IPTV 사업자 선택 및 서비스 사용인증 접근 표준	2010. 06.	2010. 09.	2011. 10.

심으로 IPTV 3사 및 미들웨어, 단말 제조업체 등 관련 업체가 참여하여 IPTV 표준화가 추진되었으며, 2009년 4월에는 IPTV 3사가 표준화에 대한 필수적인 사업자의 장비 및 시스템 기술규격을 공개함으로써 표준화 논의가 본격화되었다. 표준화 사업의 세부 내용은 우선 기술개발 지원, 국내 표준화 추진, 국제 표준화를 위한 참여 확대로 구분할 수 있다. 우선, 기술개발을 위해 IPTV 2.0 기술, IPTV 단말 고도화 등 기술개발 6개 과제(220억 원)를 지원하였다.

이를 위해 IPTV 기술개발 협의회를 중심으로 산업계·학계 등 전문가 의견수렴을 통해 체계적으로 기술개발을 추진하고 있다. IPTV 기술개발이 진행 중인 6개 과제에서 총 177건(국제 59건, 국내 118건)의

국내외 특허출원이 추진되고 있고, 기술개발이 진행 중인 핵심기술 중 상용화가 가능한 “융합서비스 제공을 위한 기반 기술”, “ACAP-J 애플리케이션 기술” 등 총 27건(25건 완료, 2건 진행 중)의 기술이전이 추진되고 있다.

국내 IPTV 표준화의 중점 추진 내용은 DCAS(다운로드 CAS), IPTV 미들웨어 등이며, 이를 통해 IPTV 단말 및 콘텐츠 등의 상호 호환성을 확보함으로써 IPTV 관련 산업 및 이용자 편익을 제공하고자 노력하였다. 이러한 핵심 표준화를 중심으로 필수적인 사업자의 시스템 규격을 공개한 이후 실무협의를 거쳐 2009년 8월 “IPTV 표준화 간담회”에서 쟁점분야 합의를 도출하였다.

또한, 2009년 11월 IPTV표준화협의회는

주요 핵심 표준화 분야의 표준제정 및 사업자 적용일정 등에 대해 TTA와 IPTV 3사간 IPTV 표준화 협약체결을 추진키로 의결하였다.

국제 IPTV 표준화 작업에 우리나라가 주도적으로 참여하고자 2009년 4월에 한국 주관(TTA 및 ETRI 공동)으로 ITU-T IPTV 국제표준화 회의를 개최해 총 30여건의 국제 기고서 중 한국은 웹기반 IPTV 서비스, 모바일 IPTV 단말 등 8건의 기고서를 제출·반영하였다. 6월에는 ITU-T IPTV-GSI 국제 표준화 회의(스위스)에 참가해 총 53건의 국제 기고서 중 한국은 29건의 기고서를 제출하여 IPTV 단말, 보안, 홈네트워크 등의 분야에서 국제 표준화를 주도했다. 2010년 3월 현재, 우리나라는 ETRI, 학계 등이 ITU-T IPTV 국제 표준화 회의에 적극 참여(7회)하고 총 122건의 표

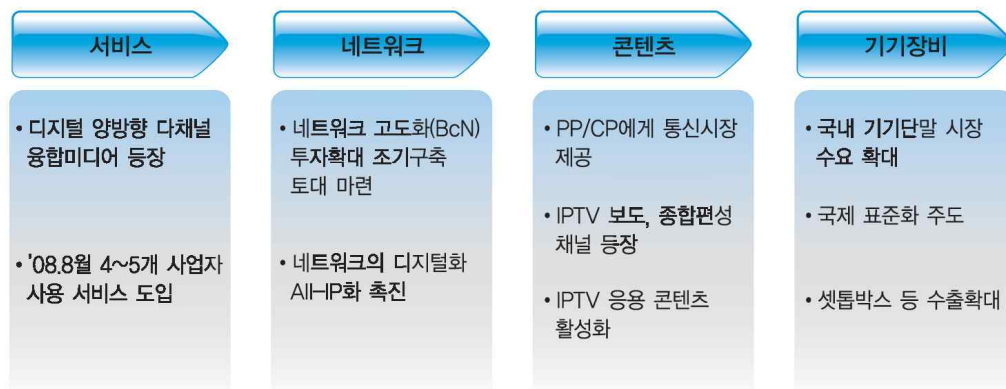
준화 기고서를 제출한 상황이다.

지금까지 살펴본 IPTV 활성화를 위한 주요 성과를 통해 기대할 수 있는 효과는 다음과 같다.

첫째, 이용자 선택권 확대 및 국민복지 증진이다. IPTV는 인터넷을 기반으로 다양한 방송 콘텐츠 선택, VoD, 양방향 서비스, 개인화된 응용서비스를 통해 이전에는 경험하지 못한 고품질의 방송·통신 융합 서비스를 제공함으로써 이용자의 선택권 확대와 복지증진에 기여할 수 있다. 또한 새로운 전송수단인 IPTV 도입은 유료방송 시장의 경쟁을 촉진하여 요금 부담완화 등 이용자 후생 증진에 기여할 것으로 예상된다.

둘째, 융합서비스 가치사슬 메커니즘의 구축이다. IPTV는 「서비스→네트워크→콘텐츠→기기·장비」로 이어지는 가치사

<그림 III-3> 융합서비스 가치사슬 메커니즘



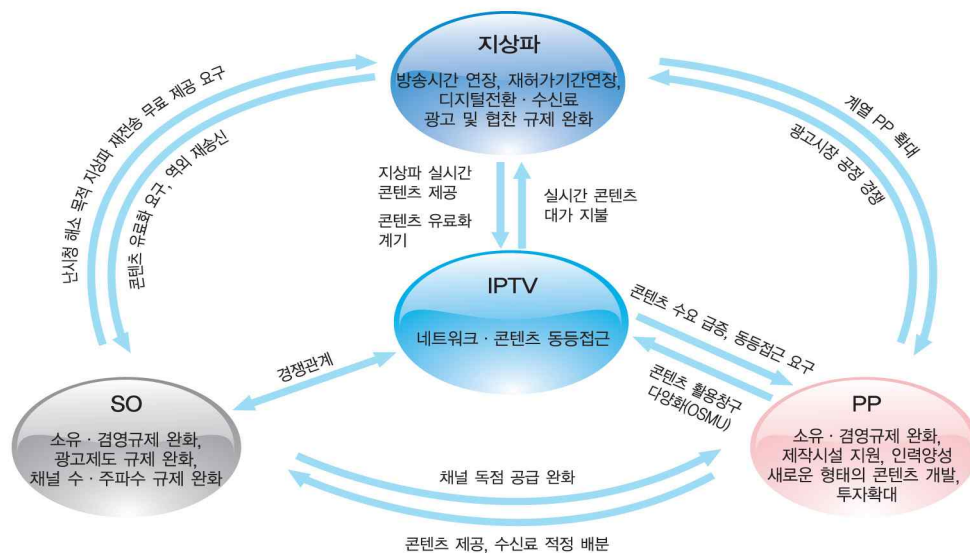
슬 전반에서 선순환 발전을 유발해 신성장동력 창출에 기여할 것으로 예상된다.

셋째, 콘텐츠산업의 활성화 계기가 마련된다. 과거 제한된 방송채널(케이블, 위성 방송)과 달리 IPTV의 도입으로 콘텐츠 제공통로가 늘어남에 따라 기존 방송채널사용사업자 및 인터넷 콘텐츠사업자에게 새로운 윈도우를 제공해 준다. 그동안 유료 방송 채널 수 제한과 관련 사업자의 독점적 지위 남용으로 인해 어려움을 겪던 콘텐츠사업자들의 채널 확보가 용이해지고, 매체간 공정경쟁과 콘텐츠 유통의 공정거래 질서를 강화할 수 있다.

마지막으로 미디어시장의 변화를 선도

한다. IPTV의 도입은 방송·통신 상호진입 뿐만 아니라 기존 지상파방송 및 유료 방송(케이블TV·위성) 시장에 직·간접적 구조 변화를 유발할 것으로 예상된다.

<그림 III-4> IPTV도입에 따른 미디어 시장의 변화



3. 방송통신 콘텐츠 산업 경쟁력 강화

디지털 융합으로 인해 방송통신 패러다임이 변화하고 있다. 디지털 기술의 발전과 방송통신 전송망 광대역화에 따라 기존 방송과 통신의 네트워크, 플랫폼, 단말기간의 경계가 허물어지고 있고, 인터넷의 확산과 유무선 네트워크의 광대역화는 웹 TV, DMB, IPTV 등 콘텐츠의 유통창구를 다양화시키고 있다.

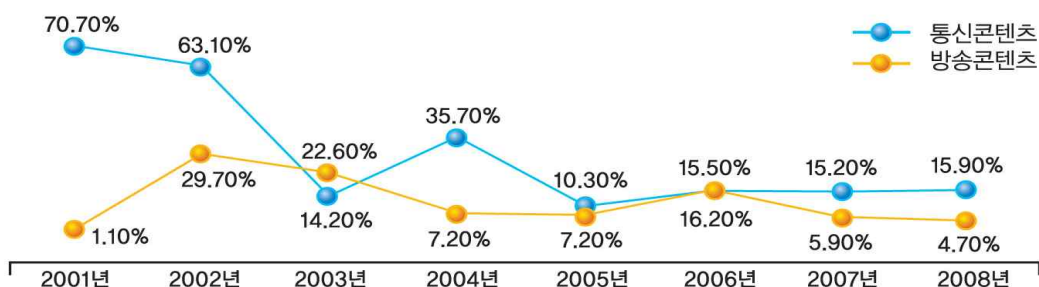
네트워크, 플랫폼, 콘텐츠가 영역에 따라 수직적으로 결합되던 과거의 구조에서 플랫폼과 미디어가 서로 통합되는 형태로 진화하고, 콘텐츠는 통합플랫폼에서 자유롭게 유통될 수 있는 기반을 형성하고 있다.

이러한 방송통신 융합 환경에서 방송통

신 콘텐츠 산업의 중요성은 더욱 증가해가고 있는 상황이다. 방송통신콘텐츠 산업은 미래의 신성장동력 분야로 주목받으면서 2006년 세계 시장 규모가 반도체(2,346억 달러), 가전산업(2,643억 달러)보다 큰 4,894억 달러(2006년)를 기록하여 2012년까지 연평균 7.4% 성장할 것으로 전망된다. 특히, 세계의 모바일 콘텐츠 시장은 연평균 30.4%로 고성장할 전망이다.

반면 국내 통신콘텐츠 산업은 두 자리수 성장세를 유지하고 있으나, 2001년 이후 성장 둔화세가 뚜렷하게 나타나면서 시장이 성숙기에 접어들고 있다. 2008년 통신콘텐츠 시장의 매출 규모는 전년대비 15.9%로 성장한 약 6.6조 원을 기록하고 있다. 방송콘텐츠 시장도 전반적으로 2002년 이후에 하락 추세가 가속화되고 있는

<그림 III-5> 방송통신콘텐츠 산업 성장률 추이



- 주 1) 통신콘텐츠 매출은 부가통신서비스의 콘텐츠제공서비스와 SW의 디지털콘텐츠 제작의 합계임
 2) 지상파방송과 다채널유료방송의 매출은 전체 매출액에서 비영리사업수입을 제외하고, 방송채널사용사업(PP)은 홈쇼핑채널의 상품판매수입을 제외한 매출
 ※ 출처 : 한국정보통신산업협회, “방송통신산업통계연보” 각년도, 방송통신위원회, “방송산업실태조사 보고서”

<표 III-8> 모바일 콘텐츠 매출 현황

(단위 : 억원)

구 분	2006년	2007년	2008년	CAGR (2006~2008)
전체 (데이터통화료+정보이용료)	20,972	20,584	18,792	-5.3%
정보이용료	7,101	7,182	6,430	-4.8%

출처 : 방송통신위원회(2008), “국내 모바일시장 현황 조사”

데, 2008년 매출 규모는 전년대비 4.7%로 성장한 약 7조 원을 기록하고 있다.

특히, 국내 모바일 콘텐츠는 높은 데이터 요금과 요금 예측성 결여에 따른 이용률 저하로 2006년 이후 정체 상태이며, 2008년에는 전년대비 8.7% 감소한 약 1조 9천억 원 규모를 형성하면서 세계 시장과 달리 오히려 규모가 축소되고 있는 상황이다. 국내 모바일 콘텐츠 분야도 벨소리, 통화연결음 등의 모바일 음악과 모바일 게임을 중심으로 성장했고, 그 외 시장은 매우 미미한 상황이다.

따라서 성숙단계에 접어든 국내 방송통신콘텐츠 산업의 경쟁력을 강화하기 위해 2009년 6월, 방송통신콘텐츠 산업 경쟁력 강화 대책을 마련하였다.

대책의 주요 내용은 콘텐츠 시장구조 개선을 위한 경쟁 활성화, 플랫폼 사업자와 콘텐츠 제작자간 불공정 거래 행위 개

선, 콘텐츠 산업 역량 강화 기반 조성 추진 등 3개 분야의 16개 과제로 구성하였다. 세부 추진과제의 주요 내용은 다음과 같다.

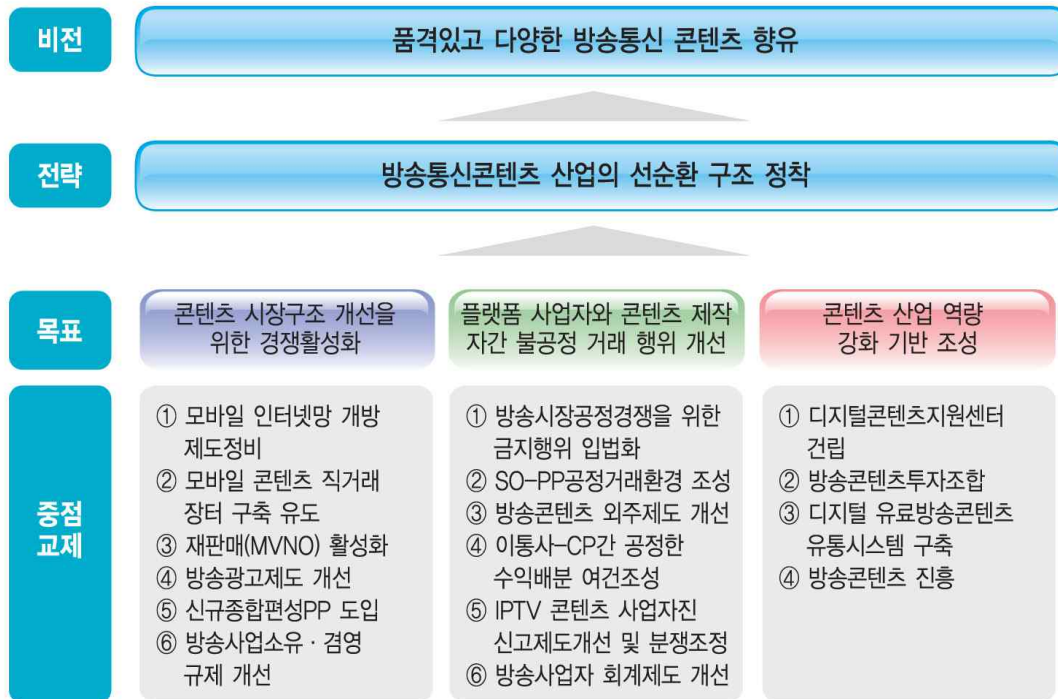
가. 콘텐츠 시장구조 개선을 위한 경쟁 활성화

1) 모바일 인터넷 망개방 제도 정비

정부는 2000년부터 모바일 인터넷망 개방을 지속적으로 추진하여 물리적인 망개방이 완료되는 등 어느 정도 성과를 거두었다. 그러나 이통사는 여전히 접속체계, 플랫폼, 정보제공 등을 폐쇄적으로 운영하는 부분이 있어 모바일인터넷이 활성화되지 못한 측면이 있었다.

모바일인터넷이 건전한 생태계를 형성하기 위해서는 2009년 3월 수립한 ‘모바일인터넷 활성화 계획’의 세부 시행방안을 구체화하는 것이 시급하였다.

<그림 III-6> 방송통신콘텐츠 산업의 경쟁력 강화를 위한 프레임워크



이를 위해 전기통신상호접속 고시와 이용약관 등에 의존하던 모바일 인터넷망 개방 제도를 전기통신사업법에 상향 입법하여 이통사와 외부 포탈/CP 및 S/W업체 간 수평적 경쟁체제에 대한 기본 틀을 마련하고자 하였다.

2) 모바일 콘텐츠 직거래 장터 구축 유도

미국 애플사는 콘텐츠 직거래 장터인 '앱스토어(AppStore)'를 2008년 7월부터 운영하면서 2009년 1월 기준 애플리케이션

등록은 1만 5천 건, 다운로드 5억 건 돌파했다. 이를 통해 아이팟 터치, 아이폰 등 모바일 단말기 판매 확대뿐만 아니라 모바일 인터넷이 활성화되어 통신사 수익 향상에 도움을 주고 있다.

그러나 국내에는 제대로 된 직거래 장터가 부족하여 모바일 콘텐츠의 다양성이 뒤쳐져 있었다. 개인, CP 등이 모바일 콘텐츠를 제작·판매할 수 있는 개방적인 온라인 유통창구가 활성화될 수 있도록 모바일 콘텐츠 직거래장터 도입이 필요

했다.

이를 위해 방송통신위원회는 개인 제작자, CP등이 콘텐츠 제작에 필요한 플랫폼과 제작물을 손쉽게 제공받을 수 있도록 지원하고 있으며, 궁극적으로 이용자가 단말기의 종류에 관계없이 저렴한 가격의 다양한 콘텐츠를 손쉽게 구매, 활용이 가능하도록 하여 모바일 콘텐츠 시장의 활성화를 유도할 전망이다.

3) 재판매(MVNO) 활성화

통신서비스를 제공하기 위해서는 주파수·통신망 등의 설비는 필수이다. 하지만 필수 설비를 구축하기 위해서는 상당한 초기 투자비용이 소요되어 신규사업자의 진입이 어려우므로 통신시장 경쟁 활성화를 위해 통신망·주파수가 없는 사업자도 손쉽게 시장에 진입할 수 있도록 재판매(도매제공) 제도 도입이 필요하다. 현재 OECD 대부분의 국가들은 재판매 제도를 도입했으나 국내에서는 재판매가 제도화되어 있지 않아 자율적인 협정에 따른 재판매 사업자들이 시장에 진출한 상황이다.

따라서 통신시장의 경쟁력 확보를 위해 망이나 설비가 없는 사업자도 통신시장에 진입하여 경쟁할 수 있는 재판매제도를

도입하고자 전기통신사업법 개정안을 국회에 제출하였고, 2010년 2월 이 법안이 국회를 통과하였다.

4) 방송광고제도 개선

방송서비스 시장의 가장 큰 수익원이며, 중요한 위치를 차지하고 있는 방송광고시장의 활성화를 위해 신유형의 방송광고 도입 및 방송광고 규제개선을 추진하였다.

5) 신규 종합편성 PP 도입

시청자의 다양한 미디어 욕구를 충족하고 방송콘텐츠 시장에 새로운 활력을 불어넣기 위해 신규 종합편성 PP 도입을 추진중에 있다.

유료방송시장에 경쟁력을 갖춘 종합편성 PP 도입을 통해 지상파방송과 신규 종합편성 PP의 경쟁 환경을 마련해 전체 방송사업의 규모를 확대하고, 양질의 다양한 콘텐츠 제공을 통해 시청자의 선택권 및 만족도를 증진시키는 것을 주요 목적으로 하고 있다.

6) 방송사업 소유·겸영 규제 개선

미디어산업이 국가 경제에 기여하고 매체간 융합이라는 환경 변화에도 부응할 수 있도록 방송사업 소유 규제를 개선해

야 한다는 필요성이 증대되었다. 2008년 12월 방송법 개정안 의원발의 이후 국회 논의를 거쳐 방송법이 개정되었다.

나. 플랫폼 사업자와 콘텐츠 제작자간 불공정 거래 행위 개선

1) 방송시장 공정경쟁을 위한 금지행위 입법화

전기통신사업법 및 IPTV법은 통신·IPTV시장의 공정한 경쟁 또는 이용자 이익을 저해하는 행위를 금지행위로 규정하여 제재했으나, 방송법은 소유제한 및 내용규제에 치중하고 있으며 금지행위 규제는 사실상 부재했다.

따라서 방송법 개정 추진을 통해 공정경쟁을 저해하는 행위에 대한 금지행위 도입 및 조사권한, 제재 근거 마련을 추진 중에 있다.

2) SO-PP 공정거래환경 조성

유료방송 시장이 확대되면서 SO와 PP 간 프로그램 사용료 장기 미지급 등 불공정 사례가 발생하고 있다. SO가 방송수신료 매출에서 PP에 프로그램 사용료로 지급하는 비율도 저조하여 PP의 영세성 지속 요인으로 작용하고 있다.

이러한 문제점을 해결하기 위해 방송채널사용사업자(PP)에 대한 공정한 콘텐츠 공급계약 여건 마련 및 프로그램 사용료 지급비율을 의무화했다.

2009년 재허가 대상 SO에 “방송수신료의 25% 이상을 PP 프로그램 사용료로 지급하고 반기별로 이행실적을 제출”하도록 하는 조건을 부여했다. 향후 매 반기별 PP 프로그램 사용료 지급실적을 제출받아 이행 상황을 점검할 계획이다.

3) 방송콘텐츠 외주제도 개선

외주제작 시장에서 제작비, 수익분배에 대한 불공정거래 논란 등의 문제점이 제기되고 있으나, 현 외주제도는 1991년에 도입된 의무편성비율 규제에만 머무르고 있어 실효성 제고 방안이 필요했다. 이에 따라 방송콘텐츠 시장에 건전한 유통질서가 확립되도록 외주제작 유형을 구체적으로 규정하도록 하는 방송법 개정을 추진하고 있다.

주요 개정 방향은 우선, 제작 시장의 투명성 제고를 위해 방송사가 외주제작 계약시 적용할 제작비, 수익분배 등에 대한 기준을 외주제작사 단체 등과 협의를 거쳐 방통위에 신고하도록 하는 의무를 부

과하는 방안을 검토하였다.

또한 불공정거래 논란 해결을 도모하기 위해 방송분쟁조정위원회 조정대상에 외주제작사를 포함하고, 정기적인 실태조사를 실시하도록 하는 방안 등을 검토하였다.

4) 이통사-CP간 공정한 수익배분 여건 조성

우수한 기술력과 인력을 보유한 CP가 양질의 콘텐츠를 지속적으로 제작하기 위해서는 안정적인 수익이 필요하다. 이를 위해서는 이통사가 우월적 지위를 활용하여 CP를 실질적으로 수직계열화하거나 부당한 정보이용료 수익 배분이 이루어지지 않도록 공정한 정보이용료 수익배분 기준과 절차가 필요하였다. 이에 따라 방송통신위원회는 이통사와 CP간 수익배분 가이드라인을 마련하였다.

5) IPTV 콘텐츠 사업자 신고제도 개선 및 분쟁조정

방통위에 이미 등록하거나 승인을 받은 콘텐츠사업자에 대한 신고 또는 승인 의무화는 불합리한 이중규제로 개정이 요구되었다. 이러한 이중 규제 해소를 위해 IPTV법 개정을 추진할 계획이다.

6) 방송사업자 회계제도 개선

방송법 제76조에 따르면 방송사업자는 다른 방송사업자에게 프로그램을 공급할 때 공정하고 합리적인 시장거래가격으로 차별 없이 제공하여야 한다. 방송통신위원회는 이를 구체화하기 위해 방송분야 회계제도를 개선하여 방송콘텐츠와 관련한 불공정거래 행위에 대한 사전 예방 및 공정거래 환경 조성을 추진할 계획이다.

다. 콘텐츠 산업 역량 강화 기반 조성

1) 디지털방송콘텐츠 지원센터 건립

대부분의 콘텐츠 제작기업은 프로그램의 제작 및 가공 기술, 유통 등과 관련된 인적, 물적 자본이 취약하다. 따라서 콘텐츠 제작·가공·유통을 One-Stop으로 지원할 수 있는 복합 지원시설을 구축해 중소 콘텐츠 기업의 경쟁력을 강화하고 관련 산업 활성화하는 방안이 필요하였다.

따라서 3개년 동안(2010년~2012년) 총 1,992억 원을 투자해 PP, 독립제작사 등 수요를 반영하여 방송콘텐츠(HD급) 기획, 제작, 송출, 유통, 교육, 비즈니스 등 복합 지원시설인 디지털방송콘텐츠 지원센터를 건립할 예정이다.

<표 Ⅲ-9> 디지털방송콘텐츠 지원센터 건립 소요예산

(단위 : 백만원)

연도	2010년	2011년	2012년	합계	비 고
소요예산	9,850	78,534	110,716	199,100	일반회계, 방발기금

주 : 부지매입비, 시설부대경비, 건축공사비, 방송장비비, 사업추진비, 제세공과금 등

2) 방송콘텐츠 투자조합

방송콘텐츠는 사회문화적 트렌드 반영과 창의성이 요구되고 생산 및 수익실현 주기가 짧으며, 방송플랫폼으로 유통되어야 수익 실현이 가능하므로 일반 제조업보다 위험부담이 큰 편이다. 방송콘텐츠 제작사에 제작 기회를 제공하고, 민간의 자본 유입을 촉발하기 위해 정부가 방송콘텐츠 전문투자조합에 출자해 지원해 왔다. 과거에 방송통신위원회는 2003년에 총 100억 원을 출자하여 방송영상분야 2개 투자조합을 결정하고, 5년간(2004~2008년) 운영해 왔다. 향후에는 방송콘텐츠 전문투자조합에 3년간(2010~2012년) 방송통신위원회가 350억 원을 출자하고 창업투자회사, 민간기관이 참여하는 총 1,000억 원 규모의 투자조합을 결성해 비드라마

방송콘텐츠, 융합형 콘텐츠, 방송콘텐츠 구현을 위한 기술/인프라, 콘텐츠 유통 부문 등에 중점 지원할 예정이다.

3) 디지털유료방송콘텐츠 유통시스템 구축

온라인을 통한 디지털 콘텐츠 보존, 전송, 유통 등에 대한 방송콘텐츠산업계의 관심과 사업 확장이 증가하는 추세이지만, PP 등 영세한 콘텐츠 제작사는 환경변화에 대응하지 못하는 상황이다. 이를 해결하기 위해 중소 PP 등이 콘텐츠를 디지털 파일 형태로 관리하고 유통할 수 있도록 온라인 유통시스템 구축이 필요했다. 따라서 PP 등 영세 방송콘텐츠제작사의 콘텐츠 보존 및 온라인 유통을 위한 시스템 구축을 지원해 2008년에는 웹사이트(국문/영문) 개발(www.dds-on.co.kr)과 콘텐츠 검색, 조회, 열람, 일부 스트리밍 기능 등

<표 Ⅲ-10> 방송콘텐츠 투자조합 결성 소요예산

(단위 : 백만원)

연도	2010년	2011년	2012년	합계	비고
소요예산	10,000	10,000	15,000	35,000	방송발전기금

<표 III-11> 디지털유료방송콘텐츠 유통 시스템(DDS) 구축 소요예산

(단위 : 백만원)

연도	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	합계	비고
소요예산	500	350	200	200	200	1,450	방발기금
	43	350	200	200	200	993	자부담

기본시스템 구축이 완료되었다.

2009년에는 콘텐츠 유통(업/다운로드) 트래픽 등의 효율적 관리, 결재 및 DRM 시스템, 콘텐츠 양방향변환시스템, 메일링 시스템 등의 고도화 사업을 추진했다. 향후 2010년~2012년에는 디지털영상변환 시스템, 워터마킹 시스템 도입, 네트워크 확장 등에 투자할 예정이다.

4) 방송콘텐츠 진흥

디지털 방송환경에 적합한 공공·공익적, 창의적인 방송콘텐츠 제작을 지원함으로써 시청자 복지향상 및 사업자 경쟁력 제고가 필요하다. 따라서 방송통신위원회는 제작지원, 융자, 해외한국어 방송 등의 방송통신콘텐츠 진흥분야에 지원했다.

첫째, 디지털 방송환경에 적합한 고품질의 공공·공익적, 창의적·실용적 콘텐츠의 제작지원을 통해 방송사업자 대상의 고품질 방송콘텐츠, 공공·공익적 콘텐츠, HD 글로벌콘텐츠, 양방향 창의·실용적 융합콘텐츠, 다언어 자막서비스 등을 지원해 시청자의 복지향상 및 사업자 경쟁력 제고를 도모했다.

둘째, 재정적 담보능력이 열악한 콘텐츠 제작업체에 대한 융자지원을 위해 PP, IPTV콘텐츠사업자, 독립제작사를 대상으로 기술보증기금의 기술평가 보증지원 절차를 거쳐 콘텐츠 제작업체에 융자금 대출을 지원해 창의적 소재의 프로그램 등 다양한 방송콘텐츠의 제작·공급을 활성화했다.

<표 III-12> 방송콘텐츠 진흥 소요예산

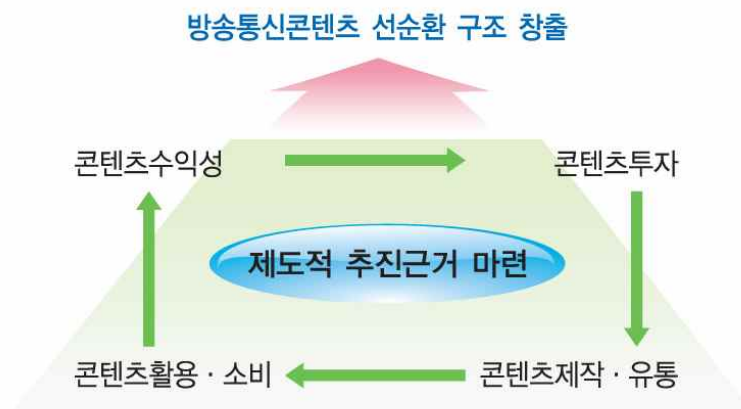
(단위 : 백만원)

구 분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	합계	비고
제 작 지 원	14,300	22,540	20,100	22,100	22,100	86,840	방송발전기금
융 자	2,000	2,000	1,500	1,500	1,500	6,500	
해외한국어	1,999	2,240	2,218	2,218	2,218	8,894	
합 계	18,299	26,549	23,618	25,818	25,818	102,234	

마지막으로 해외한국어방송사의 활성화 및 민족정체성 확립에 기여하기 위해 현지 재외동포를 대상으로 하는 해외한국어 방송사에 국내 우수콘텐츠 방영권, 프로그램 제작비 지원, 제작인력 연수교육 등을 실시하였다.

앞서 제시된 정책들이 원활하게 추진된다면 방송통신콘텐츠 산업의 수익성 제고 → 적극적 콘텐츠 투자 → 콘텐츠의 매력도 향상 → 유통·소비 활성화 → 수익성 제고로 이어지는 선순환 산업 구조의 정착으로 국민들이 품격있고 다양한 방송통신 콘텐츠를 향유할 수 있는 환경 조성 가능할 것으로 예상된다.

<그림 III-7> 방송통신콘텐츠 선순환 구조 창출에 의한 파급효과



4. 방송의 디지털 전환 가속화

가. 방송의 디지털 전환 시행계획 수립

1) 「디지털 전환 활성화 기본계획」 수립

방송의 디지털 전환은 80년대 컬러TV 도입보다 파급효과가 큰 방송패러다임의 혁신이라 하겠다. 방송의 디지털화는 방송 통신융합서비스 활성화를 촉진할 뿐만 아니라, 디지털TV 등 관련 산업의 성장기회를 제공하고 고품질 방송서비스 제공으로 시청자의 복지를 향상시킨다는 점에서 미국, 영국, 일본 등 해외국가들은 국가적 역량을 집중하여 디지털 전환을 완료하거나 추진 중에 있다.

우리나라는 2008년 3월 디지털 전환 특별법 제정을 통해 2012년 아날로그 방송 종료 일정을 명시하고, 동년 10월 디지털

방송활성화 추진위를 구성하여 방송의 디지털 전환을 추진할 수 있는 기틀을 마련하였다.

이에 따라 방송통신위원회는 2012년 아날로그 방송종료에 따른 성공적인 디지털 전환을 완료하기 위해 2009년 6월, 디지털 전환 활성화 기본계획을 수립하였다. 2012년까지 디지털 전환을 전략적으로 추진하기 위하여 각 단계별 추진전략 및 목표, 중점추진 과제 등을 설정하였다. 아래 그림은 디지털 전환 주요지표 및 단계별 목표이다.

각 단계별 목표를 효과적으로 달성하기 위해 중점추진 과제를 선정하였다. 2009년에는 아날로그 TV방송 종료 인지율 및 수신기 보급률 제고를 위해 대국민 홍보를 추진하였고, 수신환경개선·저소득층 지원 방안 등을 마련하여 디지털 전환을 위한

<그림 III-8> 디지털 전환 주요지표 및 단계별 목표

	인식 확산		시범 실행	실행본격화 및 점검		후속 조치
	'08년	'09년	'10년	'11년	'12년	'13년
인지율(%)	34.9	47	70	87	99	99
보급률(%)	38.7	49	60	80	98	98
커버리지(%)	86.6	89	93	94	96	96

<그림 III-9> 디지털 전환 추진 로드맵



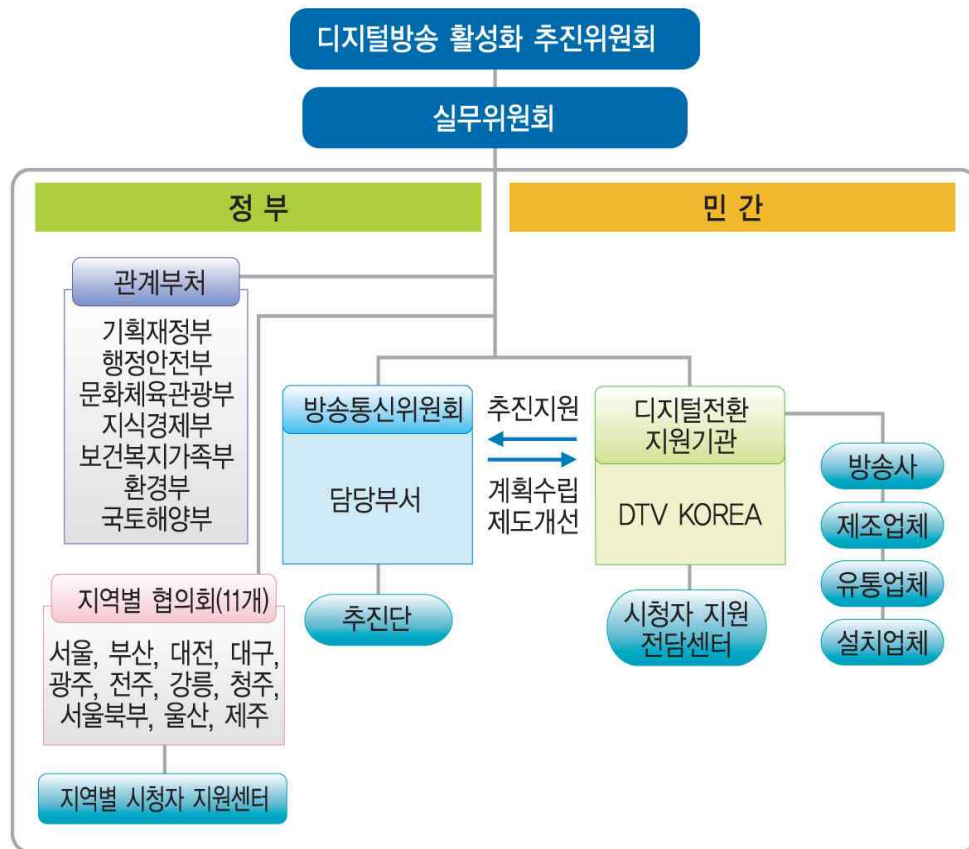
실행기반을 구축하였다. 2010년에는 시범 실행 단계로서 시범사업을 통해 대국민 인지율을 획기적으로 제고하고, 추진상황을 총체적으로 점검하여 개선사항 등을 발굴, 세부추진 전략을 보완할 계획이다.

방송통신위원회는 이상의 디지털 전환 추진 로드맵에 따라 2012년까지 차질 없는 디지털 전환을 위해 디지털방송활성화 추진위원회를 중심으로 디지털 전환을 범국가적으로 추진하기로 하였다. 방송통신위원회는 디지털방송 전환 활성화 기본계획을 3년 단위로 수립하고, 추진위원회의 심의를 거쳐 확정하기로 하였다.

또한 관계부처, 방송사 등은 기본계획을 토대로 분야별로 시행계획을 수립하고 추진함으로써 디지털 전환을 범국가적 차원에서 실행하기로 하였다. 지방전파관리소를 중심으로 지역방송사, 지자체, 가전·유통업체 등과 함께 지역별 협의회를 구성하여 운영하였다.

디지털 전환을 성공적으로 완료하기 위해서는 디지털 방송설비의 확대, 대국민 홍보, 저소득층 지원, 수신환경 개선 등을 위해 2009~2013년까지 약 2.9조 원이 소요되는 것으로 추정되어, 이를 효과적으로 조달하기 위해 방송사의 경우 자체재원의

<그림 III-10> 디지털전환 추진체계



로 충당하되 정부는 용자확대, 수신료·광고제도 개선 등을 통한 간접적인 지원정책을 추진하기로 하였다.

또한 대국민 홍보, 시청자지원, 난시청 해소, 수신 설비 개선 등은 민·관이 공동으로 재원을 마련해 추진하고, 저소득층 지원 등 국민의 TV시청권을 보장하기 위한 사업은 정부재원을 통해 조달하기로 하였다.

2) 「2010년도 디지털 전환 활성화 시행계획」 수립

방송통신위원회는 2009년 디지털전환 대국민 홍보를 강화하여 디지털전환 인지율을 2009년 목표치(47%)보다 8.8%p 초과한 55.8%를 달성, 디지털 전환의 인지도 확산의 기반을 마련하였다. 또한 방송사는 광고수익 감소 등 투자재원이 부족한 상

<표 III-13> 2009년도 디지털 전환 추진 성과

분야	추진 성과
대국민홍보	▶ 디지털전환 인지율 34.9%(2008년) → 55.8%(2009년) ▶ 디지털방송 수신기 보급률 38.7%(2008년) → 55.1%(2009년)
방송설비 전환	(지상파) ▶ 방송국, 디지털전환 모두 완료 ▶ 방송보조국 18.4%(2008년)→20.2%(2009년) ▶ 제작·송출시설 48.6%→61.6%(SD급 포함시 82.6%)
	(케이블TV) ▶ 방송국, 디지털전환율 85%(2008년)→93%(2009년) ▶ 디지털 가입률 12.5%→15.7%(243만, 2009.8월)
	(위성방송) ▶ 채널 총158개(SD 117, HD 41) 운영 ▶ 가입자 242만(SD 200만, HD 42만) 확보(2009.10.)
법제도 정비	▶ 「디지털전환 특별법」(2009.4.) 및 동법시행령(2009.9.)개정 - 지상파방송사의 디지털 방송국 구축 의무 사항 등 ▶ 방송법(2009.7.) 및 동법시행령 개정안 마련(2009.11.) - 가상광고, 간접광고 등 방송광고규제 완화 등
정책지원	▶ 저가의 단방향 디지털 케이블TV 셋톱박스 도입을 위한 유선방송 기술기준 개정(2009.11.) ▶ 융자지원 및 관세감면 실시
시범지역 확정	▶ ‘디지털전환 시범사업 정책방안’ 마련, 시범지역 확정(2009.9.) - 2010년: 경북 울진, 전남 강진, 충북 단양 등 3개 군 지역 - 2011년: 제주전역
수신기기 보급확산	▶ 지상파 디지털튜너 내장 의무화 대상 전자제품 고시(2009.10.) ▶ 디지털방송 난시청/수신환경 개선계획 마련
난시청해소	▶ 절대난시청 세대를 대상으로 위성수신기 보급
취약계층 시청권 보장	▶ 자막방송, 화면해설, 난청노인용 방송수신보조기기 보급 실시

황에서도 디지털 전환에 투자를 확대하여 지상파 방송사의 경우, 제작·송출설비의 전환율이 2008년 48.6%에서 2009년 61.1% 수준으로 상승하였다.

그리고 디지털전환 시범지역으로 2010년 경북 울진, 전남 강진, 충북 단양 등 3

개 군 지역, 그리고 2011년 제주도 전역을 확정함으로써 2012년 디지털 전환 추진일정 등에 대한 우려를 불식시키고, 본격적인 디지털 전환의 계기를 조성하였다.

고화질(HD)프로그램 편성비율 확대를 통해 시청자의 편익을 제고하고, 디지털

<표 III-14> 2010년도 디지털 전환 활성화 시행계획 세부 과제

① 아날로그방송 종료 기반 마련	①-1 송신시설의 디지털전환 추진 ①-2 제작·송출시설의 디지털전환 추진 ①-3 디지털전환 시범사업 추진 ①-4 케이블TV의 디지털방송 활성화 추진 ①-5 위성의 디지털방송 활성화 추진
② 대국민 홍보강화 및 디지털TV 확산여건 조성	②-1 대국민 홍보 강화 ②-2 대국민 홍보·시청자 지원체계 강화 ②-3 디지털TV 등 디지털방송 수신기기 보급 확대 ②-4 고화질(HD) 디지털방송 프로그램 편성비율 확대 ②-5 폐아날로그TV, 폐방송장비의 회수 및 재활용 추진
③ 디지털방송 수신 환경 개선	③-1 디지털방송 난시청 해소 추진 ③-2 디지털방송 수신설비 개선
④ 취약계층 지원 등 디지털방송 기반 확충	④-1 취약계층의 디지털방송 시청권 보장 ④-2 디지털방송 콘텐츠 활성화 지원 ④-3 디지털방송 R&D 지원 확대 ④-4 디지털방송 전문인력 양성

TV 보급 확대 및 HD콘텐츠 등 관련 산업의 활성화에 기여하였으며, 디지털방송 절대난시청 세대 해소 및 취약계층에 대한 방송수신기기 확대 보급을 통해 국민복지 실현에 기여하였다.

방송통신위원회는 2009년 디지털 전환 추진 성과에 대한 종합적인 평가와 디지털 전환 활성화 기본계획에 기반하여 2009년 12월, 2010년 디지털 전환 활성화 시행계획을 수립하였다. 그리고 시행계획

에 따라 단계별 목표를 달성하기 위해 차질 없는 정책집행을 추진할 계획이다.

나. 방송사 디지털 전환 촉진

방송통신위원회는 디지털방송의 조기 전환을 유도하고, 디지털 방송 산업의 발전을 도모하기 위하여 자금력이 취약한 지역방송사, 종합유선방송사업자(SO), 채널사용사업자(PP) 등을 대상으로 방송발

<표 III-15> 2009년 디지털전환 융자사업 집행현황

(단위 : 백만원)

구분	부문	사업자	융자금액
1	SO	한국케이블TV나라방송	2,000
2	SO	남인천방송(주)	2,000
3	SO	(주)영서방송	2,000
4	SO	(주)에이치씨엔	2,000
5	SO	(주)티브로드 한빛방송	2,000
6	SO	(주)티브로드 기남방송	2,000
7	SO	(주)티브로드 북부산방송	2,000
8	PP	(주)한국경제티브이	1,000
9	SO	(주)아름방송 네트워크	600
10	PP	(주)기독교TV	700
11	PP	(주)GTV	700
합 계			17,000

전기금을 융자해 주는 사업을 추진해 왔다. 2008년의 경우 융자규모는 총 140억 원으로 티브로드 수원방송 등 8개 방송사업자에 대해 융자지원을 실시하였다.⁶⁾

2009년에는 융자지원 규모를 확대하여 한국케이블TV 나라방송 외 8개 종합유선 방송사업자, 기독교TV, GTV 등 2개 채널 사용사업자를 포함한 총 11개 방송사업자에게 170억 원의 융자지원을 실시하였다.

한편, ‘조세특례제한법’ 제118조(관세의

경감)에 따라 방송사업자의 디지털TV 방송장비 수입에 대한 관세 감면을 통해 디지털 전환 재원을 지원함으로써, 방송사의 디지털장비 구입비용 경감을 통해 디지털 전환에 박차를 도모하였다. 감면대상은 모든 방송사업자이며 감면기간은 2010년 말 일몰을 예정으로 하였다.

2009년 12월 기준으로 KBS 등 17개 방송사에 대해 영상처리장치 등 127건에 대해 총 5억 6,730만 원의 감면액이 이루어졌다.

6) 대출금리는 전 분기 공공자금관리기금 융자계정 신규대출금리 -0.5%p(변동)이며, 융자기간은 5년으로 2년 거치 3년 분할상환하고, 1개사 당 한도 내에서 디지털 방송 전환 전체 사업비의 90%이내에서 지원하도록 하였다.

<표 III-16> 관세감면제도 변천과정

구 분	2001~2004년	2005~2006년	2007~2008년	2009~2010년
품목수	87개	68개	53개	36개
감면율	85%	85%	50%	50% (세율 8%⇒4%)
감면대상	지상파방송사업자	지상파방송사업자	모든 방송사업자	모든 방송사업자

<표 III-17> 연도별 관세 감면 실적(2006~2009년)

(단위 : 개사, 천원)

구분	2006년	2007년	2008년	2009년
방송사수	31	39	39	17
감면액	5,753,106	3,568,796	1,949,688	572,884

다. 대국민 홍보 강화

디지털전환특별법에 의한 2012년 아날로그TV방송 종료에 대한 일반 시청자의 인식을 높이는 것은 디지털 전환 완료에 중요한 요인들 중 하나이다. 일반 시청자들이 아날로그TV 방송 종료에 대해 알고 있는 비율이 55.8%(2009년)이며, 디지털 수신기 보급률이 55.1% 수준에 머무르고 있다는 점은 성공적인 디지털 전환을 추진하는 데 있어 걸림돌이 될 수 있다.

방송통신위원회는 디지털로의 이행을 촉진하고 디지털 전환 완료 후 TV를 시청

하지 못하는 시청자가 발생하지 않도록 하기 위해 대국민 홍보 사업을 다각도로 추진하였다. 디지털 전환과 관련된 관계자들간 역할분담을 통해 디지털 전환에 대한 인지율을 높이는 작업을 효율적으로 추진하였다.

TV 등 다양한 매체를 활용한 홍보로써 지상파방송사의 경우 공익광고로 “디지털 전환 비전 및 아날로그 방송종료” 편(2008.12.), “디지털방송의 편익” 편(2009. 6.)을 제작하여 KBS, MBC, SBS, EBS를 통하여 1개월씩 방송하였으며, 케이블TV사의 협조로 전국적인 홍보를 수행하였고,

<표 III-18> 디지털 전환 대국민 홍보 기관별 추진 전략(정부·방송사)

구분	정부	방송사
홍보 협력	이해관계자들과 협조하에 주파수변경과 관련한 점검, 변화 세부사항, 영향받는 가구위치, 기간, 보조 절차 등에 관한 내용 전달 및 국민들의 협력 얻음	지역주파수 변경시 지역TV 수신 지원센터와 협력, 고객정보 전달
미디어 활용 홍보	- 정부발행매체(정기간행물, 신문 등), 포스터와 리플렛, 웹사이트, 일정이 담긴 비디오와 DVD 등을 제작 배포 - 공보 및 공식 리플렛을 통해 아날로그방송종료 시작 3달 전에 전환 주파수 점검의 필요성을 알림	- 다양한 이벤트, 리플렛 제작 및 배포, 홈페이지 활용을 통한 배너 및 활용, 웹사이트 활용 - TV프로그램 가이드 등을 통해 종합 정보 제공
대인 접촉 홍보	- 다양한 정부 이벤트와 미팅을 주제별로 다룸 - Q&A시스템: 시청자지원 등에 대한 질문과 상담에 대비한 컨설팅 시스템 준비	- 주파수 변화가 필요한 지역의 경우 각 가구마다 바뀐 채널을 점검할 필요성을 전달 - Q&A시스템 : 시청자들을 위한 컨설팅

<표 III-19> 디지털 전환 대국민 홍보 기관별 추진 전략
(가전 및 유통사·지자체)

구분	가전 및 유통사	지자체
홍보 협력	○ 지역주파수 변경시 지역 TV수신지원 센터와 협력, 고객 정보 전달	○ 지역 커뮤니티의 디지털화 정책과 연계 홍보 - 지역 커뮤니티의 디지털화 및 e-지자체 촉진과 연계 - 프로모션 및 지역 공공기관 PR 주 최하의 섹션으로 협력 ○ 지역의 텔레비전 수신지원센터와의 협력 - 아날로그 주파수 점검을 위한 다양한 퍼블리시티 활동을 지역의 게시판과 홍보물 등을 통해 지역민을 대상으로 수행
미디어 활용 홍보	○ 다양한 미디어믹스(리플렛, 웹사이트)를 통해 퍼블리시티 활동 수행	○ 지역의 방송을 통한 공공정보의 전달
대인 접촉 홍보	○ 구매시 광고: 점포앞 디스플레이 패널과 같은 구매관련 광고를 통해 전달 ○ 지역 거주자 대상 체험 홍보: 공공시설 등지에서 디지털 방송 시연 ○ 판매원 교육: 교육과정을 제공하여 소비자 관계를 향상하도록 함 ○ 시청자 매뉴얼: TV수상기 구매시 사용자 매뉴얼에 관련 정보 제공	

전국 103개 전광판을 활용하여 옥외광고를 송출하였다. 이와 함께 디지털전환 특집프로그램 SBS 보도특집 스페셜, “디지털TV, 축복인가 혼란인가”를 제작하여 전국에 방송하였다(2009.2.).

인터넷 강국에 걸맞게 인터넷을 통한

대국민 홍보 사업도 추진하였다(2009.5.). 주요 인터넷 포털인 네이버, 조인스 닷컴, 디자인 정글, 디시인사이드 등을 통해 1개월간 배너광고 및 관계기관 홈페이지 등을 통한 디지털 전환 홍보를 다각도로 추진하였다.

이와 함께 반상회보에 주기적 홍보 (2009년 3월~), 케이블TV 및 통신 등의 요금고지서를 통한 디지털 전환 안내 (2009년 5월~) 등을 통해 아날로그TV 종료에 대한 전국민의 인지율을 높이는 데 박차를 가하였다.

방송통신위원회는 매체를 통한 디지털 전환 홍보 이외에도 시청자미디어센터(부산, 광주)에 디지털방송 홍보관을 설치 (2009.3.)할 뿐만 아니라 각종 방송관련 행사시(KOBACO, 한국케이블TV방송협회 행사, 2009년 5~6월) 홍보관을 설치하여 대국민 접촉채널을 활용한 홍보활동도 강화하였다.

아날로그TV방송 종료로 일반시청자들이 TV를 시청하지 못하는 상황이 발생하지 않고 디지털 전환을 성공적으로 완료하기 위해 가전사·유통사·방송사와 함께

대국민 홍보사업을 추진할 예정이다. 가전·유통업체 등과 협력하여 가전매장 내에 디지털 전환 홍보를 위한 사업을 추진하고 디지털TV 관련 자체 매뉴얼에 “디지털 방송 및 아날로그 종료 안내문” 삽입, 지상파TV 방송시작과 심야 종료시에 “아날로그 방송 종료관련 고지 화면 송출” 등을 추진하기로 하였다.

방송통신위원회는 이에 따라 2012년 아날로그방송 종료에 따른 시청자 피해를 최소화 하는 범국가적 대책으로 2012년 아날로그방송 종료에 대한 사항을 전국민을 대상으로 적극 안내하고, 소외지역 및 소외계층에 대해 적극적인 시청자 지원 정책을 추진할 예정이다.

라. 아날로그 종료 시범사업 추진

<표 III-20> 미국과 영국의 아날로그 TV방송 종료 시범사업 현황

국가	지역	세대 규모	예 산	세대당 지원 규모
미국	월명턴 (2008년 9월)	18만 세대	1,440만 달러(180억 원)	80달러(10만 원)
	하와이 (2009년 1월)	43만 세대	3,440만 달러(430억 원)	80달러(10만 원)
영국	페리사이드 (2004년 11월)	500 세대	86.5만 파운드(18억 원)	1,730파운드(350만 원)
	볼튼 (2005년 7월)	400 세대	21.1만 파운드(4.4억 원)	527.5파운드(108만 원)

(1) 현황

디지털 전환 특별법에 의해 2012년 아날로그 TV방송 종료이후 시청자가 보유한 아날로그TV(유료방송 시청 TV제외)로는 TV방송 시청이 불가능하다. 또한 2012년 이후에 아날로그TV로 TV방송을 시청하기 위해서는 디지털 컨버터(DtoA)설치, 안테나 교체 등 디지털TV방송 수신환경 정비가 필요하다. 또한 아날로그 TV방송 강제종료에 따라 일부 시청자의 TV방송 시청이 불가능할 수 있다.

방송통신위원회는 디지털 TV방송 수신환경 정비에 정부지원이 불가피하다는 점

을 인식하고, 2011년부터 집중되는 정부지원의 절차나 방법 등을 특정 지역에서 시범사업을 통해 점검하고 최적의 방안을 마련하기 위해 2009년 9월 디지털 전환 시범사업 정책방안을 의결하였다.

우리보다 앞서 디지털 전환을 추진하고 있는 미국·영국 등은 자국의 실정에 맞는 다양한 형태의 아날로그TV 방송 종료 시범사업을 실시하였다. 미국의 경우 대규모 지역인 월명턴(18만 세대), 하와이(43만 세대)에서 총 610억 원 이상의 예산으로 아날로그 TV방송 종료 시범사업을 실시하였다. 영국은 소규모 지역에서 시범사업을 실시하면서, 2012년까지 지역별로 순차적

<표 III-21> 디지털 전환 시범사업 정책 개요

① 시범사업 지역 선정	▶ 2010년 3개 군에서, 2011년에는 1개 도에서 시범사업 추진
② 지역주민 대상 홍보	▶ 지자체, 방송사 등과 협력하여 지역특성을 고려한 다양한 방식의 홍보 추진 ▶ 종료 5개월 전부터 아날로그 TV방송 종료안내 자막방송 실시
③ 디지털 TV방송 수신환경 정비	▶ 기존의 아날로그 TV로 TV방송을 지속적으로 시청할 수 있도록 지원 ▶ 디지털 컨버터(DtoA)안테나 설치, 공동수신설비 개선 등 지원
④ 아날로그 TV방송 종료	▶ 시범사업 지역 주민의 디지털 TV방송 시청 준비기간을 고려하여 디지털 TV방송 조기 실시 및 아날로그 TV방송 종료일 결정
⑤ 시범사업 결과평가·분석	▶ 시범사업 추진과정에서 발생한 문제점을 분석하고 대응방안을 마련하여 2012년 아날로그 TV방송 종료 계획에 반영

<표 Ⅲ-22> 3개 시범사업 후보지역 선정

후보지역	단양군	울진군	강진군
전체 세대수	14,524	23,109	18,369
지형 특성	분지	해안	평야
유료방송 세대 수	11,730	16,837	14,102
저소득층 세대 수	1,284	2,872	1,781

으로 아날로그TV 방송 종료를 추진하고 있다.

(2) 디지털 전환 시범사업 정책방안 수립

방송통신위원회는 아날로그 종료 시범사업 추진을 통한 성공적 디지털 전환을 완료하기 위해 대국민 홍보 극대화, 시청자 불편 최소화, 아날로그 TV방송 종료의 출발점이라는 3대 정책목표에 기반하여 5대 추진사업을 담은 정책방안을 제시하였다(2009.9.).

2010년의 시범사업 지역 선정은 방송사 등으로 구성된 「디지털 전환 시범사업 추진연구반」에서 지리적 특성, 지역적 균형 등을 고려해, 8개 예비 후보 지역 중 단양군, 울진군, 강진군 등 3개 지역을 결정

하였다. 또한 제주도 지역을 대상으로 정규방송을 일시 중단하고 아날로그TV 방송 종료를 안내하는 자막방송(가상종료)을 실시할 예정이다(2010.12.1 14:00~14:10). 한편 2011년은 규모를 확대하여 독립적인 전파환경을 갖춘 제주도에 시범사업을 추진하기로 하였다.

시범사업 과정에서 지역주민 대상 홍보를 위해 시기별 홍보내용을 차별화하고, 지역방송 등 대중매체와 시청자 지원센터를 통해 사전홍보를 수행하는 것과 함께 시범사업지역 지상파 직접수신 세대를 대상으로 아날로그TV방송 종료 5개월 전부터 아날로그TV방송 종료안내 자막방송을 실시할 계획이다. 이와 함께 시범지역의 디지털 TV방송 수신환경 정비를 위한 지

<표 Ⅲ-23> 시범사업 지역별 디지털TV방송 개시일

시범지역	울진군	단양군	강진군
개시일	2010년 5월	2010년 6월	2010년 6월

<그림 III-11> 시범사업 추진체계



원과 아날로그 TV방송 종료일을 지자체와 협의하여 결정하기로 하였다

방송통신위원회는 아날로그 종료 시범사업의 효과적인 추진을 위해 지자체, 방송사업자 및 산하기관 등으로 디지털 전환 시범사업을 전담하는 추진체계로 「시범사업 추진 협의회」를 구성하여 운영할 계획이다.

(3) 디지털 전환 시범사업 시행계획 수립

방송통신위원회는 ‘디지털 전환 시범사업 정책 방안’에 따라 디지털 전환 시범사업 후보지역 발표행사를 개최하였고, 시범지역별 「디지털 전환 시범사업 추진협의회」 구성·운영을 통해 시범지역별 아날

로그 TV방송 종료일 선정, 홍보방안 등을 마련하였다. 이와 함께 선정된 시범지역별로 시범사업 주민설명회를 개최하였다(2009.11.).

방송통신위원회는 시범사업 지역선정과 함께 디지털전환 시범사업을 효과적으로 실행하기 위한 디지털전환 시범사업 시행계획을 수립하였다(2009.11.). 시범사업 준비단을 중심으로 시범지역별 시범사업 추진협의회(2009.10.), 디지털방송 시청자 지원센터 구성을 통해 차질 없는 시범사업 추진을 위한 체계를 마련하였다.

시범사업의 효과적인 홍보를 위해 시범지역 주민대상으로 방송통신위원회, 지자체, 방송사, 지역기관 및 단체 등에 의한

<그림 Ⅲ-12> 직접수신세대 지원 기본방향



다양한 지원방안을 마련하였으며, 시범사업 추진과정에 대한 전국 홍보를 통해 전 국민이 디지털 전환을 촉진시킬 수 있는 홍보 방안을 수립하였다.

이와 함께 아날로그 TV방송 종료로 영향을 받는 지상파TV 방송 직접수신 세대를 대상으로 아날로그 TV방송 종료 안내 자막방송을 실시하기로 하였다. 디지털TV 방송 개시는 아날로그TV방송 종료 3개월 이전에 디지털TV방송을 개시함으로써 주민들이 시청 준비시간을 갖도록 하였다.

아날로그TV 방송 종료로 영향을 받는 직접수신세대를 경제적 취약 계층, 기술적

취약계층 및 일반 계층으로 구분하여 지원 방식을 차별화시켰다.

이를 통해 시범지역 주민들의 최소한의 시청권 보장, 디지털TV방송 난시청 해소, 디지털 전환 촉진을 통해 2010년 디지털 전환 시범 사업을 성공적으로 이루기 위한 방안들을 마련하였다.

TV방송 공동수신설비 개선의 경우 정부예산의 효율적 사용을 위해 아파트 등 공동주택 거주자에 대해서는 디지털 컨버터 보급 대신 TV방송 공동수신설비 개선을 지원하기로 하였다.

아날로그 TV방송 종료는 지역별 「시

<표 III-24> 디지털전환 시범사업 추진단의 부문별 역할

구 분	주요 역할
시범사업 추진협의회	시범사업 추진현황 공유·지원방안 검토 등
디지털방송 시청자 지원센터	지역주민 홍보, 디지털 컨버터 설치 등 지원
디지털방송 콜센터	정부지원대상 등 안내, 도우미 지원 접수 등

범사업 추진협의회」에서 디지털 TV방송 개시 시기, 지역행사 등을 고려해 시범지역간 한 달의 시차를 두고 울진군 9월 1일, 강진군은 10월 6일, 단양군은 11월 3일에 아날로그 TV방송을 순차적으로 종료하기로 하였다.

2011년 제주도 시범사업의 경우, 시범사업에 앞서 아날로그TV방송 종료 인지도를 높이고 디지털 전환을 촉진시키기 위해 아날로그TV 방송 가상종료 사업을 추진할 예정이다. 2010년 상반기 중으로 제주도 디지털 전환 시범사업 추진협의회를 구성하여 가상종료 일시, 2011년 아날로그 TV방송 종료일을 선정할 계획이다.

방송통신위원회는 디지털 전환의 성공적 전환을 위해 2012년 전국적인 아날로

그TV 방송 종료에 앞서 시범지역의 아날로그 TV방송종료를 위해 디지털전환특별법 시행령 개정안을 마련하기로 하였다. 현행 디지털전환 특별법 제7조(아날로그 텔레비전의 종료)는 아날로그 텔레비전 방송 종료일을 2012년 12월 31일 이전까지의 범위 내에서 대통령령으로 정하고 있으므로, 시범지역의 아날로그 TV방송종료를 위해서는 시행령 개정이 필요하다.

방송통신위원회는 디지털 전환의 성공적인 완료를 위해 아날로그 종료 시범사업을 차질 없이 진행할 뿐만 아니라 이를 지원하기 위한 법률 개선을 추진할 예정이다.

<표 III-25> 지역별 아날로그 TV방송 종료일

구 분	울진군	강진군	단양군
종료일시	2010. 9. 1(수), 14:00	2010. 10. 6(수), 14:00	2010. 11. 3(수), 14:00

5. 방송통신서비스 해외진출 지원

가. 방송통신 해외진출 지원전략 수립

방송통신위원회는 그간 우리 이동통신, 초고속인터넷 등의 세계적인 경쟁력을 바탕으로 방송통신 분야 해외시장 진출을 중점 추진하여 성과를 도출하였다. 그러나 가속화되는 글로벌 경쟁 환경에서 한정된 자원으로 성과를 극대화하기 위해서는 국내여건을 고려한 차별화된 전략이 필요하였다. 이에 선택과 집중에 의한 방송통신 분야 수출지원을 골자로 하는 2009년 방송통신 해외진출 전략을 수립·시행하였다.

해외진출 가능성이 높은 WiBro, DMB, IPTV, 방송콘텐츠를 4대 수출 전략품목으로 선정하고, 품목별 총 22개 거점국가로 선정하여, 민관 합동의 해외진출 노력을 통해 4대 전략품목의 수출이 지속적으로 확대될 수 있도록 전략적으로 지원하였다.

방송통신 전략품목의 해외진출현황을 살펴보면, 전 세계 35개 국가에서 상용서비스중이며, 인터넷 환경이 취약한 개도국을 중심으로 도입이 확산되고 있는 WiBro는 삼성전자, SK텔레시스 등이 18개 국가에 장비를 수출 중이며, KT는 우즈베크에

지분 투자, SKT는 요르단에 망 설계 등을 통해 해외에 진출하였다. WiBro 장비 및 단말기의 수출은 2006년 370억 원에서 2007년 910억 원, 2008년 2,556억 원, 2009년 6,916 억원(추정치)으로 급격한 증가 추세에 있다.

DMB는 본방송 실시 중인 중국(2007년), 가나(2008년), 노르웨이(2009년) 등 3개 국가에 진출 중이며, 프랑스 등 11개국에 시범용 장비를 공급 중이다. 이동전화 단말기를 제외한 내비게이션, PMP 등 DMB 수신기 수출은 2008년 2,105억 원에서 2009년 3,110억 원(추정치) 수준으로 증가하였다.

IPTV는 셋톱박스과 솔루션을 중심으로 아시아(4개국), 미주(2개국), 유럽(4개국) 등 총 10개 국가에 진출 중이며, 전체 셋톱박스 수출은 2008년 1.5조 원에서 2009년 1.2조원으로 감소했으나, IPTV용 셋톱박스는 2008년 752억 원에서 2009년 806억 원으로 증가 추세에 있다.

방송콘텐츠는 1997년 중국, 대만 등에서 드라마 한류 열풍이 시작되어, 2002년 이후 일본, 베트남 등 아시아를 포함, 미주, 유럽 등으로 확대되었으며, 방송콘텐츠 수출은 2004년 이후 급속히 성장하여 2005

년 1,000억 원을 돌파하였고, 2009년에는 약 2,028억 원 수준으로 증가하였다.

그러나 그간의 성과에도 불구하고 해외 시장 정보부족으로 어려움을 겪고 있는 중소기업체를 위한 실효성 있는 지원 대책 마련이 시급하였고, 서비스업체 및 중소 부품업체 등의 해외 동반진출 노력을 통한 국내 산업 전반에 걸친 시너지 창출이 주요 과제로 대두되었다.

따라서 세계시장 환경변화를 반영하여 전략품목별 유망국가를 조정하고 품목별 진출 전략을 마련함과 동시에, 국내기업 간의 협력을 유도하여 해외진출 성과 및 시너지를 극대화할 수 있도록 2010년도 방송통신 해외진출 전략을 수립하였다.

이러한 전략수립에 따라 해외네트워크나 브랜드 인지도가 부족하지만 우수한 기술력을 보유한 국내 중소기업과 대기업과의 동반진출을 추진하고, 공적개발원조(ODA) 확대, 산업체 수출금융 지원 강화 등 범부처 차원의 공조확대를 통해 개도국 진출을 효율적으로 지원할 것이다.

그리고 방송통신해외진출시스템(CONEX)을 수요자 중심으로 개편하여 운영하고, 중소기업에 실질적인 도움이 되도록 심층 정보를 보강할 것이다. 또한 IPTV, 방송콘

텐츠 등 전략품목 진출의 기반이 되며, 세계 최고 수준의 기술을 보유하고 있는 브로드밴드를 전략적으로 지원할 것이다.

나. 방송통신 해외시장 진출 기반조성

1) 방송통신 전략품목 해외진출 지원

WiBro, DMB, IPTV 등 전략품목의 해외시장 진출 여건이 성숙되고 있어 국내 기업의 해외시장 개척을 전략적으로 지원할 필요성이 증대됨에 따라, 방송통신위원회는 국내 방송통신 서비스의 해외진출 기반 제공을 위해 전략국가에서 로드쇼를 개최하고 정부컨설팅을 지원하여 우리 기술 및 서비스의 해외진출을 촉진하였다.

2009년에는 민·관 합동으로 페루, 인도네시아, 노르웨이, 요르단, 터키 등에서 WiBro, DMB, IPTV 등 방송통신 서비스에 대한 로드쇼를 총 9회 개최하였다.

2009년에 실시한 해외 로드쇼는 다음과 같다.

한편 국내 전략품목의 기술 도입에 적극적이고 실제 서비스를 시행하고자 하는 현지 정부 및 기업에게 동 사업의 경제성을 분석(Feasibility Study)하거나, 시험 서비스를(Pilot Test)를 제공하는 정부간 컨설

<표 Ⅲ-26> 2009년 해외 로드쇼 추진 현황

	일 자	장 소	분 야
1	3.13	페루 리마	IPTV, WiBro
2	4.14	인도네시아 자카르타	디지털방송시스템, 전파관리시스템, IPTV, DMB
3	4.16	말레이시아 쿠알라룸푸르	디지털방송시스템, 전파관리시스템, IPTV, DMB
4	5.15	노르웨이 오슬로	DMB
5	5.20	요르단 암만	WiBro, IPTV
6	5.31~6.2	한국 제주	Mobile IPTV, 디지털 CATV
7	7.13	카자흐스탄 알마티	WiBro, IPTV, 3G서비스
8	11.4~11.5	뉴질랜드 오클랜드	WiBro, IPTV, 브로드밴드
9	11.25	터키 이스탄불	WiBro, DMB, 방송콘텐츠, 디지털Interactive TV

<페루 IPTV시연회>



<카자흐스탄 비즈니스 포럼>



팅 사업을 총 7회 실시하였다. 이러한 경제성 분석과 시험 서비스를 통하여 상대국에게는 우리 서비스 도입 시 장점과 경제성을 이해시키고, 이를 계기로 국내 기업의 해외 진출 시 도움이 될 수 있도록 하였다.

2009년에 실시한 정부간 컨설팅 사업 추진 현황은 다음과 같다.

해외 진출을 위한 이러한 지원 사업들

과 국내 기업들의 적극적인 해외 시장 개척 노력으로 WiBro는 요르단(4월)과 카자흐스탄(11월)에서 서비스를 개시하였고, 노르웨이에서 DMB가 5월 본방송을 개시하는 등 가시적인 성과가 도출되었다.

향후에는 업체 수요, 대통령 순방, 월드컵 등 국제행사와 연계한 로드쇼를 실시하여 성과를 제고하고, 거점국가에서 전략 품목에 대한 타당성 조사 및 파일럿 프로

<표 III-27> 2009년 정부간 컨설팅 추진 현황

연도	국가	분야
파일럿 프로그램	유럽	DMB
	뉴질랜드	WiBro
타당성 조사	베트남	DMB
	남아공	WiBro
	콜롬비아	WiBro
	베트남	디지털방송시스템
	라오스	전파관리시스템

<노르웨이 DMB 본방송 개국식 및 DMB포럼>



<요르단 WiBro 개통식>



그램을 추진하여 국내기술의 도입 및 상용화를 유도할 예정이다.

또한 대·중소기업 상생 협력을 통한 해외진출 지원을 강화하여, 해외로드쇼 추진 시 대기업, 중소 부품기업, 솔루션 업체간 협력을 통한 국내 업체들의 동반진출을 지속적으로 유도하고 정부컨설팅 사업 추진시 대·중소기업 컨소시엄 참여를 독려할 예정이다.

방송통신 분야에서 글로벌 경쟁 가속화와 세계적 경제 위기 등으로 국내 기업의

해외진출 어려움이 가중되고 있는 상황에서 민관 협력 활동 등을 통한 해외 진출 추진은 더욱 확대되어야 할 것이다.

2) 주요국 방송통신 정책·기술·시장 동향 정보 제공

해외진출을 희망하지만, 관련 정보를 획득하기 어려운 중소기업을 위하여 해외 방송통신 정보를 수집하여 제공하는 방송통신해외진출시스템 CONEX(www.conex.or.kr)를 운영하였다. 동 시스템에서는 방

<표 III-28> 2009년도 방송통신 정보제공 국가(총 40개국)

지역명	진출전략국(22개국)	기타국가(18개국)
아시아/태평양 (13개국)	태국, 인도네시아, 인도, 말레이시아, 베트남, 카자흐스탄, 우즈베키스탄	일본, 중국, 대만, 호주, 싱가포르, 필리핀
미주 (8개국)	브라질, 베네수엘라, 페루, 멕시코, 파라과이	미국, 캐나다, 칠레
유럽 (14개국)	터키, 폴란드, 러시아, 우크라이나, 네덜란드	영국, 독일, 핀란드, 프랑스, 헝가리, 이탈리아, 스페인, 불가리아, 루마니아
중동/아프리카 (5개국)	UAE, 사우디아라비아, 나이지리아, 이집트, 남아프리카공화국	-

송통신 관련 주요 기업들에게 필요한 해외 방송통신 정책·기술·시장 동향정보를 수집·분석하여 제공하였다. 특히 방송통신 해외진출 전략국가 22개 국가를 포함한 40개 국가 및 Mobile WiMax(WiBro), Mobile TV(DMB), IPTV 등 방송통신 11개 품목에 대한 정책 및 사업자 동향 등 심층 정보를 제공하였으며, 이용자 중심의 시스템 개편을 통해 이용자의 편리성을 제고토록 노력하였다.

향후 방송통신해외진출시스템(CONEX)이 진출 유망국 정부의 통신 규제정책, 주파수 할당 및 사업자 허가계획 등 중소기업

업에게 필요한 심층 정보를 제공할 수 있도록 보완할 것이다.

3) 방송콘텐츠 국제 경쟁력 강화 지원

방송통신위원회는 우리나라 방송콘텐츠의 국제경쟁력 강화를 위하여 한류 거점지역인 동남아 및 방송콘텐츠 강국인 미국, 프랑스 등의 지역에서 방송콘텐츠 쇼케이스를 개최하였다. 2009년에는 6회에 걸쳐 쇼케이스를 개최하여 한류의 재확산을 도모하는 한편, 세계 최대의 콘텐츠 마켓인 MIPTV에서 전세계를 대상으로 콘텐츠 공모전(Content 360)을 개최·후원하였다.

<표 III-29> 2009년도 방송통신 정보제공 품목(총 11개 품목)

구분	세부 품목
기존 품목 (8개)	Mobile WiMAX, Mobile TV, IPTV, 이동통신, 방송콘텐츠, NGN, 전파관리시스템, 유선통신
신규 품목 (3개)	방송서비스, 브로드밴드, 정보보호

<표 III-30> 2009년 방송콘텐츠 국제경쟁력 강화 지원 내역

장소	개최일시	행사명	내용
태국 방콕	2.25~28	방콕세계일류 상품전	- 방송콘텐츠 한국공동관 구축(100㎡) - 현지 바이어 비즈매칭 및 프로모션 활동 - 현지 한류브랜드 및 바이어 설문조사
프랑스 칸느	3.30~4.3	MIPTV	- Contents 360 공모전 · 후원카테고리 : Interactive Educational Format for Cross-Media · 후원상금 : 총 12,000유로 - IPTV/DMB 쇼케이스 개최 - 프랑스 남부에서 진행되고 있는 교통정보시스템 (TPEG)의 성공을 위한 현지 정부, 기업관계자 대상 홍보(MBC)
미국 라스베이가스	4.17~23	NAB	- 뉴미디어 한국홍보관 구축(75㎡) · 콘텐츠 & NewTech, IPTV, DMB 분야 등 3개 테마부스 · IPTV, T-DMB 등 약 30여개 제품전시
헝가리 부다페스트	6.16~19	DISCOP EAST	- 방송콘텐츠 상담부스 운영 - 신규시장인 동유럽시장 공략을 위한 바이어 비즈매 칭 및 프로모션 활동 수행
중국 북경	8.26~28	CITV 2009	- 방송콘텐츠 한국 공동관 (80㎡)운영 - 현지 바이어 비즈매칭 및 프로모션 추진
필리핀 마닐라	11.30~12.1	한-필 TV 콘텐츠 쇼케이스 & 미디어 포럼	- 쇼케이스 운영 및 비즈니스 상담회 개최 - 한-필리핀 미디어포럼 개최

4) 국제 행사를 활용한 방송통신 홍보 마케팅 추진

방송통신위원회는 올림픽 등 대규모 국제 행사를 활용한 홍보관을 설치·운영하여 우리 방송통신 서비스 및 기술의 우수성에 대한 홍보 및 우리 기업의 해외 진출을 지원하고 있다.

2008년 8월 북경 올림픽을 계기로 북경

주중 한국문화원 내에 방송통신 홍보전시관을 개관하였으며, 올림픽 이후에도 지속적으로 우리 방송통신 서비스 및 기술에 대한 홍보 및 기업 마케팅 활동을 지원하기 위해서 WiBro, DMB, IPTV 및 한류콘텐츠 등 방송통신 전략품목 중심으로 개편하여 2009년 10월 재개관하여 홍보 활동 및 교류 협력 활동을 수행하고 있다.

그리고 국가브랜드위원회에서 범정부적으로 추진한 한-베트남 주간행사(10.18~10.24) 기간 동안 방송통신 홍보 전시회(Convergence Korea)를 베트남 하노이에서 4일간(10.21~24) 개최하였다. 동 행사 기간 중 양국 주요 인사들이 참석한 가운데 우리 방송통신 기술·서비스(WiBro, DMB, IPTV, 방송콘텐츠, 전파방송관리시스템)를 소개하였고, 이를 통해 한-베트남 양국간 방송통신 협력 강화를 위한 기반 확대 및 양국 기업 간 교류 확대의 계기를 마련하였다.

5) 방송통신 해외 홍보

우리나라 방송통신 서비스·콘텐츠의 해외 진출 확대를 위해 방송통신 정책과 산업을 효과적으로 해외에 홍보할 필요가 있었다. 이를 위해 방송통신위원회는 방송통신 홍보 동영상제작, 홍보 발간물제작, 영문홍보 홈페이지 운영, 방송통신 중소기업 홍보물 제작 등 맞춤형 해외홍보 활동을 추진하였다.

주요 추진 내용으로는 우리 방송통신 산업의 해외 홍보를 위해 방송통신 영어 홍보사이트(www.convergencekorea.org)를 2009년 4월 오픈하여 운영하고 있으며,

동 사이트를 통해서 국내 기업정보 제공, 기술 홍보 및 정부정책을 소개하고 있다.

또한 영어, 중국어, 프랑스어, 스페인어, 아랍어 등 5개국 언어로 우리 방송통신 홍보 브로셔를 제작하여, 주한 외국 대사관 및 해외 현지 행사 등에서 배포하여 홍보 효과를 제고하였으며, 우리의 우수한 방송통신 기술·서비스 및 4대 전략품목에 대해 홍보하는 홍보동영상(Digital Convergence Korea)을 5개국 언어로 제작하여 해외 로드쇼나 외빈 방문 시 등에 활용하여 우리나라 방송통신 서비스의 우수성을 홍보하였다.

그리고 우리나라를 방문하는 외국인들이 국내에서 방송·통신 융합 신기술과 서비스를 직접 체험할 수 있도록 체험 안내 지도를 제작하여 배포하였고, 국내 방송통신관련 중소기업의 우수제품 및 콘텐츠의 해외진출과 중소기업 홍보마케팅 활동 촉진을 위한 홍보물 제작을 지원하였다.

6) 방송통신 해외진출 협의체 운영

방송통신위원회는 국내 방송통신 관련 업계의 애로·건의사항을 청취하고, 이를 즉시 정책에 반영하기 위하여 방통위, 방송통신사업자, 장비업체, 관련협회 및 유

<표 III-31> 방송통신 해외진출 지원협의회 개최현황

차수	개 최 일	주 요 안 건
1차	3. 6(금)	· 2009년도 해외진출지원 주요사업 · 방송통신장관회의 및 MIPTV 참가계획
2차	4. 29(수)	· 해외 통신망 확충계획 · 분과별 협의회 구성 및 운영방안
3차	7. 21(화)	· 스웨덴·카자흐스탄 방문결과, 방송통신 장관회의 결과 · ITU텔레콤월드, 뉴질랜드 방송통신 로드쇼 계획
4차	8. 25(화)	· 중국 CITV 2009 쇼케이스 · 북경 홍보관 개편 및 하반기 신규 홍보관 운영계획 · 하반기 해외 로드쇼 개최계획 · 방송통신 해외진출시스템 개편
5차	9. 29(화)	· 중국 CITV 쇼케이스 참가 결과 · 한·호·뉴 장관회의 비즈니스포럼 및 로드쇼 · 뉴질랜드 초고속 브로드밴드 투자 사업 · 공적개발원조(ODA) 사업 소개
6차	10. 27(화)	· 위원장 베트남, 캄보디아 방문결과 · 한·호·뉴·브로드밴드 장관회의 준비상황 · 해외진출 전략품목 및 품목별 거점국가 보완 · 2009년 4/4분기 및 2010년 1/4분기 해외 로드쇼 계획
7차	11. 24(화)	· 2010년 방송통신 장관회의 초청대상국가 의견 수렴 · 터키 로드쇼 개최계획 · 필리핀 방송콘텐츠 쇼케이스 개최계획 · 방송통신 해외진출시스템 개편 내용

관기관 등이 참여하는 「방송통신 해외진출 지원협의회」를 구성하고 운영하였다. 그리고 전략품목별 심층적인 논의를 위하여 「방송통신 해외진출지원협의회」 산하에 5개 분과회(WiBro, DMB, IPTV, 방송콘텐츠, 전파방송관리시스템)를 구성하여 운영하면서 기업들의 건의·애로사항을 수렴하고 정책에 적극 반영하였으며, 협의회를 매월 정례화하였다.

7) 방송통신 부문 통상협상 대응

정부는 2003년부터 추진된 동시다발적 FTA 전략에 따라 그간 칠레, EFTA⁷⁾, 싱가포르에 이어 ASEAN과의 FTA를 발효시켰다. 2009년에는 2건의 FTA(한-EU, 한-인도)가 타결되었으며, 3건의 신규협상(한-

7) EFTA(European Free Trade Association) : EC(European Community:유럽공동체)를 제외한 서유럽의 지역경제기구

페루, 한-호주, 한-뉴질랜드)에 능동적으로 대응하였다.

미국을 제외한 대부분 국가들이 문화산업의 시장개방에는 소극적인 입장을 견지하고 있어 통상적으로 방송분야는 FTA 협상 대상에서 제외되고 있다. 다만, 우리나라는 문화 교류 활성화 및 한국 방송물의 해외진출을 위하여 양국간 공동제작 협정 체결을 유도하는 방향으로 FTA 협상을 활용하고 있다. 대부분의 국가는 방송프로그램의 쿼터제를 운영하고 있는데, 공동제작한 방송프로그램을 상호 자국물로 인정하도록 하는 것은 쿼터규제에서 벗어남으로써 해외진출의 제도적 기반이 된다. 2009년에 타결된 한-인도, 한-EU FTA에서 방송프로그램 공동제작물의 자국산 인정 근거를 마련하여 방송콘텐츠 해외진출의 기반을 마련하였다. 현재 진행되고 있는 호주, 뉴질랜드, 캐나다, 멕시코, GCC⁸⁾, 페루 등과의 FTA에서도 방송공동제작 협정 논의가 이루어지고 있다.

한-EU FTA에서는 기간통신서비스에 대한 외국인 투자제한이 한미 FTA와 동일한 수준으로 타결되었다. 즉, 기간통신사

업에 대한 외국인 직접투자 제한은 현행과 동일하게 49%를 유지하되 간접투자는 공익성 심사를 통해 100%까지 허용하였다. 다만, FTA 발효 이후 적용 유예기간을 2년간 두었으며 핵심 기간통신망을 보유한 KT와 SKT는 간접투자 완화 대상에서 제외하였다.

한편, EU는 통신서비스 국경간 공급 뿐만 아니라 외국인 투자에 대한 제한을 두지 않는 등 미국보다 개방된 통신시장을 운영하고 있다. 이에 따라, 한-EU FTA 협상시 EU측의 통신서비스 국경간 공급 제한 폐지 요구에 대해 상호주의 원칙을 고려하여 국내 위성산업에 미치는 영향이 미미한 것으로 평가되고 있는 특정 위성통신서비스에 대해서만 한정하여 개방하였다. 즉, 협정 발효이후 2년간 적용 유예기간을 두고 국제 위성전용회선서비스 중 방송 중계 부문에 한해 상업적 협약 체결 의무를 면제하여 대부분 국내 지점간 연결에 이용되는 무궁화 위성서비스에 미치는 영향을 배제하였다.

다. 국제회의 개최 및 국제기구 협력활동

1) 방송통신 장관회의 및 국제방송통신 컨퍼런스 개최

8) GCC(Gulf Cooperation Council) : 1981년 5월에 페르시아 만안의 6개 아랍산유국이 역내(域內) 협력을 강화하기 위해 결성한 지역협력기구

방송통신위원회는 방송통신융합의 시대에 세계 지도급 인사들과 함께 방송통신 최신 정보 교류와 관련 논의를 통해 미래 방송통신 산업에 대한 비전을 제시하고 국내 방송통신 기업의 해외 진출을 지원하는 기회를 마련하고자 2009년 6월 17일 서울 코엑스에서 방송통신 장관회의를 개최하였다. 또한 국내 유일의 방송통신융합 전문 컨퍼런스인 국제방송통신컨퍼런스 및 국내 최대의 IT전시회인 월드 IT쇼를 동시에 개최함으로써 행사간 시너지 효과를 제고하였다.

장관회의는 ‘방송통신융합과 미래혁명 - 위기 속의 새로운 기회’라는 주제로 당면

한 경제위기 속에서의 방송통신의 역할과 비전에 대하여 논의하였다. 금번회의에는 우리나라를 포함하여 카자흐스탄, 인도네시아, 폴란드, 파라과이, 사우디아라비아 등 15개국 장·차관이 참석했다.

우리나라는 방송통신장관회의 주최국으로서 향후 방송통신 융합산업의 정책방향 정립을 주도하여 우리나라의 대외적 위상을 강화하였으며, 첨단 IT 장비 전시 및 시연을 통해 방송통신분야 저탄소 녹색성장을 홍보하는 등 경제외교의 기회로 활용하였다.

또한 총 8회의 양자회담을 개최하여 한국 ICT분야 기술의 우수성과 서비스 경험

<표 III-32> 방송통신분야 15개국 장·차관급 참가자

구 분	참 가 국 가	계
장관급	한국, 라오스, 파라과이, 사우디아라비아, 태국	5개국
차관급	캄보디아, 인도네시아, 카자흐스탄, 말레이시아, 몽골, 나이지리아, 폴란드, 타지키스탄, 우즈베키스탄, 베트남	10개국

<제 5 차 방송통신 장관회의>



<참가국가 장관>



을 소개하면서 양국 간 국제협력 강화의 기반을 마련하였으며, 정부 간 교류협력 논의 및 국내 업체의 해당국 진출 협조를 요청하였다. 동 장관회의를 통해 WiBro, DMB, IPTV 등 방송통신 융합산업의 해외 진출 거점국가를 확대하고, ICT분야 인적 교류 확대 및 교류 협력의 발판을 마련한 것으로 평가받고 있다.

방송통신 장관회의는 (구)정보통신부에서 2005~2006년까지 세계 ICT 정상회의(World ICT Summit), 2007년에는 IT장관회의(IT Ministerial Conference)라는 명칭으로 개최되었으며, 방송통신위원회 출범과 함께 2008년부터는 방송통신장관회의(World Information and Communications Summit)로 개최되고 있다.

한편, 양일간 개최된 컨퍼런스에서는 “미디어 융합과 그 이후(Media Convergence and After)”라는 주제 아래, “미디어 융합시대의 경쟁력 확보를 위한 정부와 기업의 역할”, “디지털 콘텐츠의 성공을 위한 전략”, “방송통신 융합시대에서의 새로운 비즈니스 창출 전략”을 세부주제로 방송통신 산업의 현재를 진단하고, 바람직한 전략과 비전을 제시하였다.

컨퍼런스는 전년도에 비해 더욱 확장된

규모로 총 3개 트랙, 12세션 및 기조강연과 슈퍼패널 세션으로 구성되었으며 영국, 프랑스, 독일, 미국, 중국, 일본 등 총 12개국에서 55명(외국연사 30명 포함)의 방송통신 관련 전문가들이 참여하여 성황리에 개최되었다.

2) 한·호·뉴 통신장관회의(KANZ) 참가

2009년 11월 4~5일 양일간 뉴질랜드 오클랜드에서 제5차 한·호·뉴 통신장관회의(KANZ Broadband Summit)가 개최되었다. 방송통신위원회는 동 회의에서 호주, 뉴질랜드와 방송통신분야 교류협력을 증진하고, ICT 로드쇼 및 비즈니스 미팅 개최를 통해 해외진출 전략품목인 초고속인터넷, WiBro 등을 홍보하고 우리제품의 해외진출을 도모하였다.

우리 대표단은 양국 장관과 함께한 한·호·뉴 통신장관회의 개막식에서 초고속인터넷, WiBro, DMB, IPTV 등 우리나라의 우수한 인프라와 서비스를 소개하면서 “브로드밴드, 정보보호, 그린 ICT 등의 분야에서 협력해 나가자”고 제안하였다.

개막식 이후, 뉴질랜드경제개발부 정보통신 장관(Steven Joyce), 호주 광대역통신디지털경제부 장관(Stephan Conroy) 등

과 함께한 두 차례의 양자회담을 통하여, 우리나라가 세계적 수준인 초고속 인터넷, WiBro를 적극 홍보하고 협력방안을 논의하였다.

금년의 경우, 장관회의 이외에도 WiBro, DMB 등 전략품목 홍보를 위한 방송통신 융합서비스 로드쇼, 우리기업의 대양주 진출지원을 위한 비즈니스 미팅, 방송통신 분야 정보교류 및 협력활성화를 위한 전문가 포럼을 동시에 개최하여 민간부문의 국제 교류 지원을 강화하였다.

한·호·뉴 통신장관회의는 2003년 한국과 호주 간에 시작된 브로드밴드 분야 협력회의로써 2005년부터 뉴질랜드가 참여하여 현재와 같은 3국간 회의로 발전하였다.

3) ITU 텔레콤 전시회 지원

방송통신위원회는 2009년 10월 스위스 제네바에서 개최된 「ITU Telecom World 2009」 전시행사에 국내기업들의 한국관 구성 및 참가를 지원하였다. 한국 전시관은 WiBro, DMB, IPTV, 신기술 4개관으로 구성되었고, ETRI, 엠피디, 나우텔 등 국내 연구소 및 기업이 자사 제품 등을 시연·홍보하였다. 동 행사 중에 약 151건 이

상의 상담이 있었고, 275만 불 이상의 가계약이 체결되는 성과를 얻었다.

동 행사를 통해 우리 방송통신융합기술의 우수성을 전 세계에 홍보함으로써 방송통신 강국으로서의 위상을 강화하고 관련 민간업체와의 동반 성장의 기회를 제공하였다는 평가를 받고 있으며, 반기문 UN사무총장, 몽골·이스라엘 통신부 주요 인사들의 홍보전시관 방문을 통해 국내 방송통신의 산업·기술 인지도 제고에 기여하였다.

한편 동 기간 중에 방송통신위원회 대표단은 ITU 투레(Toure) 사무총장을 방문하여 2014년 ITU전권회의를 우리나라에서 개최하는 방안 등에 대하여 협조를 구하였다.

<ITU 텔레콤 한국관>



<반기문 UN사무총장 한국관 방문>



4) 국제회의유치

방송통신위원회는 2009년 12월 14일부터 16일까지 이란 테헤란에서 개최된 아시아태평양전기통신협의체(APT, Asia-Pacific Telecommunity) 관리위원회에 정부대표단으로 참석하여 2011년 APT 총회를 우리나라에 유치하는데 성공했다.

APT 총회(General Assembly)는 3년마다 개최되는 APT 최고위 의사결정회의로,

아태지역의 34개 정회원국과 4개 준회원국의 정보통신 장·차관을 포함해 300여명이 참여하여 APT 일반정책 수립, 예·결산, 사무총장 및 사무차장 선출 등을 수행하는 국제회의이다.

이번 2011년 APT 총회 유치전에서는 우리나라와 몽골이 치열한 경쟁을 벌였는데, 먼저 유치의사를 표명한 한국이 2011년 총회를 개최하고, 몽골은 2014년 APT 총회를 유치하는 것으로 정리됐다. 우리나라는 옛 체신부에서 25년 전인 1984년 APT 총회를 유치한 바 있다.

금번 2011년 APT 총회 유치를 통해 정보통신기술(ICT) 강국으로서 우리나라의 국격을 제고하고, 국내 기업의 해외진출 기회를 확대할 수 있는 계기가 될 것으로 전망된다.

<표 III-33> 역대 「APT 총회」 개최 현황

차 수	년 도	장 소	차 수	년 도	장 소
창립총회	1979	태국	7차	1996	말레이시아
2차	1981	태국	8차	1999	이란
3차	1984	한국	9차	2002	인도
4차	1987	호주	10차	2005	파키스탄
5차	1990	중국	11차	2008	말레이시아
6차	1993	인도네시아	12차	2011	한 국(확정)

라. 국가간 방송통신 교류 협력

1) 개도국 방송통신 전문가 초청 연수

방송통신위원회는 공적개발원조(ODA) 우선지원국 및 방송통신협력 주요 거점국가들의 방송통신 분야 정책 입안자, 관련 전문 인력 등을 대상으로 전문교육, 현장 체험 등의 프로그램으로 국가간 방송통신 교류 협력을 확대하는 초청 연수사업을 실시하였다.

본 사업은 23개 과정에 48개국에서 총 339명이 참가하였고, 이들에게 방송통신 분야 정책 관련 교육 및 연수를 통해 자국내 방송통신 정책 입안에 도움이 되도록 하였으며, 교육 과정 중에 우리 방송통신 서비스 기술 및 정책을 적극 홍보하고 친한(親韓) 인적 네트워크를 구축하여, 추후

우리 방송통신서비스 해외 진출을 위한 기반을 확대하였다. 주요 과정, 참여 국가 및 참여 인원은 다음과 같다.

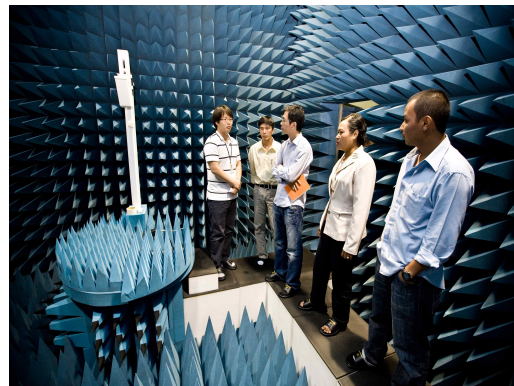
한편 방송통신 전문가 초청연수 사업은 교육 과정의 내실화를 도모하면서, 교육생들의 지속적인 성과 관리 및 향후 교육과의 연계, 국내 기업의 해외 진출을 위한 기반으로서의 시너지 효과 창출을 위하여 사후관리를 다양하게 추진하고 있다.

사후 관리의 일환으로 초청연수 통합관리시스템(www.koalp.org)을 구축하여, 온라인상에서 초청연수 졸업생들의 커뮤니티를 구축하고, 연수생 DB 관리 및 업데이트(전화, 이메일)가 체계적으로 이루어지도록 하여, 추후 정부 간 교류 및 국내 기업의 해외진출 기반으로 활용되도록 하였다. 그리고 연수생들에게 지속적으로 우리나라 방송·통신 뉴스와 연수생들의

<교육 과정>



<기업 방문 및 현장 학습>



<표 III-34> 개도국 방송통신 전문가 초청연수 추진 내용

구분	교육내용	일시	인원	교육대상
고위급 과정	통신정책과정	4.22-4.29	10	방글라데시(1),가나(1), 인도(1), 인도네시아(1), 케냐(1), 몰디브(1), 네팔(1), 태국(1), 튀니지(1), 베트남(1)
	방송정책과정	6.24-7.1	18	베트남(2),태국(1)말레이시아(2),네팔(1),부탄(1),방글라데시(1),이란(2),이디오피아(1),케냐(1),페루(1),브라질(1),우즈베크(2),아제르바이잔(1),체코(1)
	미디어 콘텐츠 과정	9.23-30	10	콜롬비아(1), 가나(2), 인도네시아(2), 케냐(1), 라오스(1), 말레이시아(1), 러시아(1), 태국(1)
APT 협력과정	스펙트럼관리과정	5.18-5.26	14	중국(1),몰디브(1)미얀마(1),네팔(1),파푸아뉴기니(1),몽골(1), 이란(1),인도(1),말레이시아(1),필리핀(1),파키스탄(1)우즈베크(1),나이지리아(1),이집트(1)
	와이브로과정	7.6-7.14	14	베트남(1),중국(1),태국(1)인도네시아(1),라오스(1),미얀마(1), 몰디브(1),말레이시아(1),파키스탄(1),아프가니스탄(1),남아공(2),나이지리아(1),카자흐스탄(1)
	디지털환경과 IPTV이해과정	8.31-9.8	14	캄보디아(1),이란(1),중국(1),몽골(1),파키스탄(1),베트남(1),방글라데시(1),인도(1),태국(2),부탄(1),사하공화국(1),필리핀(1),네팔(1)
	전파감시 기술과정	11.9-11.17	16	터키(1),아프가니스탄(1),중국(1),라오스(1),몰디브(1),미얀마(1), 네팔(1),파키스탄(1),파푸아뉴기니(1),태국(1),통가(1),인도네시아(1),베트남(1),우즈베키스탄(1),캄보디아(1),잠비아(1)
ASEAN 협력과정	벽촌지역 정보화과정	5.27-6.5	16	캄보디아(3), 인도네시아(2), 라오스(3), 미얀마(3),필리핀(1), 태국(2), 베트남(2)
	IPv6 Training과정	8.3-8.7	15	베트남(2),필리핀(2),태국(1),캄보디아(2),인도네시아(2),브루나이(1),미얀마(1),말레이시아(4)
AfDB 협력과정	AfDB 협력과정 이동통신과정	6.22-7.1	9	짐바브웨(2),이디오피아(1)탄자니아(1),콩고민주공화국(1),케냐(1)앙골라(1),말리(1),코트디부아르(1)
	AfDB 정보보호과정	9.9-9.18	9	카메룬(1),에티오피아(1),남아공화국(1),케냐(1),탄자니아(1), 튀니지(2),AfDB(1),ECOWAS(1)
	탄자니아 현지워크숍	10.12-10.15	40	탄자니아 외(40)
ADB 협력과정	통신정책과정	8.24-8.28	10	베트남(2),캄보디아(4),라오스(4)
	ICT 기술과정	9.23-9.30	12	라오스(3),캄보디아(4), 베트남(5)
	ICT 개발과정	10.21-10.28	16	캄보디아(8), 라오스(4), 베트남(4)
업체 협력과정	전파방송 관리과정	6.9-6.17	13	터키(1),아르헨티나(1)파라과이(1),브라질(1),태국(1)라오스(1),베트남(2),필리핀(2),말레이시아(1),몽골(1)페루(1)
	융합서비스과정	12.1-12.9	7	터키(2), 브라질(1), 베트남(2), 태국(1), 방글라데시(1)
현지과정	한-베 방송통신협력과정	10.20-22	40	베트남(40)
	태국 현지워크숍	11.5-11.6	32	태국(32)
방송통신 위원회 특별과정	요르단 초청연수교육과정	9.15-9.18	5	요르단(5)
	카자흐스탄 초청연수교육과정	10.26-10.30	5	카자흐스탄(5)
기술교류 협력과정	인턴쉽	6월, 9월	10	베트남(2),몽골(2),브라질(2),카자흐스탄(2),태국(2)
기타	IT 장비시험 및 인증제도교육	9.21-25	4	베트남(1), 라오스(1), 태국(1), 캄보디아(1)
23개 과정			339	48개국

동정을 뉴스레터로 알려줌으로써 우리나라 및 방송·통신 연수경험에 대하여 지속적으로 관심을 가지도록 유도하였다.

특히, 금년 베트남에서 처음으로 연수생 현지네트워크를 구성하였으며, 현지 워크숍을 통하여 연수생간의 네트워크를 유지하고 확대되는 계기가 되도록 하였다. 장기적으로 동 조직에 대한 운영 지원방안을 마련하여 국별 연수생 네트워크를 전 세계적으로 확대 구성하여 현지 네트워크와 우리나라 현지 외교관, 주재원들의 커뮤니티를 연계하여 교류 협력의 시너지를 확대하는 방안도 추진을 검토하고 있다.

한편 동 교육과 국내 기업 및 서비스의 해외 진출과의 연계 및 시너지 제고를 위하여 초청연수 대상자 선정에 있어, 국내 기업의 수요를 반영하였고, 초청 연수생과 국내기업과의 지속적인 상담 등을 추진하였다. 초청 연수생과 국내기업간의 네트워크를 형성해주는 이러한 운영 모델은 장기적으로 국내 기업의 해외 진출에 많은 기여를 할 것으로 기대된다.

2) 한-아세안(ASEAN) 방송 협력 워크숍 개최

방송통신위원회는 아세안 회원국과 방송 정책 및 기술 교류, 방송제작 교육기회 제공 등을 통해 우리나라와 아세안 국가간 방송 분야의 협력 증진을 위하여 아세안 회원국 10개국으로부터 방송 담당 정부 공무원과 방송사 관계자 및 아세안사무국 등 총 38인을 초청하여 6월 29일부터 7월 2일까지 서울 신라호텔에서 한-아세안 방송협력워크숍을 개최하였다.

동 워크숍에서는 아세안 회원국 및 우리나라의 최신 방송기술, 산업 동향, 드라마 전략과 제작기법 등에 대한 발표 및 토론이 이루어졌으며, 국내 방송콘텐츠 제작 현장 및 문화 시찰을 통해 우리나라의 선진 방송기술과 문화체험의 기회를 제공하였다.

<한-아세안 방송협력 워크숍>



또한 참가자들과 CJ미디어, 디지털 조선, 아리랑 TV 등 한국 미디어사와의 개별적인 비즈니스 미팅을 통해, 아세안 방

송 관계자들과 우리 미디어사와의 교류 협력을 촉진하고, 아세안 국가들과 방송 분야에 대한 상호 이해와 우호를 증진시키고, 방송콘텐츠 공동 제작을 위한 기반을 구축하는 계기를 마련하였다.

한-아세안 방송협력워크숍은 제2차 한-아세안 FTA 경제협력 작업반 회의(2006. 10)에서 공식사업으로 채택되어 추진되어 오고 있다. 2009년도에 초청된 국가와 기관, 방송사는 다음 표과 같다.

3) 방송콘텐츠 공동 제작 및 극빈국 방송 장비 지원

우리나라 방송의 해외진출 대상국가의 다변화와 콘텐츠 다양화 도모 및 문화다양성 증진을 위해 방송통신위원회는 방송 콘텐츠 공동제작협정 체결국 국민과 국내 방송사업자간 방송콘텐츠 공동 제작을 지원하고 있다.

이러한 공동 제작을 통하여 공동 제작 국가의 방송사들과 교류 협력 확대 및 우

<표 III-35> 한-아세안 방송협력 워크숍 참가 기관

참가국가	참가 기관
라오스	정보문화부(MIC)
	국영방송(LNTV)
말레이시아	국영방송(RTM), 민영방송(Media Prima)
미얀마	정보부(MOI)
	국영방송(MRTV)
베트남	정보통신부(MIC)
	국영방송(VTV)
브루나이	통신부(MOC), 총리공관(PMO)
	국영방송(RTB)
싱가포르	정보통신문화부(MICA), 미디어개발청(MDA)
	민영방송(MediaCorp Group), 제작사(Oak3films)
인도네시아	통신정보기술부(MCIT), 방송위원회(IBC)
	국영방송(TVRI)
캄보디아	정보부(MOI)
	국영방송(NTC)
태국	공보처(PRD), 방송위원회(NBC)
	국영방송(CHANNEL 11), 민영방송(CHANNEL 3)
필리핀	국영방송(NBN), 민영방송(ABS-CBN)
아세안	아세안 사무국(ASEAN SECRETARIAT)

리나라와 상대국 문화에 대한 새로운 해석과 이해를 높이는 계기가 되었다. 특히 제작 기간 중에 형성된 양국 방송사들의 휴먼 네트워크는 향후에도 양국 사이의 방송 교류 협력을 위한 중요한 경험과 자산이 될 것으로 보인다.

향후에도 외국의 선진 방송기술과의 협업을 통하여 우리나라 방송의 질적 향상을 도모하고, 각국에 우리나라 방송사의 브랜드 가치를 제고하며 방송의 문화다양성을 구현하는데 기여할 수 있도록 노력할 것이다.

또한 한류에 대한 반감이 확산되고 있

는 동남아 국가와의 선린 교류협력 사업 확대를 통해 우리나라 방송사업의 해당 지역 진출 활성화, 수출 방송프로그램의 장르 및 수출지역 다변화를 추진하고, 방송서비스 무역구조 고도화에 기여할 것이다.

방송콘텐츠 공동제작 지원사업 결과는 아래 표와 같다.

한편 아시아 역내 국가들과 방송 분야 교류 협력 증진을 위하여 아세안 저개발 국가에 방송 장비를 지원하였다. 2009년에는 방송 장비의 낙후도가 심한 캄보디아를 선정하여 디지털 장비와 다큐멘터리,

<표 III-36> 방송콘텐츠 공동 제작 지원 사업 제작 결과

방송사명	프로그램명	공동제작국/제작사
한국HD방송	아시아 관광허브 - 테마파크로 열다 1부 : 그들만의 세상, 아시아 테마파크 2부 : 관광아시아, 꿈을 설계하라	싱가포르/OAK3 films
	아시아의 미래, 바이오(BIO)를 주목하라 1부 : 新골드러시, 바이오 트라이앵글을 가다 2부 : 바이오(BIO)유토피아, 아시아를 바꾸다	싱가포르/OchrePictures
온미디어	스타일 아시안	싱가포르/OAK3 films
한국교육방송공사 (EBS)	백색열전 - 불타는 북극 1부 : 원시북극의 위기 2부 : 남획의 그늘 3부 : 신 냉전의 그림자 4부 : 영토 분쟁의 서곡 5부 : 북극항로를 향해	노르웨이/NRK
디지털 조선일보	프로젝트 글로벌 인턴십, 싱가포르&코리아	싱가포르/Red Dawn
푸드 텔레비전	예비 셰프들의 한·싱 음식문화 체험기	싱가포르/Kaiiten Comm.

애니메이션 등의 콘텐츠를 지원하였고, 10월 23일 캄보디아 공보부 장관과 국영방송사, 우리측 대표단 등이 참가한 가운데 기증식을 가졌다. 이러한 지원 사업을 통하여 아시아 역내 국가들과 우리나라의 방송 분야 교류 협력 활성화 및 우호가 증진되고, 장기적으로는 우리나라와 기업의 이미지가 제고되는 효과를 가져올 것으로 기대된다.

<캄보디아 방송 장비 기증식>



제2절 글로벌 시대에 걸맞은 선진 방송 정책

1. 방송시장의 경쟁력 제고

가. 국회의 미디어 관련법 개정

1) 논의 배경

산업간 시너지 효과제고와 글로벌 미디어 기업 육성을 위한 기반 조성을 통해 궁극적으로 미디어산업을 성장동력으로 육성하고 또한, 사업자간 경쟁 활성화를 통해 국민에게 고품질의 콘텐츠를 공급하기 위해서는 1980년대 이후 지속되어 온 ‘칸막이식’ 규제를 철폐하고 미디어 산업발전을 지원하기 위한 입법이 요구된다는 필요성이 제기되었다.

2) 추진경과

이 같은 상황 속에 「방송법 개정 법률안」(허원제 의원 대표발의), 「신문 등의 자유와 기능보장에 관한 법률 개정 법률안」(이하 ‘신문법 개정안’이라 한다) (한선교 의원 대표발의) 등(이하 ‘미디어법’이라 한다)이 국회에 제출되었고, 여·야는 미디어법을 “빠른 시일 내에 합의 처리하

도록 노력한다”고 합의하였다(2009.1.6.).

이후 국회 문화체육관광방송통신위원회(이하 ‘문방위’라 한다)에 미디어법이 상정되었으나(2009.2.25), 여·야의 견해 차이로 인해 법안처리가 지연되다가 “문방위 산하에 사회적 논의기구를 만들어 100일간 여론 수렴 후 6월 임시국회에서 국회법 절차에 따라 표결 처리한다”라고 여·야간에 합의가 이루어졌다.

이에 따라 문방위는 2009년 3월 6일, 전체회의를 열고 방송법과 신문법, IPTV법, 정보통신망법 등 4개 쟁점 법안에 대한 국민 여론을 수렴하기 위해 ‘미디어발전 국민위원회’(이하 ‘국민발전위원회’라 한다)라는 명칭의 사회적 논의기구를 구성하기로 하고, 위원구성은 한나라당(10명), 민주당(8명), 선진과 창조의 모임(2명)의 추천을 받아 구성하기로 하였다. 국민발전위원회 위원으로는 현역 국회의원을 비롯한 정치인은 배제하고, 언론계 시민사회단체와 교수 등 전문가들이 참여키로 했으며, 3개 교섭단체 원내대표 합의에 따라 활동기간은 6월 15일까지 100일간으로 정했다. 정당별 초기 추천 위원은 아래와 같다.

<미디어발전 국민위원회 위원구성>

▲ 위원 명단

○ 한나라당 추천

김우룡(한양대 석좌교수), 황근(신문대 언론광고학부 교수), 강길모(미디어발전국민연합 공동대표), 최홍재(공정언론시민연대 사무처장), 변희재(실크로드 CEO포럼 회장), 이현(시민과 함께하는 변호사들 공동대표), 윤석홍(단국대 언론홍보영상학과 교수), 최선규(명지대 디지털미디어학과 교수), 김영(전 부산MBC 사장), 이병혜(전 KBS 앵커)

○ 민주당 추천

강상현(연세대 신문방송학과 교수), 최영목(성공회대 신문방송학과 교수), 이창현(국민대 신문방송학과 교수), 조준상(공공미디어연구소 소장), 류성우(전국언론노조 정책실장), 박민(지역미디어공공성위원회 집행위원장), 강혜란(한국여성민우회 미디어운동본부 소장), 김기중(변호사)

○ 선진과 창조의 모임 추천 : 박경신(고려대 법대 교수), 문재완(한국외국어대 법학과 교수)

국민발전위원회는 3차례의 지역공청회(부산, 춘천, 광주)와 4차례의 주제별 공청회(신문·방송 겸영과 여론다양성, 방송사업에 대한 진입규제 완화와 공공성, 인터넷 민주주의와 사회적 책임, 지역성·IPTV 등)을 실시하며 다양한 의견수렴과 논의를 추진하였으나 끝내 여·야 추천 위원들간의 견해 차이를 좁히지는 못하였다.

이후 김형오 국회의장은 미디어법의 본회의 직권 상정을 결정하였고 사회권을 넘겨받은 한나라당 소속 이윤성 국회 부의장의 진행으로 미디어 관련법을 모두 표결처리 하였다. 하지만, 표결과정을 둘러싸고 재투표, 대리투표 논란이 일어났

며, 7월 23일 민주당 등 야 3당이 헌법재판소에 효력정지가처분 및 권한쟁의심판을 청구하였으나, 헌법재판소는 10월 29일 가결선포행위 무효확인청구에 대해 '각각' 결정을 내렸다.

3) 개정 주요 내용

(1) 방송법 개정안 주요 내용

방송법 개정안의 주요 내용으로는 첫째, 방송사업에 대한 각종 소유제한을 완화하였다. 1인 지분은 30%에서 40%로 확대하였으며, 신문과 대기업에 대해서는 지상파 방송의 경우 10%, 종합편성·보도전문채널의 경우 30% 진입을 허용하는 한편, 외국자본에 대해서는 종합편성채널의 경우

20%, 보도전문채널의 경우 10% 진입을 허용하였다.

둘째, 여론다양성 보장을 위한 다양한 규제장치를 도입하였다. 이를 위해 구독률 20% 이상 신문의 지상파 및 종합편성·보도전문채널 진입을 금지하였으며, 신문 및 대기업은 2012년 말까지 지역방송을 제외한 지상파방송의 최대액 출자자 또는 실질적 경영권 지배를 금지하였다. 또한, 방송사업자는 시청점유율 30%를 초과할 수 없도록 하고 이를 위반할 경우 방송사업 소유제한, 방송광고시간 제한, 방송시간의 일부양도 등의 조치를 취할 수 있도록 하였다. 아울러, '미디어다양성위원회'를 설치하여 시청점유율 조사·산정, 매체간 합산 영향력지수 개발, 여론다양성 증진 조사·연구를 수행하도록 하였다.

셋째, 신유형 광고로 가상광고와 간접광고를 허용하는 한편 헌법재판소의 결정에 따라 방송광고 사전심의 제도를 폐지하였다. 소유제한과 관련한 자세한 내용은 다음의 표와 같다.

(2) 인터넷멀티미디어 방송사업법 개정안 주요 내용

IPTV의 종합편성·보도전문 콘텐츠 사업에 대한 소유 제한을 완화해 신문과 대기업의 경우 49%까지 진입을 허용하고, 외국자본에 대해서는 20%까지 진입을 허용하였다.

(3) 신문법 개정안 주요 내용

주요내용으로는 첫째, 일간신문·뉴스

<표 III-37> 소유제한 비교표

소유주체 소유대상	1인 지분		일간신문·뉴스통신		대기업(10조원이상)		외국자본	
	기존	개정	기존	개정	기존	개정	기존	개정
지상파방송사업자	30%	40%	금지	10%	금지	10%	금지	금지
종합편성PP	30%	40%	금지	30%	금지	30%	금지	20%
보도전문PP	30%	40%	금지	30%	금지	30%	금지	10%
종합유선방송사업자	-	-	33%	49%	-	-	49%	49%
위성방송사업자	-	-	33%	49%	49%	폐지	33%	49%
*IPTV콘텐츠사업자 (종합편성/보도전문)	-	-	금지	49%	금지	49%	금지	20%
일반PP *IPTV콘텐츠사업자(일반)	-	-	-	-	-	-	49%	49%

※ * 사항은 「인터넷멀티미디어 방송사업법」(IPTV법) 개정 내용

통신의 상호 겸영금지 및 종합편성·보도 전문채널에 대한 주식·지분 소유금지 규정을 폐지하였다. 다만, 대기업이 일간신문에 대한 지분을 2분의 1을 초과하여 소유할 수 없도록 하는 조항은 유지하였다. 둘째, 헌법재판소의 위헌결정에 따라 1개 사업자의 전국 발행부수가 100분의 30이상이거나 3개 이하 사업자의 시장점유율이 100분의 60이상인 경우 시장지배적 사업자로 추정하도록 규정한 조항을 삭제하였다. 셋째, 국내에 외국신문의 지사 또는 지국의 설치와 관련해 기존 허가제를 등록제로 전환하였다. 넷째, 문화체육관광부장관은 신문, 방송 등을 대상으로 여론집중도 조사를 할 수 있도록 하였다.

다만, 이 경우에는 방송통신위원회 위원장과 협의토록 하였다. 다섯째, 신문사업자가 구독자의 의사에 반하여 구독계약을 체결하거나 연장 또는 해지하거나 불공정 행위에 해당하는 무가지 제공 및 무상의 경품을 제공하는 행위를 금지하도록 하는 조항은 현행대로 유지토록 하였다.

나. 방송법 시행령 개정

대기업 또는 일간신문이나 뉴스통신을 경영하는 법인의 종합편성 또는 보도전문

편성 방송사업에 대한 겸영 또는 주식·지분 소유금지 등의 규제를 완화하는 내용으로 「방송법」이 개정(법률 제9786호, 2009. 7. 31. 공포, 11. 1. 시행)됨에 따라, 방송통신위원회는 지상파방송, 종합편성 및 보도전문 채널에 진입하려는 일간신문의 경영 투명성을 확인하기 위하여 제출 및 공개하여야 하는 자료의 내용과 공개 방법을 정하고, 지상파방송사업과 종합유선방송사업 간 상호진입 허용범위를 33퍼센트로 제한하는 등 소유 및 겸영 규제 완화에 따른 구체적 사항을 규정하였다.

또한, 종합유선방송사업 등의 허가 또는 승인의 유효기간을 3년에서 최대 5년으로 확대하고, 방송사업 허가 등을 취소하는 경우 시청자의 시청권을 보호할 수 있도록 방송연장 명령제도의 세부사항을 규정하였다.

그리고 가상광고 및 간접광고가 새롭게 허용됨에 따라 그 허용범위·방법 등의 시행기준을 정하고, 그 밖에 새롭게 도입되는 제도를 시행하기 위하여 필요한 사항을 정하기 위하여 「방송법 시행령」 개정을 추진하였다. 주요 내용은 다음의 표와 같다.

이 같은 사항을 주요 내용으로 하는 방

<표 III-38> 방송법 시행령 개정안의 주요 내용

항목	주요내용
일간신문의 경영 명성 확보를 위한 부수인증기관 지정 추진	○ 지상파방송, 종합편성 및 보도전문 방송채널(PP)에 진입하고자 하는 신문(특수관계자 포함)의 경영 투명성 확보를 위한 전체발행부수, 유가판매부수(가구, 영업장, 가관으로 구분) 자료제출을 위한 부수인증기관 지정 - 부수인증에 대한 객관성이 확보될 수 있도록 신중하게 검토하되, 신문정책 유관부처인 문화체육관광부와 협의 후 지정 - 일간신문의 구독률은 「통계청」의 장래가구 추계 통계의 총가구수 대비 특정 사업자의 직전년도 연평균 유료구독가구 수의 비율로 산정
지상파방송사업과 종합유선방송사업의 상호진입 범위	○ 지상파방송이 종합유선방송사업자(SO)의 주식·지분을 소유하고자 하거나, SO가 지상파방송의 주식·지분을 소유하고자 할 때에는 33%까지 허용
종합유선방송사업자, 중계유선방송사업자, 승인대상 방송채널사용사업자(종합, 보도, 홈쇼핑PP)의 허가·승인 유효기간	○ 허가·승인 유효기간을 기존 3년에서 5년으로 완화하되, - 허가·승인, 재허가·재승인 심사결과 시청자 권익보호, 공적책임 실현, 공익성·공공성보장 등을 위해 필요한 경우 2년 범위 내에서 단축 가능 - 개정 이전에 허가·승인, 재허가·재승인 받은 방송사업자의 유효기간은 기존과 동일하게 3년
방송연장 명령제도 및 허가 등의 유효기간 단축 등의 제도시행	○ 허가·승인 취소처분을 받은 방송사업자를 대상으로 ① 방송을 계속하는 기간, ② 방송사업 및 사업자 종류, ③ 기타 시청자 보호 등을 준수사항 등을 포함한 방송연장 명령 ○ 허가 등의 취소처분 기준으로 업무정지 이외에 12개월 범위 내에서 유효기간 단축명령 가능
미디어다양성위원회 구성 및 운영을 위한 기본계획 마련	○ 법조계·학계·업계 전문가 7~9명으로 구성하는 위원 구성방안, 회의개최 등 운영규칙 등을 포함 - 조속한 시일 내에 미디어다양성위원회가 운영될 수 있도록 추진
사전심의 대상 방송광고 규정 삭제 및 방송광고 사전심의 위탁	○ 방송광고 사전심의 규정인 시행령 제21조의 2를 삭제 ○ 방송사업자는 방송광고에 대해 자체적으로 사전심의하거나 방통위에 신고한 방송관련 기관 또는 단체에 위탁심의 가능
신유형 방송광고인 가상광고 및 간접광고 본격적인 시행	○ 가상광고는 스포츠 중계프로그램에 한정하고, 간접광고는 교양·오락분야에 한정하여 도입 ○ 방송사업자들의 시행에 따른 혼란을 최소화하고 조기에 시장질서를 확립하기 위하여 「편성·운용 등 가이드라인」 마련
제도변경에 따른 과태료 및 과징금 처분기준 개정	○ 허위·과장 광고 등 시청자가 오인할 수 있는 내용이 담긴 방송광고를 한 자에 대하여 최대 1,000만원의 과태료 부과 ○ 방송심의규정 및 협찬고지 규칙 위반, 시청자불만처리결과 제재가 필요한 경우에 최대 3,000만원의 과징금 부과
방송사업 소유·경영 제한의 특수관계자 범위 완화 등	○ 특수관계자 중 친척의 범위를 「자본통합시장법」, 「독점거래 및 공정거래에 관한 법률」과 동일하게 6촌 이내로 완화 ○ 방송발전기금 부과에 대한 이의신청을 신설하고, 이의신청에 대해 30일 이내에 처리결과 통보를 의무화

송법시행령 개정안은 2009년 8월 12일부 회의 규제심사(9.24)를 마치고 법제처 심터 9월 1일까지의 입법예고, 규제개혁위원회 사 중에 있으며, 법제처 심사를 마치면 차

관회의와 국무회의 심의를 거쳐 공포·시행될 예정이다.

2. 방송의 공적 책임 강화

가. 공익채널 선정 및 관리

유료방송의 공익성 제고를 목적으로 공익성 채널 제도가 도입된 이후 2005년 10개 분야, 2006년 8개 분야, 2007년 6개 분야, 2009년 6개 분야를 대상으로 공익채널을 선정해 왔다. 또한, 종합유선방송사업자와 위성방송사업자는 방송법 및 시행령에 따라 방송통신위원회가 공익성 방송분

야별로 선정한 공익채널 중 최소 1개 채널을 편성해야 하는 의무가 있다.

의무편성채널이 과다할 경우 일반 방송채널사용사업자의 방송 송출 기회가 축소되고, 플랫폼사업자 채널편성권이 과도하게 제한되는 단점이 있다. 이에 따라 의무편성채널 축소 방안이 규제개혁과제로 추진되고 있는 가운데 이중 가장 높은 비중을 차지하는 공익채널 축소조정에 대한 필요성이 제기되었다.

이에 방송통신위원회는 방송의 공익성은 어느 정도 항구성(恒久性)을 갖출 필요가 있다는 전제하에 기존 6개 분야의 전문

<표 III-39> 2010년도 공익성 방송분야

방송분야	전문편성내용
사회·복지	○ 국민의 기본권과 사회적 이익실현에 불리한 사회적 소수를 대변하고 관련 정보 제공 목적의 방송프로그램을 주되게 편성하는 방송분야 ○ 저출산·고령화 사회에 대비하여 육아·어린이, 노인복지 관련 정보 등을 제공 하여 복지사회 구현을 도모할 수 있는 방송프로그램을 주되게 편성하는 방송분야
과학·문화 진흥	○ 순수예술, 공연예술, 예술교육 등 예술에 대한 이해와 진흥을 도모하고 한국문화에 대한 홍보와 이해를 제고할 수 있는 방송프로그램을 주되게 편성하는 방송분야 ○ 이공계에 대한 관심과 이해를 증진하고 기초과학, 기계전자, 생명과학, 정보통신기술, 환경, 저탄소 녹색성장 등 과학·기술 분야의 이해 및 발전을 증진하기 위한 방송프로그램을 주되게 편성하는 방송분야
교육지원	○ 어린이·청소년의 공교육 보완을 통해 과외대체를 통한 사교육비 절감, 지역·계층간 교육기회 격차해소 등을 목적으로 하는 방송프로그램을 주되게 편성하는 방송분야 ○ 일반 국민을 대상으로 외국어교육, 직업교육, 인터넷 윤리교육 등 방송의 사회교육 기능을 신장하는 방송프로그램을 주되게 편성하는 방송분야

<표 III-40> 2010년도 분야별 공익채널 선정 결과

- 사회 복지 분야 : 복지TV, 육아방송(Korea Child Broadcasting), 법률방송
- 과학·문화 진흥 분야 : 아리랑TV, 사이언스TV(Science TV), 극동Art TV
- 교육 지원 분야 : EBS English, EBS 플러스1 수능전문, EBS 플러스2 중학/직업

편성 내용을 표와 같이 ‘사회·복지’, ‘과학·문화 진흥’, ‘교육지원’의 핵심 3개 분야로 통합하기로 결정하였으며, 이를 바탕으로 공익채널 의무편성에 따른 일반 방송채널사용사업자의 송출 기회 축소 및 플랫폼사업자 채널편성권 제한을 최소화하면서도 사업자의 진입 기회 및 시청자의 시청 기회를 제고하는 것을 핵심으로 하는 2010 공익채널선정 기본계획을 수립하였다.

2010년도 공익채널 선정에는 모두 26개 채널이 신청하였다. 2009년 11월에는 공익채널 선정 심사의 공정성과 투명성, 전문성을 확보하기 위해 분야별 전문가들로 심사위원회를 구성·운영하였으며, 방송통신위원회는 심사위원회의 심사결과 및 의견을 반영하여 3개 분야 9개 채널을 선정하였다.

※ 심사위원장은 상임위원들의 동의를 얻어 상임위원 중 방송통신위원장이 결정하며, 분야별 전문가 7인(심사위원장 포함)으로 구성

금번에 선정된 공익채널의 유효기간은

2010년 1월 1일부터 12월 31일까지이며, 종합유선방송사업자와 일반위성방송사업자는 각 분야 별로 1개 이상의 공익채널을 의무적으로 송출하게 된다.

나. 지역방송발전위원회 운영

IPTV 등 신규 경쟁매체의 증가와 광고 매출액 감소 등으로 지역방송사의 경영여건이 악화되고 있는 가운데 지역방송 정책방안 연구를 수행하고 지역방송 발전중장기 계획을 수립하는 등 지역방송 발전의 안정적 기반을 모색·추진하기 위한 자문기구인 지역방송발전위원회가 2008년 8월 구성·출범하였다.

출범이후 지역방송발전위원회는 2008년 7차례, 2009년 9차례의 회의를 개최하여 모두 37건의 안건을 심의하는 등 방송통신위원회의 지역방송 정책에 대해 활발하게 자문하고 있다.

지역방송발전위원회는 2009년에도 『지역방송 편성규제 개선』, 『방송광고 판매제도 개선관련 지역방송 보완책』을 방송통

신위원회에 건의하여 지역방송 경영효율화 지원 등 발전방향을 제시하였다. 또한, 지역방송사 콘텐츠 제작지원 현황 및 지역방송사 경영실적 검토, 지역방송 연구과제 결과(2008년)에 대한 실무연구자 보고, 방송광고 판매제도 개선에 대한 지역방송사 의견을 수렴하여 회의안건으로 상정하는 등 지역방송 활성화를 구체적 방안 마련에 기여하였다.

2009년도에는 해외 지역방송 제도 연구, 지역방송에 대한 시청자 및 방송인 인식조사 등 2가지 연구과제를 수행하였으며 향후 연구결과를 정책수립에 반영할 예정이다. 또한, 방송사업자, 학계 등으로 구성

된 전문가토론회와 자문위원회 2회 개최, 국회 등 타기관에서 주최하는 각종 토론회 참석, 지역방송사 현지방문 등을 통하여 수렴한 의견을 종합하여 지역방송발전위원회 안건 및 건의문 작성, 지역방송 활성화 추진계획 마련에 적극 활용하였다.

한편, 2009년 10월에는 지역방송발전위원회 위원과 지역방송 업무관계자가 춘천MBC를 방문하여 직원들을 격려하고 지역방송 현안 및 건의사항을 수렴하였으며, 춘천지역 지상파방송대표자와 간담회를 개최하는 등 지역방송 현실을 직접 체험하였다.

<표 III-41> 지역방송발전위원회 주요 논의 내역

년도	논 의 주 제
2008	○ 지역방송발전위원회 구성 및 운영에 관한 사항 등
	○ 회의자료 및 회의록 공개요청에 관한 사항 등
	○ 방송법시행령 개정안중 지역방송 관련사항 심의 등
	○ 지역방송 편성규제 개선에 관한 사항 등
	○ IPTV의 지상파방송 재송신에 관한 사항
	○ SO 지역채널 보도프로그램에 관한 사항 등
2009	○ 2009년도 지역방송발전위원회 운영에 관한 사항 등
	○ 지역방송 콘텐츠 활성화 방안 연구결과 보고 등
	○ 지역방송 편성규제 개선방안에 관한 사항 등
	○ 광고제도 변화 관련 지역방송 등의 건의사항 보고 등
	○ 지역방송사 콘텐츠 제작지원 현황 등
	○ 지역방송 방송광고 판매제도 개선에 관한사항 등

다. 케이블방송 공정거래 촉진

1) 케이블TV 시장에서의 공정거래 환경 조성

케이블TV시장에서 공정거래 환경을 조성하기 위해 2008년도부터 종합유선방송사업자(SO) 재허가시에 방송수신료의 25% 이상을 방송채널사용사업자(PP)에게 프로그램 사용료로 지급하도록 하는 조건을 부과하고 있다. 이에 따라 2008년에는 5개사, 2009년 3월에 36개사, 2009년 7월 21개사, 2009년 9월 12개사 등 100개사 가운데 모두 74개사에 대해 조건이 부과되었다.

방송통신위원회가 조건이행여부에 대해 2009년 2월부터 3월 중순까지 조사를 실시한 결과 모두 7개사가 약 85.9억 원을 지급하지 않은 것으로 드러났다. 이에 대해 방송통신위원회는 7월말까지 조건이행을 권고하였고, 6개사가 9월까지 조건을 충족시켰으나 1개사(서대구방송)는 프로그램 사용료를 지급하지 않는 등의 사유로 2009년 12월 방송통신위원회 제61차 회의에서 '재허가 거부'가 의결되었다.

방송통신위원회는 채널편성권한을 보유

한 SO의 영향력이 확대되면서 PP가 대등한 협상력을 갖기 어려워 부당한 거래절, 불공정한 수신료 배분 등 불공정 거래 문제를 개선하여 케이블TV시장을 선진화하기 위해서는 SO와 PP간의 거래 관계에 적용될 합리적이고 객관적인 기준과 절차를 마련할 필요성이 요구된다는 판단아래 ① SO 재허가 조건인 PP프로그램 사용료 25% 지급 이행실태에 대한 점검 및 이행실적이 미진한 사업자에 대해서는 시정명령 등의 조치 ② 방송·통신 결합상품에서 방송을 과도하게 할인해 PP 사용료가 축소되는 문제를 개선하기 위한 결합상품 규제방안 신설 ③ PP 프로그램 사용료의 지연지급 또는 미지급 관행의 개선을 위하여 관련 데이터베이스 구축 및 체계적 점검 ④ 일반 PP와 프로그램 사용료 배분 방식이 다른 주문형 비디오(VoD), 유료채널 등의 PP 프로그램 사용료 지급 대상 포함여부에 대한 기준 연구 및 회계지침 개정을 추진해 나가기로 하였다.

2) 케이블TV 채널 편성을 위한 PP평가 및 프로그램 사용료 배분에 대한 가이드라인

방송통신위원회는 2009년 3월 SO대표

자와의 회의를 통해 PP평가와 프로그램 사용료 배분에 대한 「가이드라인」 마련의 필요성을 제기하고, 케이블TV방송협회에 업계 자율안(self regulation)을 마련할 것을 제안하였다. 이에 케이블TV협회는 「가이드라인」을 마련하기 위한 TFT를 구성, 활동한 결과 2009년 7월 SO와 PP간 협의에 기초한 「가이드라인(안)」을 마련하였다. 「가이드라인(안)」은 업계 의견 조정 등을 통해 보완되어 2009년 11월 그안을 최종 확정하게 되었다.

SO와 PP간의 거래관계에 필요한 객관적·합리적 기준과 절차를 공동으로 적용하여 케이블TV 시장의 공정성과 투명성을 제공하며, 채널편성에 대한 분쟁의 최소화과 우수한 프로그램을 공급하는 PP에 대한 정당한 보상을 보장함으로써 케이블TV 시장 선진화 도모를 목적으로 밝힌 「가이드라인」의 주요내용은 다음과 같다.

우선, 채널편성을 위한 PP평가기준과 관련해서는 ① 시청자의 요구에 부응하기 위해 “시청률조사”(전국, 지역시청률)결과 ② 방송의 다양성을 고려하여 시청률이 낮더라도 우수한 콘텐츠에 대한 송출기회 부여를 위해 “콘텐츠 다양성” ③ 콘텐츠

산업육성을 위해 “자체제작비용, HD 프로그램에 대한 투자 및 본방송 비율” ④ 케이블TV 산업발전을 위해 “디지털 전환에 대한 투자, PP의 사업운영기간” ⑤ SO별 지역적 특성, 예컨대, 군부대 지역의 경우 국군방송 그리고 ‘TV서울’의 경우 서울 이외의 지역에서는 수요가 떨어지는 점 등을 고려한 “지역적합도” 등 SO별 특화된 지표를 마련하였다.

이와 관련된 구체적인 평가항목과 세부 평가 항목 등은 다음 표와 같다.

두 번째로 프로그램 사용료 배분기준과 관련한 주요 평가항목으로는 ① “프로그램 투자비, 채널선호도 및 시청점유율” ② “케이블TV에 특화된 콘텐츠 제공여부, 상위믹음 상품 포함여부, HD편성비율” ③ “전체 PP프로그램 사용료의 일정 규모(10~20%)는 모든 PP에 균등 배분”하는 항목 등이 마련되었다. 이와 관련된 구체적인 평가항목과 세부평가 항목 등은 다음 표와 같다.

<표 III-42> 채널편성을 위한 PP평가기준

평가항목(반영범위)	세부 평가 항목	가중치(권장)
시청률(40%)	전국 시청률	60%
	해당 SO권역 시청률	40%
정책(30%)	콘텐츠 다양성(콘텐츠의 공익적 성격 등)	20%
	디지털 전환	30%
	콘텐츠 관련 상훈	20%
	케이블TV 산업발전 기여도(PP사업 운영 기간 등)	30%
채널경쟁력(30%)	자체제작 비용(프로그램 수급비용 포함)	20%
	HD 투자비율	30%
	본방 및 재방비율	50%
추가 선택 지표	SO별 특화 지표(지역 적합도 등)	-

※ 시청률, 정책, 채널경쟁력을 기준으로 평가하고 필요시 추가 선택 지표를 적용

※ 추가 선택 지표 적용시 기준별 반영 범위(%)를 일부 조정할 수 있으나 추가 선택지표 반영범위는 전체의 20% 이내로 한정

<표 III-43> 프로그램 사용료 배분기준

평가항목	반영범위(%)	세부 평가 항목
방송프로그램 투자비	10~40	· 프로그램 제작 및 판권 구매 비용 · 자체제작 및 본방송 비용
채널 선호도	10~20	· 시청자의 채널 선호도 조사 결과
시청 점유율	10~20	· 시청 점유율 조사 결과
케이블TV 산업 활성화 기여도	10~30	· 케이블TV 특화 콘텐츠 제공 여부 · PP 사업 운영기간
상위 티어 편성 (아날로그 경우에 적용)	5~20	· 상위 묶음상품(기본형)에 편성된 채널에 대해 혜택 부여
HD 콘텐츠 제공 (디지털 경우에 적용)	5~20	· HD 송출여부 및 HD 편성비율
HD 편성 정확도 (디지털 경우에 적용)	5~20	· 편성정보(EPG)와 실제 편성의 일치 정도
법규 준수 및 수상 경력	5~10	· 방송법령 준수 여부 · 자체제작 콘텐츠의 방송 유관기관 수상 여부
시청자(채널)위원회 평가	5~10	· 지역 전문가 집단의 고객만족에 대한 평가
균등 배분	10~20	· PP의 프로그램 공급에 따른 최소한의 대가 보전을 위해 동일 금액 배분

※ 시청점유율 : 같은 시간대에 TV를 시청하는 전체 가구 중 특정 프로그램을 시청하는 가구의 비율

세 번째로 채널제공 및 프로그램공급 관련 절차에 대해서는 SO와 PP는 당사자 간 협의·조정을 통해 채널 제공 및 프로그램공급에 대한 계약을 체결하고, 프로그램 공급계약은 매년 12월 내 완료하는 것을 원칙으로 정하였다. 네 번째로 계약에 따른 채널 변경과 관련해서는 사후계약 관행을 개선하기 위해 계약완료 여부를 확인하여 약관신고를 수리토록 하며, 채널 변경을 위한 이용약관 신고는 계약 체결을 완료한 후 신청하도록 하되, 시청자 혼란을 방지하기 위하여 변경 범위를 최소화하도록 하였다. 다섯 번째로 계약 당사자 일방의 문제제기가 있을 경우 「가이드라인」에 따라 당사자간에 협의·조정하나, 이를 통해 원만한 해결이 어려운 경우 방송통신위원회의 분쟁조정을 통해 해결하도록 하였다.

「가이드라인」은 2010년 프로그램 공급계약을 체결할 때부터 적용되며, SO와 PP간 협상 등 계약에 소요되는 시간, 단기간 내 채널변경으로 인한 시청자 불편 등을 고려하여 2010년 계약과 이용약관 신고는 1/4분기 내 완료토록 하였다. 또한, 「가이드라인」 적용이후 문제점 등을 점검하여 2010년 하반기에 개선·보완하기

로 하였다.

라. 공동체라디오사업 정규 허가

방송통신위원회는 2009년 6월 10일 문화 분야 전문채널로 특성화된 지역밀착형 방송매체의 도입을 위해 지난 4년 동안 시범사업으로 운영해온 공동체라디오방송사업을 정규사업으로 전환하기 위한 정책방안을 확정하고 사업자 선정방안을 의결했다.

사업자 선정방안의 핵심 내용으로는 첫째, 가용주파수가 확인된 지역은 정규사업을 도입한다는 방침에 따라 가용주파수가 이미 확보된 8개 시범사업 지역에 대해서는 정규공동체라디오 방송사업 허가를 추진하며, 그 외 지역(21개 주파수 사전 수요조사 지역 등)의 가용주파수는 주파수 정책을 고려하여 추후 확인 작업을 진행하기로 하였다.

둘째, 사업자 선정은 시범사업을 운영 중인 8개 사단법인이 4년 동안 시범사업자로서 사업운영 경험이 축적되어 있고 개인이 아닌 사단법인으로서 공적 경영의 토대가 마련되어 있는 점을 고려하여 적격여부를 심사하기로 하였다. 다만, 심사결과 부적격자가 발생할 경우 별도로

사업자를 공모하기로 하였다.

셋째, 출력은 현행 출력인 1w(와트)를 유지하는 것을 원칙으로 하되 기술심사 과정에서 지역 여건에 따라 방송법이 정한 출력 10w 이내에서 증강 가능여부를 검토하기로 하였다.

넷째, 공동체라디오 방송사업에 필요한 재원의 조달은 자율경영의 원칙에 따라

중앙정부 재원의 지원은 없으며 다만 정규사업자는 방송광고가 가능한 것으로 결정하였다.

다섯째, 방송분야는 음악, 문화, 정보제공(지역관련 소식 한정) 프로그램의 편성에 한정되며 뉴스 취재·보도는 금지하였다.

사업허가 신청에는 모두 8개 법인이 접

<표 III-44> 공동체라디오 방송사업자허가 신청자 현황

법인명	대표자	방송구역	자산 (천원)	구성원 (명)	최초 허가일	허가 만료일
(사)관악공동체 라디오(관악 FM)	안병천	관악	93,403	정규직 : 2 계약직 : 10 자원봉사자 : 130	2005. 9.28	2009. 9.27
(사)마포공동체 라디오(마포 FM)	김도환	마포, 서대문	89,041	정규직 : 2 계약직 : 10 자원봉사자 : 107	2005. 9.27	2009. 9.26
(사)문화복지 미디어연대 (분당 FM)	이종남	분당	66,380	정규직 : 3 계약직 : 10 자원봉사자 : 92	2005. 8.22	2009. 8.21
(사)금강에프엠 방송(공주 FM)	황성하	공주	69,618	정규직 : 4 계약직 : 1 자원봉사자 : 43	2005. 9. 8	2009. 9. 7
(사)영주에프엠 방송(영주 FM)	최성해	영주	38,892	정규직 : 2 계약직 : 10 자원봉사자 : 15	2005. 8.16	2009. 8.15
(사)성서공동체 에프엠(성서 FM)	정수경	대구달서	114,921	정규직 : 3 계약직 : 20 자원봉사자 : 90	2005. 8.17	2009. 8.16
(사)광주시민 방송(광주 FM)	김용선	광주	34,849	정규직 : 1 계약직 : 1 자원봉사자 : 33	2005. 10.20	2009. 10.19
(사)나주방송 (나주 FM)	김양곤	나주	54,941	정규직 : 2 계약직 : 7 자원봉사자 : 15	2005. 9.21	2009. 9.20

<표 III-45> 공동체라디오방송사업자허가 심사결과

- 허가 기준점수(650점) 이상 : 4개 법인
 - (사)금강에프엠방송, (사)문화복지미디어연대, (사)광주시민방송, (사)성서공동체에프엠
- 허가 기준점수(650점) 미만 : 4개 법인
 - 조건부 허가: (사)관악공동체라디오, (사)마포공동체라디오, (사)영주에프엠방송
 - 허가 거부: (사)나주방송

수하였다. 2009년 7월에 공동체라디오방송사업자 선정 심사의 공정성과 투명성, 전문성을 확보하기 위해 각계를 대표하는 전문가들로 심사위원회를 구성·운영하였다.

심사위원회는 심사결과와 같이 650점 이상 획득한 신청자에 대하여 ‘허가’를 의결하고, 650점 미만 신청자에 대하여는 ‘조건부 허가’ 또는 ‘허가 거부’를 의결하였다.

한편, 방송통신위원회는 사업자 선정 심사과정에서 제기된 사항들, 예를 들어, 전반적인 사업의지가 높아 매체로서의 발전 가능성이 엿보이나 매체의 정확한 성격 파악이 부족한 부분에 대해서는 합리적인 감독이 필요하다는 점, 교육기관 등 방송의 전문성이 있는 기관과 연계된 라디오 방송 활동이 방송의 품질제고에 기여한 바가 있으므로 향후 공동체라디오 방송의 발전모델로 설정할 필요가 있다는 점, 그

리고 공동체라디오방송의 수신상태 개선에 대해 관심 필요하다는 점 등 개선이 필요한 사항들에 대해서는 향후 정책수립 및 집행에 있어 적극 반영하기로 하였다.

3. 규제 완화를 통한 방송의 자율성 제고

가. 방송광고시장의 경쟁체제 전환

1) 배경

2008년 11월 27일 헌법재판소가 한국방송광고공사의 지상파방송 광고 독점 판매 대행에 대해 청구인의 직업 수행의 자유와 평등권을 침해한다는 이유로 헌법불합치를 선고하고, 2009년 12월 31일을 기함으로써 방송광고 판매제도 관련 규정을 개정할 것을 명하였다.

이에 방송통신위원회는 헌법재판소 불합치 판결에 따른 위헌요소 해소와 광고시장 개방 대응, 방송광고산업의 경쟁력

강화, 제도의 선진화 등을 위해 방송광고 판매시장 경쟁체제 구축을 위한 정책을 추진하는 것과 동시에 국회의 입법 활동을 다각적으로 지원하였다.

2) 경쟁체제 전환에 따른 주요 이슈

방송광고판매제도의 경쟁체제로의 전환은 방송시장 및 관련 미디어 시장에 영향을 미칠 것으로 전망된다. 방송광고판매시장 경쟁 도입의 실질적 의미는 방송광고 거래 및 가격이 보다 더 시장수요와 공급에 의해 결정된다는 것이다. 이와 함께 KOBACO 체제하에서 연계판매와 전파료 배분을 통해 광고매출을 일정정도 보장받아온 종교, 지역방송 등 중소방송의 광고매출이 영향을 받을 수 있다는 점이다.

이러한 변화는 방송시장에 다음과 같은 이슈를 발생시킨다. 지상파방송 3사 입장에서 광고요금을 보다 더 수요와 공급에 따라 탄력적으로 책정하여 방송광고 판매량이 증가할 것이므로 재원 확충에 기여할 것이라는 점, 반면 취약매체로 분류되는 지역방송이나 종교방송의 경우, 광고판매지침 및 중앙·지역간 광고매출배분에 대한 제도적 지원 여부와 정도에 따라 방송재원이 영향을 받을 수 있다는 점

이다.

반면, 사회문화적 차원에서 방송광고판매시장의 경쟁체제로의 전환은 시청률 경쟁을 촉발시켜 방송의 상업화를 조장시킬 것이라는 주장, 또한 연관 미디어(유료방송, 신문, 잡지 등) 시장에 부정적인 영향을 미쳐 매체간 균형발전을 저해할 것이라는 의견이다.

지금까지 방송광고판매시장 경쟁체제 전환과 함께 제기되고 있는 이상의 이슈들은 국회 입법 과정에서 법률에 명시되어 발의된 상황이다.

3) 국회 입법 현황

헌법재판소가 2009년 12월 31일을 기한으로 방송광고 판매제도 관련 규정을 개정할 것을 명함에 따라 국회는 경쟁체제 전환으로 나타날 수 있는 이슈들을 감안해 방송광고판매제도개선 제·개정안이 제출되어 현재 문방위 심의 중에 있다. 표는 국회의원별 방송광고판매제도 개선을 위한 입법 법률안 현황이다.

<표 III-46> 국회 문방위 법안 발의 현황 및 주요 내용

영역	한선교 의원(5. 15)	김창수 의원(9. 25)	진성호 의원(11. 3)
법안형태	방송법 개정안	별도 법률	별도 법률
경쟁구도	공사위탁	KBS · EBS · MBC (방통위 지정 가능)	KBS · EBS · MBC (MBC는 3년 후 재검토)
	진입규제	허가	허가/재허가(7년 이내)
소유규제	최다주주	100분의 51	100분의 30
	방송사	-	한시적 금지(3년)
	대기업	지분 금지	100분의 10
	신문사	-	100분의 10
	교차소유	금지	금지
업무영역	기타	정당 지분 금지	정당 · 광고대행사 금지
	의무위탁	지상파	지상파, 종편 · 보도PP
의무위탁 외 광고판매	허용	허용	3년 한시 금지
	허가	허가	허가
중소방송사 지원	· 허가시 조건 부과 · 광고판매회사 지정 · 방발기금 100분의7	· 허가시 조건 부과 · 광고판매회사 지정 · 기금 납부 면제 등 · 지상파에 광고매출 점유율 설정	· 허가시 조건 부과 · 광고판매회사 지정 · 종교방송 광고할당, 광고매출 배분(전파료), 비율 지정 가능, 기금 납부 면제 등
균형발전위 설치	공사	공사	-

영역	이용경 의원(12. 4)	전병현 의원(12.14)	이정현 의원(12.15)
법안형태	방송법 개정안 (KOBACO법 존치 · 개정)	별도 법률	방송법 개정안
경쟁구도	공사위탁	-	-
	진입규제	허가	허가 / 재허가(3년)
소유규제	최다주주	100분의 30	100분의 40
	방송사	100분의 20	100분의 30(총합 50%이하)
	대기업	100분의 10	금지(자산10조미만 10%)
	신문사	금지	금지
	교차소유	금지	금지
업무영역	기타	정당 · 광고대행사 금지	정당 · 광고대행사 · 외국인 지상파외 방송사 금지
	의무위탁	지상파, 종편 · 보도PP	지상파, 종편 · 보도PP
의무위탁 외 광고판매	금지	금지	3년 한시 금지
	허가	허가	허가
중소방송사 지원	· 허가시 조건 부과 · 매출액의 15% 연계판매 · 지역방송 외주편성 의무면제 · 방발기금 100분의7 · 제작비 지원	· 허가시 조건 부과 · 특정사 광고매출액 40%이하 · 중소방송 광고 할당 (균형발전위 결정)	· 허가시 조건 부과 · 광고판매회사 지정 · 광고매출 배분(전파료) 분쟁 조정 · 방발기금 지원
균형발전위 설치	방통위(중소방송 추천위원 포함)	방통위	방통위

4) 방통위 정책 방안 수립

방송광고판매제도 개선 관련 주무 부처인 방송통신위원회는 헌법재판소의 위헌 판결 이후 조직개편을 통해 관련 제도 개선에 역량을 집중하였으며, 헌법재판소의 판결 취지에 부합하는 제도를 마련하기 위해 다각적인 노력을 추진하였다.

방송광고판매제도 개선으로 나타날 수 있는 이슈들에 선제적으로 대응하고, 관련

이해당사자들과의 지속적인 의견수렴과 간담회, 지역방송 순회를 통한 의견청취 등을 통해 제도개선에 따른 취약점을 해결하기 위한 정책활동을 추진하였다. 아래 표는 방송광고판매제도 개선을 위한 정책 추진 경과이다.

방송통신위원회는 국회 논의와 관련 정책 추진 결과를 반영하여 2009년 12월 10일, 전체 회의를 개최하여 방송광고판매제도 개선방안 및 의원발의 법률안에 관한

<표 III-47> 방송통신위원회 방송광고판매제도 개선 정책 추진 경과

○ 2008. 11. 27.	헌재, KOBACO 독점규정에 대한 헌법불합치 선고
○ 2009. 2. 3.~9.	이해관계자 의견청취 (종교·지역·지상파3사·광고계·KOBACO)
○ 2009. 2. 10.	「방송광고판매제도 개선방안」 토론회 (KISDI, KBI)
○ 2009. 3. 3.	이해관계자 의견 청취 (지역MBC·종교방송)
○ 2009. 3. 18.	「방송광고판매제도 개선방안 토론회」 개최
○ 2009. 4. 20, 29.	전문가 간담회 (종교·지역방송, 지상파3사·KOBACO)
○ 2009. 5. 7, 12.	이해관계자 의견 청취 (광고계·기타 매체)
○ 2009. 5. 18~27.	지역방송 순회 간담회 (대구/부산/춘천/청주/전주 지역 MBC 및 민방)
○ 2009. 5.27~6.17.	관계부처 의견 수렴 (기재부, 공정위 의견 제출)
○ 2009. 6. 16.	종교방송협의회, 지역민방협의회 정책간담회
○ 2009. 6. 17, 24.	종교방송 현장 간담회 (평화방송, 불교방송)
○ 2009. 7. 16, 8. 20, 9. 7.	종교방송협의회 의견 청취
○ 2009. 7. 30~31.	지역방송 순회 간담회 (광주, 대전지역 MBC 및 민방)
○ 2009. 9. 11.	지역방송 순회 간담회 (진주MBC) ※ 총 8개 지역 15개사
○ 2009. 9. 25~30.	지상파 3사 의견 청취
○ 2009.10.26~11.5.	이해관계자 의견 청취 (지역민방, 광고계, 케이블, 인터넷, 신문)
○ 2009.12.10.	방송광고판매제도 개선방안에 대한 방송통신위원회 의견제출
○ 2009.12.17, 21.	임시운영방안 관련 의견청취 (방송계·광고계·KOBACO)
○ 2009.12.30.	지상파 방송광고 거래에 관한 권고
○ 2010. 1. 1~	지상파 광고거래 지원센터 운영

의견을 의결하고 이를 국회에 제출하였다. 주요 내용은 다음과 같다.

첫째, 지상파방송광고 판매제도의 위헌적 요소를 해소하고 방송광고시장의 효율성 제고를 통한 방송·광고산업 발전을 위하여 지상파 방송광고 판매 시장을 KOBACO 독점에서 경쟁체제로 전환한다. 이를 위해 정부출자 공사를 설립하고 민영 광고판매회사를 허가하되 특정 방송사의 광고판매대행을 공사에게 위탁지정을 하지 않는다.

둘째, 민영 광고판매회사의 소유규제에 관해서는 헌법재판소의 의무위탁제도 인정 취지, 방송법상 지상파 소유규제 수준, 광고판매대행이라는 광고판매회사의 성격을 감안하여 적정수준의 규제는 필요하되 최다주주 지분 51%는 과다하다. 또한, 방송과 광고주간의 독립성, 방송의 공정성을 위해 ①거래조건 등 부당한 차별, ②광고판매사의 방송 제작·편성에의 영향, ③광고판매사의 최다주주 및 그 특수관계자의 광고 우선거래, ④방송사의 광고판매사 경영 간섭 등을 금지하는 사후규제를 강화한다.

셋째, 종합편성 및 보도전문PP의 광고 판매를 의무위탁할 것인지에 대해서는 현

행 방송광고 규제체계 및 규제완화 기조를 감안하여 의무위탁 대상에 포함하지 않고 자율적으로 영업하도록 한다.

넷째, 광고판매사의 광고 판매영역에 대해서는 미디어 융합 환경 하에서 광고집행 효율성, 신규 수요창출, 군소독립PP의 판매경로 확대 등을 위해 다양한 매체의 광고판매를 허용한다. 다만, 지상파방송과 직접 경쟁관계에 있는 유료방송 충격 완화 등을 위해 지상파방송사업자 특수관계자(계열PP) 광고판매는 한시적으로 금지한다.

다섯째, 방송의 공공성과 다양성을 보장하기 위하여 제도변화에 따라 광고수익 저하가 우려되는 종교·지역 등 중소방송에 대한 제도적 지원과 재정적 지원을 병행하는 지원체계를 마련한다. 구체적으로 방통위 내에 방송광고균형발전위원회를 설치하고 정부출자 공사 뿐 아니라 민영 사업자에게도 중소방송 판매지원 의무 등을 부여하며, 법적으로 중소방송 광고판매 지원, 중앙-지역사간 광고매출 배분 분쟁 조정, 프로그램 제작 지원(한시), 방송발전기금 징수율 조정 등에 대한 법적 근거를 마련한다.

여섯째, 한국방송광고공사법을 폐지하

고 가칭 '한국방송광고진흥공사'를 설립하여 광고판매대행 및 방송광고 진흥·조사 업무 등을 수행한다.

이상의 정책방안은 방송광고 판매시장에 실질적 경쟁을 도입하여 위헌요소를 해소하고, 광고시장의 효율성을 제고함과 동시에 방송산업의 발전을 도모할 뿐만 아니라 방송의 공공성·공익성·다양성을 제고하는 데 기여할 것이다.

방송통신위원회는 현재의 취지, 국제규범, 경쟁상황에 따른 시장상황의 변화 등을 고려하여 지상파 방송광고판매시장의 경쟁체제로의 전환과 중소방송 보호에 관한 법안이 조속히 개정될 수 있도록 향후 국회 논의를 적극적으로 지원할 예정이다. 또한 관련 법안이 국회를 통과함과 동시에 시장 안정화가 조속히 이루어질 수 있도록 관련 하위 법령 준비에 만전을 기할 예정이다.

나. 방송광고·심의규제제도의 합리적 개선

1) 신유형 광고(가상·간접광고) 도입

(1) 법률 현황

현행 방송광고는 방송법 제73조 제1항, 제2항에 의거 광고의 유형을 프로그램광

고, 중간광고, 토막광고, 자막광고, 시보광고 등으로 구분하고 있다. 최근 몇 년간 방송광고시장의 침체 및 전통적인 방송광고의 효과가 감소함에 따라 안정적인 방송제작과 디지털 전환 재원 확보에 어려움이 노정되어 왔다. 또한 기존에 음성적으로 이루어져 온 간접광고를 양성화하여 이를 제도화 시킬 필요성이 제기되었다.

사전적으로 간접광고(Product Placement)의 정의와 관련해 우리나라의 경우 '방송심의에 관한 규정' 및 '간접광고 세부심의 기준'상 특정상품이나 기업, 영업장소 또는 공연 등에 관한 사항을 구체적으로 소개 또는 의도적으로 부각 노출시키거나 광고효과를 주는 것이라 정의하고 있다. EU의 경우 간접광고를 대가성을 가지고 프로그램 내에 시청각적으로 노출된 상품, 서비스 또는 로고(trade mark)를 노출시키는 것이라 정의하고 있다. EU회원국인 영국의 경우 대가성을 가지고 프로그램 내에 노출된 상품 또는 서비스로 정의하고 있다. 간접광고의 경우 미국, 일본은 허용하고 있으며, EU도 PPL 원천 금지에서 제한적 허용으로 정책이 선회하였다.

가상광고(virtual advertising)란, 디지털 기술 기반의 컴퓨터 그래픽을 이용해 실

<표 III-48> 가상광고 및 간접광고 관련 방송법 조항

- 방송법 제73조 제2항 6호, 7호 신설
- 6. 가상광고 : 방송프로그램에 컴퓨터 그래픽을 이용하여 만든 가상의 이미지를 삽입하는 형태의 광고
- 7. 간접광고 : 방송프로그램 안에서 상품을 소품으로 활용하여 그 상품을 노출시키는 형태의 광고

제 현장에 없는 가상의 이미지를 만들어 이를 프로그램에 삽입해 상품을 광고하는 TV방송광고 기법이다. 예를 들어 축구경기를 방송할 때 관중에게는 보이지 않지만, 시청자에게는 보이는 광고를 말한다. 미국, 일본에서는 가상광고가 광범위하게 허용되고 있으며, 유럽의 경우 영국, 독일, 프랑스, 이탈리아 등 주요국에서는 스포츠 경기에 한해 허용하되 각기 개별 기준을 제시하고 있다.

우리나라 국회에서는 2008년 12월 가상광고 및 간접광고를 신설하는 방송법 개정안이 의원입법을 통해 발의되어 2009년

7월 21일 방송법 일부 개정안이 국회를 통과하였다. 이 과정에서 방송통신위원회는 간접광고 명칭 변경, 명확한 정의 규정 등에 관한 의견제출을 통해 관련 법률의 입법 활동에 적극적으로 지원하였다. 아래 표는 가상광고 및 간접광고 관련 방송법 개정법률에 관한 구체적인 내용이다.

방송법 개정과 함께 방송통신위원회는 방송광고 환경변화에 능동적으로 대처하고 미래의 방송재원 확보 및 전통적인 TV 광고의 보완을 위해 가상광고 및 간접광고의 도입을 위한 세부 시행방안 마련을 위해 제도 개선을 추진하였다.

<표 III-49> 신유형 광고 도입을 위한 정책추진 경과사항

- 2009.3. 신유형 광고 도입을 위한 가상·간접광고 해외사례조사 및 전문가 토론회 개최
- 2009.6. 세부시행 방안 마련을 위한 이해관계자 의견청취(워크숍) 및 정책효과 분석
- 2009.8.6. 방송법 시행령 개정안, 방통위 보고
- 2009.8.12~9.1 방송법 시행령 개정안, 입법 예고 및 자체 규제심사 의뢰
- 2009.11.2. 방송법 시행령 개정안 방통위 의결
- 2009.11.6. 방송법 시행령 개정안 법제처 심사 의뢰
- 2010.1.14. 방송법 시행령 개정안 법제처 심사 및 차관회의 의결
- 2010.1.26. 개정 방송법 시행령 공포 및 시행

(2) 신유형 광고시행을 위한 규제체계정비

방송통신위원회는 대표적 신유형 광고인 가상광고 및 간접광고의 시행을 위해 미디어환경변화에 따른 수용자 인식조사, 워크숍을 개최하는 등 제도시행 시 고려해야 할 사항, 예컨대 프로그램의 상업화 및 시청권 침해 우려, 광고주로부터의 프로그램 제작·편성 독립성 침해 우려, 방송사와 외주제작사간의 불공정 거래행위 등 제기될 수 있는 이슈들에 대해 광범위한 의견을 수렴하였다. 아래 표는 법제도 개선을 위한 정책추진 경과사항이다.

특별히 방송통신위원회는 신유형 광고시행을 위한 기본방향을 방송·광고시장 활성화를 위해 관련 편성·운용규제를 최소화하고, 사업자간 경쟁촉진을 위해 칸막이식 규제가 아닌 단일 기준을 마련하는 것으로 설정하였다. 이와 함께 신유형 광고시행으로 나타날 수 있는 시청권 침해우려를 고려해 시청권 보호 조항을 마련하는 것으로 시행방향을 정립하였다.

신유형 방송광고시행을 위한 방송법 시행령의 주요 내용을 살펴보면, 가상광고의 경우 허용장르는 운동경기 중계방송 프로그램에 한해 허용하며, 가상광고의 노출시간 및 노출크기는 프로그램 시간의 100분

의 5이내, 전체화면의 4분의 1 이내로 제한하였다. 허용방법은 광고노출 허용시간과 허용크기를 준수하고 시청흐름을 저해하지 않는 범위에서 자유롭게 노출시킬 수 있도록 하였다. 또한 방송통신위원회는 가상광고 운용과 관련한 일반원칙으로 시청자의 시청흐름을 저해하지 않도록 하며, 사람위에 노출 금지, 방송광고 금지품목, 고지 의무, 이해관계자 사전협의, 자율지침, 자료 제출 의무 등에 관한 사항을 규정하였다.

한편 간접광고 시행과 관련해서는 방송분야 중 오락·교양 분야 허용을 원칙으로 하되, 어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램(방송법 제73조 제1항)과 객관성과 공정성이 요구되는 방송프로그램, 예를 들어 보도, 시사, 논평, 토론 등의 프로그램에는 금지하였다. 정량적 허용기준으로 간접광고 과다 노출 및 시청권의 보호를 위해 간접광고 노출시간 및 노출크기에 대한 허용기준을 도입하였다. 상품 및 서비스의⁹⁾ 상표, 로고 등의 노출시간 및 노출크기는 프로그램 시간의 100분의 5이내, 전체 화면의 4분의 1 이내로 제한하였다.

9) 방송통신위원회는 방송법 개정안에 대한 방통위 수정의견(간접광고 명칭변경, 정의규정 명확화 등. 2009.2)이 미 반영된 상태로 통과됨에 따라 제도 운영과정에서 '상품'에 대한 유권해석을 '서비스'도 포함하는 것으로 확대하여 제도 도입 취지를 최대한 보장하였다.

<표 Ⅲ-50> 가상광고 관련 방송법 시행령

제59조의2(가상광고) ① 법 제73조제2항제6호에 따라 가상광고를 하고자 하는 방송사업자는 다음 각 호의 사항을 준수하여야 한다.

1. 방송사업자는 운동경기를 중계하는 방송프로그램의 경우에 한하여 가상광고를 할 수 있다.
2. 가상광고의 편성 및 내용에 대한 책임은 방송사업자에게 있다.
3. 방송사업자는 가상광고가 시청자의 원활한 시청흐름에 방해되도록 하여서는 아니된다.
4. 방송사업자는 가상광고를 경기 장소 등에 있는 선수나 심판, 관중 위에 노출시켜서는 아니된다.
5. 방송사업자는 관련 법령에 의해 방송광고가 금지된 품목 및 업종을 가상광고로 노출시켜서는 아니된다.
6. 방송사업자는 가상광고를 하고자 하는 경우 해당 경기 주관단체, 중계방송권을 보유하고 있는 자 등 이해관계자와 사전에 협의하여야 한다.

② 가상광고는 다음 각호의 방식으로 하여야 한다.

1. 가상광고의 노출시간은 해당 방송프로그램시간의 100분의 5를 초과할 수 없다.
2. 가상광고의 노출크기는 화면의 4분의 1을 초과할 수 없다. 다만, 이동멀티미디어방송의 경우 3분의 1을 초과할 수 없다.
3. 방송사업자는 가상광고를 경기장에 설치되어 있는 광고판을 대체하거나, 운동경기 시작 전·후 또는 휴식시간을 활용하는 등 시청흐름을 저해하지 않는 방법으로 하여야 한다. 다만, 기존 광고판을 대체하여 가상광고를 하는 경우 다른 광고에 비해 현저하게 두드러져서는 아니된다.
- ③ 방송사업자는 방송프로그램에 가상광고가 포함되는 경우 해당 프로그램 방송 전에 가상광고가 포함되어 있음을 자막으로 표기하여 시청자가 명확히 인지할 수 있도록 하여야 한다.
- ④ 방송사업자는 가상광고를 하고자 하는 경우 운동경기의 종목별 특성을 고려하여 가상광고의 노출 장소, 공간, 시간 등에 대한 가상광고 운영지침을 수립·공표하여야 한다.
- ⑤ 방송통신위원회는 방송사업자와 가상광고의 판매를 대행하는 자에게 가상광고의 대상, 노출 시간, 노출 크기, 금액, 조건 및 내용 등에 관한 자료제출을 요구할 수 있으며 해당 사업자는 이에 협조하여야 한다.
- ⑥ 방송통신위원회는 제1항제3호 및 제2항제3호의 규정 위반에 대하여 방송통신심의위원회의 의견을 들을 수 있다.

<표 III-51> 간접광고 관련 방송법 시행령

제59조의3(간접광고) ① 법 제73조제2항제7호에 따라 간접광고를 하고자 하는 방송사업자는 다음 각 호의 사항을 준수하여야 한다. 다만, 제작상 불가피한 자연스러운 노출의 경우 간접광고로 보지 아니한다.

1. 간접광고는 법 제2조제16호에 의한 방송분야 중 오락과 교양 분야에 한하여 할 수 있다. 다만, 법 제73조제1항에 의한 어린이를 주 시청대상으로 하는 프로그램과 보도·시사·논평·토론 등 객관성과 공정성이 요구되는 방송프로그램의 경우에는 허용하지 아니한다.
2. 간접광고는 방송프로그램의 내용이나 구성에 영향을 미치거나 방송사업자의 편성의 독립성을 저해하여서는 아니된다.
3. 방송사업자는 간접광고가 시청자의 원활한 시청흐름에 방해되도록 하여서는 아니된다.
4. 방송사업자는 간접광고를 포함하고 있는 방송프로그램에서 해당 상품 등의 구매 및 이용을 권유하여서는 아니된다.
5. 방송사업자는 간접광고를 포함하고 있는 방송프로그램의 대사를 통해 상품 등을 직·간접적으로 언급하는 등 부적절한 노출효과를 주어서는 아니된다.
6. 방송사업자는 관련 법령에 의해 방송광고가 금지된 품목 및 업종을 간접광고로 노출시켜서는 아니된다.

② 간접광고는 다음 각호의 방식으로 하여야 한다.

1. 간접광고로 노출되는 상표, 로고 등 상품이나 서비스를 인식할 수 있는 표식의 노출시간은 해당 방송프로그램시간의 100분의 5를 초과할 수 없다.
2. 간접광고로 노출되는 상표, 로고 등 상품이나 서비스를 인식할 수 있는 표식의 크기는 화면의 4분의 1을 초과할 수 없다. 다만, 이동멀티미디어방송의 경우 3분의 1을 초과할 수 없다.
- ③ 방송사업자는 방송프로그램에 간접광고가 포함되는 경우 해당 프로그램 방송 전에 간접광고가 포함되어 있음을 자막으로 표기하여 시청자가 명확히 인지할 수 있도록 하여야 한다.
- ④ 방송사업자는 간접광고를 하고자 하는 경우 간접광고의 운영 및 시청권 보호 방안 등에 대한 세부지침을 수립·공표하여야 한다.
- ⑤ 방송통신위원회는 방송사업자와 간접광고의 판매를 대행하는 자에게 간접광고의 대상, 노출 시간, 노출 크기, 금액, 조건 및 내용 등에 관한 자료제출을 요구할 수 있으며 해당 사업자는 이에 협조하여야 한다.
- ⑥ 방송통신위원회는 제1항제3호 내지 제5호의 규정 위반에 대하여 방송통신심의위원회의 의견을 들을 수 있다.

이는 간접광고를 프로그램 시간의 100분의 5(시간당 3분)로 허용하는 경우 광고시간이 현행 시간당 10분에서 13분으로 증가하는 효과가 발생하게 된다. 이와 함께 간접광고 시행과 관련한 일반원칙으로 편성권 침해 금지, 시청흐름 저해금지, 구매·이용의 권유금지, 대사를 통한 직·간접적 노출 등 부적절한 노출 금지, 금지품목, 자율지침 수립, 자료제출 의무 등을 명시하였다.

이와 함께 신유형 광고도입에 따라 무분별한 광고로부터 시청권 보호를 위한 제도적 보완장치를 마련하였다. 방송통신위원회는 그 일환으로 신유형 방송광고 거래·모니터링 체제구축을 통해 방송광고시장의 건전성을 지속적으로 도모할 계획이다.

(3) 기대효과

신유형 방송광고의 도입으로 인해 우리나라 방송광고시장은 시장의 자율성이 높아짐으로써 방송광고시장의 활성화가 이루어질 것이며, 이를 통해 방송프로그램 재원 및 디지털 전환을 위한 재원확충에 크게 기여할 것이다. 특히 신유형 방송광고의 도입으로 방송광고 매력도를 제고할

뿐만 아니라 방송광고 수요기반을 확대하여, 방송, 광고, 콘텐츠제작 시장의 활성화에 크게 기여할 것이다.

2) 방송광고 금지품목 규제 완화

방송광고는 기본적으로 가장 많은 시청자들에게 도달하고자 하는 본질적인 속성을 갖는다. 전파를 통해 방송되는 광고는 다른 어떤 미디어보다 시청자에게 미치는 효과가 크기 때문에 모든 광고주들은 방송광고에 큰 관심을 갖게 된다. 그러나 이와는 상반되게 시청자들이 광고에 노출되었을 때, 나타날 수 있는 바람직하지 못한 사회적 현상이 나타날 개연성이 있기에 모든 나라에서는 방송광고 품목 및 서비스에 대해 엄격한 가이드라인을 두고 있다.

방송광고금지 품목과 관련한 법적근거는 방송법 제32조의 방송의 공정성 및 공공성에 해당하는 사항으로써 방송의 공적 역할을 구현하기 위해 방송심의에 관한 규정(제32조)을 두고 있다. 방송광고심의와 관련해서는 방송광고 심의에 관한 사후규제 및 방송광고에 대한 사전금지품목 규정을 두고 있으며 방송통신심의위원회

의 방송광고심의규정(제43조)에 의거 14개 방송광고금지 품목 현황은 아래 표와 같
 품목에 대해 방송광고금지 상품과 용역을 다.
 정하고 있다. 현행 법률에 따른 우리나라 또한 방송광고 금지품목은 해당 부처

<표 III-52> 주요 방송광고 금지품목 현황

금지품목	근거법령	내용
주류	국민건강증진법 시행령 제10조 제2항 별표1	[별표1]광고의 기준 주세법에 의한 주류의 광고를 하는 경우에는 다음 각 호의 1에 해당하는 광고를 하여서는 아니 된다 6. 다음 각목의 1에 해당하는 광고방송 가. 텔레비전(종합유선방송포함): 7시부터 22시까지의 방송 나. 라디오: 17시~다음날 8시 미성년자대상 8.알코올성분 17도 이상의 주류를 광고방송하는 행위
	방송광고심의규정 제43조2항13호	제43조(방송광고의 금지) 13.알코올성분 17도 이상의 주류
먹는 샘물	먹는물관리법시행 규칙 제31조	제31조(광고의 제한) 법 제39조 제1항 및 영 제17조에 따라 먹는 샘물의 텔레비전 광고(종합유선방송에 의한 광고는 제외한다)는 할 수 없다
	방송광고심의규정 제43조2항14호	제43조(방송광고의 금지) 14.지상파 텔레비전 방송광고의 경우 먹는 샘물
조제분유, 조제우유	축산물가공처리법 시행규칙 제51조1항, 별표 13의 제3호 자	[별표 13] 3.축산물판매영업업자의 준수사항 자. 조제유류에 관하여 신문·잡지·라디오·텔레비전 등을 통한 광고를 하거나 조제유류의 용기 또는 포장에 유아·여성의 사진 또는 그림 등을 표시해서는 아니 되고
	방송광고심의규정 제43조2항8호	제43조(방송광고의 금지) 8. 조제분유, 조제우유, 젖병, 젖꼭지제품
혼인매개, 이성교제업	방송광고심의규정 제43조2항3호	제43조(방송광고의 금지) 3. 혼인매개, 이성교제 소개업(다만, 「결혼중개업의 관리에 관한 법률」에 따라 신고한 국내결혼중개업 제외)
기부금모집	방송광고심의규정 제43조2항12호	제43조(방송광고의 금지) 12. 기부금품 모집광고
단란주점, 유흥주점	방송광고심의규정 제43조2항1호	제43조(방송광고의 금지) 1.[식품위생법 시행령]에 따른 단란주점영업 및 유흥주점영업
사설비밀조사업, 사설탐정	방송광고심의규정 제43조2항2호	제43조(방송광고의 금지) 2.사설비밀조사업 및 사설탐정
담배 및 흡연	방송광고심의규정 제43조2항7호	제43조(방송광고의 금지) 7.담배 및 흡연과 관련된 광고

소관법률에 근거하여 시행되고 있다. 대표적인 예가 의료광고와 의약품 광고이다. 의약품은 전문의약품과 일반의약품으로 구분되며 전문의약품은 의사의 처방전을 요구하는 의약품을 말하며, 일반의약품이란 오남용의 우려가 적고 의사의 처방 없이 사용할 수 있는 의약품을 의미한다. 약사법 시행규칙 제84조에 의하면 일반의약품의 경우 신문·방송 또는 잡지 등과 같은 매체광고는 허용된다. 반면 전문의약품의 광고는 의학·약학에 관한 전문가 등을 대상으로 전문적인 내용을 전달하거나 학술적 성격을 지니고 있는 매체에는 허용하고 있으나 그 외 일반 소비자들을 대상으로 한 매체광고는 금지하고 있다. 의료광고의 경우 의료법 제56조 제4항에 의거 방송광고는 금지하고 있다.

방송통신위원회는 최근 들어 현행 방송광고 금지품목에 대한 소비자 알 권리 제고 및 서비스 산업의 선진화 차원에서 불합리한 방송광고 규제 개선에 대한 요구가 제기됨에 따라 광고산업의 수요기반 확대와 소비자 편익 제고를 위해 방송광고 금지품목에 대한 규제개선을 추진하였다.

그 결과 2009년 9월 정부는 기획재정부 주관하에 「제21차 위기관리대책회의」에서 ‘먹는 샘물’, ‘의료’, ‘결혼중개업’ 등에

대해 방송광고를 허용하기로 의결하였다. 현행 ‘먹는 샘물’의 방송광고금지 규정은 수도물에 대한 불신 조장 방지 등을 위해 종합유선방송은 허용하고, 지상파방송광고는 금지하고 있으나 종합유선방송의 보편화로 지상파 방송과 케이블 방송을 구분하여 광고를 금지하는 것은 불합리하다는 점이다. 또한 수도물에 대한 신뢰제고는 광고 금지를 통해서가 아니라, 품질경쟁을 통해 달성하는 것이 바람직하다는 것이다.

‘의료’광고의 경우 광고매체가 제한됨에 따라 편법을 통한 허위·과장광고 등 소비자의 피해 유발 사례가 급증하고 있으며, 신문·잡지 등 인쇄매체의 경우 의료법상 사전심의를 통해 광고의 내용·표현을 통제하고 있으나 승인받은 광고는 유효기간이 없어 의료환경 여건이 반영되지 않아 소비자의 피해발생 방지에 역부족이라는 점이다. 따라서 의료분야에 대한 방송광고를 허용하여 정확한 의료정보에 대한 소비자의 접근성을 높이는 동시에, 의료광고 심의 제도를 보완·강화하여 소비자의 피해발생을 방지하는 것이 합리적이라는 것이다.

‘결혼중개업’도 결혼관습의 변화와 개인주의의 영향으로 웨딩 플랜 대행업과 결혼중개업이 보편화됨에 따라 방송광고금

<표 III-53> 방송광고금지품목 규제개선 방안

품목	개선안
먹는샘물	· 지상파TV광고 허용 (수도법 개정직후, ‘먹는물관리법시행규칙 및 방송광고심의규정 개정’) · 위성방송, IPTV, DMB 광고허용 (2009.12.31일까지, ‘먹는물관리법시행규칙’ 개정)
의료	· 방송광고 단계적 허용(2010.12.31일까지, ‘의료법’ 개정), 종합유선방송 부터 허용
결혼중개업	· 방송광고 허용(2009.10.31일까지, ‘방송광고심의규정’ 개정)

지로 인한 실익이 없다는 점에서 결혼중개업에 대한 방송광고를 허용함으로써 변화된 결혼문화를 반영하고 차별화된 고객 관리 노력 등 자발적인 품질경쟁을 유도하는 것이 변화된 환경에 부응할 것이라는 점이다.

방송통신위원회의 방송광고 금지품목 규제개선 정책추진에 따른 개선방안은 위표와 같다. 결혼중개업의 경우 관련 추진 일정과 개선안에 따라 방송통신심의위원회는 2009년 12월 1일 「방송광고 심의에 관한 규정」을 개정하였다. 더불어 방송광고 금지품목 규제완화시 소비자 피해가

발생할 수 있다는 점에서 방송통신위원회는 허위·과장 광고에 대한 심의제도 강화 방안을 제도적으로 마련하였다.

결론적으로 방송광고 금지품목 규제개선은 소비자의 알권리 제고뿐만 아니라 광고시장의 수요기반 확대가 광고시장의 확대로 이어져 향후 광고산업이 활성화되는데 크게 기여할 것으로 전망된다.

3) 방송광고 자율심의 도입

방송통신위원회는 방송광고의 사전심의 제도에 대한 헌법재판소의 위헌 결정

<표 III-54> 방송광고 자율심의 도입을 위한 방송법 신설 조항

제86조(자체심의) ②방송사업자는 허위, 과장 등 시청자가 오인할 수 있는 내용이 담긴 방송광고를 방송하여서는 아니된다.<신설 2009.7.31>
 ③방송사업자는 방송광고가 방송되기 전에 자체적으로 심의하거나 방송통신위원회에 신고한 방송 관련 기관 또는 단체에 위탁하여 심의할 수 있다.<신설 2009.7.31>

(2008. 6. 26.)에 따라 관련 규정을 삭제하고 방송사업자의 자율 사전심의 근거마련, 신유형 광고도입 및 방송광고 금지품목 규제개선 완화 등에 따른 허위·과장광고에 의한 소비자 피해를 방지하기 위해 관련 법률 조항을 신설하는 방송법 개정(2009. 7. 31.)을 추진하였다.

방송통신위원회는 방송법 개정과 함께 방송광고 규제완화로 인해 발생하는 소비자 피해방지를 위해 허위·과장광고 등에 대한 심의제도 강화방안을 지속적으로 마련할 계획이다.

<표 Ⅲ-55> TV방송광고 유형 및 허용량

매체	프로그램 광고	중간광고	토막광고	자막광고	시보광고	시간당 총허용량
지상파TV	방송프로그램 시간(방송프로그램 광고시간 포함) 10/100이내	금지 (운동경기, 문화 예술행사 등 예 외)	매시간 2회이내 매회 4건이내 매회 90초 (시간당 3분)	매시간 4회 이내 매회 10초이내 화면의 1/4 (시간당 40초)	매시간 2회이내 매회 10초이내 매일 10회이내 (시간당 20초)	10분
지상파 T_DMB	"	"	매시간 4회이내 매회 4건이내 매회 90초 (시간당 3분)	매시간 10회이내 매회 10초이내 화면의 1/3 (시간당 1분 40초)	매시간 2회이내 매회 10초이내 (시간당 20초)	11분
종합 유선 및 위성	-	45~60분 : 1회 60~90분 : 2회 90~120분 : 3회 120분이상 : 4회 매회 3건·매회 1분 (*150~180분 : 5회 180분이상 : 6회 개정)	매시간 2회이내 매회 5건이내 매회 100초 (시간당 3분 20초)	매시간 6회이내 매회 10초이내 화면의 1/4 (60초)	-	시간당 평균 10분, 최대 12분이내
위성 DMB	-	"	매시간 4회이내 매회 5건이내 매회 100초 (3분 20초)	매시간 10회이내 매회 10초이내 화면의 1/3 (1분 40초)	-	"
데이터 PP	최초화면 : 광고 불가 1차 화면 : 동영상 및 음성 불가, 전체화면의 1/4 이하(DMB : 1/3) 2차 화면 : 동영상 및 음성 가능, 10분 초과 금지					

4. 방송의 품질제고 및 국민의 시청권보장

가. 방송광고 법규준수 관리·감독 강화

방송광고는 방송사의 주요 재원이자 시청자들에게는 제품이나 서비스에 대한 정보를 습득할 수 있는 매개물이기도 하다. 그러나 방송사가 광고수익을 증대시키기 위해 방송광고를 과다 편성할 경우 시청자의 시청흐름을 방해하거나, 방송의 공익성을 위축시킬 수도 있다. 이에 방송법 제73조 제1항, 제2항 및 동법 시행령 제59조 제1항, 제2항에서는 방송광고와 방송프로그램을 명확하게 구분하도록 하고 있으며, 방송광고의 종류에 따라 방송광고의 허용범위·시간·횟수 또는 방법에 관해 규정하고 있다. 아래 표는 TV방송광고유형 및 허용량을 정리한 것이다.

방송통신위원회는 법률에 의거 방송통

신심의위원회를 통해 방송광고 편성 허용범위 준수여부를 매해 조사하고 있다. 2009년 1/4분기 법규 준수여부 실태조사를 통해 방송광고 편성 허용범위를(시간당 방송광고 및 중간광고 허용시간)을 위반한 방송채널사용사업자(PP)에 대해 기 위반 사례를 반영해 과태료를 부과하였다. 그리고 기 위반 사례가 없는 방송채널사용사업자에 대해서는 행정지도를 부과하였다.

하반기 실태조사에서는 2009년 2/4분기 방송분으로써 2008년 방송광고 편성법규 실태조사시 기 위반사업자를 포함한 154개 방송채널사용사업자에 대해 2009년 4월 24일~6월 30일까지 법규 준수현황을 조사하였다.

<표 III-56> 법정 의무편성비율 분야별 점검 내용

구분	점검 항목
월간	오락프로그램, 주된 방송분야, 다른 한 방송사업자 제작물
분기별	외주제작물, 특수관계자 외주제작물, 주시청시간대 외주제작물, 국내제작물, 1개 국가 제작물
연간	국내제작영화, 국내제작 애니메이션, 신규 국내제작 애니메이션, 국내제작 대중음악

<표 Ⅲ-57> 2009년 의무편성비율 위반사항 제재처분 현황

구 분	건수(금액)	부과내용
과태료 부과	16건 (178백만 원)	○ 1개국가 애니메이션 편성위반(3건) ○ 1개국가 영화 편성위반(7건) ○ 국내제작 프로그램 편성위반(2건) ○ 국내제작 애니메이션 편성위반(1건) ○ 주된 방송분야(2건) ○ 특수관계자 외주제작 위반(1건)
행정지도	7건	○ 국내제작 영화 편성위반(2건) ○ 특수관계자 외주제작 위반(5건)

<표 Ⅲ-58> 연도별 주요 의무편성비율 위반 현황

구 분		2005년		2006년		2007년		2008년	
		행정 지도	과태료 부과	행정 지도	과태료 부과	행정 지도	과태료 부과	행정 지도	과태료 부과
종합편성 중 오락프로그램		-	-	-	-	1	-	-	-
전문편성 중 주된 방송분야		1	1	1	-	5	1	-	-
국내제작	프로그램	7	4	7	-	3	-	-	2
	영화	4	6	1	3	-	2	2	-
	애니메이션	8	2	1	1	1	1	-	1
	신규 애니메이션	-	-	-	-	1	-	-	-
	대중음악	-	-	1	-	-	-	-	-
1개국가	영화	19	13	21	2	4	2	-	1
	애니메이션	22	6	22	17	2	19	-	7
	대중음악	3	-	-	-	1	-	-	-
외주제작	프로그램	4	-	-	-	-	-	-	-
	특수관계자	-	-	-	-	-	-	6	1
	주시청시간대	17	-	-	-	-	-	-	-
소 계		85	32	54	23	18	25	8	12
합 계(감소율)		117		77(34%)		43(44%)		20(53%)	

조사결과 13개사 13개 채널이 시간당 광고시간(매시간 12분)을 초과하였고, 1개사 1개 채널이 중간광고 시간·건수(회당 1분 이내)를 초과해 방송통신위원회는 방송법규를 위반한 방송채널사용사업자에 대해 과태료를 부과하였다.

방송통신위원회는 후속조치로서 방송법 제108조 제1항 제10호에 따라 광고법규 위반 사업자에게 위반내역 통지 및 과태료를 부과하고, PP 광고, 편성실무책임자 대상으로 방송광고 편성 관련 법규준수 교육 및 관련 법규를 준수할 것을 통보함으로써 방송광고 법규준수 관리·감독을 지속적으로 추진하였다.

나. 방송편성 의무비율 준수여부 감독

방송통신위원회는 방송의 문화적 가치 보호와 다양한 방송콘텐츠의 유통을 장려하고, 국내 방송콘텐츠 사업자들의 콘텐츠 제작을 활성화시키기 위하여 방송사의 법정 의무편성비율 준수 여부를 감독하고 있

다. 400여개 방송사업자로부터 방송실시 결과를 제출받아 월간, 분기별, 연간 점검 항목에 대해 위반사항을 조사하고 있다. 그리고 조사결과에 기초해 위반사항 발생 시 행정처분을 시행하고 있다.

방송통신위원회는 기간별 법정 의무편성 비율 분야별 점검을 2008년 각 분기별, 2008년 연간, 2009년 분기별로 실시하여 위반사업자에 대해 과태료(178백만 원) 및 행정지도(7건)를 부과하였다.

의무편성비율에 대해 관리감독업무를 지속적으로 수행하여 주요항목 위반건수가 2005년 117건에서 2008년 20건으로, 연간 44%씩 감소시키는 성과를 이루었다.

또한, 2009년 7월 “방송업무 관계관 회의”를 개최하여 중앙 및 지역 전파관리소와 방송실시결과 조사업무에 대한 협력체계를 공고히 구축함으로써, 전국에 산재해 있는 지역방송사에 대한 감독업무를 효율적으로 수행할 수 있는 기반을 마련하였다.

《2009년 방송평가 경과사항》

- 2009.6.16. 2009년 방송평가 관련 자료 제출 요청 및 공문발송
- 2009.7.9. 방송평가위원회 위원 위촉 및 방송평가지원단 구성
- 방송평가위원회 회의 개최(6차례: 7.16~9.25)
- 2009. 8.24. 2009년 방송평가 관련 추가 자료 요청
- 2009.10. 7. 2009년 방송평가 결과 사업자별 확인 실시(10.14까지)
- 2009.11.11. 2009년 방송평가 결과 의결 및 공개

다. 방송평가제의 내실화 추진

~12월 31일)

1) 『2009년 방송평가』 경과 사항

방송평가제는 ‘방송의 공적 책임 확보’와 ‘방송프로그램의 질적 향상’을 목적으로 2000년 통합 방송법 제정을 통해 법제화 되었다.

방송법 제31조에서는 재허가·재승인 대상 방송사업자의 1년간 방송내용·편성·운영 영역에 대해 종합평가를 실시하도록 정하고 있다. 이에 방송통신위원회는 방송법 및 방송평가에 관한 규칙에 따라, 방송사업자가 2008년에 실시한 방송내용·편성·운영영역에 대해 종합적으로 평가를 하였다.(방송평가 대상기간 : 2008년 1월 1일

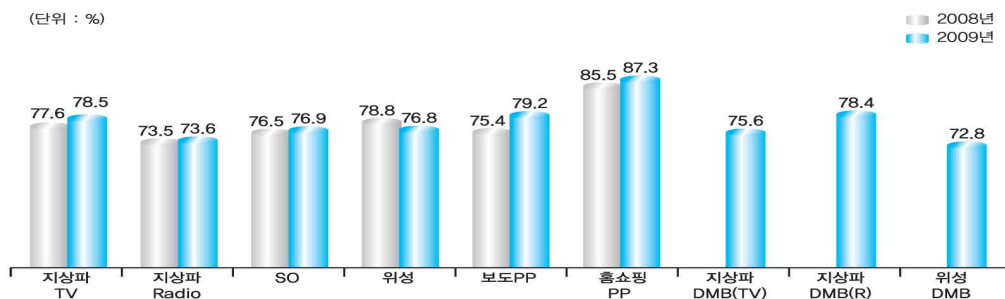
2) 『2009년 방송평가』 결과

2009년 방송평가 결과에서 전체 사업자 대부분의 평가점수가 지속적으로 향상되었다. 이는 최근 3년간 동일한 평가척도를 적용함으로써 예측가능성을 높이고 사업자의 노력을 유도한 성과라 하겠다. 반면 내용 및 편성영역에 비해 운영영역의 평가점수 변화가 상대적으로 적었다. 운영영역은 경영의 적정성, 재무의 건전성 등을 평가하기 때문에 프로그램 품질과 편성시간량의 적정성 등을 평가하는 내용·편성영역 보다 개선이 어려운 측면이 있기 때문으로 보인다.

<표 Ⅲ-59> 2009년 방송평가 대상 사업자

구분	합계	지상파방송	SO	위성방송	DMB	PP	
						보도	홈쇼핑
사업자수	163	44	99	1	12	2	5

<그림 Ⅲ-13> 방송사업자 방송평가 결과(2008~2009년)



라. 보편적 시청권 보장제도 시행

올림픽, 월드컵 등 주요 국민관심행사의 방송중계권 확보를 둘러싼 이해관계자들 사이의 과도한 경쟁을 예방하고 국민의 시청권을 보장하기 위해 도입된 보편적 시청권 보장제도는 방송중계권이 경제적 논리로써 접근하기보다 국민의 시청권 보장이 우선되어야 한다는 공익적 차원에서 도입된 제도이다.

방송법 제76조에 따라 2008년 6월, '보편적 시청권 보장위원회'가 구성된 이후 동 위원회의 심의를 거쳐 국민 전체가구 수의 100분의 90이상의 가구가 시청할 수 있는 방송수단을 확보해야 하는 국민 관심행사로 동·하계 올림픽과 국제축구연맹이 주관하는 월드컵을 고시함으로써 올림픽과 같은 주요 스포츠 행사를 지상파 방송을 통해 모든 국민이 볼 수 있도록 하였다.

이와 함께 2009년 보편적 시청권 보장 위원회는 국민관심행사 고시에 대한 각계 의견 수렴, 전문가 토론회 등을 거쳐 동법 시행령 제60조의3제1항제1호에 따라 국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회 및 그 밖의 주요 행사(국민 전체가구 수의 100분의 60이상 100분의 75이하 가구가 시청할 수 있는 방송수단 확보)에 대한 고시(안)을 의결하였다(2009.4.)

그러나 국민적 관심이 큰 체육경기대회 및 그 밖에 주요행사 지정을 국민권익위원회, 법제처에서 행정규칙 개선 추진 과제로 선정(2009.6), 위원회는 보편적 시청권을 보장하고 국민적 관심이 큰 행사를 가급적 다수의 국민이 시청할 수 있는 방향으로 검토하여 고시하였다. 또한 관련 고시 일원화를 위해 90%이상 시청수단 확보 국민관심행사 고시와 통합 고시하였다(2009.11.).

<표 III-60> 국민적 관심이 큰 체육경기대회 및 그 밖의 주요행사

1. 국민 전체가구 수의 100분의 90 이상 가구가 시청할 수 있는 방송 수단을 확보해야 하는 국민적 관심이 큰 체육경기대회는 동·하계 올림픽과 국제축구연맹이 주관하는 월드컵으로 한다.
2. 국민 전체가구 수의 100분의 75 이상 가구가 시청할 수 있는 방송 수단을 확보해야 하는 국민적 관심이 큰 체육경기대회는 아시안게임, 야구WBC(월드베이스볼클래식), 국가대표가 출전하는 축구 A매치(월드컵축구예선 포함)로 한다.

국민적 관심행사에 대한 방송중계권은 각 방송사업자간의 이해관계가 부분적으로 중첩되고 경쟁하는 영역이지만, 공익적 차원에서 국민의 시청권이 우선되어야 한다는 점에서 방송통신위원회는 국민의 시청권을 제도적으로 보장할 수 있는 방안을 지속적으로 추진할 예정이다.

마. 절대난시청 해소

1) 「전국 절대난시청해소 지원」 현장 방문 및 지원

방송통신위원회는 「지상파 텔레비전방송의 디지털 전환과 디지털방송의 활성화에 관한 특별법」에 의해 추진 중인 2012년 아날로그TV방송 종료를 앞두고 산간·벽지의 절대난시청 해소를 위한 수신설비 설치 등 TV시청환경 개선을 위한 지원 사업을 실시하였다.

2009년 9월 11일 전국 절대난시청 해소 지원을 위한 현장방문으로 전북 진안군 안천면 내송마을, 상전면을 방문하여 도서·벽지 절대난시청가구에 위성수신설비 보급 및 시범 설치, 마을 공시청 설비 개통식을 통해 방송의 공공성 확보 및 시청자 복지 향상을 위한 단초를 마련하였다.

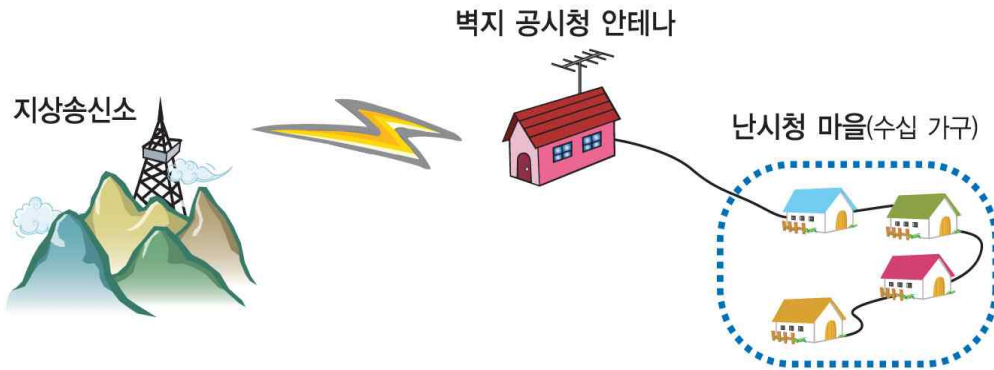
방송통신위원회 최시중 위원장은 ‘디지털TV 공시청시설 개통식’에 참석하여 지역주민들과 난시청해소 사업을 추진하는 관계자들을 격려하며, ‘방송은 국민 누구나 공평하게 누려야 하는 문화혜택으로, 2012년 디지털 전환을 앞두고 KBS와 함께 난시청해소와 디지털방송 수신환경을 개선하는 데 최선을 다하겠다’고 밝혔다.

그 일환으로 2009년 말까지 경제적으로 어려운 절대난시청 가구 1만여 세대에 게 위성수신기를 무료로 보급하고, 앞으로 2~3년 내에는 전국에 있는 아날로그

<그림 III-14> 위성방송 이용 난시청해소 개념도



<그림 III-15> 마을공시청시설을 이용한 난시청해소 개념도



마을공시청시설은 모두 디지털 시설로 교체해 나가겠다는 난시청 해소 정책을 밝혔다.

방송통신위원회에서 절대난시청 해소를 위해 추진 중인 사업은 위성수신기 보급 사업과 마을공시청시설 개선사업이다.

위성수신기 보급 사업은 2009년 지자체, KBS, 스카이라이프와 공동으로 도서·벽지 등 절대난시청 가구를 대상으로 위성수신설비를 보급하여 TV방송서비스를 제공하는 지원 정책이다. 우리나라의 절대난시청 가구는 도서·벽지 등에 있는 난시청 가구 중 경제적 이유로 유료방송에도 가입하지 못하는 가구로써 29만 가구 수준에 이르고 있다(2008.4., KBS). 지역별로 보면 경기 8,540가구, 충남 6,270가구, 경북 5,320가구, 경남 4,530가구, 충북 1,980가구, 전

북 1,790가구, 강원 560가구 등이다.

2009년에는 절대난시청 1만여 가구를 대상으로 위성수신설비 및 송출료(2012년까지)를 지원하기로 하였으며, 스카이라이프의 TV방송 8개 채널을 제공하기로 하였다. 그리고 효과적인 지원을 위해 방송통신위원회, 지자체, KBS, 스카이라이프 등이 비용을 분담하였다.

또한 난시청 지역 중 유선방송이 설치되지 않은 도서·벽지 마을을 대상으로 운영중인 아날로그TV 공시청시설(총 506개소)을 아날로그TV환경에서 디지털TV수신이 가능하도록 마을공시청시설 개선사업을 시행하였다. 마을공시청시설은 유선방송이 설치되지 않는 도서·벽지 마을에서 난시청해소를 목적으로 TV신호를 공동수신하기 위해 설치하는 공동수신설비를 의

미한다.

방송통신위원회는 마을공시청시설 개선 사업으로 2010년 5.5억 원의 예산으로 전국 506개 마을공시청시설을 디지털설비로 순차적으로 개선할 계획이다. 또한 디지털 TV방송 수신가능 지역으로 세대수가 많으며 기초생활수급 대상자가 다수 거주하는 지역을 우선적으로 지원할 계획이다.

위성수신기 설치를 완료하였다. 아래 표는 2009년 12월 31일 절대난시청해소 지원사업 현황이다.

2) 차질없는 난시청 해소 지원 정책 추진

방송통신위원회는 난시청 해소를 위해 '절대난시청해소 지원사업'을 추진하였다. 그 결과 지원을 신청한 13,103가구 중 스카이라이프에 기가입 되어있는 4,999가구를 제외한 설치대상 8,104가구 모두에게

<표 III-61> '절대난시청해소 지원사업' 추진 현황

(2009. 12. 31일 현재)

구 분	신청가구	제외가구 (SkyLife 기가입)	설치대상	설치완료	설치율(%)
인 천	2,158	1,735	423	423	100
충 남	3,237	1,204	2,033	2,033	100
전 북	1,896	492	1,404	1,404	100
전 남	859	393	466	466	100
경 북	2,394	539	1,855	1,855	100
경 남	2,101	493	1,608	1,608	100
강 원	458	143	315	315	100
계	13,103	4,999	8,104	8,104	100

제3절 이용자 편익제고와 통신시장 경쟁 활성화

1. 서민생활 안정 지원(가계통신비 부담경감)

가. 요금제도 개선을 통한 이동통신요금 인하

이동전화는 음성통화, 단문메시지서비스, 모바일 인터넷, DMB 서비스 등 다양한 서비스 제공을 통해 통신서비스를 선도해 나가고 있다. 또한, 국민 대다수가 이용하는 대표적인 통신서비스로 자리매김하여 일상적으로 사용되고 있어서 국민생활에 미치는 파급효과가 매우 크다. 이동통신요금은 지속적으로 인하되어 왔으나 이용량 증대 등으로 인해 가계 통신비에서 차지하는 비중은 제일 높은 수준을 유지하고 있다.

이에 이용자들은 가계 통신비 부담을 완화하기 위해 통신비에서 가장 많은 비중을 차지하고 보편화된 이동통신요금의 인하가 필요하다는 입장이다. 반면 이동통신사업자는 품질 유지 및 새로운 서비스 도입을 위한 지속적인 망 투자 비용을 확

보하기 위해서는 적절한 수준의 요금 설정이 필요하다고 주장하고 있다.

방송통신위원회는 원칙적으로 경쟁이 활성화될 수 있는 환경을 조성함으로써 요금이 시장 자율적으로 인하되어야 한다는 입장이다. 그러나 통신시장의 경쟁 활성화를 위한 환경 조성에는 많은 시간이 소요될 뿐 아니라, 현재와 같이 시장이 고착화 되어 있는 상황에서 사업자간 경쟁이 마케팅 위주로 이루어지고 있는 상황이다. 이에 방송통신위원회는 합리적 정책 방향 마련을 통해 이런 비용이 요금인하나 콘텐츠 육성 등을 위한 투자로 전환되도록 유도할 필요가 있다고 판단하였다.

방송통신위원회는 2009년 9월 3일 “이동통신 요금정책 세미나”를 개최하는 등 가계통신비 부담, 특히 이동통신요금 부담을 경감할 수 있는 합리적인 요금정책 방안 마련을 위해 다각적인 노력을 수행하였다. 요금인하는 지금까지 이룩한 IT 강국으로서의 위상을 유지하고 세계최고의 통신품질을 유지하면서도 전 국민의 부담을 최소화 하는 방향으로 이루어져야 한다는 입장에서 방송통신위원회는 요금인하를 통한 가계통신비 절감과 관련 산업의 지속 발전을 유도하기 위해 다음과 같

은 요금인하의 기본 방향을 제시하였다.

첫째, 세대별, 계층별 수요에 맞는 요금 인하를 통해 전 국민이 골고루 혜택을 받도록 유도하였다.

둘째, IT산업을 육성하고 원만한 통신망 진화를 유도할 수 있는 방향으로 요금 인하와 투자를 유도하였다.

셋째, 외국에 비해 취약한 부분을 개선 보완하는 방향으로 요금인하를 유도하였다. 특히, 이용자가 사용한 만큼 요금을 지불하는 1초 과금 방식의 도입, 외국에 비해 비교적 높은 가입비 인하, 소량이용자를 위해 선불요금인하를 유도하였다.

넷째, 이용자의 선택권 강화를 위해 요금제의 단순화를 유도하였다. 아울러 우리나라 실정에 맞는 요금 국제비교 기준을 만들어 사업자가 요금 수준을 스스로 판단하여 자율적으로 조정할 수 있도록 할 계획이다.

이번에 마련된 방송통신위원회의 이동통신요금인하 정책방안을 토대로 통신사업자는 자율적 협조를 통해 다음과 같은 요금인하 방안을 추진하였다.

첫째, 1초 단위로 과금 방식을 변경하였다. 우선 SK텔레콤이 이용자가 사용한 만큼 요금을 지출하도록 현행 모든 요금제의 과금 방식을 1초 과금방식으로 개선하였다. 그러나 완전한 1초 과금은 교환기 교체 등에 6개월 정도 소요되므로 2010년 3월 중에 시행할 예정이다.

둘째, 가입비를 인하하였다. 외국보다 비교적 높은 가입비를 인하하여, SK텔레콤은 현행 55,000원 → 40,000원(27%인하), KT는 현행 30,000원 → 24,000원(20%인하) 인하하였다. 대신 해지 후 재가입시 가입비를 면제하던 제도는 폐지하였다.

셋째, 장기가입자에 대한 요금을 인하하였다. 이동통신 사업자별로 일정기간 장기가입시(2년 이상)나 기간약정가입자에 대해 기본료 등의 요금을 인하하는 방안을 마련하였다.

<표 III-62> 이동전화 사업자의 요금제 단순화 계획

사업자	SK텔레콤	KT	LG텔레콤
단순화	73개 → 20개	157개 → 30개	60개 → 20개

※ 근본적인 요금제 개편은 전산시스템 교체 등 6개월 정도의 기간이후 시행

넷째, 무선데이터 요금을 인하하였다. 통신서비스가 음성에서 데이터 위주로 전환하는 세계적 추세에 대응하고, 콘텐츠 산업 육성을 통해 무선인터넷을 활성화할 수 있도록 데이터요금을 인하하였다. 이동통신 사업자별로 무료 데이터량 확대, 월 정액 인하, 종량요율 인하 등의 방법을 활용하였다.

다섯째, 선불요금제를 활성화하였다. 통화량이 많은 우리의 경우 다량요금제 위주로 요금제가 발달하여 소량이용자를 위한 요금제가 적고 요금도 비싼 수준이었다. 이에 이동통신 사업자별로 노년층 등 이용량이 적은 이용자를 위해 가입비, 기본료가 없는 선불요금의 요율을 인하하였다.

하도록 유도하였다.

일곱째, 유선부분 및 결합상품 요금을 인하하였다. 가계통신비는 이동전화 외에도 유선전화, 초고속인터넷 요금도 포함되므로 유선 요금 인하 및 유선·무선·초고속인터넷이 묶인 저렴한 결합상품 출시로 가계통신비 부담을 완화하도록 하였다.

앞서 언급한 바와 같이 이번에 마련된 방송통신위원회의 이동통신요금인하 정책 방안은 통신사업자의 자율적 협조를 통해 대부분 11월에 시행되었다. 가입비 인하, 장기가입자에 대한 요금인하, 무선데이터 요금인하 등으로 가계통신비중 가장 높은 비중을 차지하는 이동통신요금이 인하되어 이용자의 통신비 부담 경감에 일정정도 기여하였다.

<표 III-63> 이동전화사업자의 선불요금 요율 인하

사업자	SK텔레콤	KT	LG텔레콤
요율인하	62원 → 48원(23%)	58원 → 49원(15.5%)	65원 → 49원(25%)

※ SK텔레콤은 인하와 함께 선불요금제 선택상품(5,000원 이하 기본료+통화료) 도입

여섯째, 택배, 자영업자 등 사용량이 많은 이용자를 위한 다량요금을 인하하였으며 가계통신비 부담 완화를 위해 청소년 요금도 개선하였다. 또한 공휴일에 사용하는 경우에는 요금을 할인 하도록 하고, CID(발신자번호표시) 요금을 완전 무료화

가계통신비 부담을 완화하고자 하는 방송통신위원회의 이와 같은 노력의 성과는 가계통신비 지출 추이를 통해 일부 확인할 수 있다. 2009년 2인 이상 도시 근로자 가구의 월평균 통신비 지출액은 136,303원으로 전체 소비지출의 5.87%를 차지하고

<그림 III-16> 가계통신비 추이



출처: 통계청, 가계동향조사(2인 이상 도시 근로자 가구 대상, 명목기준)

있다. 통신비 지출액은 2008년 이후부터 감소하고 있으며, 가계소비지출에서 통신비가 차지하는 비중 또한 2005년 이후 지속적으로 감소하는 추세이다. 통신비 지출액은 신정부 출범 이전인 2007년 139,395원에서 2009년 136,303원으로 2.2% 감소하였으며, 가계소비지출 대비 통신비 비중은 2007년 6.49%에서 2009년 5.87%로 0.62% 감소하였다.

이번 인하방안을 통해 2010년의 경우 이동통신 1조 5천억 원과 유선 2천 5백억 원, 전체적으로 약 1조 7천억 원 정도의 요금인하가 이루어질 것으로 사업자들은 추정하였다. 아울러 가계통신비도 월 9,000원

정도 절감될 것으로 추정하였다.

나. 통신요금 코리아인덱스 개발 추진

국내 통신서비스 요금수준과 외국 통신서비스 요금수준과의 합리적인 비교결과는 효율적인 통신정책 수립에 매우 중요한 기초자료로 활용된다. OECD, 메릴린치 등에서 통신요금 국제비교를 수행하고 있으나 수행기관별로 요금비교 방법론에 따라 다른 결과가 나타나 타당성 논란이 빈번히 제기되었으며, 우리나라의 요금 수준을 정확히 파악하는데 한계가 있었다. 아울러 우리의 실정에 맞는 지표를 개발하여 해외국가와 통신요금을 비교할 필요

성도 커졌다.

이에 방송통신위원회는 우리나라 실정에 맞는 통신요금비교 방법론을 개발하고자 「통신요금 코리아인덱스 개발 협의회」를 구성하여, 2009년 10월 20일 그 첫 번째 회의를 시작하였다. 협의회는 정부, 국회 추천, 학계, 사업자, 연구기관, 시민·소비자단체 등 다양한 분야의 전문가 15인 이내로 구성되나, 현재는 위원장을 포함하여 13인의 위원으로 구성되었다.

협의회는 위원들의 토론을 통해 중립적인 요금비교 방법론을 고안하고 공청회 등을 개최하여 다양한 의견을 수렴하여 사회적 합의안을 마련할 예정이다. 또한 해외 주요국을 선정하여 현지 요금조사를 통해 조사의 객관성을 담보할 계획이다.

우선적으로 협의회에서는 가장 큰 논란

의 대상이 되었던 이동전화의 음성요금에 중점을 두고 비교기준과 방법론을 정립할 계획이다. 비교기준 정립은 OECD 방식을 벤치마킹하여 음성통화량, SMS를 우리의 실정에 맞게 Basket을 구성하여 우리나라 실정에 맞는 지표를 마련할 것이다. 아울러 선정된 비교 대상 국가를 대상으로 이 기준을 바탕으로 2010년 상반기까지 요금을 비교할 계획이다. 일본 총무성은 OECD 기준과 같이 소량, 중량, 다량을 구분하여 비교하고 있으나, 중량의 경우에는 일본 사용자의 평균 통화량을 사용하여 미국·영국·프랑스·한국 등 7개국만 비교하고 있는 실정이다.

최근에 OECD에서는 무선 데이터요금, 국제로밍요금에 대한 회원국간 비교 기준을 만들기 위해 준비 중에 있는 데, 이에

<그림 III-17> 코리아인덱스 개발 단계



맞추어 향후에는 무선 데이터요금, 국제 로밍요금에 대한 비교기준 및 방법론을 정립할 계획이다.

통신요금 코리아인덱스 개발의 첫 단계로서 협의회는 2009년 12월 21일 워크숍을 개최하여 우선 인덱스 개발의 핵심 이슈를 공유하고 해외 주요 기관의 이동통신요금 국제비교방법론을 논의하였다. 아울러 코리아 인덱스 중장기 개선방향에 대한 의견을 교환하였다.

방송통신위원회는 이번 협의회 활동이 우리나라 사용자들의 사용량과 패턴에 근거한 비교기준을 정해 해외 주요 국가와 통신요금을 비교함으로써 실질적으로 우리나라의 요금 수준이 어느 정도인지 판단할 수 있는 기회를 제공할 것으로 기대하고 있다. 아울러 효율적인 통신정책 수립의 기초자료로 활용될 것으로 기대하고

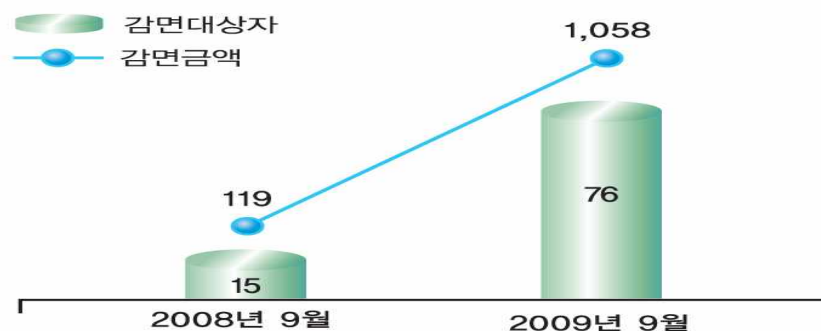
있다.

다. 저소득층 이동전화 요금감면 신청절차 간소화 시행

국정기조인 민생안정 및 서민생활의 가계통신비 부담 경감의 일환으로 방송통신위원회는 지난 2008년 10월 1일부터 저소득층의 이동전화 요금감면 대상을 기존의 일부 기초생활수급자에서 기초생활수급자 전체와 차상위 계층의 일부까지로 확대하여 시행해 오고 있다.

감면제도를 확대 시행하고 꾸준한 홍보에 따라 2008년 9월과 1년 후인 2009년 9월을 상호 비교해 보았을 때, 감면대상자는 15만 명에서 76만 명으로 약 5배 이상 증가하였으며, 감면금액은 119억 원에서 1,058억 원으로 약 9배 정도가 증가하는 효과를 보였다.

<그림 III-18> 저소득층 이동전화 요금감면 시행 효과



다만, 이동전화 요금감면 대상자가 감면 혜택을 받기 위해서는 적격대상임을 증명하는 서류를 주민센터(읍·면·동사무소) 등에서 발급받아 이동통신사 대리점에 제출하여야 하고, 또 매 1년마다 같은 절차로 서류를 다시 제출해야 하는 등 감면 신청을 받는 절차가 다소 불편한 점이 있었다.

이에 방송통신위원회에서는 ‘이동전화 요금감면 신청절차 간소화시스템’을 2009년 8월 14일 개통하여 감면대상자들이 보다 편리하고 쉽게 감면신청을 할 수 있도록 서비스를 개선하였다. 이를 위해 방송통신위원회는 2009년 초부터 보건복지가족부, 행정안전부 등 관계부처와 지속적인 논의를 거쳐 한국정보통신산업협회(KAIT)에 절차간소화 중계시스템을 구축하고 이동통신 3사의 고객전산시스템과 관련 부처의 시스템을 상호 연동하여 감면대상자

의 기초정보를 시스템적으로 연동하도록 하였다.

이에 따라, 기초생활수급자(전체), 장애인(전체), 국가유공자(상이자 등 일부)가 이동전화 요금감면을 신청하고자 하는 경우에는 별도의 서류 제출없이 △집에서 인터넷(www.oklife.go.kr)으로도 신청(공인인증서 필요)할 수 있고, 신분증만 있으면 △가까운 이동통신사 대리점을 방문하거나 △주민센터(읍·면·동사무소)를 방문하여 감면신청을 하면 복지담당공무원이 행정지원시스템(공무원 전용)에 접속하여 신청을 대행하게 된다.(신청 대행시 감면대상자의 개인정보활용 동의안에 대한 확인이 필요)

이러한 절차를 통해 현장에서 바로 감면 대상여부와 결과를 확인할 수 있으므로 한 번의 방문으로 요금감면 신청 절차

<그림 III-19> 이동통신 요금감면 신청절차 간소화(4단계→1단계)



를 완료할 수 있게 되었다. 또한, 절차간소화 시스템을 이용하여 요금감면을 신청한 경우에는 시스템에서 자격정보의 변동사항이 자동적으로 확인되어 종전처럼 요금감면 유지를 위해 이동통신사를 다시 방문해야 하는 번거로움도 필요 없게 되었다.

방송통신위원회에서는 절차간소화 서비스로 인해 총 363만 명(기초생활수급자 137만 명, 장애인 203만 명, 국가유공자 23만 명)정도가 보다 쉽게 이동전화 요금감면 신청을 할 수 있을 것으로 예상하고 있다. 2009년 8월 11일부터 12월말까지 절차간소화 시스템을 통해 약 53만 명 정도가 서비스 혜택을 받은 것으로 확인되었다.

2. 통신시장 경쟁 활성화 추진 및 구조 개편 지원

가. 2008년도 통신시장 경쟁상황 평가 및 제도 개선

방송통신위원회는 매년 기간통신사업에 대한 경쟁상황 평가를 실시하고 있으며, 그 결과를 전기통신사업의 효율적인 경쟁체제 구축과 공정한 경쟁환경의 조성을 위한 경쟁정책 수립에 활용하고 있다. 대

표적으로 이용약관 인가대상 기간통신역무와 기간통신사업자 지정, 전기통신설비의 상호접속·공동사용 및 정보제공협정의 인가대상 기간통신사업자 지정에 활용하고 있다.

2008년도 통신시장 경쟁상황 평가 결과, 타 서비스의 경쟁상황은 작년과 크게 변동이 없었으나, 이동전화시장에서 3G 서비스의 대두 및 초고속인터넷시장에서 KT의 점유율 감소 등이 두드러졌다.

이동전화시장에서는 SK텔레콤의 점유율이 여전히 50%를 상회(매출액 기준 55.5%, 가입자 수 기준 50.5% 3G 포함)하는 등 경쟁이 미흡한 상황이다. 아울러 2007년 서비스가 개시된 3G 서비스는 2009년 12월말 기준 가입자 수가 2,476만 명으로 전체 이동전화 가입자수(4,795만)의 51.6%에 달하는 등 시장초기 단계를 벗어난 것으로 판단된다. 한편, 초고속인터넷 시장에서는 KT의 점유율이 52.1%(2006년) → 48.4%(2007년) → 47.6%(2008년)로 지속적으로 하락하는 추세가 나타났다.

이러한 통신시장의 경쟁현황 변화를 반영하고 효율적인 경쟁체제를 위한 토대를 구축하기 위해 방송통신위원회는 이용약관 인가대상 사업자 변경과 상호접속 협

정 등의 인가대상 사업자 변경 여부를 검토하여, 2009년 12월 30일에 두 고시를 각각 개정하였다.

산, 2G에서 3G로의 수요 대체 등 3G 서비스가 시장초기단계를 벗어남에 따라 금번 인가대상 고려시 3G에 대한 예외 적용을

<표 III-64> 경쟁상황평가 결과를 반영한 주요 고시 개정

고시	개정전	개정후
이용약관 인가대상 기간통신역무와 기간통신사업자	시내전화: KT 이동전화: SK텔레콤(3G제외) 초고속인터넷: KT	시내전화: KT 이동전화: SK텔레콤(3G포함)
전기통신설비의 상호접속·공동사용 및 정보제공협정의 인가대상 기간통신사업자	※시장점유율 50%이상인 사업자(제1조 2) 시내전화: KT 이동전화: SK텔레콤(3G제외)	※시장점유율 50%이상인 사업자(제1조 2) 시내전화: KT 이동전화: SK텔레콤(3G포함)

금번 이용약관관련 고시 개정은 SK텔레콤의 3G 서비스를 이용약관 인가대상 및 협정 인가대상에 포함하고 KT의 인터넷 접속은 이용약관 인가대상에서 제외하는 방향으로 이루어졌다.

방송통신위원회는 이동전화시장(2G)에서 SK텔레콤이 시장지배력을 보유한 것으로 판단하여 1997년부터 이용약관 인가대상으로 지정해 왔다. 그러나 2007년부터 신규로 제공되기 시작한 3G 이동전화서비스에 대해서는 시장초기단계로 판단하고, 예외를 적용하여 시장 활성화를 위해 인가대상 지정에서는 제외해 왔다. 앞서 살펴본 바와 같이 이후 3G 서비스 이용 확

철화하였다. 이에 따라 SK텔레콤의 이동전화서비스에 대해 이용약관 인가대상서비스로 지정하면서 3G도 포함되도록 개정하였다. 다만, 3G에 대해 기존의 신고를 인가로 전환하는 것이 규제 강화라는 의견이 있을 수 있으나, 요금인하 시에 인가를 신고로 갈음하는 전기통신사업법 개정시 인가대상 지정에 따른 사업자 부담은 크지 않을 것으로 보인다.

아울러 방송통신위원회는 전기통신설비의 상호접속·공동사용 및 정보제공협정의 인가대상 기간통신사업자 지정과 관련하여 3G 이동전화서비스에 적용되었던 예외 적용을 철회하는 방향으로 고시를

개정하였다. 이에 따라 인가대상으로 지정된 SK텔레콤의 이동전화서비스에 3G 서비스가 포함되었다.

한편 KT의 초고속인터넷은 이용약관 인가대상에서 제외되었는데, 이는 KT의 초고속인터넷 점유율이 지속적으로 하락하는 반면, LG파워콤과 CATV사업자 군은 증가하는 추세를 고려한 결과이다. 또한, 2007년부터 시장구조의 집중화가 개선되어 2008년 현재 총 104개(전국 5개)의 사업자가 서비스를 제공하고 있으며, 읍면동 기준 평균 4개 사업자가 존재하는 등 경쟁이 활성화된 시장으로 서비스 품질수준의 차이가 없는 상황이다.

이에 방송통신위원회는 KT의 초고속인터넷 시장점유율 하락추세, 다수의 사업자가 존재 등을 고려할 때 현재 KT의 시장 지배력은 없다고 판단하였으며, KT의 초고속인터넷에 대하여 이용약관 인가대상 지정에서 제외(신고로 전환)하였다.

이와 같이 방송통신위원회는 통신시장의 경쟁상황 평가 및 변화된 시장상황을 경쟁정책에 적극 반영함으로써 효율적인 경쟁체제 구축 및 사업자간 공정한 경쟁환경 조성을 위해 노력하고 있다. 이를 통해 궁극적으로 통신시장 발전 및 이용자

편익증진에 이바지 하고 있다.

나. 재판매 제도 도입 및 규제제도 개선

1990년 통신시장 자유화 이후 통신시장 전 부문이 경쟁체제로 전환되었으나 일부 시장을 제외하고 아직까지 경쟁활성화가 미흡할 뿐 아니라 기존 사업자를 중심으로 시장구조가 고착화되는 추세가 나타나고 있다. 또한 융합 등 통신시장을 둘러싼 환경이 급격히 변화함에 따라 이를 반영한 규제체제 개선 필요성이 대두되고 있다.

이에 방송통신위원회는 통신시장의 경쟁촉진을 위해 규제완화를 추진하는 한편 융합시대에 걸맞는 규제체계 마련의 일환으로 전기통신사업법 개정안을 2009년 2월 24일 국회에 제출하였다. 금번 제도 개선에서는 재판매(도매제공)제도 도입을 비롯하여 이용약관 인가제도개선, 기간통신역무 통합 및 기간통신사업의 허가제도 개선 위주로 추진하였다.

1) 재판매 제도

이번 전기통신사업법 개정안에서 가장 관심을 받고 있는 개정내용은 재판매(도

매제공)제도 도입이다. 시장구조가 기존 통신사업자 중심으로 고착화되고 있는 상황에서 신규 통신사업자의 진입은 시장 활성화 및 경쟁 촉진에 중요한 역할을 할 것이다. 그러나 신규 설비투자에 대한 부담과 주파수의 제한 등으로 인해 실질적으로 신규통신사업자의 통신시장 진입은 한계가 있다.

이에 방송통신위원회는 신규진입을 위한 여건 마련의 일환으로 재판매(도매제공) 제도 도입을 추진하였다. 즉, 기간통신사업자는 다른 전기통신사업자가 요청하면 협정을 체결하여 자신의 전기통신서비스를 제공하거나 전기통신설비를 이용하도록 허용할 수 있는 재판매(도매제공)제도를 도입하고, 방송통신위원회가 전기통신사업의 경쟁 촉진을 위하여 다른 전기통신사업자의 요청이 있는 경우 의무적으

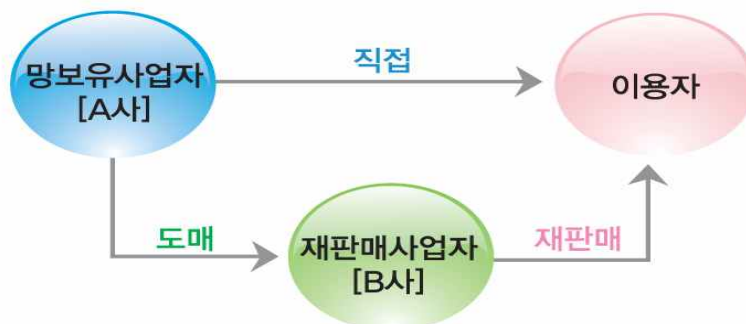
로 도매제공을 하여야 하는 기간통신사업자를 지정·고시할 수 있도록 하였다.

이와 같이 통신망이나 주파수가 없는 전기통신사업자도 전기통신서비스를 제공할 수 있도록 재판매(도매제공)제도를 도입함으로써 다양한 신규 사업자가 통신시장에 진입하여 기존 사업자와 차별화된 서비스를 제공하는 등 사업자 간 경쟁이 촉진될 것으로 기대하고 있다.

2) 이용약관 인가제도 개선

아울러 이용약관 인가제도에 대한 개선 작업도 이루어졌다. 현재의 통신요금은 신고제가 원칙이며, 예외적으로 인가제를 운영하고 있다. 이용약관에 대한 인가제는 사업규모 및 시장점유율 등 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 기간통신서비스의 경우에 한해 적용되고 있다.

<그림 III-20> 이동전화 도매제공(재판매) 예시



이용약관 인가대상사업자는 요금인상뿐 아니라 요금인하의 경우에도 인가를 받아야 하는데, 이로 인해 시장 경쟁과 사업자의 자율적 판단에 의한 요금인하가 저해된다는 주장이 제기되었다.

이에 방송통신위원회는 이미 인가받은 이용약관에 포함된 서비스별 요금을 인하하는 때에는 인가를 받지 않고 신고할 수 있도록 이용약관 인가제 개선을 추진하였다. 인가 대상 이용약관 중 서비스별 요금에 대한 기간통신사업자의 자율적인 할인을 가능하게 함으로써 신속한 할인요금 출시를 촉진하는 등 요금 경쟁이 활성화될 것으로 기대하고 있다.

3) 기간통신 역무통합

통신망의 광대역화, All-IP화 등에 따라 역무간 경계가 좁어지고 있을 뿐 아니라, 진입활성화를 위해 일정한 자격요건을 충

족하는 사업자가 자유롭게 기간통신서비스를 제공하도록 할 필요성이 제기됨에 따라 방송통신위원회는 기간통신 역무통합을 추진하였다. 방송통신위원회가 추진하고 있는 기간통신사업 역무통합은 허가단위의 통합에 따라 궁극적으로 하나의 허가만을 획득하면, 모든 기간통신서비스를 추가적인 허가 없이 제공할 수 있도록 하는 것이다.

「전기통신사업법 시행령」개정을 통해 이미 기존의 세분화된 역무는 전송역무, 주파수를 할당받아 제공하는 역무, 전기통신회선 설비임대 역무 3가지로 통합·축소되었으며, 「전기통신사업법」개정을 통해 이들 모두를 하나의 기간통신역무로 단일화하는 방안을 추진하였다.

한편 기간통신사업 허가 심사시 기술개발실적 등 앞으로의 사업 계획과 직접 관련이 없는 사항 등에 대해서도 심사를 받

<표 III-65> 전기통신사업법의 기간통신역무 개정 방향

구분	과 거	현 행	개정안
기간 통신 역무	전화역무	전송역무	기간 통신 역무
	가입전신역무		
	인터넷접속역무		
	인터넷전화역무		
	기타역무		
	주파수를 할당받아 제공하는 역무	주파수를 할당받아 제공하는 역무	
	전기통신회선설비 임대역무	전기통신회선설비 임대역무	

아야 하는 등 기간통신사업자의 허가심사에 따른 부담이 과중하였다. 이에 방송통신위원회는 허가심사기준을 기간통신역무 제공계획의 이행에 필요한 재정적·기술적 능력과 이용자 보호계획의 타당성 등으로 완화를 추진하였다.

기존의 세부역무별로 제공서비스와 네트워크의 분리가 가능하다는 사실을 전제로 하고 있는 수직적인 규제체계는 신규서비스 제공에 별도의 허가를 요구하는 등 일정한 비효율성을 내포하고 있었다. 이에 따라 기간통신사업 역무통합 및 허가단위의 단일화를 통해 기존의 기간통신사업자가 별도의 허가 없이 새로운 서비스를 개발, 제공할 수 있도록 하는 등 진입장벽을 일정정도 완화할 것으로 기대된다.

이처럼 기간통신사업 역무통합은 통신시장의 수평적 규제체계를 확립하는 시발점의 역할을 담당하게 된다는 의미를 지니고 있다. 이와 같이 허가제를 개선함으로써 한번만 허가를 받으면 다양한 통신서비스를 제공할 수 있도록 하고, 허가심사기준을 완화함에 따라 전기통신사업자간의 경쟁이 활성화되어 이용자의 편익이 증진될 것이다.

다. WiBro 활성화 방안 마련 및 신규사업자 진입여건 조성

와이브로 서비스는 2007년 6월 우리나라에서 세계최초로 상용서비스가 개시되었으나 3년이 지난 현재에도 가입자 수가 약 25만 명 수준으로 당초 전망치에 비해 부진을 면치 못하고 있는 상황이다. 그러나 와이브로는 우리나라가 독자기술표준을 확보하고 있는 이동통신기술로서 서비스 활성화시 이동통신 시장의 경쟁을 촉진하고 이용자들의 후생을 증가시킬 뿐 아니라 국내 와이브로 관련 장비의 수출에도 긍정적인 영향을 미쳐 국민경제 성장에도 기여할 것으로 예상된다. 이에 따라 방송통신위원회는 와이브로 시장현황을 정확히 분석하고 시장을 활성화할 합리적 정책수단을 마련하는 것이 중요하다고 판단하였다.

방송통신위원회는 무선인터넷 수요 미흡, 기존 사업자의 소극적 망 투자, 글로벌 표준과 상이한 주파수 대역폭이 국내 와이브로 시장의 활성화를 저해하는 주요 원인이라고 판단하였다. 사업자의 소극적 투자와 마케팅으로 수요가 촉발되지 못하고 수요부진은 다시 망투자 저하로 이어

지는 악순환 구조가 이어지고 있는 상황이다.

이러한 상황인식을 토대로 방송통신위원회는 2009년 10월 30일에 와이브로 활성화 3대 정책방향과 8대 과제를 발표하였다. 구체적으로는 '경쟁활성화 여건 조성', '실효적인 전국망 구축', '와이브로 사업성 제고' 등을 제시하였다. 이의 세부 실천방안으로 8대 정책과제를 추진하여 국내 와이브로 서비스 시장을 활성화하고, 이를 통해 Global Mobile Internet Test-bed를 구축함으로써 와이브로 세계 시장을 선도하겠다는 계획이다.

우선 기존사업자의 주파수 대역폭 변경, 신규사업자의 진입여건 조성, MVNO 도입 등을 추진하여 와이브로 시장의 경쟁 활성화 여건을 조성할 계획이다.

주파수 대역폭 변경과 관련하여 방송통신위원회는 2.3GHz대역 와이브로 주파수의 대역폭을 현재 사용 중인 8.75MHz폭 이외에 10MHz폭도 사용할 수 있도록 복수표준을 허용할 계획이다. 또한 기존사업자 및 신규사업자를 통해 망 구축을 전국으로 확대하고, 신규사업자의 망 구축 부담을 완화하기 위해 로밍 방안 등을 검토할 계획이다. 아울러 와이브로 수요확충을

통한 사업자의 수익성 제고를 위해서는 무선인터넷 활성화, 다양한 서비스 개발, 와이브로 공공서비스 활성화 등을 추진할 계획이다.

방송통신위원회는 국내 와이브로 서비스가 무선인터넷 활성화 여건을 조성하고 이동전화시장의 경쟁 활성화에 기여하여 국내 통신시장의 발전을 유도할 뿐 아니라 이를 토대로 세계시장을 선도할 기반을 마련할 것으로 기대하고 있다.

라. 합병심사를 통한 통신시장 구조 개편 지원

통신시장에서 융합(convergence) 현상이 가속화되고 기존 사업자간 경쟁이 치열하게 전개됨에 따라 통신사업자들은 융합·결합서비스 제공 등을 통해 이러한 통신시장 환경변화에 적극 대응하고 있다. 또한, 계열 분리된 사업자별로 독자적으로 서비스를 제공하던 방식에서, 최근에는 유·무선 융합 서비스를 효과적으로 제공하기 위해 사업자간 인수 또는 계열사간 합병을 통해 유·무선 통합 사업자간 경쟁으로 시장구조가 개편되고 있는 상황이

다. 2008년 2월 SK텔레콤의 하나로텔레콤(현) SK브로드밴드 인수가 이루어졌으며, 2009년 3월에는 KT의 KTF 합병, 12월에는 LG텔레콤의 LG데이콤, LG과워콤간 합병 등이 이루어졌다.

이러한 유·무선 통합사업자군의 등장은 유·무선 융합서비스 제공에 있어서 비용 절감 등의 시너지 창출, 사업자간 경쟁역량 강화를 통해 이용자 편익 증진에 이바지 할 것으로 기대된다. 그러나 한편으로는 이러한 인수 및 합병이 지배력 전이 및 강화, 필수설비에 대한 지배력 강화, 경쟁사업자에 대한 경쟁제한행위 증가 등에 대한 우려를 증대시키고 있다.

이에 방송통신위원회는 인수 및 합병 인가심사를 진행하면서, 통신시장의 공정한 경쟁 및 이용자 보호를 위해 필요한 경우 인가조건을 부과함으로써 바람직한 통신시장 구조 조성에 기여하였다. 특히, KT의 KTF 합병, LG텔레콤의 LG데이콤, LG과워콤 합병심사를 통해 통신시장의 개편에 기여하였다.

먼저, KT는 자회사인 KTF와의 합병을 위해 지난 2009년 1월 20일 이사회 의결 및 합병 계약을 체결하고, 1월 21일 방송통신위원회에 인가신청을 하였다. KT와

KTF는 동일기업집단 기업군 내의 모·자회사라는 특수관계로, 공정거래법(기업결합심사기준)은 이러한 경우 이미 경제적 동일체라는 개념하에 통상 엄격한 심사가 아닌 간이심사로 인가할 수도 있다. 그러나 KT와 KTF가 합병이 될 경우 매출 19조 원(2008년 기준)의 거대 통신기업이 탄생하여, 단일 기업이 국내 통신시장 가입자의 50%, 매출액의 47%, 투자의 54%를 차지하게 되어 국내 통신시장과 경쟁에 큰 영향을 미치게 되므로 국내 통신시장과 경쟁에 미치는 영향과 중요성을 고려하여 방송통신위원회의 심도있는 인수합병 심사절차가 진행되었다.

방송통신위원회는 2009년 3월 18일, KT가 신청한 KTF와의 합병에 대해, 유·무선 융합, 통신·방송의 융합을 촉진하고, 정보통신산업의 성장에 기여할 수 있다는 판단에 따라 합병을 인가하였다. KT-KTF 합병으로 제기될 수 있는 전반적인 사항을 검토한 결과, 경쟁에 미치는 영향 등에는 특별한 문제가 없다고 판단하였다.

다만, 전주·관로 등 설비에 대해서는 장기적으로 애로사항이 될 소지가 있어, 제도개선과 함께 인가조건을 부여하기로 하였다. 또한, 공정경쟁과 이용자 보호를

위해 시내전화·인터넷전화 번호이동절차 개선, 무선인터넷 접속체계의 합리적인 개선도 인가조건으로 부여키로 하는 등 통신산업의 발전을 위해 필요하다고 판단되는 최소한의 인가조건을 부여하였다.

또한 방송통신위원회는 인가조건 부여와 함께 전국 농어촌 지역 광대역통합망 구축, 국가 주요 통신시설의 안정성 유지, 국가 정보통신기술 발전기여 등 공익에 대한 책무의 지속적 이행 및 가입자 개인 정보보호에 대한 관련 법령을 성실히 준수할 것을 합병인인 KT에게 촉구하였다.

한편, LG텔레콤은 LG데이콤 및 LG와 위콤을 통합하여 변화하는 통신시장 환경 변화에 대응하고 생존기반을 확보하고자 2009년 10월 16일 방송통신위원회에 합병인가를 신청하였다.

방송통신위원회는 LG 통신3사 합병으로 제기될 수 있는 전반적인 사항을 검토한 결과, 유·무선 통합에 따른 효율성 증대와 소비자 편익증대가 기대되며, 통신시장의 경쟁제한 가능성은 없는 것으로 판단하여 12월 14일 합병을 인가하였다. 다만, 공정경쟁과 이용자 보호를 위해 필요한 최소한의 인가조건을 부여하기로 하였다. 인가조건의 주요 내용은 다음과 같다.

첫째, 전국 농어촌 지역의 광대역통합정보통신망(BcN) 구축계획을 합병 인가일로부터 60일 이내에 방송통신위원회에 제출하여 승인을 얻도록 하였다.

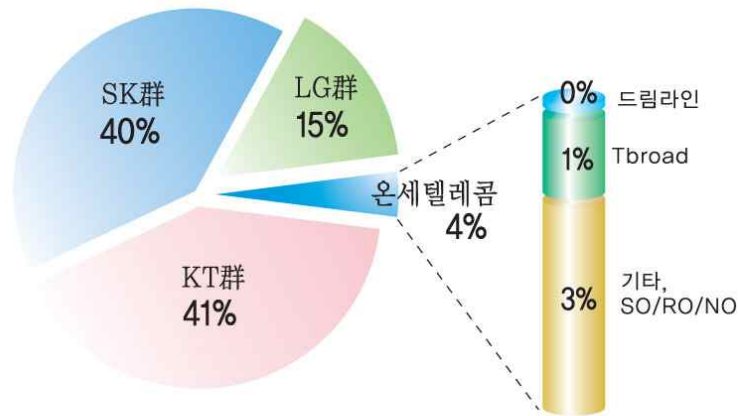
둘째, 무선인터넷 활성화를 위해 합병법인에게 내·외부 콘텐츠 사업자간 요금부과, 과금방식 등에서 차별을 하지 말도록 하였다. 한편, 합병법인에게 합병으로 인한 사업능력 증대에 걸맞게 소비자이익을 증진시킬 수 있는 요금제도 개선 등을 적극 추진해줄 것을 권고하기로 하였다.

아울러, 방송통신위원회는 종전 LG데이콤에 부여된 IPTV 허가권이 합병법인인 LG텔레콤으로 변경됨에 따라 기 부여된 허가조건과 IPTV 사업계획을 LG텔레콤이 성실히 이행하도록 권고했다.

또한, 한국전력공사(이하, 한전)가 보유한 합병법인 지분과 관련해서는, 공기기업인 한전이 민간기업의 지분을 보유하는 것은 불공정 경쟁의 우려를 야기할 수 있으므로 가급적 합병법인의 지분을 매각하는 것이 바람직하다고 판단하였다.

이러한 합병을 계기로, 통신시장은 KT, SK텔레콤, LG텔레콤 등 3개 그룹이 중심이 되어 유·무선 네트워크를 기반으로 경쟁하는 구조로 재편되었다. 이에 따라,

<그림 III-21> 2008년 사업자별 매출액 비중



출처 : KISDI(2009), 『2008년도 통신시장 경쟁상황평가』

방송통신위원회는 후발사업자인 LG텔레콤을 배려했던 중전의 유효경쟁정책의 점진적 전환을 추진키로 했으며, 융합촉진, 사업자간 활발한 경쟁을 유도하는 경쟁정책을 새롭게 정립하고 추진해 나갈 계획이다.

마. 번호이동제도 개선

번호이동제도는 통신서비스 가입자가 통신서비스 제공 사업자, 서비스 제공 위치 등을 변경하여도 그 전에 사용하던 전화번호를 그대로 유지·사용하도록 하는 제도이다. 방송통신위원회는 시내전화 번호이동성제, 이동전화 번호이동성제를 도입하여 시행하고 있으며, 2008년 10월 31일부터 인터넷전화 번호이동성제를 본격

적으로 시행하고 있다.

1) 유선전화 번호이동성제

2003년 6월 제도 시행 이후 번호이동 성공률이 저조하고, 절차가 복잡하다는 문제가 지속적으로 제기되었다. KT의 경쟁 사업자들은 우선 번호이동 절차가 복잡할 뿐 아니라, 많은 시일이 소요되어 번호이동 성공률이 낮아, 이용자의 자유로운 사업자 선택을 통한 경쟁확대라는 제도 도입의 기본 취지를 살리지 못한다고 주장하였다. 전화확인(T/C), 연관상품, 개통단계, 가입자 재유치 제한 기간 등과 같은 사안에 대해 주로 절차 개선의 필요성을 제기하였다.

이에 따라 방송통신위원회는 이해당사자인 통신사업자의 의견을 청취하는 등 제도 개선을 위해 노력하였으나, 최근까지 통신사업자간 이견으로 인해 원만한 합의점을 도출하지 못하였으며 기존 유선전화 번호이동 절차는 큰 변경 없이 유지되어 왔다.

이후 KT-KTF 합병에 따른 인가조건으로 방송통신위원회는 ‘유선전화 번호이동 제도개선’을 2009년 3월 18일에 부과함에 따라 제도 개선을 위한 토대가 마련되었다. ‘유선전화 번호이동 제도개선’에서는 우선 통신사업자 간 협의를 통해 제도개선을 진행하되, 합의되지 않는 사안에 대해서는 방송통신위원회가 적극적인 중재를 통해 개선안을 마련하도록 하였다.

이에 따라 방송통신위원회는 방송통신위원회와 관련 통신사업자가 참여하는 ‘유선전화 번호이동 제도’ 전담반을 구성하고 합리적인 토론을 통해 해당 주제에 대해 심도 깊은 논의를 진행하여 사업자 간 합리적인 합의안 마련에 주력하였으며, 미합의 사항에 대해서는 중재안을 제시하였다. 쟁점별 주요 합의사항은 다음과 같다.

첫째, 전화확인(T/C) 제도이다. 전화확인

의사를 중립기관이 객관적으로 확인하기 위한 제도로 필요성은 인정되나, 이미 변경후 사업자가 번호이동 접수 시 유사한 내용을 확인하고 있기 때문에 중복된 확인으로 이용자 불편을 초래하고 있다. 따라서, 변경후 사업자가 번호이동 접수 시, 객관적인 방법으로 본인확인을 시행하고, T/C에서 알려주는 필수 안내사항을 변경후 사업자가 고지하고, 해당 내용을 녹취할 경우 T/C를 생략할 수 있도록 하였다.

둘째, 연관상품 제도이다. 우선 기존 유선전화와 연관된 부가서비스인 연관상품의 종류를 A, B, C형에서 A, C형은 없었으며, B형은 종류를 기존 7종에서 5종으로 축소하였다. 또한, 가입자가 직접 변경전 사업자에 연관상품 해지를 요청하던 절차를 없애는 대신, 전산심사 시 중립기관에서 가입자의 연관상품 정보를 받아 직접 전화로 해지의사를 확인토록 하였다. 이를 통해 가입자가 직접 전화하여 해지하는 불편을 줄이고, 이 과정에서 발생하는 변경전 사업자의 역마케팅을 방지하는 효과를 기대하고 있다.

셋째, 개통 자동화 관련이다. 변경전·후 사업자의 담당자(CP, Contact Point)간 개통서버를 이용한 연락을 통해 수작업으

로 이뤄지던 개통절차를 자동화하였다.

넷째, 기타 관련사항이다. 우선, 기존 3개월이던 재유치 제한기간을 6개월로 연장하여 사업자 간 번호이동 마케팅 과열을 일정정도 방지할 수 있도록 하였다. 다만, 이용자의 선택권은 보장하기 위해 번호이동 재유치 제한기간 내 민원에 의한 재이동은 허용하였다.

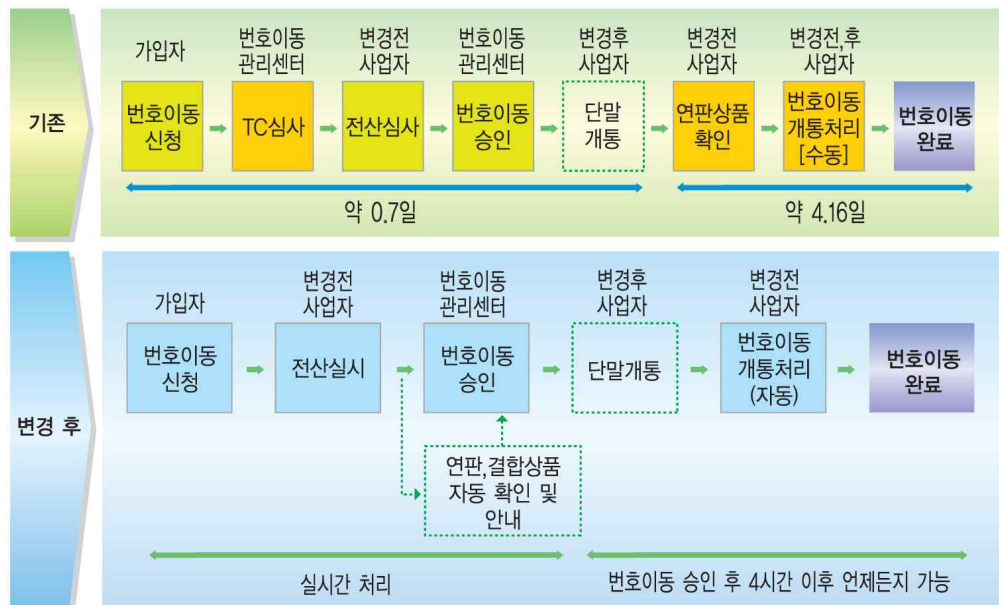
마지막으로 결합서비스에 가입된 번호이동 신청자에 대해서는 한국통신사업자연합회(KTOA)가 결합할인이 포함된 결합서비스 가입 현황 안내문구를 번호이동

과정에서 SMS로 발송하도록 하였다.

이러한 유선전화 번호이동성 제도 개선을 통해 방송통신위원회는 번호이동 기간 단축 및 성공률을 제고하여 번호이동 관련한 통신사업자간 공정경쟁 증진에 기여하고 이용자의 편익을 크게 증진할 것으로 기대하고 있다.

먼저 번호이동 기간은 번호이동 기간의 대부분을 차지하던 T/C와 개통(착신전환) 절차가 대폭 개선됨에 따라 평균 4.76일 소요되던 처리기간이 하루 이내로 단축 가능하게 되었다. 기존 제도상에서는 번호

<그림 III-22> 제도개선 전·후 번호이동 절차 비교



이동 과정에서 오류 발생으로 반송되면, T/C부터 다시 시작해야 하는 불편함이 있었지만, 제도개선으로 실시간 수정처리가 가능해져 번호이동이 보다 수월해졌다. 번호이동 성공률은 2009년 상반기 평균 49.5%였으나, 2009년 7월 1단계 제도 시행 후부터 상승하여 하반기 평균은 59.1%로 증가하였다.

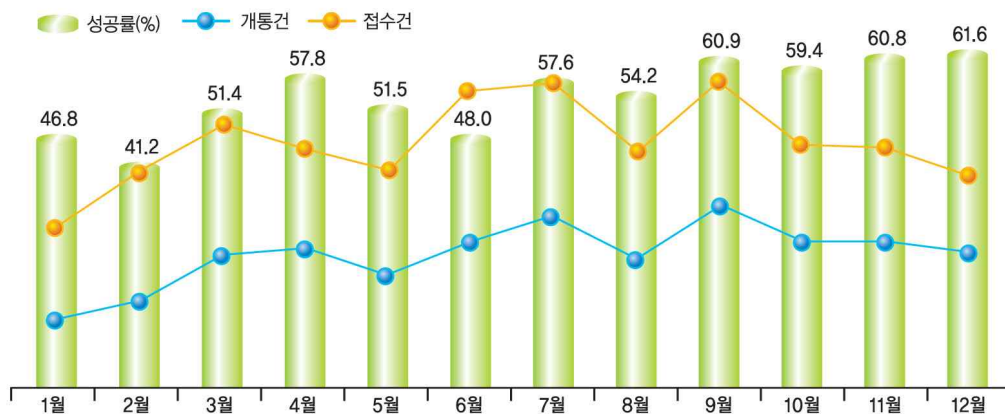
2) 이동전화 번호이동성 제도

한편, 이동전화 번호이동과 관련해서도 번호이동시 마일리지, 포인트 소멸 등 고객정보를 이용자가 제공받지 못해 피해가 발생하고 신규·명의변경 후 즉시 번호이

동이 가능한 점을 이용하여 보조금 편법 취득 사례가 발생하는 등의 문제가 지속적으로 제기되었다.

이에 따라 방송통신위원회는 제도 개선을 검토하기 위해 전담반을 구성하고 이슈별로 검토하여 다음과 같은 제도 개선 사항을 도출하였다. 먼저, 신규·명의변경 후 번호이동을 3개월간 제한(신설)하도록 하고 예외적인 경우에 한해 허용하도록 하였다. 기존에는 번호이동의 경우에만 3개월 재이동 제한 기간을 적용하였다. 그리고 고객정보(마일리지, 장기할인, 포인트 등) 확인 절차를 신설하였다. 번호이동 요청시, 변경전사업자가 가입자에게 SMS

<그림 III-23> 2009년 월간 번호이동 성공률



※ 주 : 성공률은 번호이동 신청 건수 중 실제로 번호이동 개통이 성공한 비율

등을 통해 고객정보를 알리도록 하고, 가입자 의사 확인 후 번호이동 절차를 진행하도록 하였다. 만일 단말기 분실이나 액정 파손 등으로 인해 메시지 수신에 불거한 경우, ARS방식으로 확인하도록 하였다.

이러한 제도 개선을 통해 이용자 측면에서는 번호이동 시 위약금, 할부금, 미납요금, 할인혜택, 마일리지 등 사업자간 혜택 비교를 통해 실질적 선택권을 보장하도록 하였다. 아울러 시장 측면에서는 유통망의 편법유인행위, 명의도용 방지 및 마케팅비용 감소를 통한 투자 확대 유도 등 신규서비스 개발 여력을 확보할 수 있

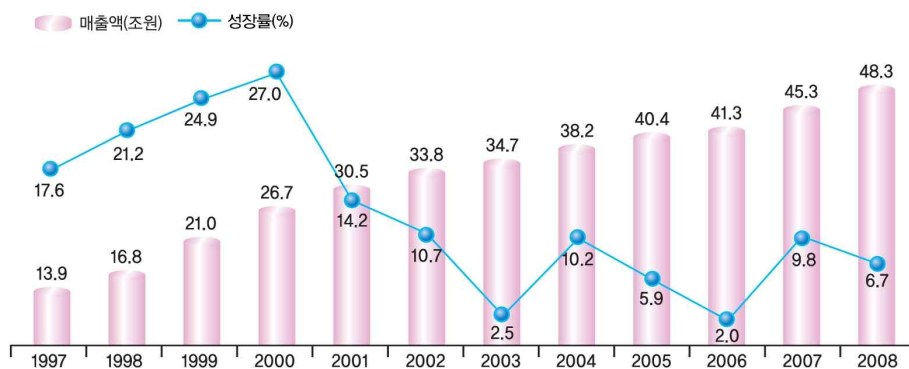
도록 하였다.

3. 신규 및 융합 통신서비스 활성화

가. 신규 및 융합 서비스 성장기반 조성 (FMC/FMS 포함)

높은 성장률을 유지해 오던 통신시장은 최근 성장세가 눈에 띄게 둔화되고 있다. 지난 1990~1999년에 이르기까지 통신시장 규모는 연평균 21.2%의 높은 성장률을 기록하여 왔으나, 2000~2008년에는 연평균성장률이 7.7%까지 낮아진 것으로 파악되고 있다.

<그림 III-24> 전체 통신시장 규모



※ 출처 : 한국정보통신산업협회

아울러 보급률도 포화치에 거의 도달한 것으로 판단된다(2009년도 기준 이동전화 보급률 98.4%, 초고속인터넷 보급률 96.5%).

이는 통신시장의 핵심적 성장동력의 역할을 수행하던 이동전화와 초고속인터넷 서비스도 그 기능이 점차 한계에 도달하고 있음을 시사한다. 이러한 상황에서 융합으로 대표되는 통신시장의 환경변화를 반영하고 새로운 성장 동력을 마련하기 위해 다양한 신규 융합서비스 도입이 시도되었다.

최근에 DMB, WiBro, VoIP, IPTV 등의 다양한 신규 융합서비스 도입이 시도되었으나 제도 정비 미흡 및 서비스 차별화 부족 등으로 아직까지는 활성화가 미흡한 상황이다. 특히 규제제도는 여전히 개별

서비스 위주로 이루어져 있으며, 융합서비스에 대한 체계적인 규제체계가 마련되지 않은 상황이다.

이에 따라 방송통신위원회는 신규 융합형 서비스 저해요인 제거, 융합서비스에 대한 규제원칙 정립, 비즈니스 모델 개발 지원 등을 통해 신규 융합형 서비스를 활성화해 나가고 있다.

첫째, 신규 융합형 서비스 저해요인 제거 및 초기수요의 진작을 추진하였다. DMB에 대해서는 수익모델 발굴 및 양방향 광고 등 제도적 보완을 추진하였다. 즉, 양방향 데이터방송을 통한 광고 활성화를 지원하고, 현재보다 채널이 2배로 늘어나는 차세대 지상파DMB 기술개발을 지원하였다.

WiBro 서비스에 대해서는 음성번호 부

<표 III-66> 방송통신 융합서비스 도입 현황

서비스	DMB	WiBro	VoIP	IPTV
도입 시기	2005.5.(위성) 2005.12.(지상파)	2006.6.	1999(PC) 2005(070) 2008(번호이동)	2006.7.(Pre) 2008.11.(실시간)
사업자	위성 : TUMedia 지상파 : KBS등 19개사	KT SK텔레콤	삼성네트웍스 LG데이콤 KT등11개사	KT,SK브로드밴드, LG데이콤 3사
이용자 규모	위성 : 201만명 지상파 : 2,155만대 (2009.6. 기준)	32만명 2009.12.	660만명 2009.12.	172만(실시간) 200만(VoD포함) 2009.12.

여 등 음성지원을 강화하였으며, 기존 와이브로 사업자의 허가 조건 이행 여부 점검을 통해 투자 확대를 유도하였다.

VoIP는 서비스 확산의 가장 큰 걸림돌이던 번호이동성 허용에 따라 VoIP 가입자 기반이 크게 확대될 전망이다.

IPTV에 대해서는 조기 확산을 위해 요금 승인제를 신고제로 전환하고 시청자가 원하는 채널만 선택적으로 이용할 수 있는 요금제(A la carte) 도입, 양방향 데이터 서비스 활성화 및 교육·공공 서비스 지원을 통한 초기수요 창출을 지원하였다.

둘째, 신규 융합형 서비스에 대해서는 최소규제를 적용하도록 규제방향을 정립하였다. 향후 전통적인 방송과 통신 영역은 축소되고 융합 영역이 확장될 것으로 추정되는데, 이러한 융합 영역을 규제하기 위해서는 새로운 규제철학이 필요하다. 가치 창출의 원동력인 다양하고 혁신적인 융합서비스가 적시에 출현할 수 있는 환경 구현을 위해서는 규제 최소화(Light

Touch) 원칙 확립이 필요하다. 원칙적으로 융합서비스에 대해서는 규제완화를 통해 시장진입을 자유롭게 한 후 내용에 대한 규제, 공익적 의무 부과 등의 조치는 사후적으로 부여하는 방안을 검토하였다.

셋째, 장기적으로 융합서비스 활성화를 위한 토대를 마련하였다. 교육, 의료 등 소비자의 잠재수요를 촉발할 수 있는 분야를 중심으로 핵심 응용서비스(Killer Application) 개발을 지원하였다. 아울러 banking, 쇼핑, 게임, 교육 등 연관 산업과의 협업을 장려할 수 있도록 제도개선 및 규제완화를 추진하였다. 예를 들어 u-헬스 서비스 제공과 관련된 규제완화 등이 있다.

한편, 통신사업자들은 자기시장잠식(cannibalization)에 대한 우려로 별도의 유무선망을 통해 개별적으로 통신서비스를 제공하고 FMC(Fixed Mobile Convergence)/FMS(Fixed Mobile Subscription) 서비스를 활발하게 제공하지는 않았다.

그러나 최근 들어 통신시장의 융합환경

<표 III-67> 주요국 사례

미국	신규서비스에 대해서는 시장규모가 커질 때까지 미규제
독일	융합형 서비스를 새로운 서비스로 보고 이에 대해서는 규제 및 사업자 허가를 별도로 추진중

확산에 따라 사업자별로 FMC/FMS 서비스를 활발하게 제공하고 있다. 방송통신위원회는 기존의 서비스가 화학적으로 융합한 이러한 유무선융합서비스(FMC)가 새로운 시장을 창출하고 사업자간 경쟁 촉진 및 이용자 편익을 증진할 것으로 판단하고 있으며, 활성화를 위해 적극 노력하고 있다.

나. 무선인터넷 활성화 여건 조성

우리나라의 유선초고속인터넷서비스는 가구당 보급률이 세계 1위를 차지하고 있는 등 활성화되어 있으나, 무선인터넷은 상대적으로 활성화가 미흡한 상황이었다. 무선인터넷 시장의 활성화가 미흡한 주요 원인으로 요금에 대한 이용자 신뢰 상실 및 무선인터넷 수요를 견인할 콘텐츠의 부재 등이 지적되고 있다.

최근 무선인터넷은 모바일 콘텐츠에 대한 사회적 관심 증대 및 새로운 수익창출 기반으로 그 중요성이 더욱 커지고 있다. 이에 방송통신위원회에서는 무선인터넷을 국가 미래 성장 동력으로 육성하고자 다양한 활성화 계획을 추진하였다.

방송통신위원회는 2009년 3월에 발표한 “모바일인터넷 활성화 계획”을 통해 무선

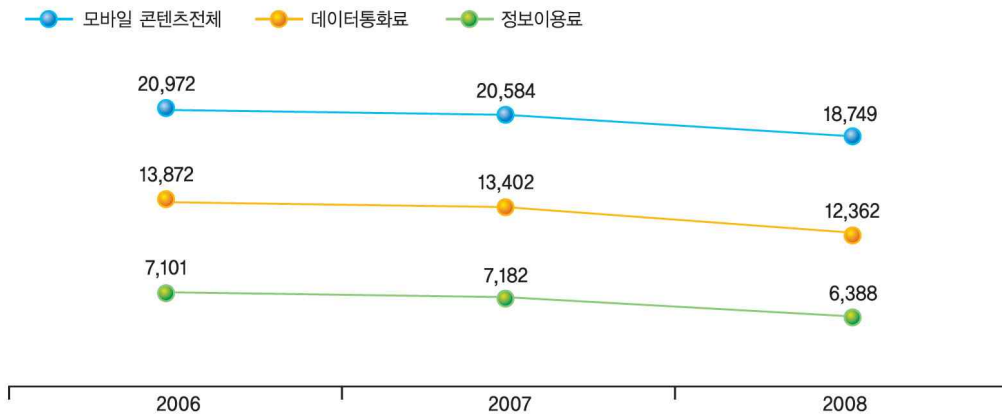
인터넷 접속체계를 완전 개방하고, 수익배분 가이드라인을 개선하여 공정경쟁 기반 마련을 추진하였다. 이후 달라진 시장 상황을 반영하고 무선인터넷 요금제·단말기·제도개선·콘텐츠·네트워크/수요 등 각 분야 간 시너지 효과를 유도하기 위해 “무선인터넷 활성화 추진계획”을 9월에 발표하였다.

2009년에는 본격적으로 무선인터넷 활성화 여건 마련을 추진하였는데, 특히 공정한 정보이용료 수익배분 방안을 마련하였으며, 스마트폰 보급 확대를 위한 기반을 조성하였다.

1) 정보이용료 수익배분 가이드라인 마련

먼저, 방송통신위원회는 정보이용료 수익배분 방안과 관련해서는 모바일 콘텐츠 시장이 침체된 가운데 CP(Content Provider)에 배분되는 정보이용료가 적정한지, CP의 수익성 악화가 모바일 콘텐츠 시장 발전을 저해하는지, 필요한 제도 개선이 필요한지를 검토하였다. 2007년 이후 모바일 콘텐츠 시장은 지속적으로 매출이 감소되는 정체상태를 유지하고 있다. 데이터 통화료 매출규모는 2007년 1조 3,872억 원에서 1조 2362억 원으로, 정보이용료 매

<그림 III-25> 2006~2008년 모바일 콘텐츠 시장상황 (단위 : 억 원)



출규모는 동 기간 중 7,101억 원에서 6,388억 원으로 감소하였다.

이처럼 모바일 콘텐츠 시장이 침체된 가운데, 정보이용료 수익 중 CP(Content Provider)에게 배분되는 정보이용료의 규모는 시장 감소분 이상으로 줄어들어 영세한 CP업계의 경영난은 더욱 가중되고 있는 상황이었다. 실제로, 2008년 말 기준 이동통신사업자와의 계약관계에 있는 3,015개 CP 중 이동통신사업자를 통해 실제 콘텐츠를 제공하는 사업자는 900여개 정도에 불과한 것으로 추정되고 있었다. 또한 게임과 음악 등의 콘텐츠 유형별로 상위 4~5개 업체를 제외한 대부분의 업체는 연간 매출액이 10억 원 미만에 불과한 상황인 것으로 분석되고 있었다.

이러한 시장상황으로 인해 지난 연말부터 산업계에서는 “CP의 수익성 악화 → 모바일 콘텐츠에 대한 투자저하 → 모바일 콘텐츠 품질저하 → 소비자 외면으로 인한 매출저하 → CP의 수익성 악화”라는 악순환에 대한 우려가 제기되었다.

이에 방송통신위원회는 모바일 콘텐츠 시장의 공정성·투명성을 제고하고, 사업자간 협력을 강화하여 모바일 콘텐츠산업을 진흥할 방안을 모색하였다. 방송통신위원회는 이동통신사업자, CP단체와의 6개월여에 걸친 협의를 추진하였으며, 그 결과로 2009년 6월 “모바일 콘텐츠 정보이용료 수익배분 가이드라인”을 마련, 발표하였다. 동 가이드라인은 최근 성장이 정체된 모바일 콘텐츠 산업에 새로운 활력

을 붙여넣기 위해 마련되었으며, ① 이동통신사업자와 CP간 공정한 정보이용료 수익배분에 관한 사항과, ② 투명성 제고, 공정환경 조성, 사업자간 협력 등 발전기반 확충에 관한 사항으로 구성되어 있다.

이동통신사업자와 CP는 정보이용료 수익배분에 관한 사항은 일률적인 수익배분 비율보다는 객관적이고 공정한 수익배분

을 위한 절차와 방법을 기술하되 산업발전 측면도 고려하는 것에 합의하였다. 아울러 정보이용료는 CP에게 배분되는 것을 원칙으로 하되, 이동통신사업자 등의 정당한 기여분에 대해서는 정보이용료 수익을 배분할 수 있도록 하였다. 한편, 모바일 콘텐츠 산업의 발전에 관한 사항과 관련한 구체적 내용은 다음과 같다.

<표 III-68> 모바일 콘텐츠 산업 발전을 위한 추진 방향

항목	내용
투명성 제고	- 모바일 콘텐츠 제공에 따라 발생한 정보이용료 수익과 이동통신사업자와 CP, 제3자 등에 대한 수익배분 결과 제공 - 아울러 CP의 안정적인 사업추진을 위해 수익배분 기준, 협력업체 선정 기준 등 이동통신사업자의 사업방향이 변경되는 경우에는 이에 관한 정보를 제공
공정경쟁 환경	- 이동통신사업자와 CP는 각자의 필요에 따라 추진하는 마케팅을 정당한 이유없이 제약하거나 이로 인해 발생한 수익의 배분을 요구할 수 없도록 규정 하였으며, 또한 그 책임을 상대방에게 전가할 수 없도록 하였음 - 이동통신사업자는 정당한 이유 없이 메뉴노출 차별화 등의 방법으로 CP 또는 콘텐츠를 차별적으로 대우할 수 없도록 하였음
협력강화	- 이동통신사업자가 정보이용료 수익에 직접적으로 영향을 미치는 요금제를 도입하는 경우에는 CP업계의 의견을 사전에 수렴토록 하였으며, 메뉴노출 수수료 등을 활용하여 공동의 협력사업을 추진토록 하였음 - 또한 불법·유해 콘텐츠, 저작권 침해 콘텐츠 등에 대한 자율적인 감시체계를 구축하고 운영토록 하였음
민관협의체 구성 운영	- 이동통신사업자와 CP간 협력과 갈등예방 등을 지원하기 위하여 정부와 이동통신사업자, CP, 관계 전문가가 참여하는 민관협의체를 구성, 운영 - 동 민관협의체에서는 정보이용료 수익배분 가이드라인에 대한 지속적인 모니터링, 수익배분 가이드라인의 개정, 공동 협력사업의 발굴·추진 등의 업무를 지원

방송통신위원회는 업계와 공동으로 가이드라인에 대한 모니터링과 함께 실효성 확보를 위한 지속적인 개선·보완을 추진할 예정이다. 동 가이드라인은 모바일 콘텐츠 산업의 진흥을 위한 하나의 방안으로, 사업자의 자율적 참여와 준수가 이루어지지 않는다면 의미가 없게 된다. 따라서 이번 가이드라인 제정이 현재의 모바일 콘텐츠 산업의 악순환 구조를 선순환 구조로 바꾸는 계기가 되기를 방송통신위원회는 기대하고 있다.

2) 스마트폰 보급 확대 추진

한편, 방송통신위원회는 모바일 콘텐츠 및 애플리케이션 이용에 적합한 단말기인 스마트폰의 보급 확대를 위한 환경 조성에 나섰다. 스마트폰은 이용자로 하여금 다양한 콘텐츠와 애플리케이션을 이용할 수 있도록 하고 개방적인 인터넷 접속을 가능케 한다는 점에서 모바일 콘텐츠 분야 성장에 기여할 것으로 평가된다.

방송통신위원회는 스마트폰 보급 확대의 일환으로 9월 23일 미국 애플사의 스마트폰인 아이폰(iPhone)의 국내 시판을 허용하였다. 이전까지 방송통신위원회는 애플사가 위치를 통해 아이폰에 위치서비스

를 제공하는 것은 「위치정보보호와 이용에 관한 법률」에 따라 국내 출시 전에 애플사가 위치정보사업자 허가를 받아야 한다고 판단하였으나, 이번에 해당 법을 재해석해 애플이 계약한 이동통신사업자가 이를 대행 할 수 있도록 하였다. 이후 KT가 2009년 11월 28일 애플사의 아이폰을 출시하였다.

방송통신위원회의 이번 결정은 아이폰의 위치서비스가 이미 수십 개 국에 도입돼 사용되고 있음에도 불구하고 IT 강국인 우리나라 도입이 국내법의 엄격한 적용에 의해 도입이 지연될 경우, 국민편익과 무선인터넷의 활성화에 제한될 수 있고 국내 휴대폰 기술 향상노력이 지연될 수 있음을 고려한 것이다.

한편, 국내 스마트폰의 경우 운영체제(OS)와 콘텐츠가 부족하여 글로벌 경쟁에서 뒤처졌으나, 스마트폰 전용 OS 개발 및 Open OS(공개 운영체제) 활용을 통해 경쟁력 강화를 유도하고 있다. 아울러 방송통신위원회는 스마트폰 보급확대를 위해 무선 네트워크(3G, WiFi, WiBro 등) 성능 및 커버리지 확대, 스마트폰에 적합한 요금제를 도입할 예정이다.

4. 전파의 이용 활성화 및 전파 산업 성장 기반 조성

가. 전파진흥기본계획 수립 및 시행

유비쿼터스 환경의 도래에 따라 일상생활에서 소출력 무선기기의 이용 증가, 광대역 멀티미디어 기기의 사용 확대 등 전파 이용이 보편화·다양화·광대역화 되고 있다.

이에 따라 전파자원에 대한 수요 증가에 대응하기 위하여 신규 전파자원 확보, 전파자원의 효율적 이용과 더불어, 전파 이용에 대한 국민 불안 해소 등을 위한 안전한 전파 이용 환경 구축을 위한 체계적인 전파관리가 더욱 중요해지고 있다.

특히 저출산, 고령화, 양극화, 재난의 대형화, 환경오염 등 다양한 사회·문화적 문제에 직면한 상황에서, 전파의 이용 활성화를 통해 사회 안전망 구축과 정보격차 해소 등에 적극 대응할 수 있다는 측면에서 전파의 효과적이고 창의적인 활용에 대한 필요성이 강조되고 있다.

국가 경제적인 측면에서도 방송·통신 등 전파 기반 산업이 경제 성장을 주도하는 핵심 산업 군으로 발돋움하여 전파 자원의 가치를 증대시키고 있다. 2008년 전

파 산업 수출액은 448억 달러로 전체의 10% 이상을 차지하였으며, 이는 2002년의 196억 달러에 비해 230% 성장한 것이다. 특히 2008년 전파산업의 무역수지는 369억 달러를 기록하는 등, 국가 경제에 있어 매우 중요한 수출 분야로 자리매김하였다.

이와 같이 전파자원의 가치가 증대되고 전파 이용 수요가 확대됨에 따라 전파의 효율적인 이용과 체계적인 전파관리 제도 정립이 요구되고 있다. 특히 전파기술 발전에 대응한 핵심기술 확보, 전파기술의 타 산업 확산을 통한 신규 일자리 창출, 이산화탄소 감축을 통한 저탄소 녹색성장 기반 마련 등과 같은 새로운 차원의 도전 과제에 직면해 있다.

이에 방송통신위원회는 전파진흥기본계획을 수립¹⁰⁾하고 그에 따른 세부 시행계획을 수립 및 시행함으로써, 전파진흥을 위한 보다 체계적이고 효율적인 연구개발(R&D), 전파관리, 제도개선의 토대를 마

10) 1991년 전파법 개정을 통해 전파분야 기술개발 및 전파이용 촉진을 위한 전파진흥기본계획 수립 및 시행의 법적 근거를 마련하였고, 2000년 전파법 개정으로 미래 전파이용 및 수요 등을 고려한 보다 체계적인 전파이용중장기계획 수립 및 시행을 규정하였으며, 2008년 전파법 개정을 통해 전파이용중장기계획과 전파진흥기본계획의 종합적 추진을 위해 전파진흥기본계획으로의 통합이 이루어져 5년마다 전파진흥기본계획을 수립하도록 규정하였음.

련하고자 하였다.

방송통신위원회는 2009년 5월, 창의적 전파사용을 통한 유비쿼터스 시대의 전파 강국 건설을 비전으로 하는 전파진흥기본 계획을 발표하였다.

본 계획은 2009년부터 2013년까지 5년 동안 전파의 창의적 활용을 통한 국민편익 향상, 전파 기술의 타 산업 확산을 통

한 녹색 성장 기반 마련, 시장 친화적 전파이용제도 개선을 통한 전파 산업 성장 기반 마련을 주요 목표로 하고 있다.

특히 전파 자원의 확보 및 보급 → 핵심 기술 개발 및 표준화 → 시장 친화적 전파 이용제도 개선 → 수요자 중심의 전파관리체계 확립으로 연결되는 선순환 구조를 구축함으로써, 전파기반 신산업 가치창조

<표 III-69> 전파진흥기본계획의 정책과제 현황

구분	정책과제 현황
전파기반 신산업 가치창조	○ 전파마인드 확산 및 전파의 창의적 이용 촉진 ○ 전파기반 녹색성장 기반 마련 ○ 전파분야 전문 인력 양성
전파자원 확보 및 보급	○ 차세대 이동통신 주파수 확보 ○ 방송주파수의 효율적 이용과 디지털 전환 촉진 ○ 생활 밀접형 소출력 주파수 발굴 및 보급 ○ 사회안전망 주파수 발굴 및 보급
핵심기술 개발 및 표준화	○ 차세대 이동통신기술 개발 및 표준화 선도 ○ 차세대 방송기술 개발 ○ 근거리 무선통신기술 고도화 ○ 차세대 우주통신 기술 개발 ○ 미래사회에 대비한 전파기반기술 개발
시장 친화적 전파이용제도 개선	○ 주파수 할당제도 개선 ○ 전파사용료제도 개선 ○ 주파수 양도·임대 활성화 및 용도자율성 확대
수요자 중심의 전파관리체계 확립	○ 사전규제에서 사후규제로 무선국 관리 패러다임 전환 ○ 전파기반사회에 대비한 인증환경·체계 구축 ○ 안전한 Green 전파환경 구현 ○ 우주전파 관측체계 강화 ○ 고효율·친환경 전파이용을 위한 전파자원 조사 ○ 전파방송 지방조직 효율화

※ 출처 : 전파진흥기본계획(방송통신위원회, 2009.5.)

<표 III-70> 전파진흥기본계획 이행에 따른 기대효과

구분	기대효과
정책·제도적 효과	○ 전파자원의 배분 및 이용 제도의 시장 친화적 개선을 통한 전파의 효율적 이용 및 경쟁촉진과 그에 따른 관련 산업 발전 ○ 무선국 관리와 기기인증 분야 등 정부 주도 사전 규제를 시장 중심 사후 규제로 전환함으로써 신속한 전파 분야 대국민 서비스 제공
산업·경제적 효과	○ 전파 기술의 전 산업 확대를 통한 산업경쟁력과 부가가치 제고 및 분야별 에너지 절감에 따른 탄소배출 절감 ○ R&D 및 전파자원 조사 등을 통한 고용유발
사회·문화적 효과	○ 4세대 이동통신, 3DTV와 같은 실감미디어 등 언제 어디서나 통신이 가능한 고품질·맞춤형 전파기반 서비스 제공으로 u-Life 확산 ○ 전자파 진단, 인체치료, 공공·재난통신 등 다양한 전파 응용서비스 보급이 확대되어 국민 복지 및 편익 증진

※ 출처 : 전파진흥기본계획(방송통신위원회, 2009.5.)

를 통한 전파마인드 확산을 추구하고자 하였다.

이를 위해 전파기반 신산업 가치창조, 전파자원 확보 및 보급, 핵심기술 개발 및 표준화, 시장 친화적 전파이용제도 개선, 수요자 중심의 전파관리체계 확립 등 다섯 가지 중점 과제를 도출하였다.

전파진흥을 위한 정책과제는 2013년까지를 단기 및 중·장기로 구분하여 단계별 추진내용을 설정하고 있으며, 구체적인 실행계획(action plan)을 제시하고 있다.

전파진흥기본계획 이행을 통해 정책·제도, 산업·경제, 사회·문화 등 국가 전반에 걸쳐 직·간접적인 유·무형의 효과가 발생할 것으로 기대되고 있다. 그 동안

전파를 기반으로 하는 방송·통신 등 전파 산업이 국가 경제 성장을 주도하는 핵심산업 군으로 역할 해 온데에는 1990년대 초부터 추진해 온 전파진흥기본계획의 수립 및 시행이 상당부분 기여한 것으로 분석된다.

특히 최근 전파산업이 의료 분야, 전통 제조업 분야, 바이오 기술 분야 등과의 융합을 통해 새로운 혁신기술 개발을 가능하게 할 것으로 예상되면서, 전파진흥기본계획을 통한 체계적이고 원활한 R&D 및 정책·제도 개선에 대한 역할이 더욱 커지고 있다.

전파진흥기본계획의 과제별 실행계획(action plan)에 따라 차이는 있으나, 일반

적으로 2009~2010년 까지는 과제별 추진을 위한 법·제도 정비, 실행기반 조성, 기초기술 개발 등 단기적 목표를 달성하고, 2011~2013년에는 세부 실행방안 마련, 향후 추진과제 발굴 등 중·장기적 목표를 달성하도록 하고 있다. 따라서 향후 기본계획의 과제별 실행계획에 따라 단기 및 중·장기적 목표달성 현황을 검토하고 이행할 계획이다.

이와 더불어, 전파는 정부부처, 방송·통신 사업체 및 제조업체, 일반 무선서비스 이용자 등 국민 전체가 수혜자임과 동시에 이해관계자이기 때문에, 이들 간의 다양한 이해관계에 대한 조정과 의견수렴이 동시에 진행될 예정이다.

나. 전파자원 확보 및 공급

1) 전파 자원의 이용 활성화

한정된 주파수 자원을 서비스 및 산업현장과 공공부분의 수요에 따라 적기 공급하고 효율적으로 이용할 수 있도록 하기 위해서는 적절한 주파수 할당, 지정 및 사용승인 계획이 마련되고 이행되어야 한다. 특히 무선인터넷 트래픽 증가와 3세대 이동전화 가입자 증가로 인해 주파수 부족이 제기되고 있는 상황에서 통신시장의 사업자 간 공정 경쟁 기반을 조성하고 미래 수요에 대비하는 방향으로 주파수 할당 추진이 필요한 상황이다.

방송통신위원회는 2008년 12월 위원회 의결을 통해 확정된 주요 주파수 회수·재배치 계획에 따라 이동통신 주파수 할당을 위해 산·학·연·관 전문가로 「주

<표 III-71> 주파수 할당계획 추진방안 주요 내용

구분	주요 내용
할당대상 주파수	○ 839~849MHz/884~894MHz의 20MHz, 905~915MHz/950~960MHz의 20MHz ○ 1920~1940MHz(20MHz), 2100~2130MHz(20MHz) 중에서 각각 10MHz
할당에 관한 사항	○ 사업자당 할당대역폭 20MHz ○ 할당시기(이용기간) - 800/900MHz : 2011. 7. 1 (10년), - 2.1GHz : 절차완료 후 즉시 (2016.12.3일 까지) ○ 총 할당대가 규모는 1조 2,865억원~1조 3,727억원 수준으로 추정
기술방식 등	○ 3G 이상의 기술방식(IMT-2000 또는 IMT-Advanced)을 원칙 ○ 800/900MHz대역은 800MHz대역 보유 법인 제외 ○ 망 구축의무 부과 및 미이행시 제재조치 부과 추진

파수할당 계획연구반」과 「주파수할당추진단」을 구성·운영하여 800/900MHz 및 2.1GHz대역의 주파수 할당을 위한 할당대가, 기술방식, 심사기준, 할당조건 등 세부 방안을 연구·검토하고, 다양한 의견수렴을 위해 이해관계자, 전문가를 대상으로 주파수정책협의회, 토론회 등을 개최하여 종합적인 이동통신 주파수 할당방안을 마련하였다.

주파수 할당이 추진되는 950~960MHz대역의 FM방송 중계용 등으로 이용되는 주파수의 재배치를 위해 2009년 10월 주파수 재배치에 따른 손실보상 산정기준 및 이자율 등에 관한 고시와 손실보상 공고를 공표하고, 해당 시설자에 대한 손실보상 절차를 진행하고 있다.

위와 같이 이동통신용 주파수 할당 추진은 3세대 이동통신 주파수 수요 증대에 따른 원활한 공급뿐 아니라 기존 이동통신 시장의 공정 경쟁 기반 조성의 측면이 중요하게 고려되고 있다. 이에 따라 이동통신 시장의 전파자원의 독점적 이용 우려를 해소하고 경쟁을 촉진함으로써, 서비스 경쟁력 강화 및 시장 활성화 등의 유인 효과가 증대될 것으로 기대된다.

또한 산업 및 공공분야의 주파수 수요

에 따라 방송·일반 무선국 및 외교·국방용 주파수에 대한 주파수의 이용 가능성, 혼·간섭 분석 등 충분한 사전 검증 및 분석을 통해 주파수 지정(16건) 및 사용승인(57건)하였으며, 특히 2009년 12월 군주파수의 효율적이고 체계적인 관리를 위해 「군주파수 관리시스템」의 구축을 완료하는 등 한정된 전파자원을 다양한 분야에 적기에 제공할 수 있도록 하였다.

주파수 할당 공고 등을 거쳐 2.1GHz 및 800/900MHz대역 주파수 할당이 이루어질 예정인데, 800~900MHz 대역 주파수는 신규 또는 후발 사업자에게, 2.1GHz 대역 3G용 잔여 주파수는 신규 또는 기존 사업자에게 할당될 것으로 예상된다. 또한 2011년 6월, 셀룰러, PCS, 무선호출 및 무선데이터 등 주요 이동통신 서비스의 주파수 이용기간이 만료될 예정이다. 이에 따라 이들 주파수에 대한 재할당 정책방안이 마련되고, 이용기간 만료 1년 전인 2010년 상반기에 신규조건 등이 부과될 예정이다.

2) 주파수 공급 확대

유비쿼터스 시대의 도래와 광대역 멀티미디어 서비스의 확산에 따라 주파수 이용이 확대됨에 따라 세계 각 국은 이러한

환경변화에 대응하여 주파수 추가 확보에 정책 역량을 집중하고 있다. 또한 차세대 이동통신 시장의 선점을 위해 이동통신 기술의 표준화 과정 등 국제 표준화 활동에 적극 참여하여 자국의 의견을 반영하기 위해 노력하고 있다

첫째로, 주파수 공급 확대를 위해 주파수 신규 분배 및 무선설비 기술기준을 개정하였다. 이것은 기술발전 추세에 맞춰 적시에 기술기준을 제·개정하고 일상생활에 필요한 주파수를 공급함으로써 국민 삶의 질 향상과 전파자원의 이용촉진에 기여하기 위함이었다. 이를 위해 먼저 해외 주요국의 동일대역 주파수 이용 사례 검토 및 관련기관 의견을 체계적으로 수렴하였으며, 전파진흥협회의 온라인 주파수 수요제기 창구(www.spectrum.or.kr)를 상시 운영하여 신규 주파수 분배 수요를 파악하였다. 특히 전자공청회를 통해 주파수 분배 및 기술기준 개정안을 설명함으로써 정책 성과의 내실화를 도모하였다.

세부 성과로, 70/80GHz대역에서 고정점 대점통신용 주파수를 신규로 분배하고 150kHz이하 RFID 기기와 특정 소출력 중계기, 휴대인터넷(WiBro)용 무선기기 등 기술기준을 개정하였다. 전파의 기술적 특성

에 따라 그동안 거의 활용되지 못했던 70/80GHz대역의 주파수를 대용량데이터의 근거리 통신용 등으로 활용 가능한 고정점대점통신용으로 새로이 분배함으로써 미이용 전파자원의 활용도를 높일 수 있었다. 대형마트 등에서 도난방지 태그 등으로 사용되는 RFID 기기의 출력기준을 완화하여 활용범위를 넓혔다. 조선, 제철 등 국가 기간산업체에서 안전사고 예방을 위해 특정 소출력 중계기를 편리하게 사용할 수 있도록 기술기준을 개정함으로써 국민생활의 편익을 제고하였다. 이러한 신규 주파수 분배 및 기술기준 개정을 통해 관련 무선기기 시장의 확대를 기대할 수 있게 되었다.

둘째로, 위성 망 조정회의 및 ITU 국제등록을 통해 우주전파자원 확보에 총력을 기울였다. 국제등록은 위성을 통한 방송통신 서비스를 제공하려는 위성 사업자의 신청으로 시작된다. 국제등록 신청 후, 기존의 외국 위성 망과 간섭이 예상되는 경우에는 해당 사업자간 또는 사업자의 요청에 따라 주관청간에 조정을 진행하게 되며, 이러한 조정 절차가 원만히 완료되어야 비로소 위성을 통한 방송통신 서비스가 가능하게 된다.

<표 III-72> 주파수 신규 분배 및 무선설비 기술기준 개정 실적

구분	추진내용	개정내용	관련고시
70/80GHz 대역 신규주파수 분배	미이용 주파수 대역인 70/80GHz의 전파를 고정점 대점통신용 주파수로 신규 분배함으로 관련 서비스와 무선기기 시장의 확대를 도모	- 신규 용도지정 주파수: 71~76 GHz/ 81~86GHz(10GHz폭) - 주용도 : 고정 지점 간 점대점 통신 제공 - 출력 : 공중선 전력 3W이하, EIRP 55dBW 이하 - 점유주파수대역폭 : 5GHz 이하	- 대한민국 주파수 분배표 - 무선설비규칙
150kHz이하 RFID 기술기준 개정	150kHz이하 대역의 RFID 기기의 인식거리 확장 등을 위한 기술기준 개정으로 활용범위를 확대	- 미국, 유럽 수준으로 출력기준을 상향 조정 - 불요발사 측정방법 보완	- 무선설비규칙 - 신고하지 아니하고 개설할 수 있는 무선국용 무선기기
특정 소출력 중계기 기술기준 개정	조선·제철 등 국가 기간 산업체의 산업 활동 지원과 안전사고 예방을 위해 자가망 TRS 시설자가 10mW 이하 특정소출력중계기를 허가·신고 없이 사용할 수 있도록 기술기준을 개정	- 특정소출력중계기의 이용범위에 자가망 TRS 시설자 추가 - 특정소출력중계기의 채널 당 출력기준 규정 추가(10mW/채널) - TRS 중계기의 기술적 특성에 따라 출력기준 하한치 삭제	- 무선설비규칙 - 신고하지 아니하고 개설할 수 있는 무선국용 무선기기
휴대인터넷 (WiBro) 기술기준 개정	휴대인터넷용 무선설비의 주파수대역폭에 대해 복수표준(8.75MHz폭 또는 10MHz폭)을 도입	2300~2390MHz대역 휴대인터넷용 무선설비의 점유주파수대역을 종전의 9MHz이하 이외에 10MHz를 추가하여 기준을 마련	무선설비규칙

2009년에는 우리나라의 위성 망 및 지구국 국제등록 8건, 위성 망 조정 46건이 실시되었다. 특히 위성간의 궤도가 가까운 인접국가 간에는 주관청간 회의를 통해 조정을 실시하며, 제 9차 한국-중국 간 위성 망 조정회의, 제 4차 한국-인도네시아 간 위성망 조정회의, 제 17차 한국-일본

간 위성 망 조정회의 등 3회의 위성 망 조정회의를 실시하였다.

또한 신규로 국제등록 하는 외국의 위성망을 대상으로 우리나라가 이미 운용 중인 무궁화 위성 등에 미치는 전파간섭 영향을 분석하여 필요시 ITU의 규정에 따라 상대국에 조정이 필요하다는 의사를

전달(이의제기)하게 된다.

2009년에는 총 37개국의 367개 위성망을 대상으로 이의제기를 하여 우리나라 위성망의 보호를 추진하였다. 이러한 활동을 통해 간섭이 우려되는 주파수의 사전 조정을 실시하고, 과학기술2호, 다목적실용위성5호 등 위성망의 국제등록을 통해 미래 위성용 주파수와 궤도를 확보하는데 기여하고 있다.

표준화 과정에 우리나라의 의견 반영을 위한 기고문 제안 등 국제표준화 활동을 강화하였다. ITU에 와이브로 계열인 IEEE 802.16m과 LTE 계열인 LTE Release10 & Beyond 기술을 4세대 이동통신 후보기술로 제안하였으며, 국내 기술의 국제표준 반영을 위해 국제 표준단체와의 협력 활동을 꾸준히 추진하였다.

향후 주파수 수요 증가 및 확보 경쟁이

<표 III-73> 위성망과 지구국의 국제등록 및 조정 실적

구분	주요 실적
국제등록	○ 위성망과 지구국 국제등록 총 8건 - 다목적실용위성 5호 위성망, 과학기술위성2호 지구국, LG데이콤 LCDCSS-971 등 40개 지구국, AP 시스템 위성휴대통신 2개 지구국, KT-KUMSAN-31H3 등 48개 지구국 등
위성망 조정	○ 위성망 조정 총 46건 - 위성망 조정동의 검토 및 결과 회신 : 일본 STAARS 위성망, 스페인 DEIMOS-1 위성망, 미국 IRIS-R 시리즈 위성망, 중국 DHF-3-OD 위성망 등 - 위성망 조정동의 요청 : KAISTSAT-4 위성망과 러시아, 중국, 스웨덴, 프랑스, 독일, 일본 위성망 간 등 - 외국의 신규공표 위성망에 대한 이의제기 (37개국 367개 위성망)

셋째로, 차세대 이동통신 기술의 국제 표준화를 위한 ITU-R SG5 WP5D¹¹⁾ 회의에 지속적으로 참여하여, 차세대 이동통신

지속될 것으로 전망됨에 따라 주파수 신규분배 및 기술기준 제·개정, 위성 망 및 지구국 국제등록·조정 등 주파수의 확보와 공급을 위한 국내·외 활동을 지속적으로 적극 추진할 계획이다. 그 밖에도 DTV 전환에 따른 방송주파수의 효율적

11) ITU-R(전파부문)의 SG5(고정/육상이동/해상이동/항공이동 등 지상업무) 산하 IMT(International Mobile Telecommunications) 기술 표준화 작업반

이용, 소출력무선기기 이용 활성화를 위한 신규 주파수 발굴 등 생활밀접형 주파수와 공공재난통신을 위한 사회안전망 주파수의 발굴 및 보급 등 사회 전반에 걸쳐 주파수를 원활하게 보급하도록 할 계획이다.

다. 시장 친화적 전파이용제도 개선

1) 주파수 할당제도 개선

현재 우리나라의 주파수 할당 방식은, 기간통신사업용 주파수는 경제적 가치와 경쟁적 수요 및 기술적 파급 효과가 있는 경우에는 대가할당을 하며 그 외는 심사할당을 실시하고, 방송용 및 공공용은 무선국 허가 시 주파수를 지정한다. 그러나 융합 기술 발달과 다양한 신규서비스가 등장하면서 한정된 희소 자원인 전파 자원의 효율적 배분의 중요성이 더욱 증대되고 있으며, 특히 우수한 주파수 대역에 대한 수요가 급증하면서 우리나라에도 주파수 경매제를 도입해야 한다는 주장이 확대되었다

2009년 1월, 방송통신위원회는 주파수 경매제 도입을 위한 전파법 개정안(전파법 제 11조)을 담은 전파법 개정안을 국회

에 제출하였다. 경제적 가치와 기술적 파급효과가 크고 경쟁적 수요가 높은 대역에 대해서는 현행의 대가 할당 방식 외에도 경매 방식인 가격 경쟁에 의해 결정된 대가를 받고 할당할 수 있도록 개선한 것으로, 주파수의 시장가치 반영과 주파수 할당의 공정성·투명성을 제고할 수 있는 기반을 마련하기 위함이었다.

경매제 도입을 위해, 먼저 관련 통계현황 및 해외 주요국의 3G 경매·비교심사 사례를 검토하여 경매제의 장단점을 분석하였다. 이에 대해 정책토론회 및 공청회를 개최하여 이해관계자 및 전문가의 의견 수렴을 실시하였으며, 이를 반영한 전파법개정안을 마련하였다. 특히 그 세부 방안으로 최저경쟁가격 산정, 모의경매실험 등을 통한 주파수 경매규칙 설계, 효과적인 주파수 경매시행방안 및 경매부작용 방지·대비책 등 경매제 실행을 위한 방안들을 구체적으로 검토하였다. 또한 전파법개정안의 국회통과에 대비 하여 하위법령에 위임된 '최저경쟁가격 산정방법'을 반영한 전파법시행령개정안을 마련하고 경매규칙을 설계하는 등, 주파수 경매제 시행을 위한 사전 준비를 완료하였다.

주파수 경매제 도입은 실질적으로 시장

<표 III-74> 주파수 할당제도 개선 추진방향

구분	주요 내용
경매제 도입 필요성	기술적·경제사회적 환경변화에 대응하여 주파수 할당 신청자가 해당 주파수의 가치 및 이용을 정하는 주파수 경매제 도입 필요성이 확대됨에 따라 관련 근거 규정 마련 및 세부 실행방안 마련 필요
재할당 및 추가할당제도 개선	2011년 6월 주요 심사할당의 이용기간 만료에 따른 재할당 제도 재검토 및 서비스 수요가 예상을 넘어서 주파수 추가할당을 요구하는 사례가 발생 함에 따라 추가할당 관련 제도 정비 필요

기반의 전파 관리 체제로의 전환을 의미할 수 있다. 즉, 현재의 규제기관 중심의 주파수 할당에서 시장 원리 중심의 주파수 할당 및 할당 대가 부과 방식으로의 변화라는 것이다. 기존처럼 별도의 비교 심사를 거치지 않고 가격 경쟁에 의해 주파수를 할당 받을 사업자를 선정함으로써 시장 기능을 통해 주파수 가치 산정 및 최적 사업자 선정이 가능해질 것으로 기대되고 있다. 특히 경매제 도입은 사업용 주파수를 중심으로 전파 이용에 대한 실질적인 재산권 부여에 대한 논의를 시작할 수 있는 계기를 마련할 것으로 예상된다.

향후 개정 전파법이 시행되면, 경매제의 실질적인 시행을 위해 경매설계 및 절차 등 이행 방안과 경매 시 발생할 수 있는 부작용 방지를 위한 보완 대책을 마련할 예정이다.

2) 전파사용료제도 개선

전파사용료는 1991년 전파법 개정을 통해 전파관리 및 전파진흥에 필요한 예산 확보를 위해 도입된 제도로, 1993년부터 무선국 시설자를 대상으로 부과되고 있다. 가용 주파수 대역이 증가하고 전파 자원의 경제적 가치가 증가하면서, 전파 관리 및 관련 R&D에 필요한 재원을 원활히 확보함과 동시에 공평하고 합리적인 부과 원칙확립이 필요하게 되어 있어, 전파사용료 제도 개선을 추진하게 되었다.

2009년 방송통신위원회는 특별재난 지역 및 소형 선박국 지원 등을 위한 전파사용료 감면과 군입대 등으로 무선국 이용이 정지된 가입자 관련 산정기준 등을 명확히 하기 위한 전파사용료 제도 개선방안을 마련하였다.

전파법에 특별재난지역으로 선포된 지

<표 III-75> 전파사용료제도 개선방안

구분	개선방안 마련
특별재난 지역 지원	특별재난지역 무선국시설자 지원을 위한 전파사용료 감면 방안 마련
선박국 전파사용료 감면	선박국에 무선설치(DSC) 의무가 확대됨에 따라 소형선박국의 전파사용료 면제 범위 확대 추진
산정기준 명확화	요금체납에 따라 이용이 정지된 이동통신 가입자를 전파사용료 면제 대상으로 명확화

역에 개설된 무선국의 전파사용료 감면을 추진하여 재난복구활동을 효과적으로 지원할 수 있도록 하였다.

동법 시행령에서는, 첫째, 156MHz대역 25W 이하 생계형 소형 선박국의 전파사용료 면제를 추진하였다. 이는 「선박 안전법」에 따라 5톤 이상의 어선에 대해서도 주파수 156MHz를 사용하는 디지털선택 호출장치(DSC) 설치를 의무화하면서 이전에 전파사용료를 면제 받고 있던 소형 어선에 전파사용료를 부과하게 되는 문제를 해결하기 위함이었다.

둘째, 요금 체납에 의한 무선국 사용정지 시에도 병역에 의해 무선국 이용을 정지한 가입자 등과 마찬가지로 전파사용료 부과대상 가입자 수 산정에서 제외하도록 법령에 명확한 근거를 마련하였다.

전파사용료 부과 및 산정기준 등은 전파이용 환경 변화에 맞추어 합리적이고

공평한 방향으로 제도 개선이 지속적으로 추진 될 계획이다. 단기적으로는 산정식 내 각종 계수들을 조정·신설·폐지하는 등 세부적인 조정을 실시하며, 중·장기적으로는 보다 근본적인 차원에서 전파사용료의 부과 취지와 목적에 맞게 부과·이용·관리 될 수 있는 방안을 마련할 계획이다.

라. 다양한 방송서비스 제공기반 마련

1) 지상파 DMB 커버리지 확대 및 서비스 활성화

국내기술로 개발하여 세계 방송표준으로 채택된 지상파 DMB 서비스의 세계 확산을 위해서는 국내시장 활성화가 필요하며, 지상파 DMB 사업자의 경영여건 개선이 필요한 상황이다. 이에 따라 지상파 DMB 커버리지 확대, 신기술 개발, 규제

완화 등을 통한 수신환경 개선 및 이를 통한 서비스와 기기의 해외 진출 지원 등을 추진함으로써 지상파 DMB 시장 활성화 및 투자 유도가 요구되어 왔다.

첫째로, 지상파 DMB 규제 완화 및 신 기술 개발 등을 통해 수신환경을 개선함으로써 수도권 지상파 DMB 커버리지를 91.5%까지 확대(목표 80% 대비 초과달성)하였다. 세부 내용으로는, 첫째, 2009년 수도권 지상파 DMB 방송국의 수신 커버리지 및 2008년 대비 커버리지 증감 등 수도권 지상파 DMB 수신환경 실태를 파악하고, 둘째, 지방의 수신환경 개선을 위해 지방 7개 지상파 DMB 방송사업자 재허가시

방송보조국 설치를 조건부로 허가하며, 셋째, 소출력 중계기를 활용하여 수신환경 개선이 가능하도록 지상파 DMB 기술기준을 개정¹²⁾하였다.

둘째로, 현재보다 채널용량을 2배까지 증설할 수 있는 차세대 지상파DMB 기술을 개발하고 전송실험을 실시함으로써 기술경쟁력 우위를 확보하였다.

셋째로, 국내 지상파 DMB 기술 및 서비스와 기기의 세계시장 동반 진출을 지원하고 해외 확산 거점을 마련하였다. 2009년 개도국 지상파DMB 시범서비스 지원 대상국이었던 멕시코 대신 캄보디아를 신속히 재선정¹³⁾하여, 양국간 MOU 체

<표 III-76> 실험국 필드테스트 결과

구분	주요 내용			
목적	○ AT-DMB1) 수신 성능 검증을 위한 필드테스트			
기간	○ 2009. 5. 1 ~ 5. 31			
환경	○ 측정 장소 및 주변 환경 : ETRI 6동 옥상(ETRI 주변 4km이내) ○ 출력 및 주파수 : 40W(213.008MHz)			
내용	○ T-DMB 방송권역 영향 조사(T-DMB 방송권역 축소) ○ AT-DMB 방송권역 조사(T-DMB 방송권역과 상대적인 비교)			
결과	○ 기존 방송 권역 영향(기본계측) : T-DMB 방송권역 대비 0.7 ~ 2.5dB 축소 ○ AT-DMB 방송 권역(항상계측)			
	성상비	T-DMB와의 차이(dB)	성상비	T-DMB와의 차이(dB)
	1.5	3 ~ -4.6	2.5	5.5 ~ -0.5
	2	4.2 ~ -2.8	3	6.4 ~ 0.6
※ -부호는 T-DMB보다 방송권역이 넓다는 의미임.				

결, 시범방송 시스템 구축공사 완료, 성공적인 지상파DMB 시범방송 추진을 위한 현지 개국식 참석, 시스템 구축현황 점검 및 협력 도모 등 차질 없이 지상파 DMB 지원 사업을 추진하였다.

이에 따라 우리나라의 DMB 방송 기술, 콘텐츠, 관련 장비·단말기 등 관련 산업의 캄보디아 진출이 확대될 것이며, 이를 수출전략품목으로 육성하여 세계 시장에 Korea 브랜드 가치 확산에 기여할 수 있을 것으로 전망되고 있다.

넷째로, 수도권 지하철 내 지상파 DMB 시설사용료 산정 관련 협상을 원활하게 마무리하여, 지하철 지상파 DMB의 지속적인 서비스가 가능하도록 하였다.

지상파 DMB 시설사용료 산정 협상이 난항을 겪으면서 지하철 지상파 DMB 서비스가 중단될 위기에 처하게 된 상황에서, 사업자·지하철기관 등과 연계체계

를 구축하고 방송통신위원회가 적극 참여함으로써 원만하게 협상을 마무리하였다.

지상파 DMB 서비스 관련 규제 완화, 기술 기준 개정, 신기술 개발 및 활용 등을 통한 수신환경 개선 및 커버리지 확대를 지속적으로 추진하고 국내 기술로 개발된 지상파 DMB 시범서비스 지원 사업의 대상국을 확대 적용하는 등, DMB의 국내 시장 활성화 및 세계 시장 진출을 더욱 활성화 할 수 있도록 추진할 계획이다.

2) 3개 광역시 영어 FM 방송용 신규 주파수 확정

국내 거주 외국인과 방한 외국인이 점차 증가하고 있는 상황에서 이들의 정보 욕구 충족과 한국에 대한 국제사회의 이해증진 등 생활여건 개선을 위해 영어 방송 서비스 확대가 요구되고 있으며, 이를 위해서는 가용주파수 확보가 우선적으로 선행되어야 한다.

현재 영어 FM 방송은 2008년 서울, 부산, 광주 등 3개 지역에서만 서비스 되고 있으며, 특히 지방자치단체에서 예산부족을 이유로 영어FM방송국 설립을 기피하고 있는 실정이므로, 해당 지자체의 영어

12) 지상파 DTV 및 DMB의 대역외발사강도 기준 완화를 통한 지상파 디지털 방송의 활성화 및 방송 음영지역의 효과적 개선이 가능 하도록 「무선설비규칙」 일부를 개정(방송통신위원회고시 제 2009-27호)한 것으로, 출력에 관계없이 동일하게 규정되어 있는 지상파 DTV 및 DMB의 대역외발사강도 기준을 소출력에 한하여 완화하였다.

13) 신종플루 발생 및 총선결과 야당 승리 등 멕시코 현지 사정으로 연내 사업추진이 불가능하다고 판단됨에 따라 연내 사업 추진이 가능한 개도국으로 캄보디아를 신속히 재선정하여 원활하게 사업을 추진하였음

FM 조기 개설을 독려하고 예산지원 및 타 방송사업자의 영어FM 개설 추진 등 다각적인 방안에 대한 검토가 요구되고 있다.

대전, 대구, 울산 등 3개 주요 광역시 지역의 신규 영어 FM 가용주파수를 확보하여 영어 FM방송을 도입할 수 있도록 하였다.

이를 위해 먼저 비영어권 국가의 영어 FM방송 현황과 주요 광역시 영어 FM 방송구역 내 난청 해소방안 분석 등 관련 통계와 사례 분석을 통한 사전 조사를 실시하였다.

또한 후보국을 대상으로 한 평가와 현지실사 등을 통해 이해관계자 및 전문가 의견을 수렴하고, 기존 FM방송국과의 혼·간섭 방지를 위해 전파분석시스템을 활용한 시뮬레이션 분석을 통해 적정출력 및 방송구역 지정이 가능한 최적의 주파수를 탐색하였다.

그 결과로 신규 영어 FM 방송 가용주파

수를 확정하였다.

영어 FM 방송은 2008년 개시된 서울, 부산, 광주와 2009년도에 3개 지역이 추가됨으로써, 국내 주요 대도시 6개 지역에서 영어 FM 청취가 가능해졌다. 이에 따라 고품격 영어 FM 방송 서비스를 통해 외국인의 정보 요구 충족 및 생활 여건을 개선하고 세계 10위권의 경제규모에 걸 맞는 서비스 인프라 구축 및 투자유치 활성화가 가능해질 것으로 보인다.

방송통신위원회는 영어 FM 방송 서비스 활성화를 통해 외국인의 생활여건 개선 등을 지속적으로 추진하여 방송 관련 내·외국인 고용 창출, 국내 유치 국제대회 홍보 및 우리나라 문화 알리기 등 국제문화도시 이미지 제고를 확대할 예정이다.

마. 수요자 중심의 전파관리체계 확립

1) 사전규제에서 사후관리로의 무선국 관리 패러다임 전환

<표 III-77> 영어 FM 방송 가용주파수 확정 내역

구분	대전	대구	울산
주파수(출력)	90.5MHz(1kW)	90.9MHz(1kW)	95.5MHz(1kW)
송신소	적오산	우방타워	함월산
방송구역	대전광역시	대구광역시	울산광역시

세계적으로 전파이용이 시장·기술 중심으로 이루어지면서 신속한 서비스 제공과 시장 활성화를 위해 전파 관리가 사전 규제에서 사후 규제로 전환되고 있는 추세이다. 국내에서도 신속한 서비스 제공을 위해 무선국 개설 운용 시 사전규제를 완화하되, 전파관리 사각지대 발생 및 사업자의 도덕적 해이를 방지하기 위해 불시검사 등 사후관리 방안을 마련하였다.

2009년 1월 국회에 제출한 전파법 개정안에 무선국 준공검사를 간소화하기 위해 표본검사 제도를 도입·시행할 수 있도록 근거(전파법 제24조)를 마련하였다. 기존 규정 하에서는 무선국을 개설·운용하려는 자는 개설 허가 또는 신고 후 준공검사를 받은 후 무선국 운용이 가능하였으나, 법 개정을 통해 전파 혼간섭 우려가 적은 무선국 등에 대해서는 전수검사가 아닌 표본추출방식으로 준공검사를 할 수 있도록 개선하였다.

준공검사 간소화에 따라 발생할 수 있는 불법·불량 무선국의 개설 가능성을 최소화하기 위해 표본검사에서 불합격 상한 비율을 초과할 경우에는 전수검사로 전환하기 위한 근거도 마련하였다.

표본검사 제도를 마련하기 위해 해외사

례 조사, 이해관계자 의견수렴 및 전문가 자문을 실시하고, 표본검사 세부방법 및 절차 등을 구체화하였다. 이러한 표본검사 도입은 이동통신 서비스의 신속한 제공과 시설자의 시간적·경제적 부담을 완화하는데 직접적으로 기여할 것으로 기대된다.

또한, 환경친화적으로 무선국을 설치하도록 명령할 수 있는 근거를 시행령에서 법(제48조의2)으로 상향 입법함으로써 자연환경 및 도시미관 보호에 대한 법률적 근거를 명확히 하였다. 이를 통해 무선국 난립으로 인한 자연환경 및 도시미관 훼손을 방지하여 전파분야에서 저탄소 녹색 성장을 도모할 수 있도록 하였다.

법 개정에 대비하여 표본검사 및 환경친화적 무선국 설치명령 제도 시행을 위한 세부 이행절차를 구체화하고 이를 실제로 적용하는 등 효율적이고 안전한 무선국 관리기반을 마련할 계획이다.

2) 미래 전파 기반 사회에 대비한 인증·환경·체계 구축

기술 발전, 인터넷 판매 증가, 디지털 융·복합기기 확산 등으로 인해 방송통신기자재 제조·유통 환경이 급변하고,기자재 생산·판매량 및 인증 건수가 급격히

증가하고 있으며, 시장 개방을 통해 저가·불량기자재 수입 및 판매 또한 증가하고 있다. 이에 따라 소비자의 제품 안전과 전자파 영향에 대한 관심은 고조되고 있으나 국내 인증 기준은 미흡한 측면이 있어 부적합 기자재 유통 방지 및 국내 소비자 보호대책 마련이 요구되어 왔다.

방송통신위원회는 2009년 1월 국회 제출된 전파법 개정안에 방송통신기자재 등의 인증 체계를 전환하는 규정 및 적합성 평가의 국가 간 상호인정협정(Mutual Recognition Agreement, 이하 MRA) 체결의 근거 규정을 마련하였다.

첫째로, 방송통신기자재의 인증제도를 전면 개편함으로써 간소화된 적합성평가 절차를 도입(전파법 제 58조의2~7, 10~11)하였다. 이를 위해 관련 통계현황 및 사례 분석, 인증제도 개편에 따른 기자재 분류방안별 장단점 분석 등 사전조사를 실시하고, 제조업체·시험기관·소비자단체 등 인증 관련 실무자 및 전문가 의견을 수렴하여 개정안에 근거규정을 마련하였다.

현재 유선기기는 전기통신기본법, 무선기기는 전파법에 따라 형식승인(유선기기), 형식등록·형식검정(무선기기), 전자

파적합등록(정보기기) 등 기기별로 인증을 받고 있는데, 이번 개정을 통해 「전기통신기본법」 상의 유선기기 인증 조항을 전파법에 통합하고 기기의 위해 정도나 부적합률 등을 고려하여 적합등록(자기시험등록 또는 지정시험등록)과 적합인증으로 분류하도록 규정하였다.

또한 적합성평가가 곤란한 경우를 위해서는 잠정인증 제도를 도입하도록 하는 근거 규정을 마련하였다.

이에 따라 기존 법령에서는 인증품목을 정하고 품목에 따라 기술기준을 적용하는 수직적 규제 방식이었으나 개정을 통해 수평적 규제 방식으로 전환함으로써 융·복합 기기의 중복 인증에 따른 업체의 부담이 해소되고 적합성평가 절차 및 제출서류 간소화가 가능해지게 되었다.

특히 신기술 및 서비스 응용 제품처럼 적합성평가 기준이 미흡한 경우 잠정인증을 적용할 수 있게 되어 신제품의 원활한 조기 시장 진출을 지원할 수 있도록 하였다. 이를 통해 방송통신기자재 제조·수입업체의 시험·인증 비용 절감 및 기간단축, 기술경쟁력 강화 및 국내 시험·인증 서비스시장의 활성화 촉진이 가능해졌다.

둘째로, 방송통신위원회에 방송통신기

자재 분야 상호인정협정(MRA) 체결 권한을 부여하는 근거규정을 마련함으로써 향후 원활한 MRA 추진을 도모할 수 있도록 하였다. 특히 세계적으로 FTA/MRA 체결이 확대되고 있는 상황에서, 국제 기준에 적합한 적합성평가기관 인정·지정 체계를 구축하도록 하는 규정을 둠으로써 우리나라의 FTA/MRA 체결 시 미흡한 부분으로 지적되었던 국내 적합성평가기관의 객관적 능력이 확보되어 원활한 FTA/MRA 체결이 가능해 질 것으로 기대된다.

3) 안전한 전자 환경 구현

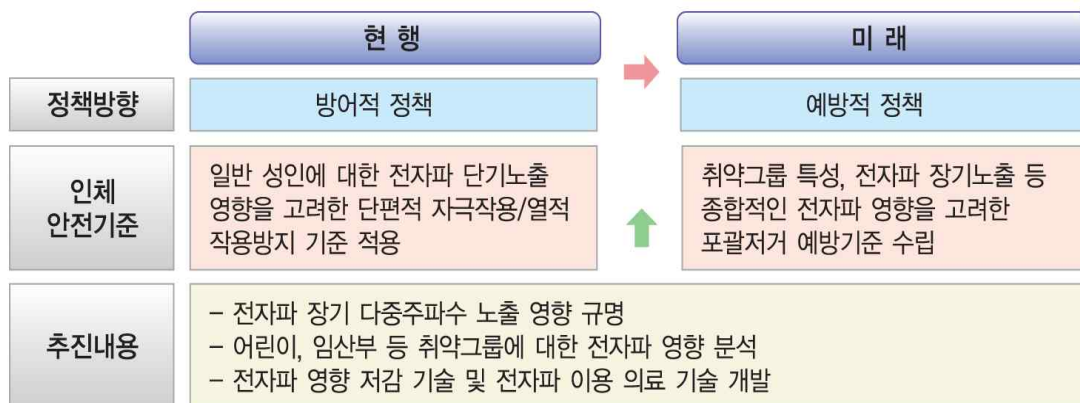
유비쿼터스화에 따라 언제 어디서나 자유로이 통신할 수 있게끔 하는 휴대형 무

선기기 이용이 급증하고, 무선국은 옥내기 지국과 같이 가정·사무실의 생활공간 내로 침투하여 설치되고 있으며, 이동전화나 체내무선의료기기 등과 같이 다양한 인체 밀착형 무선단말기기가 확산되었다.

이렇게 전자파 노출 빈도가 증가함에 따라, 전자파흡수율 기준에 대한 검증과 전자파 인체 영향의 예방 체계 구축을 추진하게 되었다.

방송통신위원회는 전자파 유해성에 대한 대국민 홍보 정책 수립, 전자파 인체 유해성 여부의 과학적 규명을 위한 연구 활동 강화 등을 통해 기존의 방어적 정책에서 예방적 정책으로 전환함으로써 안전한 전자파 환경을 구현하고자 하였다.

<그림 III-26> 안전한 전자파 환경 구현 정책 추진도



※ 출처 : 전파진흥기본계획(방송통신위원회, 2009. 5.)

국내 전자파에 대한 불안인식률은 매우 높은 편이나 지속적인 전자파 인체영향의 과학적 규명연구, 전자파노출 평가기술 확립, 전자파 저감 및 차폐기술 개발 등을 통해 전자파 유해인식률이 79.6%로 낮아졌다. 격년제로 실시하고 있는 전자파 유해 인식률 조사 결과에 따르면 2007년에 무선서비스 이용자수가 43.9백만 명이었을 때에는 82%로 나타났으나 이번 2009년에 조사에서는 무선서비스 이용자수가 48.1백만 명으로 증가하였음에도 불구하고 전자파 유해 인식률이 80% 이하로 낮아진 것이다.

또한 WHO, ITU 등 관련 국제기구 참여를 통해 전자파 인체영향에 관한 모니터링을 강화하여, 홈페이지 구축(www.emf.or.kr) 및 뉴스레터 제작 배포 등을 통해 대국민 홍보를 실시하고 있다. 이를 통해 국민들의 전자파에 대한 막연한 불안감을 해소하고 소모적인 논쟁을 줄임으로서 전파방송 산업 육성과 기반조성에 기여할 것으로 기대되고 있다.

방송통신위원회는 전자파 관련 대국민 온-오프라인 홍보 및 국제협력 활동을 강화하기 위한 정책과 전자파 인체영향의 과학적 규명 및 저감기술에 관한 연구를

지속적으로 추진하고, 중·장기적으로는 전자파 흡수율의 적용기준·측정기준·측정방법을 개발하며, 새로운 무선 서비스에 대한 인체보호 연구 활동을 강화할 계획이다.

4) 고효율·친환경 전파이용을 위한 전파자원 조사

양질의 전파자원 수요가 폭발적으로 증가함에 따라 주요국은 주파수 공유기술 도입, 주파수 경매제 실시, 방송통신 분야 디지털 전환 등을 추진하는 한편 국민 건강보호와 불안감 해소를 위한 전파환경 규제는 강화하는 추세를 보이고 있다. 우리나라도 전파이용의 효율성을 제고하기 위해 전파자원의 정확한 이용실태 정보를 기반으로 한 과학적이고 정밀한 분석·관리체계의 구축이 요구되었다. 특히 경기침체로 어려움을 겪고 있는 이공계 인력의 일자리 제공 및 기술습득 기회 제공 측면에서도 전파자원 조사 필요성이 제기되었다.

방송통신위원회는 먼저 전파자원 조사사업의 예비타당성을 조사하고, 비용편익 분석을 포함한 국민경제 기여도와 전파공유기술의 경제적 가치 및 그린IT 경제적

가치 등에 대하여 사전 분석을 실시하였다. 또한 활용방안 등에 대한 의견을 수렴하고 예상되는 문제점을 보완하여 기본계획(안) 수립 시 반영하도록 하였다.

전파자원 조사는 2009년 연중 실시하였다. 먼저 무선국 실태조사의 경우 고정형 무선국 71,000국에 대한 실태조사를 실시하였으며, 그 조사 결과는 전파연구소의 전파방송종합정보관리시스템 현행화·정밀화 자료로 활용할 수 있도록 데이터화하였다.

다음으로 전파 잡음 측정의 경우 전국 220여 시·군·구를 대상으로 447지점을 선정하여 지역별, 주파수대역별, 시간대별 전파 잡음 변화량을 분석하였으며, 해당 측정결과는 향후 전파지도 제작 시 활용할 수 있도록 국토지리원의 지도 인덱스(도엽번호)체제로 데이터화하였다.

마지막으로 전자파노출량 측정의 경우 학교, 병원, 지하철 등 일상생활주변 1,410 지점에서 전자파노출량을 측정하였으며, 그 결과는 국민에게 제공될 수 있도록 체계화하여 전파지도로 구현할 계획이다. 한편 일자리 창출 측면에서는 전파자원조사 실시를 위해 1,018명에게 일자리를 제공하였으며, 사업기간 동안 실무역량을 강화하

여 100여명 이상이 관련 회사에 신규·재취업하는 등의 성과를 보였다.

전파 자원 조사는 지역적·시간적으로 비어있는 주파수(White Space)를 발굴하여 추가로 활용할 수 있도록 지원하고, 해당 주파수 대역을 활용한 새로운 서비스 창출 및 타 서비스와 공동 활용을 가능케 하는 등 전파자원 가치 제고에 큰 기여를 할 것으로 기대되고 있다. 또한 무선국 실태조사, 전파 잡음 측정, 전자파 노출량 측정 등을 통해 전파 이용에 관한 정보를 제공함으로써 전파에 대한 국민 불안을 해소하는 데에 큰 기여를 하고 있다. 더불어, 전파방송통신 분야 신규 일자리 창출을 통해 경제 활력 회복에 기여한다는 측면에서 큰 성과를 달성한 것으로 평가된다.

전파 조사를 통해 측정된 여러 관련 정보를 2010년에 DB화하여 전국 전파환경정보시스템(전파지도)을 구축하고 이러한 조사를 정례적으로 실시할 수 있는 제도를 마련함으로써 인터넷 등을 통해 국민들이 쉽게 전파환경 정보를 제공 받을 수 있도록 할 계획이다.

제4절 안전하고 건전한 방송통신 이용환경 조성

1. 인터넷의 안전성 및 신뢰성 제고

가. 인터넷상의 정보보호 수준 제고

정보통신망 침해행위는 개인정보 침해 및 사회·경제활동의 막대한 손실을 초래한다. 국민 실생활과 직결된 인터넷 기반 서비스의 정보보호가 취약할 경우, 국가·기업·개인 모두에 연계된 침해사고가 발생될 수 있다. 침해사고 시 기업의 기술적 보호대책만으로는 한계가 있다는 것을 인식하고 체계적이고 종합적인 보안관리 체계 구축에 관심이 고조되고 있다. IT컴플라이언스와 같이 기업의 생산성 향상과 투명성과 사회적 책임 강화가 요구되고 있다.

세계 일류 및 글로벌 경쟁력 강화를 위한 Giga인터넷, u-BcN 기반의 u-City, 3DTV 등 신규 선도망 및 융합 서비스 구축이 확산과 동시에 범조직 특성을 지닌 사이버 공격 수단이나 방법으로 빠르게 진화하고 있어, 그 피해가 점차 심각해지고 있다.

따라서, 보다 강화된 인터넷상의 정보보호 수준 제고 노력이 필요하다. 침해사고 발생 시 국가·사회적 재난이 예측되는 국가 주요정보통신 기반시설을 보호하고, 대규모 국민 생활편익에 관계된 Giga인터넷, u-BcN 등의 신규 서비스에 대한 정보보호 사전진단 실시가 필요하다. 기업 스스로 정보보호관리체계 구축을 지원하여 보다 능동적·선제적인 대응력을 강화해야 하며, 점차 지능화되어가는 공격으로부터 VoIP, IPTV 등의 융합서비스를 보호하기 위한 기술 및 암호기술 개발을 추진하고 있다.

1) 인터넷 정보보호 협의회 운영

2009년 방송통신위원회에서는 급변하는 IT 환경의 패러다임에 부합하는 정보보호 정책 방향 정립을 보강하고자 기존의 인터넷 정보보호 정책자문기구인 '정보보호 정책포럼'을 확대·개편한 민관협의체인 「인터넷 정보보호 협의회」를 구성 및 운영하였다. 안전인터넷분과, 개인정보보호분과, 클린인터넷분과 3개 분과위원회로 구성되어 있으며, 학계, 산업계, 정부 등 각계 전문가 50여명이 참여 중이다.

「인터넷 정보보호 협의회」는 5가지의

주요한 기능을 가진다. 첫째 인터넷 정보 보호의 구심체로서, 미래 인터넷의 위협을 예측하여 기술적 측면뿐 아니라 사회·경제·문화적 측면에서의 종합적이고 선제적인 대응방안을 논의한다. 둘째, IT 및 인문사회 계열 산·학·연 전문가들의 다양한 의견을 수렴하여, 합리적이고 이용자 중심적인 정책과제를 발굴한다. 셋째, 세미나 개최를 통해 협의회에서 논의되는 사항을 외부와 정기적으로 교류하고 인터넷 정보보호 정책을 선도한다. 넷째, 주요 인터넷 정보보호 정책을 평가하고, 정책성과를 제고할 수 있는 대안을 제시한다. 마지막으로 인터넷 정보보호의 중요성에 대한 대내외 홍보를 한다.

「인터넷 정보보호 협의회」는 2009년 6월 발대식 및 제 1차 전체회의를 개최하여

운영위원 및 분과위원을 소개하고 전체회의의 연간 의제 및 분과별 주요 의제를 채택하였다. 2009년 정보보호 관련 주요 이슈를 제기하고 이에 대한 산·학·연의 의견을 수렴하고자 3차례의 ‘인터넷 정보보호 세미나’를 개최하였다. 2009년 12월 총회 개최를 통해 연간 「인터넷 정보보호 협의회」 활동 정리 및 차기년도 업무 계획을 논의하였다.

2) 주요정보통신기반시설의 보호

본 제도는 2001년도 정보통신기반보호법 제정에 의해 (구)정보통신부의 주도하에 각 부처의 정보통신기반시설을 대상으로 주요정보통신기반시설로 지정하고 보호대책을 수립·시행함으로써 국가의 안전과 국민생활의 안전을 보장하는 것을

<표 III-78> 2009년 인터넷 정보보호 세미나

세미나 명	일시	목적
녹색성장을 위한 정보보호의 역할 및 의미	4월 9일	국가발전 정책의 핵심인 녹색성장에 있어, 인터넷 정보보호가 기여하는 바와 향후 비전 제시
오바마 정부의 정보보호 정책 시사점 및 우리의 발전방향	7월 2일	오바마 정부의 정보보호 정책분석을 통한 한국의 정책방향 모색
녹색성장의 핵심기반, 스마트 그리드	11월 3일	저탄소 녹색성장의 핵심인 스마트 그리드의 청사진을 제시하고, 안전한 인터넷 환경을 조성

목적으로 추진되어온 것이다.

그러나 2008년도 2월 정부조직개편으로 상기 3개 법(전기통신사업법, 정보통신망법, 정보통신기반보호법)에 의해 (구)정통부가 일원적으로 담당하던 정보보호업무가 방통위, 지경부, 행안부 등 3개 부처로 분산 이관되면서 기반보호법도 행안부로 이관(2008.2.29)되어 정보통신기반시설 총괄업무를 행정안전부가, 정보보호컨설팅 전문업체의 지정은 지경부가, 방통위는 민간분야의 정보통신기반시설을 총괄하고 있다.

2009년 12월 기준 현재, 방송통신위원회 소관 주요정보통신기반시설은 총 109개 중 30개 기반시설을 지정·관리하고 있다. 방통위는 이러한 30개 기반시설의 보안성 강화를 위하여 2009년도에는 2008년도 기 지정된 세종텔레콤, 삼성네트웍스의 인터넷전화(VoIP), LG파워콤의 인터넷접속망 등 3개 관리기관의 취약점 점검 및 기술지원을 통하여 신규 지정시설에 대한 보안체계를 완벽하게 구축하였다.

한편, 기존 기반시설(13개)에 대해서는 기 제출한 보호대책에 대한 이행점검 및 보호수준을 평가하는 등 기반시설의 자체 보안기능을 강화하도록 조치하고 중장기

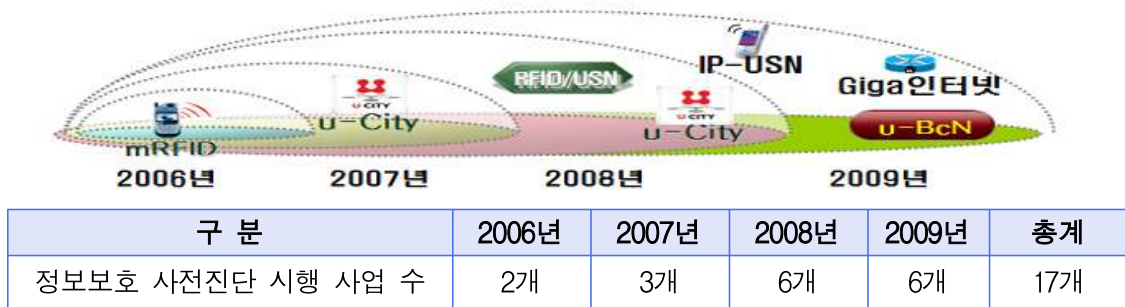
적 보안설비 구축이 요구되는 부분에 대해서는 2010년도 보호대책 수립에 반영하도록 하였다.

지난 7.7 DDoS 공격 시에는 방통위와 한국인터넷진흥원(KISA) 그리고 17개 관리기관 간의 네트워크를 구축하여 24시간 모니터링체제를 가동하는 등 신속한 공동 대응으로 피해를 예방하는데 성공하였다.

뿐만 아니라 방통위는 주요정보통신기반시설의 사장단, 임원급 긴급회의를 2~3차례 개최하여 자체 보호기능을 강화하도록 하는 한편, 정부와의 공조를 통해 공동 대응을 유도하였다. 그리고 DDoS 공격 이후, 17개 관리기관의 정보보호 조치현황에 대하여 확인한 결과 SK브로드밴드 등 6개사에서 41개 DDoS 장비를 추가 구축하였으며, 정보보호 예산도 2009년 예산(38,582백만 원)에서 8.4%(3,230백만 원)의 예산을 추가 투입하여 DDoS 공격과 같은 신종 사이버침해행위에 대응할 수 있는 체계를 구축하였다.

또한, 침해사고 발생 시 국가안전보장과 경제사회에 미치는 피해규모 및 사회적 혼란 등이 예상되는 주요정보통신기반시설에 대하여 기반시설 지정 확대 및 체계적 관리를 위하여 방송·통신 융합 환경

<표 III-79> 연도별 정보보호 사전진단 시행 현황



에 맞는 주요정보통신기반시설의 지정평가 지침을 기존 10개에서 13개 세부 평가 기준으로 세분화하여 보다 객관적 평가지침을 마련하였고, 이를 근거로 방송통신 융합서비스 산업인 IPTV서비스를 신규 지정 검토하고, KT, LG, SK 등 3개사의 IPTV서비스에 대해 지정키로 하였다.

3) 신규 네트워크 인프라 정보보호 사전진단

방송통신위원회는 새롭게 구축되는 방송·통신 분야 신규 IT 인프라 및 서비스의 안전성 제고를 위해 동 서비스 및 인프라의 계획·설계·구축 과정에서부터 정보보호 문제점을 진단하여 조치토록 하는 '정보보호 사전진단'을 2006년부터 추진해 오고 있다.

이후, 그 필요성이 확대됨에 따라 방통위는 2008년 12월 정보화추진위원회의 '국

가정보화 기본계획' 및 방송통신위원회의 '인터넷 정보보호 종합대책'에 이를 반영하고 체계적으로 추진하기 시작했다.

2006년부터 시작된 정보보호 사전진단은 2006년 mobile-RFID 서비스를 시작으로 u-City(2007년), RFID/USN 확산사업(2008년), IP-USN 및 Giga 인터넷(2009년) 등의 신규 네트워크 인프라 및 서비스 분야로 확대하여 추진되고 있다.

이러한 정보보호 사전진단을 통해 2009년에는 권고된 보호대책 중 주요 취약점의 약 93%를 구축과정에서 보완조치를 완료함으로써, 해당 신규 IT 인프라 및 서비스 운영의 안전성 제고 및 이용 활성화에 기여하고 있다.

4) 정보보호 안전진단

방송통신위원회는 2004년 7월 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법

<표 III-80> 안전진단 수검 업체 수

분류	수검 업체 수				
	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년
주요정보통신서비스제공자(ISP)	13개	12개	12개	15개	15개
집적정보통신시설사업자(IDC)	63개	69개	90개	93개	102개
정보통신서비스제공자	66개	79개	105개	124개	130개
합 계	142개	160개	207개	232개	247개

를」 개정을 통해 정보보호 안전진단 제도를 도입하여 운영해오고 있다. 안전진단 제도는 주요정보통신서비스제공자(ISP), 집적정보통신시설사업자(IDC), 쇼핑몰, 포털 등 정보통신서비스사업자의 정보통신망에 대한 안정·신뢰성 확보를 위하여 정보보호조치의 이행여부를 매년 점검하는 제도를 말한다.

2009년도에는 안전진단의 자발적 수검 환경 조성을 위하여 안전진단 전문상담반을 운영하여 자발적 참여를 유도하는 한편, 「기업 정보보호 전략 세미나」 등을 통하여 제도에 대한 인식제고 및 기업 정보보호 수준 제고를 위하여 노력하고 있다. 그리고 공동수검 추진을 통한 수수료 할인 혜택 부여 등으로 조기수검을 유도하고 영세업체의 경우 현장방문을 통한 취약점 점검 및 보호조치 지원 등 기술자문을 지원하였다.

특히, 안전진단 제도의 실효성 확보를

위하여 안전진단수행기관의 자격요건 및 지정 취소, 정보보호심사원 제도 도입 등의 법령 개정을 추진 중에 있다.

2009년도 정보보호 안전진단대상자는 247개 업체로 2008년(232개사)에 비해 6% 증가하였다. 아래 표에 보이는 것과 같이 안전진단대상자는 매년 증가 추세를 보이고 있어 정보통신서비스사업자의 보안 수준 향상에 기여하고 있다.

2009년 안전진단수행기관은 20개 업체로 다음 표와 같다.

특히, 정보보호 안전진단의 시행초기(2004년)에 39%에 머물던 안전진단대상자의 정보보호 수준이 2008년도 평가결과 93%로 개선되었다. 이는 안전진단을 통하여 정보보호 정책수립, 조직구성, 정보보호시스템 구축 등의 정보보호 이행현황을 지속적으로 점검한 결과에 의한 것으로 평가된다.

<표 III-81> 안전진단 수행기관 지정 업체

역무구분	안전진단 수행 지정업체
정보보호컨설팅 전문업체(7개)	(주)A3시큐리티, (주)안철수연구소, 시큐아이닷컴(주), STG시큐리티(주), 인포섹(주), 롯데정보통신(주), (주)인젠
회계법인(2개)	딜로이트 안진회계법인, 언스트앤영어드바이저리
감리법인(3개)	(주)씨에이에스, (주)한국전산감리원, (주)한국IT감리컨설팅
보안업체(6개)	넷시큐어테크놀로지(주), (주)인젠시큐리티서비스, (주)정보보호기술, 엔코딩패스(주), (주)이글루시큐리티, KCC시큐리티(주)
SI업체(1개)	한국통신인터넷기술(주)
ISP업체(1개)	(주)KT

5) 정보보호관리체계(ISMS) 인증제도

정보보호관리체계(ISMS) 인증제도는 정보통신망법에 근거하여 2002년부터 추진한 사업으로 기업의 자율적 신청에 의하여 자사가 구축·운영하고 있는 정보보호관리체계가 법적 기준에 적합한지 여부를 판단해 주는 제도이다. 본 제도를 통하여 기업의 자율적 정보보호를 강화하고 정보 자산 유출 및 피해를 사전에 예방 및 대응하는 데 기여해 왔다.

2009년에는 19건의 정보보호관리체계(ISMS) 인증서를 발급하여 2008년 12건에 비해 58.3% 증가하는 성과를 거두었다. 이

는 7.7 DDoS 공격과 같은 사이버침해가 고도화·지능화되고, 이에 따른 피해가 커짐에 따라 기업들의 보안인식이 바뀌어 가고 있는 것이 동인으로 해석된다. 특히 2009년에는 인터넷을 이용하여 학위를 취득할 수 있는 사이버대학 19개중 90% 이상인 17개 대학이 인증을 취득하는 성과가 있었다.

한편, 정보보호관리체계 인증제도의 활성화를 위하여 인증취득기관에 최신 정보 보호 동향 및 ISMS 인증 제도의 추진 현황을 소개하고 정보 공유의 장을 제공하기 위하여 세미나 및 워크숍을 개최하였다.

<표 III-82> ISMS 인증서 발급 건수 추이

구 분	2006년	2007년	2008년	2009년
인증서 발급 누적 건수	38	46	58	77
인증서 신규 발급 건수	4	8	12	19

특히, 매년 인증심사를 통해 발견된 결함보고서를 분석하여, 빈도수가 높은 상위 10개의 취약점 목록을 조치 방안과 같이 배포하여 인증취득기관이 반복적으로 발견되는 취약점을 인식하고 개선하도록 지원하였다. 2009년의 경우 531건의 결함사항을 발견하여 보완 조치하도록 하였다.

6) 융합서비스 대응체계 구축

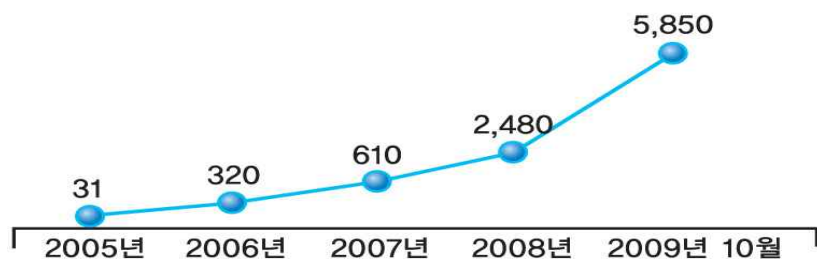
인터넷전화(VoIP), IPTV 등 인터넷을 기반으로 하는 응용서비스가 활성화되고 다양해짐에 따라 해킹의 대상과 위협이 더욱 증가할 가능성이 크다. 2009년에 수행한 융합서비스 관련 대응체계 구축은 VoIP, IPTV, 무선환경 분야에서 이루어졌다.

대표적인 방송통신 융합서비스인 인터넷전화는 최근 번호이동 간편화 및 통신요금 인하 등의 정부정책과 기업의 TPS

(전화+인터넷+TV) 정책에 따른 시장공략으로 가입자가 급격한 증가하고 있다.

이에 따라 2009년에는 인터넷전화의 안정성과 신뢰성을 확보하고 침해사고 위협에 대응하기 위해, 2007년에 마련해 놓은 VoIP 정보보호 가이드라인을 기반으로 인터넷전화 사업자들의 보안조치 현황을 점검할 수 있는 기술적·관리적·물리적 조사항목 50개를 개발하여, 24개 인터넷전화 사업자들의 정보보호 의식 및 현황 등에 관한 실태조사를 실시했다. 실태조사 결과, 암호화 통신, 해킹, DDoS 등 VoIP에 특화된 침해사고를 탐지하고 차단할 수 있는 정보보호 체계 강화가 요구되었으며, 영세 별정사업자의 경우에는 보안장비 및 전담 인력 보유 등이 미비한 수준으로 나타났다. 이는 2010년 인터넷전화사업자의 보안대책 수립에 반영할 예정이다.

<그림 III-27> 국내 인터넷전화 가입자 수



<표 III-83> 실시간 IPTV 가입자 현황

사업자	KT	SK브로드밴드	LG데이콤	합계
서비스명	쿱TV	브로드앤TV	myLGTV	
실시간	100.8만명	40.2만명	33만명	174만명

그리고, 이와 더불어 국내 VoIP 사업자와 유사한 시험환경을 구축하고, 상용 서비스망과 연동함으로써 VoIP 주요장비(전화기, 교환기 등)의 다양한 취약성을 테스트하고 분석할 수 있는 기반을 마련하였다. 또한 원격에서 자동으로 VoIP 보안 취약성을 점검할 수 있는 도구를 개발하였고, 이를 이용하여 VoIP 주요장비에 대한 취약성을 테스트하고 그 결과를 사업자와 공유하는 등 VoIP 침해사고 대응을 위한 토대를 마련하는 성과를 이루었다.

IPTV 서비스는 2009년 기준으로 국내 실시간 IPTV 가입자는 172만 8천여 명에 이르며, VoD 서비스 가입자를 포함할 경우 200만 명이 넘는 것으로 파악되고 있다.

IPTV 서비스 가입자가 늘어나고 이용률이 높아질수록 침해사고 위협 발생률 또한 증가할 수 있다. 이에 따라 IPTV 서비스에 대한 정보보호 위협을 분석하고 대응방안을 마련하기 위하여 다양한 유형의 침해사고 시나리오를 도출하였고, IPTV

사업자들이 안전한 서비스를 제공하기 위해 필요한 정보보호 조치 안내서를 개발하여 보급하였다.

또한, 국내 스마트폰 보급(현재 약 80만 대) 및 이용률이 증가함에 따라 모바일 악성코드 발생 위협도 증가하고 있다. 아직까지 국내에서 모바일 악성코드가 발견된 경우는 없으나, 무선 인터넷 이용인구의 증가로 인한 스마트폰 이용이 점차로 확산되면서 이를 대비한 민·관 협력체계 유지, 모바일 악성코드 대응절차 안내서의 개발, 발생 가능한 침해사고 유형 분석 등의 안전한 모바일 인터넷 환경 조성에 주력하였다.

7) 암호이용활성화

국내에서는 1999년 국산 암호 SEED¹⁴⁾ 개발을 시작으로 정보주권 확립에 필요한

14) SEED는 메시지를 특정 크기로 나뉘서 암호화하는 블록암호 알고리즘의 하나로, 1999년 KISA 및 국내 암호기술 전문가들을 중심으로 개발, 국내 정보보호의 씨앗이 되라는 의미에서 'SEED'로 명명됨

<표 III-84> SEED 국내/외 보급 현황

(단위 : 건)

구 분	1999~2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	합계
국내	1,076	480	675	632	1,117	3,980
국외	86	25	38	13	33	195
총계	1,162	505	713	645	1,150	4,175

주 : 2009. 11. 기준

전략 기술로 국산 암호기술 개발 및 이용 확대를 위한 다양한 활동을 추진해왔다. 특히, DB 해킹에 의한 주민번호 도용이나 내부자에 의한 개인정보 유출 사건 등 최근 급증하는 개인정보 유·노출 사고에 대한 가장 근본적인 대책으로 암호 기술이 부각되고 있다. 이에 따라 KISA는 지난 수년간 암호 기술 및 제품의 이용 활성화를 위한 다양한 사업을 추진 중이며, 2009년에는 다음과 같은 활동을 추진하였다.

국산 암호기술 SEED의 경우, 1999년 개발된 이후로 금융을 비롯한 다양한 분야, 다양한 정보보호 제품 및 서비스에 적용

되어 활용되고 있다. 특히 국외의 경우, 2005년 ISO/IEC와 IETF 국제 표준 암호 알고리즘으로 채택된 이후로 캐나다, 영국, 미국 등의 하드웨어보안모듈 장비 업체를 비롯한 국외 195개 업체에 보급되었고, 지속적으로 보급건수가 증가하고 있다.

또한, SEED 이용을 위한 기반 마련을 위해 KISA는 TLS¹⁵⁾ 등 보안 프로토콜에서 SEED 이용을 위한 표준과 다양한 운영체제 등에 SEED를 탑재하기 위한 노력을 진행해 왔다. 2009년에는 인터넷 전화의 암호화 통신에 SEED를 사용하기 위한 규격이 IETF 국제 표준(RFC 5669)으로 채택

<표 III-85> 2009년 SEED 이용 기반확대를 위한 S/W개발 및 탑재 현황

개발·탑재	일자	설명
Crypto++	2009. 3.	C++ 용 공개 암호 라이브러리로 v5.6.0df부터 탑재
NSS	2009. 3.	파이어폭스 등에서 이용하는 암호 라이브러리로 v3.12.3부터 탑재
PKCS#11	2009. 4.	RSA사에서 관리하는 암호토큰 인터페이스 표준으로 v2.3부터 포함

되었으며, C++용 공개 암호라이브러리 및 암호 토큰 인터페이스 표준인 PKCS#11에 SEED를 포함하는 등 국내·외적으로 다양한 활동을 전개하고 있다.

최근에는 모바일, 센서네트워크 등 자원 제한적인 IT환경의 등장으로 기존 암호기술을 보완하기 위한 경량화된 암호기술에 대한 연구가 활발히 진행됨에 따라, 국내에서는 2006년 저전력·경량 암호 HIGHT를 개발하여 2009년부터 소스코드 배포를 시작하였으며, 2011년까지 ISO/IEC 국제 표준 채택을 목표로 표준화를 추진 중이다.

국내 암호이용 활성화를 위해 KISA는 국내 IT서비스 제공업체 및 정보보호 업체를 대상으로 암호기술 및 제품에 대한 인식도, 활용도, 판매현황 등에 대해 2006년 실시한 실태조사 결과를 기반으로 "암호이용 활성화 추진계획"을 수립, 현재까지 다양한 암호기술 이용 가이드 및 SW가 개발·보급되고 있다. 대표적으로 인터넷 이용자를 대상으로 안전한 패스워드 사용을 유도하기 위해 2008년부터 패스워드 안전성 검증 SW를 보급하고 있는데, 2009

년에는 사용자 개인PC용 패스워드 자가진단 도구 및 보안 제품에 적용하기 위한 라이브러리를 개발하여 보급하고 있다. 또한, 이용자 패스워드의 안전성 강화를 위한 추가적인 활동으로 2009년에 키보드 입력 패스워드에 대한 해킹 문제를 근본적으로 해결하기 위한 패스워드 입력 대체수단을 개발하였으며, 향후 금융 및 기업업체 등을 대상으로 보급·적용해 나갈 예정이다.

나. 인터넷 침해사고 대응체계 고도화

IT의 급속한 발전에 따른 인터넷 망의 고도화는 신규 악성코드의 지속적 출현 및 사이버 공격의 심화로 인한 사회경제적 피해가 크게 증가하고 있다. 2009년 가장 대표적인 사이버공격의 형태는 분산 서비스거부공격(Distributed Denial of Service, DDoS)으로 금전갈취 목적의 중소기업 대상 협박성 DDoS공격이 만연하고 있고, 7.7 DDoS공격에서 볼 수 있듯이 국가 주요기관을 공격하여 사회적 혼란을 유발하는 등 침해사고 유형이 지능화, 조직화되고 있다.

1) 인터넷침해대응센터 운영

15) TLS(Transport Layer Security)은 암호기술을 이용하여 네트워크 상에 송수신되는 메시지의 유출 및 변경을 방지하기 위한 보안 프로토콜

방송통신위원회는 인터넷침해대응센터를 운영하여 국내 인터넷망의 상시 모니터링을 실시하여 취약점, 웜·바이러스 등 보안위협 및 인터넷 이상 징후를 조기에 탐지한 후 분석, 경보발령을 통하여 인터넷침해사고를 사전에 예방하고 피해확산을 방지하는 역할을 수행한다. 특히, 국내 정보통신서비스제공자(ISP), 백신업체, 보안관제업체 등과 상시적인 정보공유, 신속한 공동대응을 통하여 침해사고로 인한 사회적·경제적 손실을 최소화하고, 이용자가 신뢰할 수 있는 안전한 인터넷 서비스 환경을 구축하는 것이 주된 임무이다.

인터넷침해대응센터는 민간부문의 인터넷 침해사고에 효과적으로 대응하고, 보안업체, 인터넷 서비스사업자 등과 협조체제를 구축·운영하며, 국제적 침해사고 대응을 위한 창구역할을 수행하기 위하여 2003년 12월부터 운영하고 있다.

인터넷침해대응센터는 침해사고에 따른 조기대응을 강화하기 위해 종합상황실을 운영하여 KT, SK브로드밴드 등 국내 주요 정보통신사업자 및 관제업체의 네트워크 정보를 실시간으로 제공받아 365일 24시간 이상 징후를 모니터링 한다. 그리고 DDoS, 홈페이지 변조사고 등 주요 해킹사

고의 사고접수·처리 및 주요 해킹 사고, 웜·바이러스 감염 등에 대한 대국민 상담과 기술지원을 수행한다. 이와 함께 악성코드가 은닉되어 유포되는 홈페이지를 사전에 탐지하여 해당기관 및 업체에게 실시간 통보하여 피해를 최소화하는 등 초동대응을 담당하고 있다.

또한 인터넷 침해사고에 효과적으로 대응하기 위해 신규 출현 취약점과 웜·바이러스에 대한 정보를 수집하고 확산 가능성, 영향력 등의 위험도를 객관적인 지표로 평가하여, 심각성 수준에 따른 민간분야 위기경보를 발령하여 신속한 상황전파가 이루어지도록 하는 업무를 수행하고 있다. 이러한 인터넷 이상 징후 상시모니터링 및 대응을 통한 선제적 침해사고 예방 및 피해확산 방지 노력과 함께 Krcert 홈페이지에 최신 보안동향 및 침해사고 통계분석 정보를 제공함으로써 정부의 정보보호 정책수립 지원 및 대국민 보안인식 제고에 힘쓰고 있다.

지난 2월 MS 윈도우즈의 취약점을 악용하여 전파되는 컨피커(Conficker) 악성코드의 위협이 자체분석 결과 증가할 것으로 예상되어 (구)한국인터넷진흥원(NIDA)과 협력을 통하여 해당 악성코드가 사

<그림 III-28> 인터넷침해대응센터 업무 체계



용할 수 있는 국내 도메인에 대한 사전점검 및 도메인 제한 등 피해를 예방하기 위한 조치를 실시하였다.

또한, 동월 컨피커를 비롯한 2090 악성코드 등 USB를 통해 전파되는 악성코드가 증가하고 있는 것으로 확인되어 이에 대한 피해주의 긴급공지를 실시하여 유사 상황에 대비하도록 조치하였다.

지난해(2008년)와 마찬가지로 2009년도 MS 제품, Adobe, 미디어 플레이어 등 이용률이 높은 소프트웨어에 대한 취약점이 다수 발표되었다. 이는 운영체제의 보안성이 강화됨에 따라 응용프로그램 레벨에서의 취약점 분석으로 관심이 이동한 것으로 파악된다. 2009년에는 45여건의 소프트웨어 및 운영체제 보안취약점 주의공

지를 발표하였는데 이중 미디어 플레이어, 문서파일 등 소프트웨어에 대한 비중이 운영체제보다는 높은 것으로 나타나고 있다. 또한, 국내 홈페이지에 다수 적용된 ActiveX 컨트롤에 대한 자체적인 취약점 점검을 실시 한 결과 34개의 ActiveX 제품에서 취약점 발생 가능성을 확인하여 이에 대하여 개발업체에 조치요청을 하였다.

국내에서 이용되는 악성코드 제거프로그램 제품군 중 일부 성능미비로 인하여 이용자들에게 금전적 피해를 유발하는 제품들에 대한 실태조사가 상반기에 이뤄졌으며 87개사 134개 제품들의 성능 결과를 기반으로 시정조치(9건) 및 개선요청(14건)을 실시하였다.

홈페이지를 통하여 전파되는 악성코드로부터 이용자들을 보호하기 위하여 매일 20만여 개의 홈페이지에 대한 점검을 실시하였고 이를 바탕으로 7,352건의 악성코드 유포 사이트에 대한 조치가 이루어졌다.

국내 인터넷 이용환경의 안정성 제고를 위하여 이용자 및 ISP 등에 발생하는 해킹 피해를 저감하고, 피해발생시 즉각 대응을 수행하여 피해 확산 방지, 해킹 피해 재발 방지의 업무를 수행하고 있다.

이는 국내 인터넷 이용자들의 안전한 인터넷 사용 및 해킹사고에 대한 정확한 정보를 제공하고 또한 범국가적인 해킹 피해 발생시 신속한 차단을 위함이다. 국내 인터넷 환경에 맞게 "악성봇 등 악성코드 피해 예방", "주요 해킹사고 대응 및 기술지원을 통한 피해확산 방지", "해킹사고 대응능력 제고를 위한 기술 교육 실시" 등

의 상세 사업을 수행하고 있다.

방송통신위원회는 보안서비스 강화를 위하여 대국민 서비스를 제공하고 있으며 특히 홈페이지 보안도구 보급을 통하여 국내 홈페이지 보안성 강화에 큰 기여를 하고 있다. 휘슬(홈페이지 해킹통로 탐지 도구), 캐슬(홈페이지 보안 강화도구)는 각각 연간 7,080건, 954건이 보급되었으며, 현장 및 원격 침해사고 분석 기술지원도 77여건을 수행하여 홈페이지 보안성 강화를 지원하고 있다.

또한 악성봇 등 악성코드 피해 예방을 위하여 "DNS 싱크홀 운영 기관 확대"를 추진하였으며 2009년에 총 26개 기관에 확대 적용하였다. 악성봇 감염 확인시스템은 DNS 싱크홀의 정보를 재활용하는 것으로서 악성봇에 감염된 사용자들이 DNS 싱크홀 접속을 부지불식간에 시도한다는 점에 착안하여 제공하는 서비스이다.

<표 III-86> 각종 기술지원 및 보안도구 보급 현황

구 분	건수
캐슬/휘슬 보급	7,080건 / 954건
침해사고 분석 기술 지원	77건
DNS 싱크홀 적용 기관	26개 기관
싱크홀 적용 도메인	3,541개
악성봇 감염확인시스템	1,404,059건

<표 III-87> 상담 및 PC원격점검 현황

구 분	2008년	2009년 12월
전화상담	440	4,111
웹상담	992	991
PC원격점검	1,492	3,847
합계	2,924	8,949

2008년에 서비스가 개시된 후로 2009년은 140만 건의 탐지 점검을 확인하였다. 이를 통하여 이용자들이 악성봇 감염사실을 통지받고 이에 대해서 백신 설치 및 점검을 수행함으로써 이용자 PC 환경의 보안이 증대되는 효과를 가져왔다.

방송통신위원회에서는 또한, 국민들이 인터넷침해사고 예방을 위한 정보를 손쉽게 접할 수 있도록 보호나라 사이트(www.boho.or.kr)를 운영하고 있으며, 사이버 118 상담 및 PC원격점검을 통하여, 보안이 취약한 국민을 대상으로 보안사고 상담·조치 서비스를 제공하고 있다.

또한, 영세한 중소기업 웹사이트의 보안성이 강화될 수 있도록 원격 웹 취약점 점검서비스를 무료로 제공하고, 운영 사이트의 보안문제점과 조치방안을 안내하고

있다.

최근에는 해킹공격이 전문화 되며, 침해사고가 증가함에 따라, 신속하게 대응하기 위한 실력있는 전문가가 많이 필요한 실정이다. 따라서, 방송통신위원회에서는 올바른 정보보호 윤리관을 가진 전문가가 많이 배출될 수 있도록, 국내 정보보호 동아리 학생들을 대상으로 소양교육과 기술세미나를 실시하고 프로젝트 등을 지원하고 있다. 2009년도에는 31개 대학교 35개 동아리를 선정하여 정보보호 정책 아이디어공모전(3월), 학술대회(8월), 권역별 정보보호 세미나(5~11월), 실습 및 소양교육(6~9월)등을 개최하였다.

2) 국내·외 침해사고 협력체계 강화

방송통신위원회는 인터넷침해사고 분야

<표 III-88> 웹 취약점 원격점검 현황

2007년	2008년	2009년 12월
1,082건	1,520건	1,260건

국내·외 침해사고 협력체계 및 공동 대응활동 강화를 위하여, 첫째로 정보통신서비스제공자의 정보통신망에 중대한 침해사고가 발생한 때에 피해확산방지·사고 대응·복구 및 재발방지대책을 마련하고자 「정보통신망이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제48조의4에 의거 민·관 합동조사단 전문가 풀을 구성하고 있다.

둘째로 「민·관합동조사단 운영지침」 제2장 제5조(전문가 자격)에 의거 전문가 풀에 속한 전문가의 자격이 2년간 유효하여 2년 주기로 전문가 풀을 재구성하고 있으며, 평시에는 민·관합동조사단 전문가 간의 정보공유 및 상호 의견교류 강화를 위하여 세미나 및 워크숍을 개최하고 있다.

특히, 금년에는 전문가들이 희망하는 6개 분야의 실무분과('DDoS & Botnet', 'IPTV & VoIP', '가상화/클라우드 컴퓨팅 환경에서의 보안대책' 등)를 구성하여 분과별 주요 이슈 및 대응방법 등에 대하여 심도있는 논의가 이루어지는 등 전문가 역량강화를 위해 노력하였다.

셋째로 침해사고대응팀(CERT)을 구축·운영하는 기업 또는 기관들의 침해사고 대응기술 소개, 대응사례 공유 등을 통

해서 최신 기술 교류 및 협력의 장 마련하고자 년 1회 한국침해사고대응팀협의회(CONCERT)와 공동으로 해킹방지워크숍을 개최하고 있으며, 지난 2009년 11월 17일~18일, 양일간 양재동 서울교육문화회관에서 약 610명이 참석한 가운데 제13회 해킹방지워크숍을 개최하였다.

이 밖에도 민간 침해사고대응팀(CERT) 구축·운영 지원 및 국내 CERT 역량 강화를 위하여 중소기업 및 대학교에서 CERT를 구축하거나 준비중인 기관을 대상으로 CERT 구축 및 운영 교육을 2회에 걸쳐 실시한바 있다.

마지막으로 한국은 침해사고대응협력 관련 국제기구 활동을 지속적으로 추진하고 있다. 침해사고대응협력을 위해 FIRST, APCERT 등의 국제협의체에 가입하여 활동하고 있다.

FIRST(국제침해사고대응팀협의회)는 1990년에 조직되었으며 미주, 유럽, 아태 지역 및 아프리카 등 전 세계에 걸쳐 200여개의 침해사고대응팀을 회원으로 가진 비영리 국제기구이다.

학계, 정부기관, 대규모 네트워크 보유 기업 등의 침해사고대응팀들과 정보시스템 개발업체, 사법기관 그리고 정보보호

전문가들 등 광범위한 분야의 기관들로 구성되어 있다. 우리나라는 1998년 아시아 지역에서는 최초로 FIRST 정회원으로 가입하여 현재까지 꾸준한 활동을 펼쳐오고 있다.

APCERT(아·태침해사고대응팀협의회)는 아시아·태평양 지역내 침해사고대응팀 상호간의 협력을 장려 및 지원하기 위한 목적으로 설립되었으며, 현재 16개국 22개 CERT로 구성되어 있다. 한국은 운영위원 자격으로 APCERT 활동에 적극적으로 참여해왔으며, 특히 2005년, 2006년 두 차례 APCERT 차원의 국제공동모의훈련을 주도한 바 있다. 2008년 3월에는 홍콩에서 개최된 APCERT 연례 컨퍼런스에 참가하여 운영위원으로 재선된 바 있다. 그밖에도 한국은 미국 CERT/CC가 주최하는 National CSIRT Meeting에 꾸준히 참석하여 세계 각국의 국가 CERT와 교류하고 있으며, 침해사고대응협력 관련하여 APEC TEL SPSG 회의를 주도하는 등 활발한 활동을 펼치고 있다.

또한 아·태 정보보호 교육(APISEC)을 통하여 아·태 권역내 개발도상국들로 하여금 침해사고대응팀 구축을 활성화시키고, 그들의 역량 강화를 지원하기 위해 개

발도상국의 정보보호 및 IT 전문가를 초청하여 아·태 정보보호 교육과정을 실시하고 있다.

교육과정은 5일로 구성되어 있으며, 유럽 TERENA가 개발한 침해사고대응팀 구축·운영 정규 교육과정인 TRANSITS (Training of Network Security Incident Teams Staff)를 활용하여 침해사고대응팀의 조직분야(Organizational Module), 운영분야(Operational Module) 및 법률분야(Legal Module), 기술 분야(Technical Module) 등 모든 분야를 포괄한다.

3) 분산서비스거부공격(DDoS) 대응체계 시범 구축

DDoS 대응시스템 시범구축 대상 확대는 인터넷망 연동구간에서 DDoS 트래픽을 신속하게 탐지·차단함으로써 DDoS 피해를 최소화하고 ISP·MSO 등 사업자의 보안인식 제고와 정보보호 투자유도를 목적으로 2008년부터 진행하고 있다.

최근 7.7 DDoS 침해사고 등 DDoS 공격으로 인한 피해가 확산되고 있어 신속하고 정확한 DDoS 공격의 탐지 및 대응 필요성이 점차 확대되고 있는 상황이다.

2009년도에는 4개 ISP(KT, 드림라인, 세

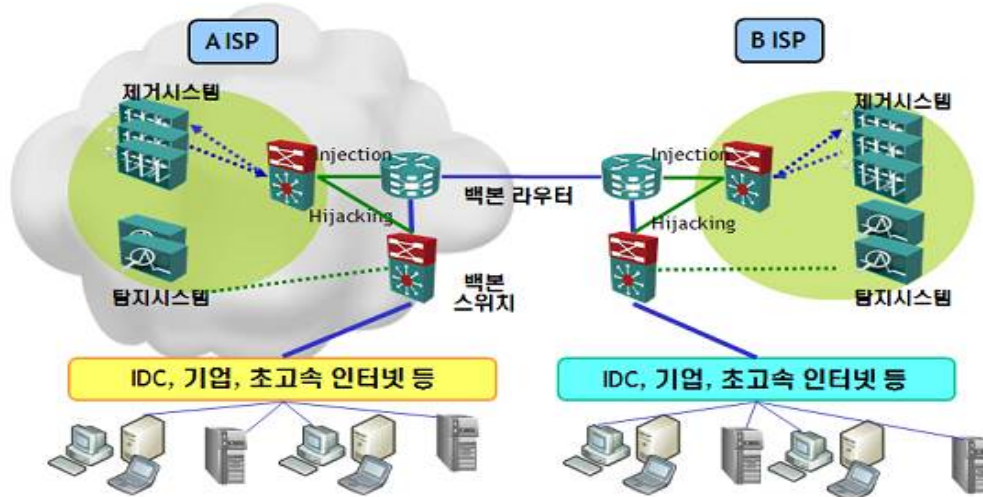
종텔레콤, 온세텔레콤)의 연동망 구간에 DDoS 대응시스템을 설치하였다. 또한 2008년 3개 ISP(LG데이콤, SK브로드밴드, SK네트웍스)에 구축한 DDoS 대응시스템을 운영해본 결과, 2009년 1월~10월까지 총 83건의 DDoS 공격을 탐지하였고 이중 공격규모가 큰 7건에 대하여 대응하였다.

최근 침해사고는 보안이 취약한 웹 서버를 해킹한 후 악성코드를 은닉하여 방문하는 인터넷이용자 PC를 악성코드에 감염시키거나, 웹 서버와 연결된 데이터베이스에 침투하여 개인정보를 유출하는 형태로 진화하고 있기 때문에 보안이 취약한 홈페이지에 대한 보안수준을 강화하는 것이 무엇보다도 필요하다. 이를 위하여 비

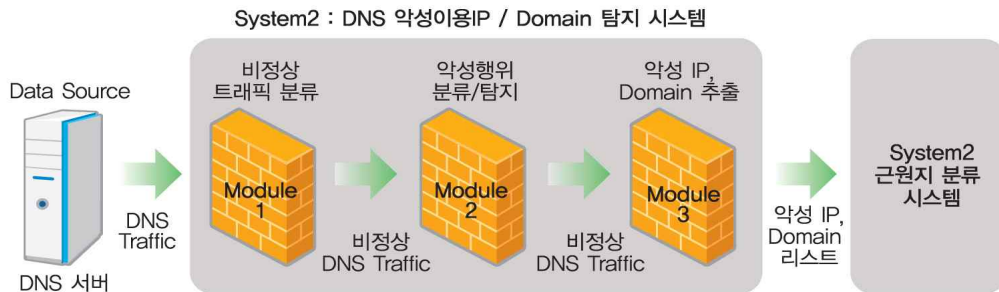
영리기관, 정보보호 투자 여력이 부족한 영세기업을 대상으로 웹 취약점을 원격에서 무료로 점검해주는 웹 취약점 원격 점검시스템에 대한 용량 증설(기존대비 2배)을 완료하고, 개선된 서비스를 2009년 11월부터 제공하고 있다.

2009년 7.7 DDoS 공격의 가장 큰 문제점은 명확하고 확실한 대응책이 부족하다는 것이다. 기존의 침해사고는 공격 대상 사이트에서 직접 대응해도 가능한 수준이었다. 그러나 DDoS 공격은 공격 대상 사이트에서 개별 대응으로는 방어에 한계가 있으며 홈페이지 서비스를 안정적으로 제공하면서 DDoS 공격을 완벽하게 방어하기란 어려운 실정이다.

<그림 III-29> 인터넷망 연동구간 DDoS 대응시스템 설치 개념도



<그림 III-30> 공격근원지 대응기술 시스템 구성도



이에 공격대상 사이트의 개별 대응이 아니라 DDoS 공격이 발생하기 이전부터 동향을 파악하고 DDoS 공격 징후를 판단할 수 있는 정보를 수집할 필요성이 제기되었다. 많은 공격자들은 공격에 악용하는 PC를 확보하기 위하여 악성봇 또는 악성코드를 사전에 배포하여 일반 이용자 PC를 감염시킨 후 공격에 가담할 네트워크를 구성한다. 이후 중앙에서 감염된 PC를 통제(C&C 서버¹⁶)하여 공격에 악용하는 것이다. 결국 많은 감염PC를 확보할 수록 파괴력 높은 공격력을 확보할 수 있는 것이다.

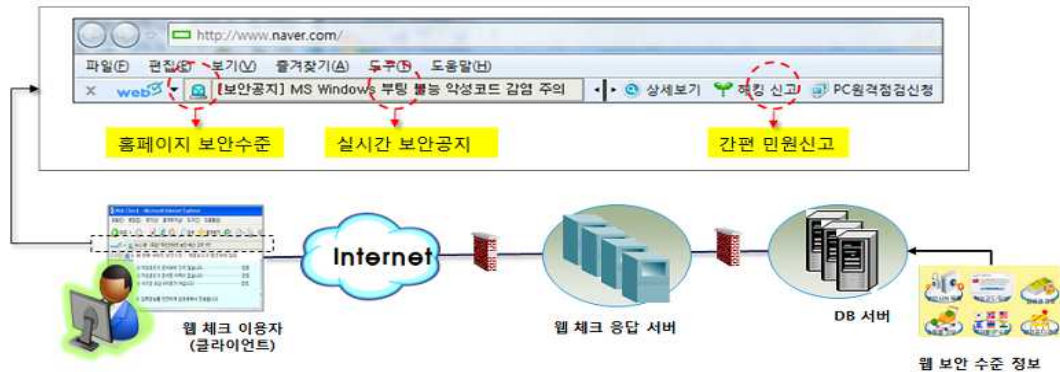
이러한 공격자의 일련의 행동을 파악한 결과 인터넷 상에서 공격자의 행위를 추적하기 위해서는 악성행위에 이용되는 C&C 주소를 탐지하는 기법을 연구하고

해당 연구 결과를 실제 방어 기법에 적용함을 목적으로 하고 있다.

공격 근원지 방어기법은 봇과 같이 근원지에도 피해를 입히는 경우를 제외하고는 기법의 적용으로 인해 직접적 이득을 보지 않기 때문에 널리 이용되지 않는다. 또한 곧바로 공격 여부를 알 수 있는 방어지에 비해 근원지는 네트워크 규모에서 관찰하지 않는 이상 개개의 컴퓨터에서는 공격의 발생을 탐지할 수 있는 정보가 많지 않다. 공격 근원지 방어기법의 장점은 공격 대상지가 공격 이전의 징후를 거의 알 수 없는 것에 반해 근원지에서는 공격코드들이 활동하는 징후를 보이며, 공격의 발생지를 상대적으로 정확히 탐지해낼 수 있다. 공격 대상지가 정상 트래픽과 공격 트래픽을 분류해야하는 어려움이 있는 것에 비해서 공격 근원지에서는 공격코드와 같은 공격 트래픽의 발생 근원을 제거할

16) 공격자가 운영하는 공격명령을 내리는 중앙 통제 서버로 Command & Control 서버의 약자이다.

<그림 III-31> 웹체크 툴바 기능 예



수 있는 입장에 있어 근본적 대책이 가능한 방어 위치라고 볼 수 있다.

근원지 대응을 성공적으로 수행하기 위해서는 대형 ISP와의 긴밀한 협조가 필요하다. 향후 근원지 대응기법의 확장을 통하여 잠재적인 공격 가담 PC인 악성봇 감염 PC의 치료 유도, DNS 싱크홀과의 연계를 기반으로 DDoS 공격 근원지 대응을 수행할 계획이다.

4) 이용자 및 웹 사이트 보안수준 강화

방송통신위원회는 방문하는 웹 사이트 내에 악성코드 은닉여부 등을 알려주어 감염을 예방하고, 신규 취약점 및 웹·바이러스 관련 예방 및 대응정보를 실시간으로 안내할 수 있도록 웹체크 툴바¹⁷⁾의 기능을 개선(~11월) 및 대국민 무료 배포

(2010.1.)함으로써, 이용자 환경의 보안성을 향상시켰다. 또한, 보급활성화를 위하여 포털을 통한 온라인 광고 및 우수 사용기 공모를 실시할 예정이다.

아울러, 향후 웹 사이트 보안수준 확인 시스템 운영을 통해 축적된 DB는 민간업체와 공유하여 국내 정보보호 수준향상에 기여할 계획이다.

5) 공공기관 정보보호 강화

이용자들의 인터넷 활용에서 공공기관 홈페이지가 차지하는 비중은 매우 높다. 그러나 홈페이지에 대한 해킹은 끊이지 않고 있으며 특히 홈페이지에 악성코드를 설치하여 방문자의 감염을 유도하는 사고가 지속적으로 발생하고 있다. 2008년과 2009년에 일어난 악성코드 관련 사고는 다음과 같다.

17) 이용자 PC의 웹 브라우저내에 부가적으로 설치되어 각종 편의기능을 제공하는 프로그램

<표 III-89> 악성코드 유포지/경유지 사고처리 건수

구 분	2008년 총계	2009년												2009년 총계
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
유포지	1,324	91	53	70	104	72	137	196	185	255	298	178	92	1,731
경유지	7,654	294	354	346	580	201	445	601	621	809	797	348	225	5,621
합 계	8,978	385	407	416	684	273	582	797	806	1,064	1,095	526	317	7,352

공격자는 홈페이지를 해킹한 후에 해킹 서버 재접속 및 재활용을 위하여 해킹 프로그램인 웹셀18)을 설치하고 있다. 이러한 프로그램은 백신 프로그램에서 탐지가 어려우며 일반 웹 프로그램과 동일한 방식으로 동작하기 때문에 관리자가 탐지하기 매우 어려운 상황이다.

이를 위해서 홈페이지 보안성을 강화하고 공공기관에서 사용하는 특수성을 감안하여 웹셀 탐지 프로그램인 대형사이트용 휘슬 프로그램을 본 사업에서 개발하였다. 2009년에 개발한 대형사이트용 휘슬의 특징은 다음과 같다.

- UNIX 운영체제 확대 지원
- 공공기관 및 대형 웹 호스팅 업체 지원을 위한 구조 변경
- 변경되거나 추가된 웹페이지만을 검

사하는 선택 검사 기능

- 대형 사이트 관리를 위한 관리자용 통합 관리 프로그램 신규 개발

현재 대형사이트용 휘슬 개발이 완료되어 국내 유수의 대형 웹호스팅 업체에 보급되었으며, 보급된 공공기관으로는 지방자치단체(시, 군, 구) 보안 관제를 수행하고 있는 한국지역정보개발원(KILID)에 보급되어 사용하고 있다.

6) 정보보호 예보체계 구축

국민들이 인터넷을 안심하고 이용할 수 있도록 국민체감형 정보보호 서비스를 제공하고자 정보보호 예보체계 구축을 시행하였다. 정보보호 예보체계 구축은 인터넷 위협정보를 적시에 제공하여 피해 확산을 방지하고 국민에게 친숙한 보안 정보를 제공함을 목적으로 하고 있다. 정보보호 예보 정보는 악성코드 정보 현황, 국

18) 웹 프로그램의 일종으로 원격에서 홈페이지를 운영하는 서버에 대한 통제권을 확보할 수 있는 해킹 도구

내 홈페이지 15만여 개 점검결과에 대한 악성코드 유포지/경유지에 대한 정보 분석을 통해서 국내 홈페이지 해킹 현황을 추출하고 있다. 또한 악성봇 감염 PC 분석을 통해서 국내 인터넷 이용자들의 감염 현황을 분석하여 정보를 제공하고 있다.

2009년 정보보호 예보 정보는 이용자들의 설문조사를 바탕으로 악성코드 현황, 홈페이지 해킹 현황, 악성봇 감염 현황 정보를 보호나라 홈페이지를 통하여 시범운영 중에 있다. 홈페이지에는 이용자들이 쉽게 이해할 수 있도록 정보보호 홍보대사인 "빼꼼" 캐릭터를 사용하여 제작하였다.

또한 홈페이지 해킹, 악성코드 현황의 단계를 날씨와 연계하여 표현함으로써 이용자들이 현재의 보안 단계를 직관적으로 이해할 수 있도록 하였다. 해당 아이콘의 사용으로 정보보호라는 딱딱한 이미지에서 일반인 누구나가 친근하게 다가가는 정보라는 인식을 심어주고 있다. 2010년에는 이러한 정보보호 예보 내역을 방송용 콘텐츠로 제작하여 지상파 및 CATV 등을 통하여 방송할 계획이며 다양한 홍보 영상을 제작하여 일반인들이 쉽게 이해할 수 있는 정보보호 예보 정보를 제공할

계획이다.

다. 인터넷상의 개인정보 보호 강화

개인정보보호는 이용자의 프라이버시 보호를 위해 필요함은 물론, 기업의 리스크 관리를 위해서도 중요하다. 기업이 개인정보를 제대로 관리되지 못할 경우에는 고객의 신뢰성 저하로 인하여 기업의 이미지가 크게 훼손될 수 있다. 최근 들어 기업의 개인정보 유출 사건에 대해 개인정보 유출 피해자들이 대규모 소송을 제기하고 있고, 일부 소송에서는 기업의 피해배상이 판결되는 점을 감안할 때 개인정보보호는 기업의 재무적 문제와도 직결된다고 볼 수 있다. 그럼에도 불구하고 기업 간 경쟁 심화에 따라 영리 극대화 및 업무 효율성 제고 등을 위해 개인정보의 제3자 제공 및 개인정보 취급의 위탁행위가 갈수록 증가하고 있고 이로 인해 개인정보에 접근하여 취급할 수 있는 자의 범위 또한 확대되어 개인정보의 유출 및 오·남용 위험성이 커짐에 따라 개인정보 취급위탁 등 관련 규정이 갈수록 강화되고 있다.

1) 개인정보 침해 사전 예방

민간부문의 개인정보를 보호하기 위해 제정된 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」(이하 정보통신망법)은 OECD에서 제시한 개인정보보호 8원칙을 수용하고 유럽연합의 개인정보보호지침을 고려해 개인정보의 수집·이용·제공에 따른 제반 사항을 규정하고 있다. 정보통신망법은 이용자의 권리를 보장하고 사업자의 의무를 강화하는 방향으로 총 8회 개

정되었다.

특히 2008년 말에 입법예고되어 현재 국회에 계류 중에 있는 정보통신망법 전부개정안은 다른 법률에서 정하고 있는 정보통신기반 고도화 및 위치정보 관련 사항 등을 통합하였으며, 해킹이나 개인정보 유출 등 인터넷 역기능 문제의 예방과 침해 발생 시의 원인분석 및 사후구제에 필요한 조치를 취할 수 있는 근거를 포함하고 있다.

<표 III-90> 정보통신망법 개인정보보호 규정 제·개정 현황

일 자	주요 내용
1999년 2월 8일	· 정보통신서비스 이용자의 개인정보 수집 시 동의, 목적외 이용 및 제3자 제공 금지조항 신설 · 이용자 자신의 개인정보 열람 및 오류 정정 요구권 신설
2000년 1월 16일	· 정보통신서비스제공자가 개인정보 취급 위탁 시 수탁자의 행위에 대한 책임조항 신설 · 준용사업자를 규제 대상에 포함 · 만 14세 미만 아동의 개인정보 수집 시 법정대리인의 동의조항 신설 · 개인정보분쟁조정위원회 설립 및 운영 근거조항 신설
2002년 12월 18일	· (구)한국정보보호진흥원에 개인정보 침해 시 자료 제출 및 검사권한 부여 조항 신설 · 개인정보를 부정한 목적으로 제공받은 자 처벌조항 신설
2004년 1월 29일	· 개인정보 수집 시 쿠키 설치에 대한 사항을 이용약관에 명시하는 조항 신설 · 개인정보 제3자 제공내역 열람 요구조항 신설 · 개인정보분쟁조정위원회에 5인 이하의 분쟁조정부 조항 신설
2004년 12월 30일	· (구)정보통신부에서 개인정보보호 기술의 개발 및 보급 시책 마련 조항 신설
2006년 10월 4일	· 사업자 규모 및 서비스에 따른 개인정보관리책임자 지정조항 신설 · 사업자가 개인정보 오류 정정 요구에 대한 수용이 어려운 경우 필요한 조치를 취한 후 개인정보를 제공 및 이용할 수 있도록 조항 수정
2007년 1월 26일	· 개인정보의 수집·이용·제공에 대한 고지 및 동의제도 개선·보완 · 개인정보의 취급위탁에 따른 관리·감독 강화
2008년 6월 13일	· 부당이득 환수를 위한 과징금제도 신설 · 과태료 부과 대상을 벌칙으로 상향 조정 · 누설된 개인정보를 제공받는 자에 대한 처벌 · 주민등록번호를 사용하지 않는 회원 가입방법 제공 의무화

방송통신위원회는 인터넷 웹사이트에서 주민등록번호의 과도한 수집·사용으로 인하여 발생하는 명의 도용 및 개인정보 침해문제를 해결하기 위하여 i-PIN 서비스를 도입 시행중에 있다. 이용자 입장에서 i-PIN을 활용하게 되면 주민등록번호를 제공하지 않게 되므로 주민등록번호 유출로 인한 명의도용, 개인정보 조취 등의 피해를 방지할 수 있게 되고, 사업자 입장에서는 이용자의 신원, 성별, 연령 등을 확실히 확인하는 동시에 주민등록번호는 보관하지 않으므로 개인정보보호를 위한 비용 부담이 감소한다는 장점이 있다.

방송통신위원회는 2008년 6월 “주민등록번호 외 회원가입방법”의 제공을 의무화하는 정보통신망법 개정을 통해 일정 기준에 해당하는 정보통신서비스제공자는 주민등록번호를 사용하지 않고 웹사이트 회원으로 가입할 수 있는 방법을 제공토록 하여 i-PIN 활성화를 위한 법적 기반을 마련하였다. 아울러, 2009년 3월에는 “인터넷상 주민등록번호 대체수단(i-PIN) 이용 활성화 기본계획”을 수립하여 2015년까지 인터넷상에서 주민등록번호를 사용하지 않도록 i-PIN의 보급 확대를 단계적으로 추진하기로 하였다.

“인터넷상 주민등록번호 대체수단(i-PIN) 이용 활성화 기본계획”은 1단계로 2011년까지 기존 i-PIN의 문제점을 개선하고 보급을 촉진하여 i-PIN의 이용 확산을 위한 인프라를 조성하고, 2단계로 2013년까지 조세, 금융을 제외한 모든 온라인 민간 분야에 i-PIN을 적용하고, 3단계로 2015년까지 조세, 금융을 포함한 모든 온라인 분야에 i-PIN을 적용하는 것을 주요 내용으로 하고 있다.

한편, 2009년 6월에는 i-PIN 이용 확대 및 대국민 인식제고를 위한 “2009 자기정보보호 캠페인”을 추진하였다. 동 캠페인을 통해 i-PIN의 한글이름으로 “온누리호패”를 선정하였고 캠페인 기간 중 2,600만 개 이상의 비밀번호를 변경하는 성과를 거두었다.

보안서버는 인터넷 상에서 개인정보를 암호화하여 안전하게 전송하는 서버로서 개인정보를 취급하는 웹사이트에서 기본적으로 갖추어야 할 개인정보보호 수단이다. 보안서버는 별도의 하드웨어 장치가 아니라 기존에 운영 중인 웹서버에 SSL(Secure Socket Layer) 인증서를 설치하거나 별도의 암호화 기능을 추가하는 소프트웨어적인 방식으로 구축된다.

2006년 9월 “개인정보보호 강화를 위한 보안서버 보급 확대방안”을 마련함으로써 민간부문을 포함한 범부처적인 보안서버 확산 기반을 마련한 이래 지속적으로 민간분야와 공공분야에 보안서버 보급을 확대하여 왔다. 2009년 10월에는 영세한 중·소규모 업체를 대상으로 보안서버 무료 보급 및 기술 지원을 실시한 바 있으며, 앞으로도 무료 지원사업은 확대 실시할 예정이다. 또한, 웹사이트 개발 단계에서 자율적인 보안서버 구축을 독려하기 위해 사전 점검체계를 운영하는 등 보안서버 확산을 위한 대책을 지속적으로 실시하여 보안서버 보급률을 선진국 수준으로 확대해 나갈 계획이다.

2008년 있었던 유명 온라인쇼핑몰의 개인정보 해킹 유출사건에서 알 수 있듯이 개인정보는 해커들이 매우 선호하는 중요한 정보라고 할 수 있다. 이에 따라 방송통신위원회는 2009년 8월 “개인정보의 기술적·관리적 보호조치 기준” 고시 개정을 통해 개인정보를 취급하는 정보통신서비스제공자로 하여금 주민등록번호, 계좌번호 등 중요한 개인정보에 대하여 암호화 저장을 의무화하였다. 암호화 저장을 하게 되면 해킹 등을 통해 개인정보가 유

출되더라도 암호 해독이 되지 않아 개인정보를 보호할 수 있다.

개인정보 침해사고를 사전에 방지하기 위하여 사업자와 이용자의 개인정보보호 인식을 제고하는 것이 중요하다. 방송통신위원회와 한국인터넷진흥원은 지속적으로 교육과 홍보를 실시하여 인터넷을 중심으로 개인정보보호 인식을 제고하기 위하여 노력하여 왔다.

개인정보보호 관련 법규 위반사업자에 대한 개인정보보호 조치 집합교육을 연 4회 실시하였고 기업의 개인정보관리책임자 및 담당자를 대상으로 개인정보보호 워크숍을 개최하여 다양한 정부 시책과 최신 개인정보보호 동향을 안내하고 기업 간 상호 정보 교류를 촉진하였다. 또한 “개인정보의 기술적·관리적 보호조치 기준” 개정(2009. 8.)으로 해당 사업자는 연 2회 개인정보보호 교육을 의무적으로 실시하여야 함에 따라 사업자들이 의무교육을 용이하게 받을 수 있도록 개인정보 보호 온라인 교육과정을 마련하였다.

개인정보보호에 대한 이용자의 인식을 높이기 위하여 2009년 6월에서 7월까지 지상파·종합유선·위성·IPTV 등 다양한 매체를 통해 개인정보보호 캠페인 광

고를 방송하였다. 광고 내용은 인터넷 상의 개인정보 유출의 심각성을 부각시킨 후 주민등록번호 대신 대체수단인 i-PIN 사용을 권장하는 내용으로 약 40초 분량으로 방영되었다. 또한, 전국적인 교육 네트워크를 보유하고 있는 KT 문화재단의 IT 서포터즈를 통해 전국적으로 개인정보 보호 순회교육을 실시 중에 있다.

2) 개인정보 유·노출 등 사고 대응

인터넷에 노출된 개인정보는 인터넷 상 대량 유포, 온·오프라인 불법거래, 불법스팸, 전화금융사기 등으로 추가 악용될 가능성이 크다. 따라서 개인정보 노출로 인한 추가적인 피해를 방지하기 위해서는 인터넷에 노출된 개인정보를 가능한 한 신속하게 찾아서 삭제하는 것이 매우 중요하다.

방송통신위원회는 2006년부터 구글 검색엔진을 활용하여 국내 웹사이트에 노출된 주민등록번호를 검색하여 삭제하는 조치를 실시하여 왔다. 동 조치를 통해 노출된 개인정보를 상당 부분 줄일 수 있었으나, 포털사의 검색엔진을 통해 찾아낼 수 있는 노출 개인정보는 전체의 일부분에 불과하고 찾아내는 시점도 노출 시점으로

부터 최대 90일이 소요되는 등 여러 가지 개선이 필요한 상황이었다. 이에 따라 2009년 11월, 포털사의 검색엔진을 통하지 않고 개인정보가 노출된 원래 웹사이트를 직접 검색하여 신속하게 조치할 수 있는 “개인정보 노출 대응시스템”을 구축하였다. 동 시스템을 통해 주민등록번호 외에도 계좌번호, 신용카드 번호 등 9개 항목의 개인정보 노출 여부를 신속하게 검색하여 노출 발견 시 즉시 삭제조치 등을 취할 수 있게 되었다.

아울러, 주요 포털 등과 개인정보 대량 유출에 대한 공동 대응 핫라인을 구축하였다. 2009년 시범 운영을 거쳐 2010년부터 동 시스템이 본격 가동되게 되면 인터넷 상에 노출된 개인정보는 획기적으로 줄어들 것으로 예상된다.

한국인의 주민등록번호가 중국 등 국외 인터넷 사이트에 노출되는 경우가 많이 발생하고 있다. 한국의 웹사이트에 회원가입을 위해서는 관행적으로 주민등록번호를 요구하는 경우가 많기 때문에 외국인들이 한국 사이트를 이용하고자 한국인의 주민등록번호를 도용하는 경우가 있기 때문이다. 현재 국외 사이트 중에는 중국 웹사이트가 주민등록번호 노출이 가장 심각

하게 발생하고 있다. 국외 사이트 주민등록번호 노출을 해결하기 위해서는 노출된 주민등록번호를 신속하게 찾아서 삭제하는 것과 해당국 유관기관 등과 협력을 강화하는 것 등이 필요하다.

방송통신위원회는 중국 등 국외 사이트 주민등록번호 노출 검색 및 삭제를 강화하기 위하여 포털사 검색엔진을 통한 중국어 검색주기를 2008년 격월 1회에서 2009년 월 2회로 개선하였고 검색언어에 대해서도 중국어 뿐만 아니라 45개 국가 언어로 확대하였다. 아울러, 국외 사이트의 주민등록번호 노출 발견 시 검색엔진 상에서 삭제할 수 있도록 해당 포털사에 삭제요청을 하는 한편, 주민등록번호가 노출된 원래 웹사이트에도 전화 및 이메일을 통해 직접 삭제 요청을 실시하였다. 또한 중국의 포털사를 활용한 주민등록번호 검색도 함께 실시하였다. 이를 통해 중국 사이트에 노출된 주민등록번호의 삭제율이 2009년에는 80% 이상에 이르렀고 지속적으로 삭제율을 높이기 위한 노력을 기울이고 있다.

3) 개인정보 자율 관리 환경 조성

개인정보 침해 사고를 사전에 예방하기

위해서는 사업자가 자율적으로 이용자의 개인정보를 안전하게 보호할 수 있는 환경을 만드는 것이 중요하다. 이에 따라 사업자가 신뢰할 수 있는 기관으로부터 개인정보의 관리 수준을 점검받고 이를 인증 받는 개인정보보호 관리체계(PIMS, Personal Information Management System) 인증제도를 개발하고 있다. 2009년 상반기에 개인정보 관리체계의 구축·운영 방법론 및 통제항목을 개발하였고, 하반기에 인증 심사기준을 연구하였으며, 10~12월에는 지금까지의 인증 방법 및 심사기준을 바탕으로 개인정보 관리체계 모의인증을 수행하여 심사항목의 적정성 여부를 점검하였다.

라. 위치정보의 보호 및 이용 촉진

위치정보는 이동성이 있는 물건이나 개인이 특정한 시간에 존재하거나 존재하였던 장소에 관한 정보로 정보통신 설비(주로 GPS나 Cell-ID 방식)를 통해 수집되는 정보이다. 특히 개인의 위치정보는 이용자의 편의성을 높이지만 개인정보와 결합하여 특정 개인의 활동영역 및 내역을 유추할 수 있어 위치정보 주체에 대한 침해가 발생 가능하다는 문제점이 있다. 이러한

점을 고려하여 2005년에 「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률」이 제정되어 개인 위치정보에 대한 보호의 기반을 마련하였다. 하지만 이동통신 등 모바일 환경이 고도화됨에 따라 개인 위치정보를 활용한 서비스가 늘어나고 있고, 납치 등 긴급 상황에서 휴대전화를 활용한 신속한 긴급구조 체계를 마련하는 것에 대한 사회적 요구가 증가하고 있다. 이러한 환경 변화를 고려하여 2009년에는 위치정보 제3자 제공 시 즉시 통보를 대신하여 적용할 수 있는 이용자 통보 규정을 마련하고 경찰에 위치정보 제공 요청권을 부여하는 「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률」(이하 위치정보법)의 정비를 추진하고 있다.

1) 사회안전망으로서의 위치정보 이용 고도화 방안 마련

위치정보사업자로부터 위치정보 제공을 요청할 수 있는 기관이 「재난 및 안전관리기본법」에 따른 긴급구조기관(소방방재청, 해양경찰청)으로 한정되어 있어 납치나 실종이 발생한 경우 범죄피해자 등 신고자의 위치 파악이 매우 중요함에도 불구하고 경찰은 위치정보를 이용할 수 없

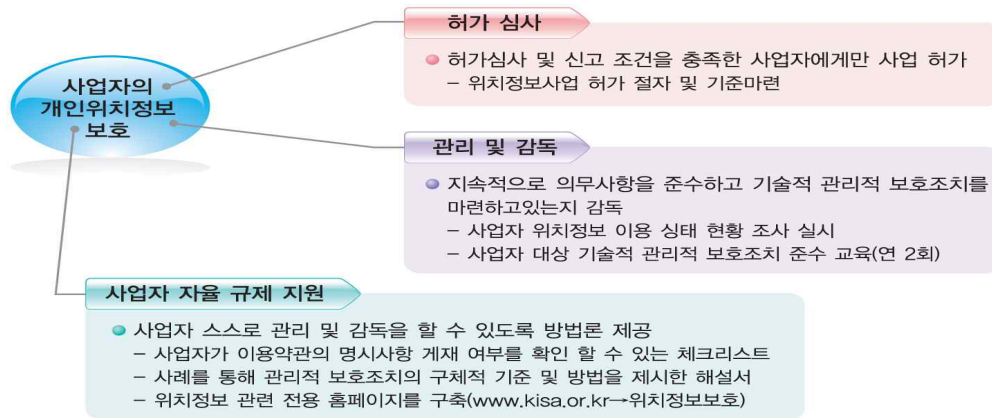
어 신속한 범죄 대응에 어려움이 있다. 이에 따라 방송통신위원회는 2008년 11월, 경찰에 위치정보의 제공 요청권을 부여하는 내용을 반영하여 위치정보법을 통합하는 정보통신망법 전부개정안을 국회에 제출하였다.

또한 긴급한 위험에 처한 국민을 적시에 구조하기 위해서는 정확한 위치정보가 필요하나, 현재 휴대전화의 위치정보가 도심의 경우 약 500m~1km, 외곽의 경우 약 1~5km의 정확도 오차가 발생하고 있어 건물 밀집지역이나 산악지형의 경우 수색범위가 광범위하여 구조에 많은 애로 사항이 있었다. 이에 따라 현재 국회에 제출되어 있는 정보통신망법 전부개정안에서는 정부가 위치정확도의 기준을 설정할 수 있는 근거 조항을 추가하였으며 관계 기관(LBS산업협의회, TTA)에서 국내 환경에 적합한 위치정확도 품질평가 기준(안)을 마련하고 표준화를 추진 중에 있다.

2) 효율적인 위치정보 사업자 규제

방송통신위원회는 사업자의 개인위치정보에 대한 보호 의식을 높이고 사업자에 대한 사전·사후 규제를 효율적으로 시행하기 위해 다양한 사업을 수행하였다. 먼

<그림 III-32> 위치정보 사업자 규제 업무 개요



저 위치정보사업자에 대한 인허가 심사를 시행하여 사업자가 적절한 보호수준을 갖춰 위치정보사업을 하도록 하였다. 또한 위치정보사업자 및 위치기반사업자를 대상으로 하는 사업자 설명회 등을 통해 개인위치정보 보호조치에 관한 교육을 실시하였다.

마. 건전한 인터넷 이용환경 조성

인터넷은 현대 사회의 핵심적 미디어로써 시공을 초월한 담론으로 등장하였다. 인터넷 이용을 통한 이용자의 참여 문화 확산으로 인터넷 이용자가 소극적 정보수용자에서 적극적인 정보생산자 및 유통자로 변화되었다. 또한 인터넷 이용은 소수에 의한 정보독점에서 다수자에 의한 정보의 생산 및 공유의 확대를 가져왔다. 이

러한 인터넷 순기능 이면에는 불법유통 정보의 유통, 타인에 대한 인신공격, 사생활 침해 등의 인터넷 역기능 확산으로 인해 고통 받는 인터넷 이용자가 발생하고 있으며 막대한 사회·경제적 손실이 초래되고 있다.

이러한 인터넷 이용 환경에 대응하기 위해 방송통신위원회에서는 인터넷상의 게시판, 댓글의 폐해를 규제하기 위해 인터넷 게시판 이용자의 최소 인적정보를 확인하는 '본인확인제도'를 실시하고 있으며, 창의적 표현과 타인 콘텐츠의 올바른 이해 및 활용을 위한 인터넷리터러시·인터넷 윤리 소양 교육에 대한 확산 등을 통한 인터넷 윤리 교육 및 연구체계 확립과 건전하고 생산적인 인터넷 이용문화의 자율적 정착 및 확산을 위한 민관협력 활동

의 강화에 대한 필요성을 인식하고 아래와 같은 사업들을 진행하고 있다.

1) 본인확인제 시행

본인확인제도는 인터넷 이용이 급속하게 확산되면서 발생하는 악성댓글 등 인터넷 게시판의 역기능 현상에 대응하여 인터넷 게시판 이용자의 책임의식을 제고하여 건전한 인터넷 이용문화를 조성하려는 취지에서 2007년부터 시행되고 있으며 2009년 현재, 일평균 이용자수 10만 명 이상인 153개 사이트에 적용하여 시행되고 있다.

2) 인터넷 윤리 소양 교육 시행

최근 방송통신위원회는 인터넷 윤리 의식을 제고하기 위한 '인터넷 미디어·윤리 교실' 교육 사업을 추진하여 전국 240개 초·중등학교 학생들에게 인터넷 미디어 기기 보급과 제작·윤리교육을 동시에 수행하고 있다. 이를 통해 인터넷의 주 이용계층

인 학생들은 인터넷 사회의 진입단계에서부터 인터넷을 잘 활용할 수 있도록 자발적 학습을 통해 체득할 수 있다. 또한 초·중·고등학생을 대상으로 인터넷 윤리강화를 위한 찾아가는 윤리교실을 전국단위로 개최하여 교육을 시행하였으며, 여름방학에는 청소년 인터넷 윤리 캠프를 개최하는 등 다양한 방식으로 교육 사업을 추진하고 있다.

3) 인터넷윤리 홍보활동 전개

방송통신위원회는 대국민 인터넷 윤리의 사회적 분위기 조성을 위한 홍보활동을 강화해나가고 있다. 이미 올해 4월과 6월에는 사이버폭력, 허위사실유포 등의 예방을 소재로 하는 광고가 TV·라디오를 통해 방영되었으며 관련하여 신문광고 및 좌담회 형식의 기사가 게재되었다.

방송통신위원회는 인터넷윤리 홍보와 관련하여 올해 '의식 형성기'를 시작으로 '환경 구축기'를 거쳐 '의식 확산기' 등 단

<표 III-91> 2009년 본인확인제 적용대상 사이트 공시 결과

(단위 : 개)

교육	금융	언론	비즈니스	생활레저	쇼핑경매	엔터테인먼트	인터넷서비스	포탈	총계
4(3)	6(6)	30(30)	10(8)	9(8)	30(28)	32(29)	13(9)	19(17)	153(138)

※ ()은 사업자 수. 사업자가 중복되는 경우는 한 개의 분류에만 셈함.

<표 III-92> 전국 240개 ‘인터넷미디어 교실’ 운영현황

- 총계 (초등학교 + 중학교)

(단위 : 개교/명)

구 분	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	합계
학교수	29	6	6	10	9	8	3	46	117
학생수	2,153	359	649	614	538	466	297	3,039	8,115
구 분	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	합계
학교수	19	8	18	25	12	12	26	3	123
학생수	1,145	440	1,012	1,249	529	657	1,529	741	7,302

계별 홍보계획을 수립하고 단계에 맞는 TV, 라디오, 신문, 포털사 등 매체별 광고를 송출하여 이를 토대로 중·장기적인 인터넷 윤리강화를 위한 사회적 의식제고 활동을 보다 적극적으로 추진할 예정이다.

4) 불법·유해 정보 차단기반 마련

정보통신망법 제44조의7 제1항은 어느 누구도 정보통신망을 통하여 불법유해정보를 유통할 수 없도록 하고 있으며, 이의 실효성을 담보하기 위해 방송통신심의위원회의 심의를 거쳐 정보통신서비스 제공자 또는 게시판 관리·운영자로 하여금 그 취급을 거부·정지 또는 제한을 명할 수 있도록 하거나 명하도록 하고 있다.

나아가 P2P·웹하드 서비스를 통한 불법유해 정보 유통 차단 시스템을 개발·구축하여, 사업자에 대한 기술지원 서비스

를 준비하고 있다. 또한, 민간 P2P 서비스 사업자가 자율적으로 음란물 유통을 차단하는 노력을 하도록 독려를 하는 차원에서 인증마크를 부여할 예정이다.

5) 스팸 감축 및 대응체계 구축

최근 정보통신서비스는 다양한 디지털 융·복합기술의 등장으로 급격한 변화를 겪고 있으며, 이러한 변화는 유익한 정보뿐만 아니라 각종 불법광고, 사기, 대출 등 온라인 사행성 정보의 범람이 사회적 문제를 야기하고 있다.

방송통신위원회는 영리목적의 광고성 정보(이하, ‘스팸’이라고 함)에 대한 유통 질서를 제도적으로 정립하고 시장상황 변화에 대응하여 합리적인 이용질서가 정립될 수 있도록 제도개선 노력과 불법행위에 대한 단속을 지속적으로 전개하였으며

전년도에 이어 2009년에도 스팸방지 노력을 강화함으로써, 2004년에 비해 2009년도의 이용자 1인당 스팸수신량은 휴대전화 스팸의 경우 74%, 이메일 스팸의 경우 84% 이상 감소하였다.

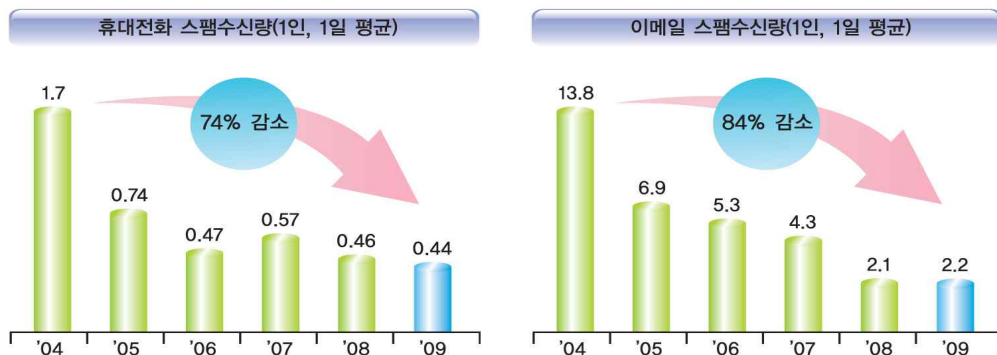
한편, 인터넷 등 정보통신서비스 이용의 건전성을 제고하기 위해 사전수신동의 예외규정 축소(통신판매업자 사전수신 동의)와 불법광고성 정보전송자(악성 스팸머)에 대한 한국인터넷진흥원과 통신사간 정보공유에 대한 정보통신망법 개정안에 대한 시행령 개정안을 마련하였고, 이용자의 윤리의식 제고 및 불법 휴대전화 명의대여의 심각성과 폐해를 인식시키기 위해 방송통신위원회는 한국인터넷진흥원 및 이통사와 함께 명의대여 휴대전화 개통 방지 캠페인을 시행하였다.

또한, 방송통신위원회는 지능화되는 불

법스팸에 대한 사후적 대응의 한계를 인식하고 사전 예방차원의 종합적인 대응방안을 강구하여 2009년 10월, 「스팸방지 종합대책」을 마련하였다.

종합대책은 휴대전화, 이메일 등 총 4개의 영역에서 15개 세부과제를 포함하고 있다. 휴대전화의 경우 스팸의 발송 단계별로 대응방안을 제시하는 한편, 좀비PC에서 발송되는 이메일 스팸을 방지하기 위한 대책도 마련되었다. 또한 고질적인 문제로 지적되는 과태료 징수율을 높이기 위해 행정안전부의 '주민등록 등초본', 국토해양부의 '차량등록 원부'를 활용하여 체납자 추적관리 기반을 강화하였고, 법률 위반 경중에 따라 과태료 금액을 합리적으로 재조정하는 정보통신망법 시행령 개정안을 마련함으로써 적극적인 징수활동을 이행하기로 하였다.

<그림 III-33> 이용자 1인당 일평균 스팸 수신량 추이



<표 Ⅲ-93> 광고 캠페인 현황

광고 내용	광고 방법	시행일
라디오 광고	방송 3사(MBC, KBS, SBS) 라디오 프로그램 광고	12. 1 ~ 12. 31
휴대폰 불법 명의대여 방지 포스터 광고	이통사 3사 대리점 및 판매점에 포스터 부착	12. 1 ~

아울러, 2008년 9월, 방송통신위원회는 「사법경찰관리의 직무를 수행할 자와 그 직무범위에 관한 법률」 개정을 통해 스캠에 대한 사법경찰권을 부여받아 불법스캠 단속의 실효성을 높이고, 불법스캠 대응을 위해 관계기관과의 업무 협조를 강화하였다. 이에 따라 2009년 10월, 방송통신위원회는 스캠 신고 접수 및 기초조사를 담당하는 한국인터넷진흥원과 실제 스캠 수사 담당기관인 중앙전파관리소의 원활한 업무 처리를 위해 ‘수사지원관리 시스템’ 구축을 완료하였다. 이를 통해 형사 처벌 대상자를 신속히 수사하기 위한 기틀이 마련되었다.

2. 네트워크 고도화 및 이용 활성화

가. 방송통신망 고도화

네트워크의 고도화와 관련하여 우리나라는 2004년부터 일찍이 구축한 초고속 정보통신망보다 전송속도가 50배 이상 빠른 BcN(Broadband Convergence Network, 광대역 통합망)을 구축하여, IPTV와 인터넷영상전화 등 신규 융합서비스 제공 기반 마련을 마련하고 광대역 무선망(HSDPA, WiBro, WiFi) 서비스를 확산시켜나가고 있다.

인 맞춤형 서비스, 상황인식 기반 지능형 서비스 및 초고화질, 다채널의 리치미디어 서비스 등의 신규 미래 방송통신서비스의 출현 및 폭발적인 수요에 대비하고 산업 진흥과 이용자, 수혜자 두 측면에서 무게 중심을 고르게 하는 추진 전략으로 상용화 투자 계획과 정책, 제도적 이슈를 도출하여, 미래 네트워크 진화 방향을 확실히 제시할 수 있도록 역량을 집중하고자 한다. 이에 따라 이종네트워크간 이동성 제공과 상호연동을 통해서 유무선 네트워크 통합과 서비스 확산의 목적을 달성하고 광대역통합망 이후 도래할 초광대역 네트

<표 III-94> 2009년 가입자망 기술별 가입자 수

2009. 11월	유선				무선		
	VDSL	LAN	HFC	FTTH	HSDPA	WLAN	WiBro
가입자 수 (단위: 만)	194	540	191	237	2,409	44	31
	유선 : 1,162만 가구				무선 : 2,484 만 명		
	합계 3,646만 가입자						

지금까지의 네트워크는 유선과 무선, 방송 영역이 명확히 구분되어 각자의 사업 영역에서 서비스 및 기술이 발전되어 왔다. 그러나 최근 서비스와 네트워크의 통합이 가속화 되면서 서비스별로 명확히 구분되어 온 수직화 된 산업 영역의 경계가 허물어짐에 따라, 다중융합서비스, 개

워크 인프라가 필요한 미래 사회에 대한 준비를 마련하여, 방송통신 고도화, 미래 네트워크 연구기반 조성 및 융합 서비스 활성화를 통해 융합인프라의 세계적 선도를 추진하고자 한다.

이러한 네트워크의 고도화와 관련된 2009년 방송통신위원회의 노력을 정리하

면 다음과 같다.

1) BcN의 활성화

방송통신위원회는 BcN의 활성화 및 확산을 위하여 지속적으로 노력하였다. 구체적으로는 우선 ① 2009년에는 3 스크린 기반 서비스 이동, 모바일 IPTV, 모바일 VoIP와 WiBro 펌토셀 시범서비스 등 신규 서비스 모델 발굴하고 멀티모드 단말 기반(WLAN, HSDPA, WiBro, EVDO) 이종망간 이동을 통한 서비스 이동성을 개발하였다. ② 영상회의 상호연동 규격 시험·검증 및 유무선간 인스턴트메세징(IM) 상호연동 규격 수립 등과 같은 상호호환성을 확보하는 데 주력했으며, ③ 사업자 이용약관을 반영하여 다운로드 속도 30M이상 등 100M급 인터넷 최저보장속도 설정 및 유선 IPTV, WiBro, HSDPA 서비스 품질기준과 품질측정 기법을 마련하였다. ④ 또한, 인터넷, 유선전화, VoD서

비스 품질측정 S/W 개발을 통하여 품질측정시스템을 고도화시켰으며 이와 관련된 통신서비스 품질관리 종합계획 및 정책 집행을 위한 법제도 개선방안을 마련하였다.

이러한 BcN의 가입자는 2009년 11월 기준 이미 3,646만 명을(유선 1,162만 가구, 무선 2,484만 가입자) 확보하여 2009년 목표인 2,830만 명 대비 815만 명(28.8%)을 초과 달성하였다.

2) 네트워크 고도화

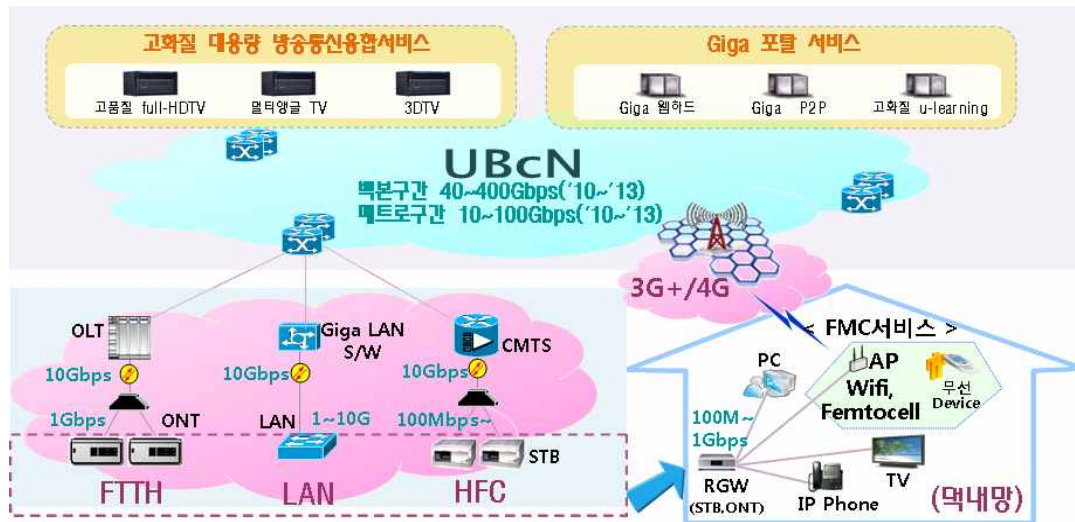
방송통신위원회는 방송통신융합 서비스를 제공하기 위하여 네트워크에 대한 고도화사업을 추진하였으며 이를 위하여 2009년 1월에는 ‘방송통신망 중장기 발전계획’을 수립하여 그간의 실적을 평가·분석하여 이를 바탕으로 추진전략과 서비스 모델의 발굴 및 표준화 그리고 법·제도 개선 방안을 제시하였고 이에 따라 향후

<표 III-95> 연도별 BcN 보급 목표

(단위: 만)

구분	2007년(실적)	2008년(실적)	2009년		2010년(계획)
			계획	실적	
유선(세대수)	701	962	1,100	1,162	1,200
무선(가입자수)	563	1,674	1,730	2,484	2,800
계	1,264	2,636	2,830	3,646	3,500

<그림 III-34> Giga 인터넷 개념도



BcN(50~100Mbps)보다 전송속도가 10배 빠른 네트워크를 통하여 3차원 영상의 등 대용량 디지털콘텐츠 서비스제공이 가능한 Giga인터넷서비스 기반 구축을 수립하였다.

2009년도에는 10Gbps급 KOREN을 백본망으로 하여 서울, 수원, 광주, 부산 구간에 Giga급 시범 가입자망을 FTTH, HFC 방식을 적용함으로써 700가구 대상

으로 구축하였고, 2009년 10월부터는 3D IPTV/VoD, PMS(개인미디어서비스) 등 시범서비스를 제공하였다. 2009년 4월 Giga인터넷 도입 추진계획을 수립하였고 2009년 12월 방송통신망 정보지도 시스템 구축방안 마련을 통하여 Giga인터넷 활성화를 도모하고 여건조성을 확립시켰다.

2010년에는 3D IPTV, Giga웹존 등 2009년 시범 서비스를 보완하고 업그레이드할

<표 III-96> 2010년 신규 시범서비스 내용

구분	내 용
TV 영상전화	HDTV, HD 카메라를 활용한 고품질 실감형 영상전화
멀티앵글 IPTV	다양한 각도의 카메라 화면을 동시에 볼 수 있는 IPTV
HD 홈CCTV	HD급의 고품질 홈CCTV 서비스
커뮤니티TV	특정 커뮤니티에 가입된 이용자에 실시간 영상데이터 전송 및 양방향 서비스 제공

예정이며, 가정, 병원, 학교, 유치원 등 이용대상별로 특화된 실감형 서비스 모델 발굴 및 고품질·대용량 콘텐츠 전송을 위한 기술을 개발하고 테스트베드를 구축하여 서비스 시험·검증에 주력할 것이다.

서비스, TV장터 등의 8개 주요 서비스 모델 발굴 및 지자체(주관기관) 중심의 확산 사업 추진함으로써 2012년 지상파 방송 100% 디지털 전환과 병행하여, 케이블 TV 가입자의 디지털전환 추진을 통한 양방향

<표 III-97> UBcN 구축 세부목표

구 분			2009~2010년	2011~2013년
백본망	유선전화망 IP화		30%	70% (2015년 100%)
	이동전화망 IP화		-	15%
가입자망	유선	광대역(50M~100M)	1,200만	1,450만
		초광대역(최대 1G)	-	상용서비스(2012년), 20만(2013년)
	무선	광대역(1M~2M)	2,800만	4,600만
		초광대역(평균 10M)	-	상용서비스 및 30만(2013년)
방송망	디지털 지상파 방송 커버리지		93%	96%
	디지털 케이블 TV 홈패스율		93%	96%
센서망	망고도화		공공부문 센서망 연계(2012)	

2009년에는 방통융합공공서비스 활성화를 위하여 양방향, 트랜잭션 서비스 제공을 위한 표준플랫폼규격 2.0을 수립하고 3개 사업자 적용을 통하여 OSMU 검증을 마치고, 2009년 10월 국군의 날 행사시, 화상면회 VIP 시연을 통하여 병영 등의 상용서비스 및 보건·의료, 농수산 거래 등 양방향 서비스 모델 개발 및 시범 서비스를 제공하고 있다. DCATV 공공서비스 타당성을 검증을 통하여 지역정보, 안전 방법, 교통정보, 교육, 문화, 관광정보, 납부

공공서비스 접근 기회를 확산시키고 있다.

3) 광대역통합연구개발망 및 사물진흥 통신 기반 구축

방송통신위원회는 대학, 연구기관, 산업체 등 91개 기관을 광대역통합연구개발망으로 상호 연계하고 국내 6개 대도시 지역에 연구시험환경을 구축 운영하여 연구개발 활동을 지원하고 있다. 또한, 광대역통합연구개발망은 전국 10~20G 백본망 및 1~10G 백업망을 구축을 통하여 PlanetLAB,

IP-USN 등 실증시험을 지원하는 등 방통 융합을 위한 시험환경구축 및 미래네트워크 연구 환경 지원을 선도하였다. 또한, APII 한-일 10G 및 TEIN3 한-아시아-유럽 2.5G 증속 구축, 해외 12개국 국가와 국제 연구망을 연동함으로써 국제 공동연구도 지원하고 있다.

이와는 별도로 방송통신위원회는 2009년 10월 14일에 방송통신 인프라의 효율적인 활용을 통해 인프라의 중복투자를 방지하고, 저탄소 녹색성장, 기후변화 대응, 재난·환경 등 국가정책을 뒷받침하기 위해 '사물진흥통신' 기반구축 기본계획'을 수립하고 이에 따라 기반구축, 서비스 활성화, 기술개발, 확산환경조성의 4대 분야에서 12개의 추진과제를 선정하여 추진하기로 했다.

공공분야 선도사업(3개), 사물진흥통신 선도망 구축운영(2009년 31건 활용) 및 2009년 11월 18일에 범국가적인 사물진흥통신 기반구축 및 사물정보의 공동 이용 활성화를 지원하기 위하여 공공기관 사물진흥통신 이용활성화 실무협의회를 발족하였으며, 사물진흥통신 보급 및 확산을 위해 6월 23일(코엑스), 11월 18일(대한상공회의소)에 사물진흥통신 기술 및 서비

스 세미나를 개최하였다.

우리나라는 지난 10년간 국가주도로 통신인프라 고도화를 추진하여 세계 최고수준의 정보통신 환경을 구축하였으나 최근 들어 일부분야에서 일본 등 일부 국가에 추월되고 있으며 인프라의 활용 수준에 있어서도 취약한 상황이다. 이에 방송통신위원회는 차세대 방송통신을 대비하기 위해 정부가 선제적으로 네트워크 고도화에 앞장서고 민간부문 네트워크 투자 경쟁을 유도하여, 10배 빠른 초광대역망 구축, 무선이더넷 활성화 및 사이버대응 강화 등으로 미래 네트워크를 선도하여 방송통신 경쟁력 지속적 우위를 확보할 예정이다. 우선 Giga인터넷 백본망 고도화 및 응용 서비스 공통 플랫폼을 구축하여, 초광대역 품질기반 강화와 3DTV 등 신규 서비스모델 확산·보급을 위하여 1,000여 가구로 Giga인터넷 시범가입자를 확대할 예정이다.

미래 네트워크 고도화 사업의 효율적 추진을 위해 사물진흥통신 기반구축 기본계획을 통하여 방통망 고도화를 위한 발전방안 모색과 Rolling Plan을 수립할 예정이다.

또한 WiBro와 HSDPA 등 이중망간

이동성기술¹⁹⁾을 적용·검증하고, IPTV, Mobile VoIP 네트워크 품질측정시스템을 구축하여 보급할 예정이며, 2010~2012년까지 민간 투자기피 지역인 50가구 미만 격오지 농어촌 마을을 대상으로 BcN 구축 및 정부, 지자체, 통신사업자가 공동으로 원격의료 등 농어촌 특화 서비스 모델 발굴 등 소외지역 정보격차 해소에 앞장설 것이다. 또한, 일본 및 동남아국가, EU가입국과 연계한 국제연구망 기반의 국제협력력을 통해 국내외 다양한 연구와 연구망 이용의 활성화를 기대한다.

나. 사물지능통신 확산환경 조성

방송통신기술의 비약적인 발전과 디지털 컨버전스에 따라 사람·기기·컴퓨터의 융합 정보화가 진행되고 있으며 정보의 수집과 활용이 이제 사람 대 사람이 아닌, 사물 대 사물까지 진화되고 있다.

정보를 수집·활용하는 방송통신의 대상도 인간 대 사물, 사물 대 사물로 확장되고 있으며 미국 타임지는 지난해 최고의 발명품으로 사물 인터넷(The Internet

of things)을 채택하였고, 국내 언론에서는 2020년에 1,000억 개가 넘는 사물(기기)들이 네트워크에 연결될 것으로 전망하고 있다.

이렇듯 정보화의 패러다임이 사람에서 사물로 전이되고, 정보화와 통신서비스의 주체가 전산실의 서버컴퓨터가 아닌 사물이 등장하면서 지능형 통신 서비스를 지원하는 제반 환경을 구축되기 위해 새로운 통신 인프라 아키텍처의 재설계, 식별 및 과금(인증), 정보보호 및 보안, 법·제도 개선 등 해결해야 할 과제들이 많이 있다.

1) 사물지능통신 시대의 본격적인 확산

사물지능통신이란 사람 대 사물, 사물 대 사물 간 지능통신 서비스를 언제 어디서나 안전하고 편리하게 실시간으로 이용할 수 있는 미래 방송통신 융합 ICT 인프라를 말한다. 협의의 의미로는 기계 간 통신 및 사람이 작동하는 디바이스와 기계 간 통신을 의미하지만, 광의의 의미로는 통신과 ICT 기술을 결합하여 원격지의 사물정보를 확인할 수 있는 인프라, 시스템, 단말(기기) 등 제반 모든 솔루션을 뜻한다.

사물지능통신 개념에서도 볼 수 있듯이

19) WiBro와 HSDPA망 사이의 데이터 전송 등 서로 다른 통신망간에 서비스를 이용할 수 있는 연동 기술로 VCC(Voice Call Continuity), MIH(Media Independent Handover) 등이 있다.

<그림 III-35> 사물지능통신 개념도



출처 : 방송통신위원회(사물지능통신 기반구축 기본계획)

정보의 수집 및 활용 관계가 사람과 사물, 사물과 사물 간의 관계로 변화되면서 우리의 일상생활에서 흔히 접할 수 있는 사물들이 지능화되고 각각 연결된 네트워크를 통해 상호 정보교환을 함으로써 먼 거리에서도 사물의 상태를 확인하고, 위치 파악, 제어 및 모니터링 등이 가능해지는 시대가 오고 있다.

또한 사물지능통신은 기존의 u-City, u-Health, u-교통, u-환경 사업 등을 통해 사회 현안 해결, 재난·재해방지, 에너지 절감, CO₂ 감축 등에 기여할 수 있는 필수 인프라로 활용되고 있다.

2) 사물지능통신 기반구축 및 이용활성화 종합계획 수립

방송통신위원회는 방송·통신·인터넷의 통합과 IT·비IT 분야의 융복합을 통한 사물지능통신 서비스가 급속히 확산 중이나, 각 부처 및 지자체 등이 국지적으로 개별적 인프라를 구축 추진하고 국정 핵심 정책인 저탄소 녹색성장을 위한 방송통신융합 ICT 인프라의 중복·과잉 투자 방지, 정보의 공동 이용·연계, 국가 방송통신 자원 활용의 효율성 극대화를 위해 2009년 10월 14일 전체회의에서 「사물지능통신 기반구축 기본계획」을 확정하였다.

3) 사물지능통신 연계검증 선도시범사업 추진

사물지능통신 연계검증 선도사업은 서울특별시컨소시엄, 강원도/춘천시 컨소시엄, 제주특별자치도 컨소시엄을 통하여 지역 특색에 맞추어 기존 구축된 인프라를 활용함으로써 비용절감 및 환경 정보를 포함한 국민 체감형 서비스를 제공하여 사물지능통신 구축의 활성화를 도모하였다.

서울시 컨소시엄은 유동인구가 많은 종로 일대 4Km 구간을 설정하여 WiBro 망을 기반으로 노면, 기상, 정류장 정보의 이용자 표출과 교통방송, 시정방송을 연계한 u-Road, u-Green, u-Street, u-Seoul TV 서비스를 제공을 통하여 도심내 방송통신망 연계 센서 통신 표준 서비스 모델을 구현하였다.

강원도/춘천시 컨소시엄은 공지천 주변

방송통신망과 연동한 스마트 레저코스 및 센서를 활용한 공지천 일대 환경 관리, 수상스키장 등 레저 시설물 관리 시스템을 구현하였고, 제주특별자치도 컨소시엄은 방송통신망 기반 기상환경 스마트 인프라 구축을 통한 기상환경 모니터링, 이동형 생활 기상정보 및 관광기상정보 서비스를 제공하였다.

4) 사물지능통신 선도망 구축운영

사물지능통신 선도망 시험환경은 사물지능통신의 본격 확산을 위한 통신접속 규격, 상호호환성, 법/제도 문제 등 저해요인 분석을 위한 사물지능통신망 선도시험환경 거점 확보 및 각 지역의 사물지능통신망 산업의 연계로 시험환경의 활용도를 높이고, 지역의 IT 경쟁력을 높여 관련 산업을 부흥하고자 한다.

사물지능통신선도망 시험환경은 전국

<표 III-98> 사물지능통신망 활용 현황 및 실적 현황

(단위 : 건수)

구 분	활용기관	연동거점 활용	미들웨어 지원	라우터지원	단말지원	기술지원
학 교	3	2	3	3	3	2
산업체	17	10	16	10	11	7
국 외	11	11	11	11	11	11
합계(비율)	31(100%)	22(71%)	30(97%)	24(77%)	25(81%)	20(65%)

주요 8개 도시 사물지능통신 선도망 거점(서울(NIA), 대전(KIST), 광주(ETRI), 대구(DGIST, 경북대), 부산(동아대), 제주(제주대), 춘천을 확보하고, 사물 간 네트워크와 상호호환성을 위한 기술 시험·검증, 이기종 사물지능통신망 인프라 간 연동에 따른 신뢰성 성능 시험·검증, 사물지능통신 인프라 관리도구 및 사용자 인터페이스 요소기술 시험·검증을 한다.

5) 공공기관 사물지능통신 이용활성화 실무협의회 및 포럼 발족

방송통신위원회는 2009년 11월 범국가적인 사물지능통신 기반구축 및 사물정보의 공동 이용활성화를 지원하기 위하여 '공공기관 사물지능통신 이용활성화 실무협의회(이하 실무협의회)' 및 '사물지능통신 포럼'을 발족하였다. 실무협의회는 사물정보를 활용하는 정부, 기관, 지자체 등 73개 기관 90명으로 구성하였다.

포럼은 사물지능통신 산업의 활성화를 위하여 회원 간의 유대 강화, 사물지능통신의 비전과 전략을 개발, 사물지능통신 기술개발 및 표준화 연구, 서비스모델 연구, 법제도 연구 등을 추진한다.

6) 사물지능통신 보급 확산을 위한 세미나 개최 및 대외 홍보 활동

방송통신위원회는 사물지능통신의 정책, 기술, 서비스 등 전문적인 정보 공유를 통해 사물지능통신 기반구축 및 서비스 보급에 기여하고 사물지능통신 산업의 활성화 장을 마련하고자 2009년 6월과 11월에 사물지능통신 기술 및 서비스 세미나를 개최하였다.

또한 2009년 10월부터 사물지능통신 블로그, 포럼 홈페이지, 사물지능통신 뉴스레터 발송 등을 통해 사물지능통신의 최신 정보 공유 및 산학연관 온라인 의견수렴의 장을 마련하였다.

7) 사물지능통신 기반구축 참조모델 개발

방송통신위원회는 사물지능통신의 실체를 구체화하고 다양한 사물지능통신 서비스의 성공적 구현 및 상호호환성 확보를 위해 수요자 맞춤형 사물지능통신 참조모델 가이드라인을 2009년 12월 개발하였으며 ‘공공기관 사물지능통신 이용활성화 실무협의회’ 대상으로 배포하였다.

주요 내용은 사물지능통신 서비스를 누구나 쉽게 구축할 수 있도록 에너지 절감, 기후변화 대응, 생태환경 분야 등 수요자 중심의 서비스 적용 참조모델을 담고 있다.

다. 인터넷 이용 확산 지원

전 국민의 77% 이상이 인터넷을 이용하고 인터넷 산업 규모도 2009년 현재 27조 8천억 원에 이르는 등 인터넷의 영향력 확대로 오늘날 우리 사회는 점차 다분화되고 글로벌화 되어가고 있다. 기업의 측면에서도 글로벌 기업과 경쟁하는 시대로 전환되고 있으며, 글로벌 기업들은 선택과 집중으로 각 분야의 우수한 중소기업들과 전략적 협력을 통해 상호이익을 창출하고 이를 통해 각자의 경쟁력을 강화하여 동반 성장할 수 있는 상생의 전략으로

영역을 확대하고 있다.

우리나라의 경우, 중소 인터넷 기업들이 혁신적인 서비스와 새로운 콘텐츠 창출을 통해 지속적인 성장을 이어오고 있으나, 최근 인터넷 시장이 커지고 상업성이 강화되면서 기업 간 격차가 벌어지고 혁신적인 서비스의 출시도 적어지고 있다. 특히 인터넷 기업들의 주요 수익모델인 온라인 광고의 경우 선도기업이라 할 수 있는 포털 3사가 국내 온라인 광고 시장의 약 70% 이상을 차지하면서 중소 인터넷 기업들이 위축되고 있다.

이에 따라, 방송통신위원회는 다음과 같은 정책을 추진하고 있다.

1) 상생협력형 인터넷 비즈니스 진흥

방송통신위원회는 국내 인터넷 산업의 활성화 및 인터넷 산업의 선순환적 생태계 구성을 위해 상생협력적인 국내 인터넷 비즈니스 환경을 조성하고 인터넷 비즈니스 산업 경쟁력 강화를 위한 지원체계 마련 및 정책 지원과제를 추진하기 위해 ‘인터넷 비즈니스 활성화 기본계획’을 마련 중에 있다.

이와 함께 인터넷 관련 주요 정책적 현안에 대해 시장과 산업의 요구를 수렴하

여 범국가적 방향성을 제시하고 논의하는 '인터넷발전협의회'를 2009년 11월 10일 발족하여 운영하고 있다.

또한, 상생협력 문화와 저변 확산을 위해 '제4회 대한민국 인터넷대상' 시상식을 2009년 11월 10일 개최하여 인터넷 사회·비즈니스·기술 확산에 기여한 15개 기업·단체 및 개인을 시상하여 우수한 사례를 발굴·공유하였다.

이와 함께 중소 인터넷 기업과 대형 포털 및 벤처캐피탈 등이 함께 참여하여 상호협력과 제휴 등이 자율적으로 이루어질 수 있도록 'Internet Korea Conference'를 2009년 12월 8일~9일 개최하여 중소 인터넷 기업과 대형 포털 등의 상생협력의 장을 마련하였다.

2) IPv6 보급·확산

'IP(Internet Protocol)주소'란 인터넷상에서 컴퓨터 및 통신기기들이 상호간에 통신을 하고자 할 때 필요한 고유의 주소로써, 현재 IPv4(Internet Protocol version 4)주소는 총 43억 개를 사용할 수 있다. 그러나 인터넷주소 수요 증가로 국제인터넷주소관리기구(ICANN)의 IPv4 주소 풀(Pool)은 2009년 12월 말을 기준으로 약 10%가 남아있으며, 전 세계적으로 2011년경이면 할당이 중단될 것으로 전망된다. IPv6(Internet Protocol version 6) 주소는 이러한 문제를 해결하기 위해 주소 길이를 확장하여(32bit → 128bit) 총 43억×43억×43억×43억 개의 활용이 가능한 인터넷주소이다.

<표 III-99> IPv6 거점 네트워크 구축 사업 개요

항 목	KT컨소시엄	LG데이콤 컨소시엄	드림라인 컨소시엄
컨소시엄 구성	KT, 대구시청, 전남도청	LG데이콤, 서울시청, DM	드림라인, 대전시청, JL 시스템
IPv6 네트워크 구축	· KT 코넷망 일부(하당, 북대구, 해화 등) · 대구시청/전남도청 내부망에 IPv6 적용	· LG데이콤 보래MPP망 일부(가산, 용산, 안양 등) · 서울시청 내부망에 IPv6 적용	· 드림라인 상용인터넷망 일부(서울, 대전 등) · 대전시청 내부망에 IPv6 적용
IPv6 적용 서비스	· 실시간 대기/기상정보를 제공하는 IPv6-USN 제공 · IPv6 웹페이지 제공	· IPv6 기반 웹 포털 제공(자료실, 날씨, 뉴스 등)	· IPv6 기반 웹서비스 제공(인터넷만화방 등)

방송통신위원회는 IPv4 주소 할당 중단 및 미래의 인터넷 환경에 대비하기 위하여 IPv6를 보급·확산하기 위한 다양한 노력을 전개하였다.

우선, 민간·정부·학계·연구기관 등으로부터 IPv6의 주요 정책사항에 대한 의견을 수렴하기 위해 「IPv6추진협의회」 및 「IPv6실무협의회」를 구성·운영하였다.

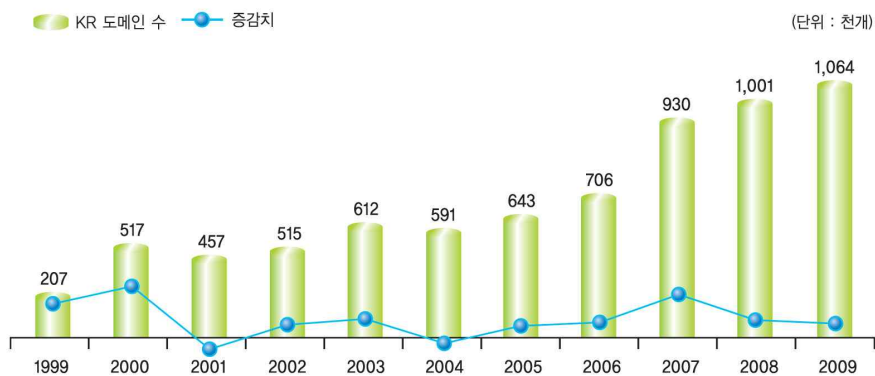
또한, IPv6거점 네트워크 구축사업을 통해 KT, LG데이콤, 드림라인 등 3개 인터넷서비스사업자(ISP)의 상용인터넷망 일부에 IPv6를 적용하였고, 대덕특구 IPv6 클러스터 구축 사업을 통해 한국지질자원연구원, 한국생명공학연구원, 충남대, 원

자력통제기술원 등 4개 대덕특구 연구기관 내부망에 IPv6를 적용하였다.

3) 국가도메인 활성화

인터넷상에서 서로의 위치를 확인하여 통신이 가능하도록 해 주는 인터넷 주소 중 하나인 도메인은 숫자로 표현된 인터넷주소(IP주소)를 이용자가 쉽게 기억할 수 있도록 알파벳, 숫자, 하이픈 등의 문자열로 나열한 주소 체계이다. 한국인터넷진흥원이 관리하는 우리나라 국가최상위도메인(ccTLD, country code Top Level Domain)인 kr도메인은 1986년부터 등록을 시작하였고 2009년 12월 말 기준으로 1,064,179건이 등록되었다.

<그림 III-36> kr도메인 연도별 등록 건수



출처 : 한국인터넷진흥원

<표 III-100> 2단계, 3단계, kr도메인 별 등록건수

(2009년 12월말 기준)

구분	co.kr	re.kr	ne.kr	or.kr	pe.kr	go.kr	mil.kr	지역 (seoul.kr 외)	교육기관 (ac.kr 외)	2단계 영문 kr도메인	한글.kr
건수	555,423	2,327	2,644	44,245	51,742	2,158	54	1,791	13,110	217,726	172,939
비율(%)	52.19	0.22	0.25	4.16	4.86	0.2	0.01	0.17	1.23	20.46	16.25

※ ()은 사업자 수. 사업자가 중복되는 경우는 한 개의 분류에만 셈함.

출처 : 한국인터넷진흥원 인터넷 통계정보 검색시스템, isis.kisa.kr

2009년 10월 25일부터 30일까지 서울에서 제36차 국제인터넷주소관리기구(ICANN, Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) 연례회의가 개최되었다.

특히, ICANN 서울 연례회의에서는 다국어 국가최상위도메인(IDN; Internationalized Domain Name)과 신규 일반최상위도메인(gTLD; generic Top Level Domain) 도입이 주요한 안건으로 논의되었다. 다국어 도메인은 1990년대 후반부터 비영어권 인터넷 이용자의 인터넷 접근성을 높이기 위해 도입의 필요성이 제기되었고 이후 지속적 검토와 정책개발과정을 거쳐 제36차 서울연례회의에서 다국어 국가최상위도메인 도입이 최종 승인되었다. 한글로 구성된 국가최상위도메인이 생성되면 기존의 '한글.kr'도메인에서 한걸음 나아가 '한글.한국' 또는 '한글.대한민국'처럼 한글만으로 구성된 도메인을 등록할 수 있으

며, 영어에 익숙하지 않은 인터넷이용자의 인터넷 접근성 향상과 도메인 시장 활성화에 기여할 것으로 전망된다.

라. 무선인터넷 활성화 추진

무선인터넷은 휴대폰 등의 모바일 단말기로 장소에 상관없이 인터넷에 접속하여 벨소리, 게임 등을 다운 받거나, 필요한 정보를 이용하는 서비스를 말한다. 이러한 무선인터넷 시장은 크게 콘텐츠, 유통시장, 서비스/네트워크, 단말기 등의 네 단계의 계층구조로 구성되나, 이동사가 단말기, 콘텐츠 유통 등 전체 시장에 영향력을 행사하고 있다.

2009년 12월말 현재 국내의 무선인터넷이 가능한 단말기 소유자는 이동통신가입자(약 4,800여만 명) 중 약 96%인 4,600여만 명으로 예상되는 등 이용자 기반은 충분하나, 무선인터넷 실질 이용자인 데이터 정액 요금제 가입자는 13%이며, 이동통신 시장에서 총 매출액 대비 데이터 관련 매출은 약 18% 전후로 미미한 수준이다. 세

계 시장에서도 국내 무선 데이터 매출 비중은 2013년 경에 26%에 머물 것으로 추정되어 현재의 일본 수준(2010년 : 39%)에 미치지 못할 것으로 전망되고 있다.

국내 무선 콘텐츠 시장 또한 2008년도 약 1조 원 규모로 2006년 이후 성장률이 답보 상태이나 세계 무선 콘텐츠 시장은 높은 성장세를 유지하고 있다. 특히, 국내 무선 콘텐츠의 해외수출 실적은 무선인터넷 산업의 역량과 최근 해외 시장의 급속한 성장을 고려할 때 매우 미흡한 실정이다.

이에 따라 방송통신위원회는 2009년도 한해에만 2차례에 걸친 무선인터넷 활성화 방안을 발표하고 이동사 중심의 폐쇄적 사업환경(walled garden)을 개방형 사업환경으로 변환하는 등 공정경쟁 환경 조성 및 관련 산업 성장을 위해 전력을 집중하고 있다. 우선 지난 2009년 3월에 발표한 제1차 모바일인터넷 활성화 추진계

<표 III-101> 이동통신서비스 중 데이터매출 점유율(예측치)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
일본	38%	39%	42%	43%	44%
호주	34%	36%	38%	41%	43%
독일	30%	33%	35%	37%	39%
이탈리아	29%	32%	34%	35%	38%
미국	22%	26%	30%	33%	35%
한국	21%	22%	23%	25%	26%

※ 출처 : OVUM(October, 2008)- Wireless voice and data forecast pack: 2007-13

<표 III-102> 국내·세계 모바일 콘텐츠 시장규모 추이

구분		2004년	2005년	2006년	2007년	2008년
국 내	시장규모(억원)	7,439	8,470	10,856	9,042	10,634
	성장률(%)	-	13.9	28.2	-13.4	13.1
전 세 계	시장규모(백만달러)	5,538	7,656	12,378	16,912	22,069
	성장률(%)	-	38.2	61.7	36.6	30.5

※ 출처 : 해외 디지털콘텐츠 시장조사, (구) KIPA

획에서는 ‘공정 경쟁 환경 조성’, ‘콘텐츠 제작 및 유통 환경 개선’, ‘이용자 위주의 서비스 환경 조성’ 등을 통해 △‘이동통신서비스 매출액 중 데이터 매출 비중 확대(18%→40%)’, △‘모바일 콘텐츠 산업 규모 확대(1조원→3조원)’, △‘모바일 인터넷 유효 이용자 비중 확대(10%→40%)’라는 구체적 목표를 제시하였다.

또한 2009년 9월에는 제2차 무선인터넷 활성화 계획을 통해 1차 계획과 달리 이동통신망 중심의 모바일인터넷 범위를 뛰어넘어 와이브로(WiBro)·무선랜(WiFi) 등 무선 기반 서비스와 이들 서비스 상호간에 융합된 다양한 형태의 인터넷 서비스를 무선 기반으로 제공하는 경우를 포함하고, ① 무선인터넷 요금인하, ② 스마트폰 보급 확산, ③ 망개방 제도 개선, ④ 콘텐츠 시장 활성화, ⑤ 무선 광대역 인터넷망 기반 수요창출 등 5대 핵심과제를 설정

하고 구체적인 세부 이행과제를 수립하였다.

우선 ‘무선인터넷 요금인하’를 위해 이통사로 하여금 이용자가 믿고 사용할 수 있는 무선인터넷 정액요금을 인하하고, 스마트폰 요금제의 종량 요율을 인하하는 한편, 일반폰, 스마트폰, 넷북 등 모든 단말기를 사용할 수 있는 통합 정액요금제 또는 월정액만 내면 음성·문자·데이터를 통합하여 사용하는 결합요금제 출시를 유도할 계획이다.

아울러 ‘스마트폰 보급 확산’을 위해 폴브라우징이 가능한 스마트폰의 보급을 확대하고, WiBro/WiFi 모듈이 탑재된 무선인터넷 단말기를 확산시켜 나간다는 복안이다. 다음으로 ‘망개방 제도개선’을 위해 휴대폰 이용자가 음원, 게임, 동영상 등 휴대폰용 파일을 PC에서 휴대폰으로 데이터 케이블을 통하여 전송시켜 자유로이 콘텐츠

츠를 이용(Side loading)하도록 허용하고, 휴대폰 전화번호 또는 집 전화번호로 개인 모바일홈피/모블로그에 접속가능한 무선 SNS 환경을 마련하는 한편, 한국무선인터넷산업연합회(MOIBA)를 중심으로 무선인터넷 망개방 업무 통합 등을 추진해 나갈 예정이다.

또한 '콘텐츠 시장 활성화'를 위해서는 무선 인터넷 통계 분석 시스템 구축, 국내 콘텐츠의 해외 판매 센터 운영 등을 통해 모바일 사업자(CP)의 신규 비즈니스 창출과 해외 시장 진출을 지원할 계획이다. 마지막으로 '무선 광대역 인터넷망 기반 수요창출'을 위해 WiBro 등을 활용하여 유·무선 통합 영상회의 시스템을 구축하고, 전자회의, 원격진료, 그린시티 등 무선인터넷 공공수요를 적극 발굴해나갈 계획이다.

무선인터넷 산업은 신성장 동력 산업의 핵심으로 자리 잡아 향후 IT산업 및 국가 경쟁력을 높이는 중추적 역할을 할 것이다. 특히, 스마트폰과 직거래장터(앱스토어) 중심의 무선인터넷서비스는 앞으로 사회·경제·문화와 국민 일상생활 전반에 걸쳐 다양한 영향력을 미칠 것으로 예상된다. 따라서, 방송통신위원회는 무선인

터넷 시장이 확대될 수 있도록 규제를 최소화하고, 아이디어만으로도 성공적인 사업을 영위할 수 있는 개방적인 기업환경을 조성하는 한편 중소 무선인터넷 기업의 경쟁력을 강화하고 기업간 협력을 통해 상생과 발전이 이루어지는 선순환적 산업생태계 구축을 위해 지속적으로 무선인터넷 활성화 시책을 강구해 나갈 예정이다.

마. 미래인터넷 및 클라우드서비스 활성화 기반조성

2000년대 들어 인터넷전문가들은 인터넷의 안정성 및 신뢰성 확보, 이동성 등 새로운 요구사항을 수용하기 위해 현재 인터넷 성능을 개선 및 보완하는 것으로는 어려움이 있다고 판단하였으며, 기존의 인터넷을 뛰어 넘는 혁신적인 방법으로 인터넷을 재설계(Clean-Slate)하자는 논의를 시작하게 되었다. 현재 인터넷 구조의 한계성을 극복하고 완벽한 정보보호, 전송 품질의 보장 및 이동성을 제공하는 새로운 인터넷에 대한 개념으로 미래인터넷(Future Internet)이 등장하게 되었다.

1) 주요국가 미래인터넷 추진 현황

미국, EU, 일본 등 해외선진국은 미래인터넷을 21세기 국가경쟁력을 좌우할 최우선 과제로 설정하고 범국가차원에서 대규모 투자를 통해 미래인터넷 기술개발 및 관련산업을 지원·육성하고 있다.

미국은 2005년 4억 달러를 투자하여 미래인터넷 테스트 베드인 GENI를 설계·구축하고, 미래인터넷 기본구조 및 기술개발을 위한 프로젝트(FIND Project)를 진행하고 있다.

EU는 정부 주도의 강력한 지원을 바탕으로 '미래 네트워크 사회 건설'이라는 광의의 개념을 통해 기술개발뿐만 아니라 경제·사회·문화·윤리·규제정책 등을 종합적으로 연구(7.7억 유로)하며, 정부뿐만 아니라 민간 산업체의 적극적인 참여를 위해 PPPs(Public Private Partnerships) 프로그램을 도입하여 미래인터넷 연구와 산업화를 연계하고 있다.

일본은 "2030년 10배 빠른(10Gbps) 인터넷"을 목표로 2011년까지 3백억 엔을 투자하여 신세대통신망(NwGN : New Generation Network) 등 광통신망 구축을 추진하고 있다.

2) 미래인터넷 포럼 운영

국내의 미래인터넷에 대한 논의는 2006년 학계가 중심이 된 미래인터넷포럼이 구성되면서 시작되어 현재에는 학계, ETRI, 국가수리과학연구소, KT 등에서 미래인터넷 핵심기술 개발, 인프라 플랫폼 및 네트워크 모델 개발, 시험환경 구축 등의 연구가 진행되고 있다.

범국가 차원으로 미래인터넷을 지원하고 있는 선진국과는 달리 국내의 미래인터넷에 관한 지원 및 연구활동은 산발적으로 이루어지고 있기 때문에, 방송통신위원회에서는 국내의 분산된 연구역량을 집중시키고 시너지 효과 창출을 위해, 2009년 5월 위원회내 미래인터넷 TFT를 구성하고, 미래인터넷 전담 PM(Project Manager)을 선임하여 관련 활동을 추진하고 있으며, 특히 2009년 9월 미래기획위원회의 "IT KOREA 미래전략"에 더욱 빠르고 안전한 인터넷 구현을 위해 미래인터넷 구축 내용이 포함되었다.

방송통신위원회에서는 또한 미래인터넷에 대한 일반인들의 이해를 도모하고, 필요성 등에 공감대 형성이 필요하며, 정책방향 설정에 지원을 도모하고자 경제·사회·법률·언론·기업·기술 등 각계 여론을 주도하는 인사들을 중심으로 하

는 『미래인터넷추진위원회』 출범을 준비하고 있으며, 추진위원회 실무조직으로 『미래인터넷실무추진단』을 구성하여 미래인터넷추진위원회에서 논의된 내용을 바탕으로 2010년 ‘한국형 미래인터넷 중장기기본계획’ 수립을 위해 관련 연구, 산업화를 적극 지원할 계획이다.

한국형 미래인터넷 중장기기본계획의 일환으로 정책·기술 동향 및 이슈 분석, 미래사회 예측, 기술 수요조사, 개방형 연구지원 센터 설립, 정보 공유 포털 운영을 계획 중에 있으며, 국제적 발언권 확보 및 표준기술 선점을 위해 국내전문가의 국제표준화 활동을 체계적으로 관리 지원할 예정이며, 특히 ‘기술개발 → 상용화 → 재투자’의 선순환 사업체계 환경을 조성하여 산업계의 참여도 적극 독려할 수 있는 프로그램을 발굴할 예정이다.

현재 인터넷의 한계를 극복하고 방송·통신·컴퓨팅·센서망이 융합되어 언제, 어디서나 특성 및 상황에 맞는 최적의 서비스를 제공하고, 이용할 수 있는 미래인터넷은 2020년 본격적으로 보급될 것으로 예상되며, 미래인터넷 구현을 통해 디지털 세계와 현실 세계가 통합되어 새로운 사회경제적 가치사슬 형성하고, 친환경적이

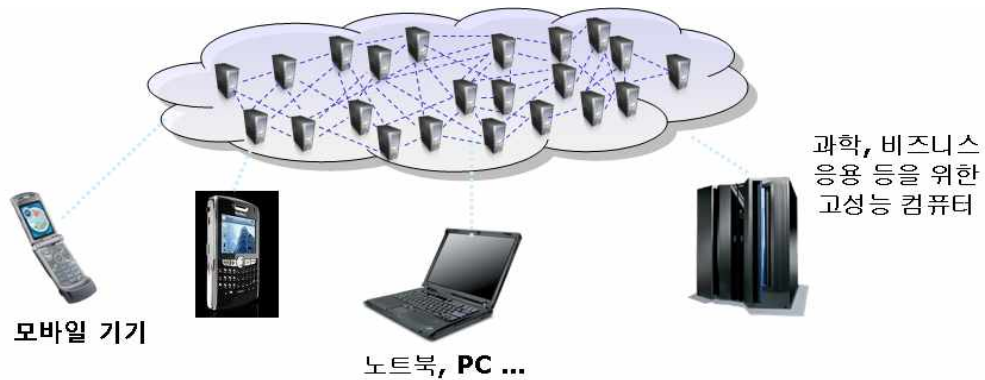
고 지속가능한 경제발전 환경이 조성되어 우리는 더 풍요롭고, 더 윤택하며, 더 편리한 생활을 영위할 수 있을 것이다.

3) 국내 클라우드 컴퓨팅 활성화 추진

클라우드 컴퓨팅의 개념은 컴퓨터, 서버 등을 기술적으로 통합·공유하여 인터넷에 접속만 하면 IT 시설을 나누어 쓸 수 있는 서비스이다. 즉, 기존의 “그리드컴퓨팅”(슈퍼컴퓨터를 네트워크로 연결하여 공동 사용)과 “ASP”(Application Service Provider, 웹하드처럼 IT 시설과 서비스를 임대 제공)의 개념이 통합된 것으로 볼 수 있다.

클라우드 서비스가 본격화되면 인터넷 이용형태도 전기처럼 어디서나 콘센트만 꽂으면 사용가능하고 이용한 만큼 대가(설비 + 서비스 사용료)를 지불하는 개념으로 변화될 것으로 전망된다. 최근 Green IT 차원에서의 클라우드 서비스에 대한 관심이 급증하고 있다. 특히, 글로벌 경제 위기에 따른 IT 비용절감 압박, 탄소 배출량 감소 등을 위한 그린IT 구현기술로 ‘클라우드 컴퓨팅’이 부각되고 있다. 가트너는 2010년 10대 IT 기술 항목에서 클라우드 컴퓨팅을 1위로 선정하였고, IDC는 클

<그림 III-37> 클라우드 컴퓨팅 개념도



※ 클라우드(Cloud) 어원 : 각자 보유한 IT 시설을 구름(Cloud)과 같은 가상적인 그룹 안에 포함시켜서 이용자들은 구름 안에서 무슨 일이 있는지 모르지만 필요한 만큼 사용하고 비, 눈 같은 결과물을 만들 수 있다는 뜻에서 유래

클라우드 컴퓨팅의 시장 규모를 2009년에 796억 달러로 발표하였다. 특히, 미국의 StoreFront 계획, 영국의 G-Cloud 계획 및 일본의 가스미가세키 프로젝트 등 선진국들은 클라우드 컴퓨팅의 효과를 인식하고, 공공전반에 도입하기 위하여 각종 프로젝트 및 중장기 계획 수립·추진 중이다. 또한, 아마존, 구글 등 해외기업은 이미 클라우드 서비스 상용화를 추진하고 있다. 그러나 우리나라의 경우, 삼성SDS, SKT 등 일부 국내 기업이 자사 시범적용 또는 상용화 준비 단계에 있어, 산업연관효과를 극대화하고 차세대 인터넷 서비스를 제공할 수 있도록 클라우드 컴퓨팅 관련 정부 정책 수립이 요구되고 있다.

이에 따라, 방송통신위원회, 행정안전부

및 지식경제부 등 클라우드 컴퓨팅을 소관하고 있는 3개 부처는 국내 시장 활성화 및 글로벌 경쟁력 강화를 위해 2009년 10월부터 관련 업계·학계·연구기관이 참여한 『범정부 클라우드 활성화 협의회』를 운영하여 범정부 마스터플랜 수립을 논의하여 왔다.

그 결과, 현재 3개 부처는 공동으로 '범정부 클라우드 컴퓨팅 활성화 종합계획'을 수립(2009.12.30)하여, 아래와 같이 '4개 부문 9대 세부과제'를 추진할 예정이다.

- ① 정부통합전산센터 내 범정부 클라우드 인프라 구축 및 개발환경 제공 등 공공부문의 클라우드 컴퓨팅 선제 도입
- ② 민간부문의 경쟁력 제고 및 신규 비

즈니스 창출기회 확대를 위한 테스트베드 구축·운영, 8대 시범사업 추진 등 민간의 다양한 클라우드 서비스 출현을 위한 기반 마련

- ③ 공통 인프라·플랫폼 기술 및 신뢰성 보장기술 개발 등 클라우드 컴퓨팅 기반시스템 구축을 위한 원천기술 R&D와 테스트베드 및 시범사업과의 연계

- ④ 관련 법·제도 정비, 보안침해 대응체계 마련과 서비스 품질인증제도 추진 및 표준화 등 클라우드 컴퓨팅 활성화를 위한 여건 조성 등

아울러, 동 종합계획을 성공적으로 추진하기 위해 민·관 공동의 가칭 『클라우드 서비스 정책협의회』를 구성·운영하기로 하였으며, 이를 통해 업계 의견을 반영한 맞춤형 정책추진, 서비스 활성화 지원 등을 지속적으로 추진하여 부처 및 유관기관 간 긴밀한 공조체계를 구축할 예정이다.

3. 공정경쟁 환경조성 및 이용자보호 강화

가. 이용자 보호 시책 강화

방송·통신서비스의 이용자 증가와 사업자들의 경쟁 심화로 방송·통신서비스 이용자의 피해가 지속적으로 증가하고 있으며 다양한 결합상품 및 융합서비스의 등장으로 피해 유형도 복잡·다양화되고 있다. 이러한 문제의 해결을 위하여 정부에서는 다각적인 이용자 보호시책을 강구할 필요성을 인식하고, 방송·통신서비스의 급속한 환경변화에 부응하는 정책방안을 마련하고자 노력하고 있다.

이러한 맥락에서 기존의 이용자 보호 시책인 ‘사실조사 위주의 피해구제 방법’은 소요시간 지연 등의 문제점으로 인해 즉각적이고 효과적인 해결이 미흡하다는 판단에 따라, 정부에서는 정책적 실효성을 제고하기 위하여 사전적 이용자 보호시책을 다각적으로 모색하기 시작하였다. 즉, 통신이용자의 피해를 막고 보호를 강화하기 위해 사후적인 피해구제 위주로 이루어졌던 이용자 보호활동에서 벗어나 사전에 피해를 예방할 수 있도록 피해주의보나 올바른 통신이용에 대한 가이드라인 등의 정보를 제공하고 교육을 실시하는

등 적극적이고 효과적인 이용자 보호 시책을 수립하여 추진하게 되었다.

방송·통신서비스의 경우 이용자 보호를 위한 중요한 사항 중의 하나가 품질에 관한 것이다. 일정수준의 품질이 전제되지 못한다면 소비자는 방송·통신서비스 이용에 대한 충분한 효용을 누릴 수 없게 된다. 예를 들어 초고속 인터넷과 같이 다수의 회사가 다양한 상품을 제공하는 통신서비스나 IPTV와 같은 융합서비스는 이용자 측면에서 확인할 수 있는 다양한 정보가 충분하지 못해, 현재의 사업자 제공정보 수준으로는 이용자의 신뢰를 저하시킬 수 있다. 따라서 방송·통신이용자의 효용 증대를 위해 정부 주도의 중립적인 품질평가 추진이 필요한 상황이다.

이러한 방송·통신시장의 환경변화에 따라 방송통신위원회는 2009년도에 다각적인 이용자 보호시책을 시행하였고, 구체적으로 이용자 피해 예방 및 권익 증진, 초고속인터넷 품질평가, 이용자 이익저해 시정조치, 이용자보호 포럼개최 및 홈페이지 구축 등이 정책방안으로 강구되었다.

1) 이용자 피해 예방 및 권익 증진

방송통신위원회는 방송·통신이용자를

보호하고 복잡하고 다양하게 나타나는 피해를 예방하는 한편 이용자의 권익을 증진하기 위하여 2009년 이용자보호를 위한 피해주의보 2건을 발령하고 이동전화, 초고속인터넷 등에서 사업자 가이드라인 7건을 제시하였다. 또한 사전적인 이용자보호시책의 하나로 이용자 교육용 콘텐츠를 공공기관 및 소비자단체 등 90여 개 기관에 보급하였다.

자 10만명 이상 7개 사업자의 11개 상품으로 2008년 11월부터 2009년 3월까지의 기간 동안 기술적 평가와 이용자 만족도 평가를 실시하였다. 기술적 평가는 다운·업로드 속도, 응답 지연시간, 손실률의 4개 지표를 측정하였고, 이용자 만족도 평가는 가입, AS, 해지 및 품질 만족도에 대하여 온라인 설문을 실시하였다.

품질평가 결과는 다음과 같다. 먼저 기

<표 III-103> 2009년도 이용자 피해 예방 추진 현황

(단위 : 건)

구 분	건수	추진 내용
이용자 보호를 위한 피해주의보 발령	2	○ 케이블TV 디지털전환 피해주의보(6월) ○ 060 전화정보서비스 관련 피해주의보(9월)
이용자 보호를 위한 사업자 가이드라인 제시	7	○ 이동전화 의무약정제 관련 가이드라인(6월) ○ 초고속인터넷 위약금 관련 가이드라인(8월) ○ 유료방송 이용약관 가이드라인(8월) ○ 결합판매 관련 가이드라인(10월) ○ ARS 운영개선을 위한 가이드라인(11월) ○ 060전화정보서비스 피해예방 가이드라인(12월) ○ 약관의 주요내용 설명서 도입 관련 가이드라인(12월)
이용자 교육용 콘텐츠 보급	98 (기관)	○ 방송통신서비스 피해예방 등을 위한 교육용 콘텐츠(12월)

2) 초고속인터넷 품질평가

방송통신위원회는 All-IP 방송·통신환경의 기반서비스로 평가되는 초고속인터넷 품질을 평가하여 이용자에게 제공하기 위한 「2008년도 초고속인터넷의 품질평가」를 시행하였다. 품질평가 대상은 가입

술적 평가에서는 대다수의 사업자가 전년 대비 제공품질이 향상된 것으로 나타났으나 분야별로 여전히 보완할 사항이 있는 것으로 분석되었다. 구체적으로 사업자망 구간의 다운·업로드 속도는 사업자 광고 최고속도의 평균 91~92%수준으로 전년대

비 개선된 것으로 나타났다.

다음으로 이용자 만족도 평가를 살펴보면, 전반적인 만족도(가입·AS·해지·품질 전체 평균)는 7점 만점에 4.4점(100점 만점시 56.7점)으로 “보통”을 약간 상회하는 수준으로 나타났다. 특히 가입·AS 및 요금·속도 등의 품질에 대한 만족도는 평균 “보통” 이상 수준(각 4.9점(65.0점), 4.7점(61.7점), 4.2점(52.5점))이나, 해지에 대한 만족도는 평균 3.7점(45.0점)으로 전년에 이어 여전히 낮게 나타나 해지 업무에 대한 개선이 필요한 것으로 분석되었다.

방송통신위원회는 방송·통신 이용자가 방송통신위원회 홈페이지(www.kcc.go.kr) 알림판과 사업 수행기관인 한국정보화진흥원(NIA)의 인터넷 품질측정 시스템 홈페이지(http://speed.nia.or.kr)를 통해 「2008년도 초고속인터넷 품질평가 결과」를 확인할 수 있도록 하였다. 이에 따라 이용자들은 이용하는 초고속인터넷의 품질정보를 정확히 인식함으로써 효용을 증진하는 동시에 사업자의 품질개선(SLA: Service Level Agreement)을 촉진하는 효과를 얻을 수 있었다. 방송통신위원회는 2009년도 품질평가 시에는

<표 III-104> 2008년도 초고속인터넷 품질의 기술적 평가 종합 결과

서비스 상품명		광고 최고속도 (Down /Up)	약관상 최저보장 속도 (Down)	평균속도(Mbps)				광고속도 대비 비율 (Down, %)	속도 분포 비율(Down, %)	
				다운로드 (전년도)		업로드 (전년도)			최고속도 80% 이상	최고속도 50% 이하
100M	KT 스페셜	100/100	30	93	(87)	92	(84)	93	100	0
	SK브로드밴드 광랜	100/100	50	91	(78)	80	(71)	91	95	2.8
	LG파워콤 광랜	100/100	50	93	(91)	94	(88)	93	96	0
50M	KT 라이트	50/10	5(1)*	35	(35)	30	(7)	70	60	35
10M	SK브로드밴드 스피드	10/0.64~4	5	9.8	(8.9)	2.9	(1.3)	98	98	0.38
	LG파워콤 프라임	10/0.8	5	9.9	(9.6)	0.8	(0.8)	99	100	0
	티브로드 파워	10/1	1.5	8.9	(7.8)	1.5	(0.8)	89	86	0
	(주)씨애편 맥스	10/1	2	9.4	(7.8)	0.9	(0.9)	94	97	1.5
	CJ헬로비전 라이트	10/2	1	9.2	(9.0)	1.7	(1.8)	92	95	0
	HCN 라이트	10/1	1.5	8.6	(7.6)	1.0	(1.0)	86	77	0
4M	(주)씨애편 스피드	4/0.5	0.5	3.8	(3.9)	0.9	(0.5)	96	100	0

주 : 신뢰수준 95%, 오차범위 ±3% 이내

* 광랜/FTTH : 5M, ADSL/VDSL : 1M

<표 Ⅲ-105> 2008년도 초고속인터넷 품질의 이용자 만족도평가 종합결과

7점 척도	품질	가입	A/S	해지
약간 만족(5점) ▶	-	LG파워콤(5.3, 71.3) SK브로드밴드(5.1, 67.6)	KT(5.0, 67.3) LG파워콤(5.0, 66.2)	-
보통(4점) ▶	LG파워콤(4.5, 58.6) SK브로드밴드(4.4, 56.1) KT(4.3, 54.7)	KT(4.9, 65.0) HCN(4.8, 63.3) 씨앤엠(4.7, 61.7) CJ헬로비전(4.6, 60.6) 티브로드(4.5, 58.0)	SK브로드밴드(4.8, 63.9) HCN(4.3, 54.4) 티브로드(4.1, 52.0) 씨앤엠(4.1, 51.9) CJ헬로비전(4.1, 51.9)	-
약간 불만족(3점) ▶	씨앤엠(3.8, 46.8) CJ헬로비전(3.7, 44.3) HCN(3.7, 44.3) 티브로드(3.6, 43.1)	-	-	SK브로드밴드(3.9, 47.7) KT(3.9, 47.5) 씨앤엠(3.6, 43.5) LG파워콤(3.6, 43.2) CJ헬로비전(3.3, 37.8) 티브로드(3.1, 34.3) HCN(3.0, 33.3)

주 1) 괄호 안은 각각 7점 척도 시 점수, 100점 환산 시 점수를 나타냄

주 2) 7점, 6점, 2점, 1점은 응답하지 않음

평가대상 지역 및 표본수를 확대하여 지역별 품질평가를 지속적으로 실시할 계획이다.

3) 시정조치

방송통신위원회는 이용자 보호시책의 강화를 위하여 이용자의 직접적인 피해가 발생하는 행위에 대해서는 직접적인 강행규정인 시정조치를 통하여 이용자의 피해를 보정하는 정책을 시행하였다. 2009년도의

<표 Ⅲ-106> 이용자 이익 저해행위에 대한 시정조치

구 분	추진 내용
이동전화 무선인터넷서비스 관련	○ 무선인터넷서비스 제공 사업자에 대해 이용요금 고지방식 개선 등 시정조치(9월)
초고속인터넷서비스 경품 제공 관련	○ 초고속인터넷 서비스 경품제공 관련 이용자 차별 행위에 대해 SK브로드밴드, LG파워콤에 시정명령 및 과징금 부과(9월)

경우, 이용자 이익을 저해하는 행위에 대하여 시정조치를 명하였다. 구체적으로 이동 이동전화 무선인터넷서비스 관련 이용자 이익 저해행위 등에 대하여 시정조치 5건, 초고속인터넷 시장에서는 경품 제공 관련 이용자 이익 저해행위에 대한 시정조치 2건을 명령하였다.

4) 이용자보호 포럼개최 및 홈페이지 구축

방송통신위원회는 방송통신의 디지털화와 융합에 대응하는 방송통신 이용자 권익과 역할을 새롭게 정립하기 위하여 2009년 11월 24일부터 27일까지 나흘 동안 '방송통신 이용자 보호주간'을 선포하고 이용자 포럼과 정책 토론회 등 다양한 행사를 개최하였다. 방송통신위원회는 새롭게 시행된 '방송통신 이용자 보호주간' 행사를 통해 방송통신 기술의 발전에 따라 빠르게 변화하고 있는 방송통신 이용자 보호 관련 정책 이슈를 집중 논의하고 이를 통해 '스스로의 권익을 향유할 뿐만 아니라 나아가 방송통신 시장의 성장을 선도하는 새로운 이용자의 위상'을 구축하는 출발점으로 삼았다. 특히, 결합서비스의 확대와 복잡·다양한 요금제 등 달라진 방송통신 환경에서 이용자들의 합리적인

선택을 돕고 올바른 서비스 이용의 중요성에 대한 인식을 제고하고자 행사를 도입하였다. 결과적으로 이용자 보호주간의 선포는 방송·통신 시장성장과 더불어 이용자 권익보호의 중요성을 강조하는 동시에 향후 이용자 보호정책의 정책방향을 모색하는 중요한 계기가 될 것으로 전망된다.

또한 사전적인 이용자 보호를 위한 중요한 정책방향의 구현을 위하여 방송통신 서비스 이용에 대한 종합적인 정보를 제공하는 이용자 전용 홈페이지 '어울림 누리(<http://www.wiseuser.go.kr>)'를 개설하였다. '어울림 누리' 홈페이지는 이용자들에게 올바른 방송통신서비스 이용을 위한 종합적인 정보 제공을 위해 방송통신서비스의 개념 및 연혁, 이용요금, 사용방법, 이용약관 등을 이용자 관점에서 알기 쉽게 정리하여 제공함으로써 방송통신서비스에 대한 이용자들의 합리적 선택을 지원한다. 방송통신서비스에 대한 정보는 해당사업자들의 자사 홈페이지를 통하여 제공되고 있으나 지나치게 복잡하고, 자사 홍보성 자료 위주로 구성되어 있는 문제점을 가지고 있다. 따라서 '어울림 누리'의 개통은 객관적인 정보를 제공함으로써 이

용자들이 방송통신서비스에 대한 비교를 통해 합리적인 방송통신서비스를 선택 할 수 있게 하였다.

권익 확대를 마련하는데 크게 기여할 것으로 예상된다. 구체적으로 이용자 피해 예방 및 권익 증진을 위한 조치 및 사업자

<그림 III-38> 이용자 전용 홈페이지 초기화면



출처 : <http://www.wiseuser.go.kr>

전술한 바와 같이, 변화하는 방송·통신 환경에서 결합상품, 융합서비스 등의 다양한 서비스가 제공되고 이용자의 피해유형도 복잡해지는 상황에서 정책적으로 이용자 보호 시책을 마련하는 것이 매우 중요해지고 있다. 2009년도에 방송·통신시장의 이용자보호 강화를 위하여 추진된 주요 정책들은 방송통신 이용자의 역량 및

들의 이용자 이익저해 행위에 대한 시정조치는 사후적인 피해구제 위주로 이루어졌던 이용자 보호활동에서 사전에 피해를 예방할 수 있는 적극적이고 효과적인 이용자 보호시책으로 정착되기를 기대하고 있고, 특히 사업자들의 위반행위 시에 시정조치를 취함으로써 예방적 효과의 강화도 기대할 수 있다. 또한 '방송통신 이용자

보호주관을 선포하고 이용자 권익을 강조하는 정책방향의 전환으로 방송·통신 이용자 보호에 대한 관심증진과 동시에 이용자 전용 홈페이지 ‘어울림 누리’의 개통으로 이용자들의 합리적 이용이 가능하게 되었다.

All-IP 환경으로 진화하는 방송·통신 환경에서 초고속인터넷의 품질이 매우 중요해지고 있으나, 일반 이용자들이 기술적인 내용을 이해하기는 점점 어려워지는 상황이다. 지속적인 초고속인터넷 품질평가의 제도화는 일정수준의 품질을 유지하도록 사업자들의 품질평가를 제고하는 동시에 이용자들이 정확한 정보를 기반으로 초고속인터넷을 선택할 수 있게 함으로써 궁극적으로 이용자의 효용증대 효과를 제고할 것으로 기대한다.

나. 공정경쟁 확립을 위한 시장 감시 강화

방송통신서비스 시장의 정체현상 및 사업자들의 마케팅 경쟁 과열로 해당 시장의 불공정경쟁 행위에 대한 우려가 커지고 있다. 특히 경쟁이 과열되는 이동전화, 초고속인터넷 시장에서 불법적 행위를 통하여 가입자를 유치하거나 지배적인 경쟁우위를 이용하여 장치산업인 방송·통신

분야의 도매제공 시에 후발사업자에 불공정한 협정 등을 강요하는 사례가 나타나고 있다. 그러나 현행 방송통신 시장에 대한 감시체계는 기존 통신서비스 위주의 조사, 전기통신사업법의 금지행위에 한정된 조사, 과징금 부과 등 금전적 처벌 위주의 위반행위 제재방식이 주류를 이루고 있어, 시장 질서를 확립하기에 미약하다는 문제가 제기되어 왔다.

이에 따라 방송통신위원회는 공정경쟁 확립을 위한 시장 감시를 강화하고, 정책시행을 통해 사업자간 치열한 경쟁에 따른 불공정행위를 예방함으로써 방송통신서비스의 건전한 발전과 도·소매 이용자의 피해 예방을 추진하고 있다. 특히 방송통신 CS(Customer Satisfaction: 고객만족) 센터에 접수된 민원동향에 대한 분석과 자체 구축한 방송통신 시장에 대한 모니터링 시스템을 통하여 방송통신 시장의 동향을 파악하기 위한 각종 지표를 개발하고, 관련 통계를 활용하여 시장 감시 활동을 추진하였다.

또한, 과징금, 시정조치 등 정책시행의 신뢰성을 제고하고 불공정행위 예방을 위해서는 정확한 회계정보가 필요함에 따라 방송통신사업자 영업보고서 검증, 매출액

검증, 보편적역무 손실보전금 산정, 상호 접속료 모형산정 등의 회계조사 기능을 지속적으로 개선하고 있다.

1) 공정경쟁 질서 확립을 위한 실태점검·조사

2009년도에는 방송통신 서비스의 공정한 경쟁질서 확립을 위해서 지속적인 시장모니터링 등을 통해 불공정행위를 사전에 예방하고, 위법행위에 대해서는 사후

실태점검 및 시정조치를 통해 공정한 경쟁환경을 조성하도록 정책목표를 수립하였다. 이를 위해, 서비스 품격제고 및 생산성 향상 기여, 국민생활 밀착분야에 대한 적극적인 피해 예방, 신규기술의 융·결합에 따른 서비스 활성화 등에 중점을 두고 실태점검 및 조사를 진행하였다. 특히 실태점검 및 조사에 따른 시정조치가 장기적인 실효를 거둘 수 있도록 하기 위하여 방송통신시장의 공정경쟁 질서를 저해하

<표 III-107> 방송통신시장 공정경쟁 확립을 위한 시장 감시활동 추진실적

위반사항	개선사항
이통사의 불법스팸 발송자 조치 지연행위	○ 불법스팸 발송자 조치 지연행위에 대한 즉시 중지 명령 ○ 불법스팸을 전송하는 이용자를 효율적으로 관리·감독할 수 있도록 업무처리 절차 개선 명령
IPTV제공사업자의 전송망 제공 관련 불공정행위	○ 우월적지위를 이용한 불공정행위 즉시 중지 ○ 국내방송전용회선 이용약관을 가급적 시장현실에 맞는 합리적인 수준으로 개정 ○ 합리적인 인터넷 멀티미디어 방송 프로그램 전송망 운용기준을 마련하고, 인터넷 멀티미디어 방송국사에 타 사업자의 전용회선 인입이 가능하도록 필요한 조치
이통사의 사망자 주민번호 등을 이용한 이동전화 부당가입행위	○ 시정명령 받은 사실에 대한 공표 및 과징금 부과 ○ 행정안전부 주민등록전산정보에서 검색되지 않는 주민등록번호 또는 사망자 주민등록번호를 이용하여 가입된 회선에 대해 실사용자로 명의변경하거나 해지토록 하고, 그 외 구비서류를 제대로 갖추지 않은 회선에 대해서는 구비서류를 갖추도록 명령 ○ 위반행위의 재발 방지를 위하여 본인확인 절차 개선 등 업무처리 절차를 개선
IPTV사업자의 콘텐츠 계약 관련 불공정행위	○ IPTV채널 선정 및 평가기준 개선 및 계약방식 개선

는 법 위반 행위에 대해 약관변경, 업무절차개선 등의 근본적인 문제를 개선함으로써 위반행위의 재발을 방지하도록 조치하였다.

방송통신시장의 공정한 경쟁환경 조성을 위해 실태점검 및 조사를 추진한 세부 내용을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 방송통신위원회는 이동통신사업자가 불법스팸을 전송하는 가입자에 대해 (구)한국정보보호진흥원(KISA)로부터 이용제한 요청을 받고도 조치를 지연하는 등 불법스팸을 방지하기 위한 관리감독을 소홀히 한 행위와 이동전화서비스 제공을 위해 서비스 이용계약을 체결하면서 사망자 주민번호 등을 이용한 자를 가입시키는 행위에 대해 조사하고 개선함으로써 이용자 피해를 예방하였다. 둘째, 방송통신위원회의 핵심 과제인 IPTV서비스, 결합서비스, 인터넷전화서비스에 대한 활성화 정책이 현장에 제대로 작동하도록 관련 시장에 대한 모니터링을 실시하였고, 특히, IPTV제공사업자와 IPTV콘텐츠사업자 간의 실시간 방송프로그램 전송을 위한 전용회선 계약, 콘텐츠 공급 계약 체결 시 우월적 지위를 이용한 불공정 행위에 대해 조사 및 실태점검을 실시하여 서비스 도입 초기 공정

한 경쟁환경을 구축함으로써 IPTV 서비스 활성화를 지원하였다. 셋째, 지속적인 공정경쟁 위반행위로 지적되던 이동전화시장의 차별적 보조금 지급행위에 대해서는 연중 이동전화시장에 대한 실태점검 및 조사 등 적극적인 시장관리를 통해 시장 안정화에 기여하였다.

2) 방송·통신시장의 회계제도 개선

방송통신위원회는 불공정행위에 대한 실태점검 및 조사활동과 병행하여 방송통신 시장의 불공정행위에 대한 회계적 조사역량을 지속적으로 강화하고 방송시장 공정경쟁 환경조성을 위한 회계제도 도입 추진, 통신사업자 회계 투명성 제고를 위한 사후규제 강화방안 추진 등 제도개선을 병행하여 추진하였다.

한편, 방송통신위원회는 방송통신시장에 대한 공정경쟁 환경조성을 위해 방송통신사업자의 영업보고서 검증, 보편적 의무 손실보전금 산정, 상호접속 원가검증 등의 회계검증 기능을 수행하였다. 또한 2008년 12월에는 ‘방송사업자 회계처리 및 보고에 관한 지침’을 신설하여 방송사업자의 회계정보의 수집에 대한 기초를 마련하였다. 현재 훈령인 ‘방송사업자 회계처

리 및 보고에 관한 지침'은 법률적 위임근거가 미약하다는 지적도 있어 매년 3월 이내에 영업보고서를 작성하여 제출토록 하고, 회계법령 위반시 과태료를 부과하는 등의 사후제재 방안을 마련하기 위해 방송법 개정을 추진하고 있다. 방송 사업에서 회계정보는 방송시장의 공정경쟁 환경 조성 및 PP수신료 분배, 방송발전기금 징수, 방송평가, 수신료 재원의 지출, 유료방송 요금승인 등 방송정책의 기초자료로 활용될 수 있다. 특히, 향후 뉴미디어 산업의 발전으로 방송사업자의 수가 증가하고 유료방송시장의 경쟁이 본격화 될 경우 방송시장에 대한 공정경쟁 질서 확립을 위해 회계정보에 대한 필요성이 더욱 증가할 것이다.

방송·통신 산업은 막대한 설비투자가 요구되고 동일한 네트워크를 통해 다양한 서비스를 제공하는 특성이 있다. 따라서 방송·통신 산업의 특성, 정책기관의 요구사항을 반영한 신뢰성 및 비교가능성이 높은 회계정보의 산출이 필요하나, 제조업 중심의 일반기업을 대상으로 한 기업회계 기준으로는 정책 수립에 유용한 회계정보를 산출하기 어려웠다. 이러한 요구사항을 반영한 것이 2009년도에 실효성 있게 정

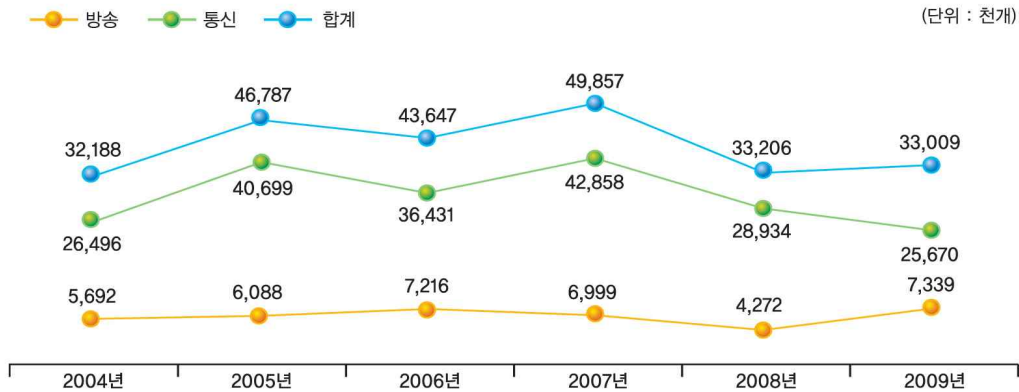
립된 전기통신회계제도 및 방송사업 회계제도라고 할 수 있다.

지금까지 살펴본 바와 같이, 2009년도에 방송·통신시장의 공정경쟁 질서 확립을 위하여 추진된 주요 정책들은 방송통신시장의 건전한 시장기능을 제고하여 궁극적으로 사회적 후생을 극대화하는데 크게 기여할 것으로 예상된다. 또한 방송통신시장의 불공정행위에 대한 회계조사 개선 방안은 방송통신시장의 공정경쟁 환경 조성 및 회계 투명성 제고로 이어지는 선순환 효과를 유발할 것으로 기대되고 있다. 특히 정확한 회계정보에 근거한 방송통신사업자 영업보고서 검증, 보편적 역무 손실보전금 산정, 상호접속 원가검증 등이 이루어짐에 따라 정책 신뢰성을 제고하는 효과도 나타낼 것으로 기대하고 있다.

다. 신속하고 효과적인 이용자 피해 구제

방송통신시장에서 융합현상이 급속히 전개되면서 IPTV, VoIP, FMC/FMS 등 융합서비스가 크게 증가하고 있고, 2009년 하반기에는 무선인터넷의 개방형서비스인 앱스토어(application store)가 등장하여 이용자의 다양한 수요를 충족시켜 주고 있다. 다양한 융합서비스의 등장은 기존의

<그림 III-39> 연도별 민원접수 증감 추이



민원과는 상이한 복잡하고 다양한 방송·통신 관련 민원을 발생시키고 있으며, 특히 융합서비스를 중심으로 민원 분쟁이 빈번해지는 추세를 보이고 있다.

이처럼 방송통신시장의 민원이 복잡·다양화되고 있는 상황에서 신속하고 효과적인 이용자 피해 구제를 위한 민원처리는 이용자 피해구제에 있어 가장 핵심적인 내용이라 할 수 있다. 구체적으로 방송통신 민원처리 기간을 준수하고 사업자와 이용자 간의 재정처리 평균 소요일을 단축하는 것이 중요한 정책방안이 될 수 있으며, 이용자 피해구제를 위한 방송통신 민원처리 지침의 보완과 경미하거나 소액인 분쟁사건에 대한 신속한 처리도 필요할 것으로 분석된다. 또한 2009년도에는 신속한 피해구제 지침을 통한 부당한 통신요금청구 및 위약금 등에 대한 민원처

리기간의 단축과 신속한 분쟁해결을 위한 제도개선이 중점적으로 모색되었다.

1) 민원처리

방송통신위원회는 이용자 피해 구제와 이용자의 만족도 향상을 위해 방송통신서비스 민원에 대하여 민원처리기간 내 해결을 목표로 적극적으로 정책을 집행하였다. 2007년 49,857건으로 최고 수치를 보인 방송통신민원은 적극적인 정책집행에 힘입어 2008년 33,206건으로 전년도 대비 33.4% 감소하였으며, 2009년에는 33,009건으로 0.6%(197건) 지속적으로 감소하는 추세를 보이고 있다. 방송통신위원회 CS 센터(고객만족센터)에 인터넷·전화·우편 등을 통해 접수된 민원은 총 33,009건이며, 분야별로는 전년에 비해 방송민원이

<표 III-108> 연도별 민원접수 현황

구 분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	증감률
방송민원	6,088	7,216	6,999	4,272	7,339	71.8
통신민원	40,699	36,431	42,858	28,934	25,670	-11.3
합 계	46,787	43,647	49,857	33,206	33,009	-0.6

주 : 증감률은 2008년도와 비교한 수치임

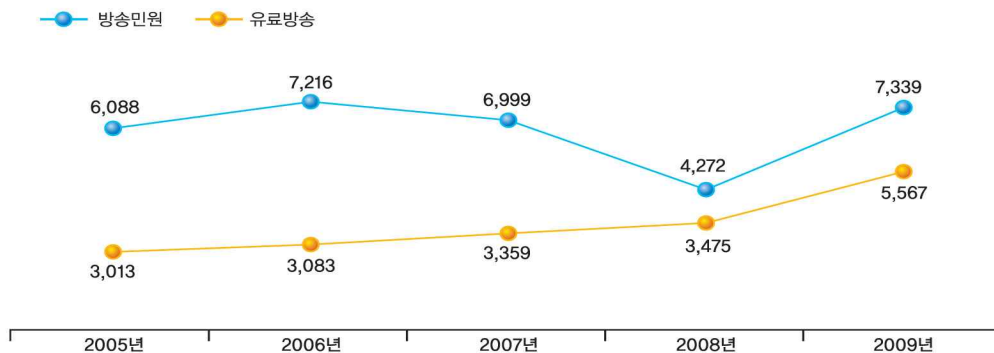
71.8% 증가하고, 통신민원은 11.3% 감소한 것으로 분석되었다.

2009년 방송통신민원 결과를 세부적으로 살펴보면, 방송민원은 2008년에는 전년 대비(2007년, 6,999건) 39.0% 감소하였으나, 2009년에는 유료방송관련 민원이 크게 증가(60.2%)하여 전년(2008년, 4,272건) 대비 71.8%(3,067건) 대폭 증가한 7,339건이 접수되었으며, 방송매체별로는 케이블 TV 40.9%(2,999건) · 위성방송 38.3% (2,812건)로 전체 방송민원의 79.2%를 차지한 가운데 IPTV의 민원은 455건으로 점차 증가하

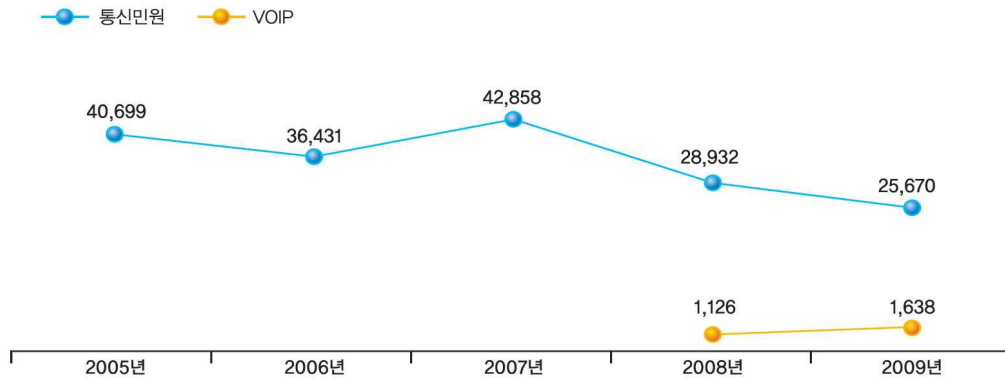
는 것으로 나타났다. 처리 완료된 민원에 대한 세부유형을 살펴보면, 위약금 분쟁 · 계약해지·허위영업 등 요금 관련 민원이 2,416건으로 전년 대비 21.6% 증가하였다.

통신민원은 2007년 이후 감소 추세이며, 2009년에는 전년도(2008년, 28,934건) 대비 11.3%가 감소한 25,670건이 접수되었으며, 통신서비스별로는 이동전화 43.0%(11,040건) · 초고속인터넷 25.4%(6,516건) · 유선전화 11.0%(2,824건)로 전체 통신민원의 79.4%(20,380건)를 차지하는 것으로 나타났다. 처리 완료된 민원에 대한 세부유형

<그림 III-40> 연도별 방송민원 현황



<그림 III-41> 연도별 통신민원 현황



을 살펴보면, 요금불만 관련 민원이 7,397건으로 전체의 29.1% 차지하는 것으로 확인되었다.

결과적으로 방송통신위원회는 2008년에 고도화된 민원처리시스템을 기반으로 2009년에 민원처리를 적극적으로 대처한 결과, 방송통신민원이 지속적으로 감소하는 것으로 분석되고 있다. 다만 IPTV의 도입 이후로 사업자 간 경쟁이 심화되고 있는 케이블방송, 위성방송 등 유료방송 관련 민원은 큰 폭으로 증가한 것은 보완이 필요할 것으로 파악되었다.

이에 따라 향후 방송통신위원회는 정기적으로 개최하고 있는 통신민원협의회를 유료방송부문까지 확대하여 반복·빈발 민원의 재발 방지 등 사업자의 자발적인

업무개선을 유도하고 이용자 피해확산 가능성이 있는 사항은 민원예보, 사실조사 등을 통해 방송통신서비스 이용자의 권익을 보호하고 증진해 나갈 예정이다. 또한 2009년 방송통신민원동향을 방송통신위원회 홈페이지(<http://www.kcc.go.kr>)에 전문을 공개하여 자발적인 제도개선도 유도하고 있다.

2) 민원처리 기간 단축 및 만족도 제고

신속하고 효과적인 이용자 피해 구제를 위한 정책지표로 중요한 의미를 지니는 것은 방송통신 관련 민원처리의 건수 외에도 신속하게 민원을 해결하는 것이다. 즉, 신속하고 효과적인 이용자 피해구제를 위해서는 ‘민원처리기간 단축일’이 의미를 지닌다는 것이다.

방송통신위원회는 처리기간 단축이라는 정책적 취지에 부응하여 실질적으로 이용자의 피해구제가 가능하도록 하는 다양한 정책을 시행하였다.

첫째, 2009년도에 국민신문고에 접수되어 처리된 민원 20,376건 중 20,335건을 민원처리지침 개정 및 민원처리시스템 고도화를 통하여 기간 내 처리하여 민원처리 준수율 99.8%를 달성한 것으로 분석되었다. 이러한 수치는 전년도의 89.3%에 비하여 10.5%의 민원처리를 더욱 신속하게 처리하여 이용자의 권익을 보호했다는 것을 나타내고 있다.

둘째, 사업자와 이용자 간의 분쟁을 처리하는 법정 재정처리기간(90일)을 매년 10%이상 단축한다는 목표를 설정하고 있으며, 2009년도에는 과거 3년간 처리기간 및 분쟁증가 추세 등을 종합적으로 반영하여 처리기간을 65일로 단축하도록 설정하였다. 이처럼 이용자피해를 구제하고 방송통신 민원처리기간을 준수하고자 노력한 결과, 사업자와 이용자 간의 재정처리

평균소요일은 평균 47일 내에 처리된 것으로 나타났다.

한편 국민권익위원회에서 운영하는 종합민원처리 시스템인 '국민신문고'는 민원처리결과에 대해 민원인의 만족 여부를 평가하는 제도를 운영하고 있는데, 방송통신위원회는 국민권익위원회와 협조체제를 구축하고 '국민신문고'에서 만족 여부가 평가된 민원 중 사업자와 관련된 민원을 분류하여 만족도 및 불만족도를 사업자별로 분석, 관리하여 이용자 피해 구제에 반영하고 있다.

2009년 중 처리된 민원에 대해 민원인 만족여부에 대한 답변내역을 확인한 결과, 전체 방송민원은 크게 증가하였으나 민원만족도는 55.6%, 불만족도는 31.6%를 나타냈으며, 전체 통신민원은 감소하였으나 민원만족도는 36.3%, 불만족도는 48.8%를 나타냈다.

이와 관련, 방송통신위원회에서는 민원처리 만족도가 상대적으로 낮은 이동통신 및 초고속인터넷 서비스 등에서의 민원처리 만족도를 높이기 위하여, 민원처리 만

<표 III-109> 2009년 민원처리 만족도 현황

구 분	만족도조사 응답자	만족응답자	만족률
방송서비스	471	262	55.6%
통신서비스	2,137	776	36.3%
합 계	2,608	412	39.8%

족도를 매월 분석하고 사업자 회의를 통하여 민원처리 및 만족도 향상에 노력하였으며 접수민원 반기 분석 결과에 대한 보도자료를 배포하였을 뿐 아니라, 이용자 피해예방 및 대책수립을 위하여 이용자 모니터링을 전파관리소와 합동으로 실시하여 이용자 피해주의보 및 사업자 가이드라인을 발표하였다.

3) 방송통신 분쟁조정제도 개선

방송통신위원회는 2009년도에 이용자 피해구제를 위하여 분쟁조정 제도를 적극적으로 활용하는 정책을 시행하였다. 분쟁조정제도란 강제적 해결방식에 기초한 기존 소송제도와는 달리 조정·알선 등을 통하여 당사자 간의 자율합의에 기초하여 분쟁을 해결하는 것으로 널리 활용되고 있는 추세이다. 아래의 표는 2009년도에 방송통신위원회에서 처리한 방송통신 분쟁 현황을 나타내고 있다.

합리적이고도 조속한 방송통신 분쟁해

결을 위하여 방송통신위원회는 분쟁조정 제도 개선을 위한 다양한 조치들을 모색하였다.

첫째, 방송사업자, PP 등 방송관련 사업자와 주기적으로 간담회를 실시하여 다양한 채널을 통해 이용자 피해상황을 파악하고 적절하게 대응하기 위해 노력해왔다.

둘째, 경미하고 소액인 사안에 대해서는 사업자와 이용자 간의 분쟁을 위원회에 상정하지 않고 알선분과위원회에서 상시적으로 처리할 수 있도록 재정규정을 개정함으로써 신속한 이용자 피해구제를 실시할 수 있는 제도적 기반을 마련하였다.

셋째, 글로벌 시대에 대응하여 분쟁조정 제도 현황분석 및 발전방향 마련을 위한 제1회 국제방송통신분쟁관계자 워크숍을 실시하여 신속한 이용자 피해구제를 위한 교류협력을 확대하는 계기를 마련하였다.

지금까지 살펴본 바와 같이, 신속하고 효과적인 이용자 피해구제를 달성하기 위하여 시행된 다양한 정책방안으로 민원처

<표 III-110> 방송통신 분쟁 조정 현황

구 분	2006년	2007년	2008년	2009년	합 계
통신분쟁	10	14	22	17	63
방송분쟁	1	1	5	5	12
합 계	11	15	27	22	75

리의 감소와 처리시간 단축, 분쟁조정제도 활성화 등의 기대효과가 유발되어 방송통신이용자의 권익보호에 크게 기여할 것으로 예상된다. '민원처리기간 준수 및 분쟁처리 기간 단축' 등의 제도개선과 '방송통신 CS센터 민원처리지침'의 제정으로 신속한 민원처리가 시행되면서 민원처리 건수가 2007년 이후 지속적으로 감소하고 있고 민원처리시간도 줄어들고 있어 실질적으로 이용자의 피해구제를 달성할 수 있는 제도적 여건이 조성되는 것으로 분석된다.

라. 방송통신 금지행위 제도 보완 및 조사 체계 확립

방송통신 금지행위는 사후규제의 대표적인 조항으로 전기통신사업법 제36조의 3항에 명시되어 있으며, 지배력 남용, 부당한 차별, 정보 유용, 부당 요금, 이용자 이익 침해, 담합, 부당 염매 등의 불공정행위에 대해 사후적으로 금지 및 처벌하는 내용으로 법제화되어 있다.

이러한 법적근거 하에 통신부문의 경우에는 전기통신사업법의 금지행위 규정을 이용하여 사후규제 관점에서 금지행위 유형에 명시된 내용들을 규제할 수는 있으

나 통신시장에서 나타나는 다양한 불공정행위를 규제하여 이용자의 권익을 보호하기에는 한계가 있으며, 공정거래위원회와의 중복규제 문제도 상존하는 실정이다. 방송부문의 경우, 방송프로그램의 공급 및 보편적 시청권보장 규정(방송법 제76조)의에는 금지행위 규정이 마련되어 있지 않은 실정이다. 특히 방송은 공공성 및 사회적 책임에 대한 요구가 강하여 소유제한 등 진입장벽이 엄격한 규제산업이었으나 케이블방송, 위성방송 등 유료방송의 활성화와 더불어 시청자의 권익을 침해하는 행위로 인한 민원제기가 급속히 증가하여 사후규제 수단의 정립이 요구되고 있다. 또한 방송통신 융합현상이 가속화됨에 따라 통신·비통신 사업자(카드, 정유사 등) 간에 다양한 형태의 결합·융합서비스가 등장하면서 기존의 금지행위 유형으로는 처리할 수 없는 새로운 유형의 불공정행위가 지속적으로 증가하여 이에 대한 제도적 보완이 필요하게 되었다.

한편 최근 방송통신 사업자들은 방송통신 융합현상의 진전과 사전규제 완화 등의 환경변화에 따라 새로운 유형의 불공정행위에 대하여 대형 법률지문회사 등을 통하여 전문적으로 대응하고 있으며, 특히

<표 III-111> 방송법의 금지행위 검토유형(안)

- 방송 채널 또는 프로그램의 공급·이용을 위한 사업자간 협정 체결을 정당한 사유 없이 거부 또는 지연하는 행위를 금지
- 부당하게 시청자를 차별하여 현저하게 유리하거나 불리한 이용 요금 또는 이용조건으로 방송서비스를 제공하는 행위를 금지 등
- 이용약관과 다르게 방송서비스를 제공하는 행위 등

기존의 규제사례로는 판단하기 어려운 다양하고 복잡한 사건유형이 발생함에 따라 조사관의 전문성과 조사업무의 체계적인 처리가 더욱 요구되고 있다.

1) 방송통신 금지행위 제도 개선·보완 및 시정조치 현황

방송통신위원회는 새로운 통신시장에서 발생할 수 있는 불공정 행위에 대응하기 위해 통신시장 환경 변화에 맞는 불공정 행위 유형 신설 등 전기통신사업법 개정을 적극적으로 추진하였다. 특히 유료방송의 민원제기가 급속히 증가하는 상황에서 시청자를 보호하기 위하여 방송법 금지행위 신설과 관련된 연구반을 운영하고 외부전문가 의견을 수렴하여 방송법 금지행위 신설 및 시행을 위한 기초자료로 활용하였으며, 해외 규제기관 연차회의에 참석하여 규제기관과 산업체 간의 협조체계 구축 관련 현황자료를 수집·분석하였다.

이러한 결과, 방송시장의 불공정 행위 및 시청자 이익저해 행위 유형(안)을 도출하여 입법화를 검토하는 단계에 이르렀다.

이와 더불어 공정거래위원회와의 중복 규제 방지를 위한 실무협의회를 정기적으로 개최하고, 통신사업자 협의회를 구성·운영하여 사업자와의 협력기반을 마련하고, 시장 모니터링 결과 등에 대한 정보를 공유하여 사업자 자율 개선을 유도하였다.

방송통신위원회는 2008년 이후 방송통신사업자의 다양한 회계정보에 대해 DB 시스템을 구축하여 사후규제와 연계함으로써 방송통신사업자의 금지행위를 효과적으로 규제하는 기반으로 활용하고 있다. 그 결과, 방송통신위원회는 2009년도에 전기통신사업법의 이용자 이익저해 부문 7건, 이용약관 위반 7건, IPTV법의 이용자 이익저해 부문 3건 등 17건에 대해 금지행위 위반으로 시정조치를 추진하였으며, 조치내용은 아래 표와 같다.

<표 III-112> 방송통신 시장 금지행위 시정조치 현황

(단위 : 원)

구 분	전기통신사업법		IPTV법	합계
	이용자 이익저해	이용약관 위반	이용자 이익저해	
시정조치	7건	7건	3건	17건
주요 조치내용	○ 과징금 12.5억 ○ 업무절차 개선 등	○ 과징금 5.4억 ○ 업무절차 개선 등	○ 업무절차 개선	과징금 17.9억

2) 조사인력 전문성 제고 및 조사체계 확립

방송통신위원회는 급속히 변화하는 불공정행위 사건유형을 전문적으로 처리할 수 있는 조사관의 전문성을 높이고 조사체계 정립을 위해서 다음과 같은 조치들을 취하였다.

첫째, 조사관의 역량강화를 위하여 매뉴얼 작성 및 전문교육 강화를 추진하였다. 구체적으로 금지행위 유형별 매뉴얼 작성을 강화하여 조사관들이 체계적인 분석기법에 의하여 사건유형을 처리할 수 있도록 하였다. 금지행위 매뉴얼 작성은 위법행위 발생 빈도가 높은 사례를 대상으로 우선적으로 수행하였으며, 2009년도에는 2008년도(3건)보다 증가한 5건의 매뉴얼을 작성하여 지속적으로 누적되는 상황이다.

또한 조사인력의 전문지식 습득 등의 역량강화를 위하여 전문교육 및 세미나를 강화하여, 2009년도에 방송통신위원회는

조사인력 전문교육을 2008년(8회) 대비 4회 증가한 12회를 실시하였다.

둘째, 전문적이고 체계적으로 사후규제를 집행하는 것으로 알려진 미국, 영국 등 주요 국가의 규제기관 사례를 참고하여 방송통신시장 조사기본계획을 지속적으로 보완하고 있다.

2009년도에 방송통신위원회는 민원동향, 방송통신 시장동향 등을 분석하여 보고서를 발간하여 방송통신시장 조사기본계획에 활용하였으며, FCC, Ofcom 등 해외 규제기관의 규제활동 및 방송통신 시장의 동향자료를 수집하여 보고서를 발간하였다.

결과적으로 2009년도에 추진된 방송부문의 금지행위 입법과 관련한 제도보완의 추진으로, 방송통신시장에서 나타나는 다양한 불공정행위들에 대한 법적근거가 마련되어 급속히 변화하는 방송통신시장에서 효과적인 사후규제의 집행이 가능해질

것으로 예상된다.

또한 체계적인 조사관 전문성 제고 및 조사체계 정립을 통하여 방송통신시장의 다양한 금지행위 유형을 식별하고 이를 효과적으로 처리할 수 있는 인적기반을 마련하여 정부정책의 신뢰성을 제고하는 효과도 유발할 것으로 분석된다.

마. 자율규제 강화를 통한 이용자보호

방송통신위원회는 방송·통신시장의 공정경쟁기반 조성 및 이용자보호의 강화라는 정책목표의 추진과 더불어 실질적으로 이용자에게 도움이 될 수 있는 사항을 발굴하여 개선하였다. 즉, 이용자들이 정당하게 누리거나 행사해야 할 권리이지만 제도적인 요인으로 이익을 저해 받는 것이 있는지를 파악하여 이를 시정하기 위한 조치들을 강구하였다.

1) 통신사 미환급금 제도개선

방통위 조사결과에 의하면, 2007년 5월부터 2009년 8월까지 환급대상금액 총 1,701억 원(이통3사 498억 원, 유선4사 1,203억 원) 중 약 89%에 해당하는 1,520억 원(이통3사 355억 원, 유선4사 1,165억 원)이 환급되었으며, 2009년 8월말 기준

총 181억 원(이통3사 약 143억 원, 유선4사 약 38억 원)의 미환급액이 남아있는 것으로 파악되었다. 이중 과·오납 요금은 122억 원, 보증금 미수령액(SKTEL)은 45억 원, 할부보증보험료 미수령액(KT, LGTEL)은 14억 원으로 나타났다.

미환급액이 발생하는 주요 원인은 이중납부 등으로 인한 과오납 요금과 10회선을 초과하는 개인 가입자, 외국인 등이 가입시 납부하는 보증금 또는 단말기 할부금액에 대한 채권 확보를 위해 이통사가 보증보험사와 신용보험을 체결하여 보증보험사에 납부한 보험료인 할부보증보험료의 미수령 등이며, 미수령의 원인 중 대상 금액의 소액에 따른 이용자의 환불 신청이 저조한 이유도 상당부분 포함되어 있는 것으로 나타났다.

사업자 제출자료에 의한 2009년 8월말 기준 이통사별 부문별 미환급액을 살펴보면 과오납요금의 미환급액은 84억 원, 보증금 또는 할부보증보험료의 미환급액은 59억 원으로 나타났으며, 유선사별 미환급액은 38억 원으로 집계되었다.

전술한 바와 같이, 미환급액 발생의 주된 요인은 납부확인 시점의 지연으로 나타나고 있다. 즉, 이용자가 요금을 자동이

<표 Ⅲ-113> 이통사별 미환금액 현황 및 환급실적

(단위 : 천건, 억원)

구 분		SKT		KT(무선)		LGT		계	
		건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
과오납 요금	환급	725	167	4,983	93	997	24	6,705	284
	미환급	511	49	686	11	1,473	24	2,670	84
보증금(SKT) 할부보증보험료 (KT, LGT)	환급	96	62	121	9	2	0.2	219	71
	미환급	220	44	76	6	121	9	417	59
계	환급	821	229	5,104	102	999	24	6,924	355
	미환급	731	93	762	17	1,594	33	3,087(31%)	143(29%)

체 또는 지로로 요금을 납부하고 이에 대한 확인이 일반적으로 2~5일 후에 통신사로부터 납부확인이 가능하여 납부확인 전에 대리점 등을 통한 요금납부로 이중 납부되는 경우가 주된 요인이다. 따라서 요금 납부확인 시점의 단축을 통해 미환금액의 발생을 줄일 수 있으며, 유·무선 통신사는 입금전용계좌(가상계좌)와 같은 실시간 수납채널 확대 등을 통해 납부확인 시점을 단축하여 이중납부를 최소화하기로 하였다.

또한, 자동이체·지로 수납기간 중에 이용자가 대리점 등을 통해 요금을 납부하는 경우, 통신사는 이용자에게 이중납부 가능성에 대한 고지 및 환급 안내를 강화하기로 하였으며, 자동이체 출금기간 중 해지시, 자동이체 출금요청 금액(전월분)을 제외하고 당월 사용금액만 정산하여 청구함으로써 이중납부를 최소화(KT限)하고자 하였다. 이와 함께, 이통사들은 이용자가 가입시 납부한 할부보증보험료 또는 보증금 환급액을 해지시점(번호이동

<표 Ⅲ-114> 유선사별 미환금액 현황 및 환급실적

(단위 : 천건, 억원)

구 분	KT(유선)		SK브로드밴드		LG데이콤		LG파워콤		계	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
환급	3,062	1,102	33	31	22	24	14	8	3,131	1,165
미환급	382	26	49	10	18	2	0.04	0.01	449(13%)	38(3%)

해지 포함)에 즉시 돌려받을 수 있도록 동환급액을 반영하여 해지요금을 정산하기로 하여 2009년 8월말 현재 이동전화 미환급액의 약 41%(건수대비 14%)를 차지하는 할부보증보험료 및 보증금 관련 미환급액의 발생이 원천적으로 차단될 것으로 기대된다.

이처럼 미환급액의 발생에도 불구하고 미환급액의 환불을 시도하지 않는 이용자를 위해 환불받을 수 있는 경로를 다양화하여 미환급액 환불을 촉진하고자 하였으며, 통신사는 해지 정산요금 납부시 환급 가능한 고객계좌 확보를 위한 고지를 강화하여 미환급금 발생시 자동 환급되도록 하고, 유선사 홈페이지 내에서도 미환급액 정보 조회와 환급이 가능하도록 이동통신사에서 시행중인 온라인 환급신청서비스를 유선사로 확대 시행하기로 하였다.

또한, 이동통신사업자는 사업자간 협의를 통해 번호이동 해지자에 대한 미환급액 발생시 변경전사업자와 변경후 사업기간 요금 상계로 이용자에게 자동 환불 처리하기로 하여 번호이동 해지시 신규로 발생하는 미환급액은 전액 환급 가능할 것으로 예상된다.

그 밖에, 해지시점에 미환급액 발생 여

부 및 규모를 알수 없는 점을 감안하여 1천원 이하의 소액에 대해 해지시 또는 환불 신청시 미환급액에 대한 기부 동의 절차를 마련하기로 하였다.

아울러 통신사 공동으로 미환급액 환불 안내 광고를 실시하는 한편, 통신사 홈페이지 내 환급메뉴의 접근성 향상 및 환급 관련 홍보 페이지 추가 등 미환급액 환불 활성화를 위한 대국민 홍보를 추진하기로 하였다.

2) 마일리지 제도개선

방송통신위원회는 SKT 등 이통3사가 운영하고 있는 마일리지 제도가 보다 많은 이용자에게 실질적인 혜택이 될 수 있도록 소멸 마일리지에 대한 고지를 강화하고 소액 마일리지 사용처를 확대하는 내용의 마일리지 제도개선 방안을 마련하였다.

마일리지 제도는 이통사가 이동전화 사용요금에 따라 이용자에게 점수를 부여하고, 이용자가 누적된 점수를 통화요금 결제, 콘텐츠 구매 등에 사용할 수 있도록 하는 제도이다. 그러나 이통사들의 홍보부족으로 이용자들이 마일리지 제도를 제대로 인지하지 못하고 있고, 소액 마일리지

<표 III-115> 사업자별 마일리지 사용 비율(2008년말 기준)

(단위 : 억점, %)

구 분	SKT	KTF	LGT	계
전체 누적 마일리지(A)	1,876	1,237	340	3,453
사용 마일리지(B)	139	103	19	261
사용 마일리지 비율(B/A)	7.4%	8.3%	5.6%	7.1%

로 사용 가능한 용도가 제한되어 있어 활용도가 떨어지는 실정이다.²⁰⁾

이에 따라 방통위는 보다 많은 이용자에게 마일리지 제도의 혜택이 돌아갈 수 있도록 통화료 결제 등 소액 마일리지 사용처를 확대하고, 소액 마일리지를 모아서 사용할 수 있도록 가족 간(청소년요금제 가입자와 법정대리인간) 마일리지 양도 및 명의변경시 가족간(배우자, 2촌 이내 직계존비속, 동거하는 형제자매 간) 마일리지 승계를 허용하는 동시에 마일리지 유효기간(5년) 경과로 소멸될 경우, 소멸 시작 1개월 전에 이용자에게 SMS로 통보하도록 하는 등 고지제도를 강화하였다.

한편, 신청고객에 한해 매년 초 고객등급별로 포인트를 부여하여 제휴 가맹점에서 사용하도록 하는 멤버십 포인트에 대해서도, 매년 초 멤버십 미가입자를 대상으로 청구서 발송 시 가입안내서를 동봉

하도록 함으로써 많은 이용자들이 제도를 알고 이용할 수 있도록 개선하였다.

자율규제 강화를 통한 이용자보호제도의 개선은 직접적인 경제적 절감효과를 유발하는 동시에 이용자 권익향상에 기여하고, 기업의 이미지 제고에도 도움이 될 것으로 기대된다. 또한 정보 접근력이 좋은 일부 계층에게만 편익이 돌아가던 제도를 이용자 전반으로 확대하는 효과가 있을 것으로 기대하고 있다. 구체적으로 통신사 미환급금 제도개선으로 1,500억 원 이상의 환급금이 고객에게 전달될 것으로 기대되며, 마일리지 제도개선으로 이통3사가 연간 약 407억 원 정도의 고객 서비스 비용을 추가 부담할 것으로 예상(이통3사 자체 추산)된다.

20) 2008년말 기준 이통 3사의 누적 마일리지 대비 사용비율은 SKT 7.4%, KTF 8.3%, LGT 5.6% 수준

4. 시청자 복지 증진 및 방송 접근기회 확대

가. 소외계층의 방송 접근기회 확대

방송통신위원회는 2000년부터 지속적으로 장애인·난청노인용 수신기 보급 사업을 추진하고 있으며, 시청각장애인의 방송 접근성 보장을 위해 2006년부터는 자막·수화·화면해설 등 장애인방송 제작 지원 사업을 추진하고 있다. 또한 지역별 시청자 미디어 센터를 운영하여 지역 시청자의 복지 향상을 위해 노력하고 있다.

그러나 장애인 등 방송 소외계층의 방송접근 기회를 확대하기 위한 방송수신 보조기기 보급을 지속적으로 확대·추진하고 있음에도 불구하고 매년 청각장애인수는 11% 이상 증가하고 있어 자막방송 수신기 등 방송수신 보조기기의 더 높은 보급률이 요구되고 있다. 또한, 디지털화의 진전과 뉴미디어의 도입에도 불구하고 장애인 등 소외계층이 방송에 접근하거나 시청자가 방송제작에 참여할 수 있는 기회와 수단이 부족한 실정이다.

이와 같은 소외계층의 생활환경 개선과 사회활동 참여를 위해 '장애인 차별 금지

법'이 2008년 4월 11일에 발효됨에 따라 장애인의 처우 개선을 위한 관심과 지원이 전 부처로 확대되고 있음에도 불구하고 종합유선방송 사업자 및 지역방송 사업자 등의 영세성으로 인하여 장애인의 방송접근권이 일부 제한될 우려가 아직 남아있다. 이에 따라 방송 소외계층의 방송에 대한 접근기회를 확대하고 미디어 교육을 내실화하기 위한 정책필요성이 제기되고 있다. 미디어 교육을 위한 체계적인 교재 및 교육프로그램의 개발이 지속적으로 이루어져야 하며, 교육을 위한 전문가 양성에 대해서도 관심을 기울일 필요가 있다.

이러한 배경 하에, 방송통신위원회는 사회적 소수계층에 대한 지원을 강화하기 위해 방송 소외계층 지원 종합계획을 수립하고, 이를 바탕으로 기초생활수급자에 대한 유료방송 요금감면 유도, 장애인 대상 프로그램 제작 및 수신기 보급 지원, 다문화 가정 지원 강화 및 새터민 미디어 교육 추진 등의 정책을 시행해오고 있다. 이를 위해 2009년에도 2008년도에 편성된 59억 원에 비하여 3.4% 증가된 61억 원의 예산을 확보하여 소외계층의 방송 접근기회 확대를 위한 각 사업을 추진해왔다.

1) 기초생활수급자에 대한 유료방송 요금 감면

방송통신위원회는 8개 MSO와의 협의를 통해 기초생활 수급자의 경우 저가패키지 이용요금 기준(평균 4,000원) 50%, 장애인·국가유공자 등의 경우 30% 요금을 감면하는 저소득층에 대한 요금감면 추진계획을 마련하고(2009.6.), 홍보를 추진해오고 있다. 이 제도는 향후 방송사업자별 추진계획 및 집행실적 등의 점검을 통해 방송사업자 방송평가시 반영될 예정이다.

2) 장애인 시청지원 프로그램 제작 및 수신기 보급 지원

자막, 수화, 화면해설방송 등 장애인방

송 제작 지원을 확대하는 차원에서 지원대상을 지상파방송사 뿐 아니라 방송채널사용사업자(PP), 케이블방송사(SO) 등 유료방송매체로 확대하고 있으며, 지원대상 방송사업자의 수도 2008년 28개 사업장에서 2009년 37개 사업자로 확대하였다. 또한 시·청각 장애인, 난청노인을 대상으로 장애인용 방송수신기 보급을 지속적으로 추진하여 2009년에는 자막방송 수신기 7,373대, 화면해설방송 수신기 4,000대, 난청노인용 방송수신기 5,276대 등 장애인용 방송수신기 총 16,649대를 보급하였다.

수신기 보급대상을 기존의 저소득층 시각·청각 장애인 1~3급에서 저소득층(기초생활수급자+차상위계층) 시각·청각 장애인 1~5급으로 확대하여, 2012년까지 저소득층(기초생활수급자+차상위계층) 시각·

<표 III-116> 방송소외계층 수신기 보급 실적

구 분	자막방송 수신기	화면해설방송 수신기	난청노인용 수신기	합 계
2000~2008 누적보급	30,087대	18,376대	53,911대	102,374
2009 실적	7,373대	4,000대	5,276대	16,649대
2000~2009 누적보급	37,460대	22,376대	59,187대	119,023대
전체 시청각장애인 및 난청노인 수	청각장애인 249,874명	시각장애인 245,464명	난청노인 1,543,533명	2,038,871 (203만8,871명)
2009년 누적보급률 목표치	13.3%	9.1%	3.6%	-
전체 시청각장애인 대비 누적보급률	15.0%	9.1%	3.8%	5.8%

청각장애인에 대한 수신기 100%, 난청노인에 대한 수신기 50% 보급을 목표로 정책을 추진하고 있다.

한편 시각·청각 장애학생의 학습권 보장을 위해 EBS 교육방송물을 자막·화면 해설방송으로 재제작하여 웹방식으로 보급하고, 기타 장애인 방송접근권 향상이 가능한 창의적 기획사업을 지원하는 등의 사업을 추진해오고 있다.

2009년도에 추진된 소외계층의 방송 접근기회 확대 정책방안은 국민들의 방송이용권을 크게 향상시킬 것으로 기대되고 있다. 기초생활수급자에 대한 유료방송 요금감면 시행으로 보다 많은 국민이 더 많은 정보를 향유할 수 있도록 함으로써 기본적인 사회복지를 높이고 나아가 정보격차를 감소시키는 효과를 기대하고 있으며, 장애인 대상 프로그램 제작 및 수신기 보급 지원 사업을 지속적으로 전개함으로써 장애인 등 소외계층의 방송을 통한 정보공유의 길을 확대해가고 있다.

나. 시청자 참여 활성화를 통한 시청자 주권 확립

방송 패러다임이 시청자의 주권의식 신

장과 양방향 방송으로 변화됨에 따라 방송편성 및 방송 프로그램 제작에 대한 시청자의 직접참여 요구가 증대되고 있다. 특히 초고속인터넷을 기반으로 하는 IPTV 등 통신방송 융합적 성격의 서비스들의 활성화는 이러한 추세를 더욱 가속화하고 있다.

또한 시청자들이 각자의 의견을 포털 등을 통해 자유롭고 빠르게 개진할 수 있게 됨에 따라, 더욱 다양한 의견과 토론이 이루어지면서 시청자들이 더 이상 일방향의 수용자가 아닌, 쌍방향의 정보콘텐츠공급자로도 활동할 수 있게 되었다. 시청자들의 방송 프로그램에 대한 관심과 의견이 보다 직접적이고 신속하게 표출되고 있으며, 방송 사업자들은 자사의 프로그램 시청률이나 상업적 필요성 등으로 이러한 요구를 점차 수용해가고 있다.

그러나 소외계층에 대한 지원, 시청자 불만의 수렴, 시청자와 방송 사업자간의 갈등 해소 등 시청자와 방송 사업자가 자율적으로 처리하기에는 어려운 분야들이 아직 상존하고 있다. 이러한 문제를 해결하면서 시청자의 권익을 보호하기 위해서는 정책 당국이 지속적으로 관련 정보를 수집·분석하여 올바른 정책을 집행할 필

요가 있다.

이러한 배경 하에, 방송통신위원회는 시청자 권익 신장 및 건전한 방송이용 문화를 확산시키기 위해 시청자 참여활동에 대한 지원을 통하여 시청자의 의견이 방송에 충분히 반영될 수 있도록 환경을 조성하고 있다. 이를 위해 방송통신위원회는 2009년에 시청자 방송참여 프로그램 지원, 시청자 단체 활동 지원 및 시청자 불만 조사와 관련된 제반 조치를 취하였으며, 주요 내용은 다음과 같다.

1) 시청자미디어센터 운영 활성화

방송통신위원회는 시청자미디어센터 운영의 전문성 강화와 책임성 제고를 위해

시청자미디어센터발전협의회 구성 자원봉사제 도입 등 제도개선을 추진하였다. 이를 위해 한국전파진흥원과 43.5억 원 규모의 시청자미디어센터의 운영 및 관리 협약을 체결하여, 주요 정책방향을 설정하고 세부사업을 실행하기 위한 워크숍을 개최하였다. 또한 법적 근거 마련, 센터 추가 건립 방안, 타 미디어 센터간 연계 및 기능 차별화 방안 등을 포함하는 시청자미디어센터 중장기 운영방안을 검토 중에 있다.

한편으로는 방송통신 융합 환경에 적합한 센터 기능 개선 및 확대를 통해 센터 자원의 활용 및 시설 이용률을 제고하기 위해 방송통신융합 체험 및 홍보관 운영,

<표 III-117> 시청자미디어센터의 성과

구분	주요 성과
지위와 위상	○ 2009년 9월 말 현재 406,102명의 이용자(누적)와 827편의 시청자 참여프로그램 방영 성과를 나타내어 지역의 시청자 권익증진을 위한 방송서비스 센터로서의 위상 정립
조직운영	○ 한국전파진흥원 제규정에 시청자미디어센터 직제 및 조직운영에 관한 사항을 명시하여, 조직 체계 및 운용의 근거 마련
예산집행	○ 2004년부터 2009년까지 건립비 282억 원, 운영비 128억 원을 지원 - 지역의 시청자 권익보호를 위한 활동 지원, 장애인의 방송접근권 확대 ○ 한국전파진흥원 위탁으로 예산집행의 이원화 구조 및 비효율성을 해결
사업	○ 지역 주민들에 대한 미디어교육(62,138명 교육 수혜)과 시설·장비 지원(244,858명 이용) 등 미디어 접근 기회 확대
기타	○ 2005년부터 시청자미디어센터 사업 운영

소규모 미디어센터와의 연계 강화 등을 추진하였다. 또한 지역방송 및 지역 유관 기관과 센터 운영 및 방송콘텐츠 제작을 위한 MOU 체결, 찾아가는 미디어교육 실시 등을 통해 지역주민 참여 활성화를 위한 관계기관과의 협력을 강화하고 시청자 수요를 적극 반영하도록 하였다. 이를 통해 시청자미디어센터의 이용자수는 2009년 목표를 13만 명으로 계획하였으나 실제로는 이를 초과하는 14.2만 명을 달성, 계획대비 109.7%의 성공적 활동을 보인 것으로 평가되고 있다.

2) 시청자 참여 프로그램 제작 지원

시청자 참여프로그램 지원사업은 방송법 제69조(방송프로그램의 편성등), 제70조(채널의 구성과 운용), 제38조(기금의 용도)에 근거하여 시청자들이 장애인, 이주노동자 등 사회적 소외계층의 의견이나 지역의 독특한 문화, 풍습 등을 소재로 프로그램을 직접 제작하여 방송 의뢰하는 것으로 시청자의 방송 참여 및 공익성을 제고하기 위하여 2001년 이후 매년 지원을 확대해 오고 있다. 특히 최근에는 디지털 방송기술의 발전과 더불어 다양한 방송매체의 등장으로 인해 다채널·양방향

화로 진화하고 있는 방송환경에 맞추어 시청자가 직접 제작한 프로그램의 방송을 확대하고 있다.

그동안 시청자 참여프로그램 지원사업은 의무방송 사업자인 KBS 뿐만 아니라 위성방송, 지역 지상파 및 종합유선(SO) 방송사업자의 참여기회를 확대하였으며, 올해에는 KBS, 위성방송(6개 PP), 4개 지역지상파, 40개 SO사업자 등 51개 방송사에 29억 5백만 원을 지원, 3,335편의 시청자 참여프로그램을 방송하였다.

응모 현황을 보면 총 4,576편 응모 프로그램 중 3,335편이 방송되어 채택률은 73%이며, 연령대별 참여는 20대 1,400편(42.0%), 30대 1,252편(37.5%)로 다수를 차지하였고, 성별로는 남성 1,950편(58%), 여성 1,337편(40%), 단체 48편(1.4%)이었다. 주제별로는 생활/문화/지역축제 소개가 2,392편(71.7%)으로 가장 많았으며, 시사/인권 277편(8.3%), 장애인/복지 208편(6.2%) 교육/청소년 185편(5.5%) 순이었다.

3) 시청자 권익증진활동 지원

시청자 권익증진활동 지원사업은 방송환경조사, 시청자 권익증진 관련 정책제안

분야를 전국 시청자단체를 대상으로 공모하여 지원하는 사업으로써 다매체·다채널화로 인한 방송의 경쟁구도가 치열해지고 상업화가 가속화 되는 추세 속에서도 시청자 단체의 다양한 방송 환경 조사 기능을 지원하는 제도적 틀로 자리매김 해왔다

방송통신위원회는 회계사 등 외부전문가로 구성된 심사위원회를 통해 2009년 5월과 10월 두 차례에 걸쳐 사업자를 선정하였다.

4) 시청자불만처리위원회 운영

방송통신위원회는 2008년 9월 26일에 시청자 불만을 처리하기 위한 '시청자불만처리위원회'를 출범시켰다. 시청자불만처리위원회는 방송에 관한 시청자의 의견을 수렴하고, 방송프로그램·방송광고 및 편성(내용심의 제외), 수신료 및 유료방송의 이용요금, 방송기술 및 난시청에 관한 사항 등 시청자의 불만을 해결하기 위하여 심의결과에 따른 시정명령, 제재조치, 약관변경 명령 등을 정하여 이를 방송통신위원회에 건의하는 역할을 수행한다.

2009년 한 해 동안 총 10회의 회의를 개최하고 총 20건을 회의안건으로 처리하였

다. 주요 안건으로는 '종합유선방송사업자의 당월제 요금 납부에 관한사항', '케이블TV 디지털 전환 허위·과장영업 행위에 관한사항', '위성방송사업자의 과도한 해지방어 행위에 관한 사항' 등이 있다. 특히, 시청자불만처리위원회는 유료방송 관련 시청자불만의 근본적인 개선을 유도하기 위해 '유료방송 시청자 보호 협의회' 구성을 제안하여, 2009년 3월 협의회가 구성되었다. 사업자, 시청자 단체, 전문가 등으로 구성된 이 협의회에서는 '유료방송 이용약관 가이드라인'을 마련하여 케이블TV, 위성방송, IPTV 이용약관을 전면 재정비(2009. 12.)하고 시행(2010. 1.)하도록 하였다.

다. 미디어 교육 내실화

현대 사회에서는 미디어를 통해 사람과 사람, 사람과 사건이 만나고 자신의 생각과 가치관을 형성하며 정보와 의견을 주고받는다. 그래서 미디어를 어떻게 활용하느냐에 따라서 다양한 편익을 얻을 수 있다. 최근에는 미디어의 다양화와 영역의 확장에 따라 미디어의 영향력도 더욱 확대되어 미디어의 활용과 접근성의 유무가 개인적·사회적 발전의 기회 여부 자체에

<표 III-118> 미디어 교육관련 정책

구 분	내 용
미디어교육교재 개발	· 다문화가정, 새터민, 장애인을 위한 교재 개발 및 기존개발 교재 재발행 · 미디어교육 아카이브 운영
미디어교육활동 지원	· 미디어교육시범학교, 저소득층 · 다문화가정 대상 미디어교육 활동 지원 · 미디어교육 정책포럼 · 미디어교육 강사양성 지원 · 찾아가는 미디어교육 및 활용 지원

도 큰 영향을 줄 수 있게 되어 미디어 교육의 필요성도 더욱 강조되고 있다.

방송통신위원회는 미디어교육 사업 지원을 통한 방송통신융합시대 시청자의 새로운 방송 환경 적응 및 새로운 매체에 대한 이해도 증진을 위해 지원 사업을 미디어교육교재 개발과 미디어교육활동 지원으로 세분화하여 지원하였다.

미디어 교육교재 개발은 소외계층의 방송 접근기회 확대 정책과 관련하여, 다문화가정, 새터민 및 장애인을 위한 교재 개발로 진행되었으며, 미디어 교육활동 지원은 찾아가는 미디어교육, 미디어교육 정책포럼, 강사양성 지원 등의 활동이 전개되고 있다.

2009년도 소외계층의 방송접근 기회 확대 및 미디어 교육 내실화의 성과를 살펴보면, 자막방송 수신기(누적 보급대수)

보급률은 2008년의 13.1%에서 15.0%로 확대되었으며, 자막방송 편성비율은 94.8%, 미디어 교육 수혜자 만족도는 81.2점, 시청자 미디어 센터 이용자수는 142,623명을 기록하는 등 방송 접근권이 크게 향상되어, 미디어교육이 더욱 효과적으로 성과를 낼 수 있는 토대가 마련되었다.

더불어, 사회적 소수계층을 소재로 시청자가 직접 제작한 프로그램을 KBS 등 지상파방송 및 뉴미디어(SO, 위성방송)에 편성하도록 약 30억 원의 예산규모(KBS 등 지상파 6억 원, SO 15억 원, 위성방송 9억 원)로 지속적으로 지원하여, 소외계층에 대한 관심과 함께 미디어의 교육적 효과를 제고하였다.

2007년부터 지속적으로 시행해 온 미디어 교육 지원사업은 미디어 교육 교재 개발과 지원활동을 다양화함으로써 수혜자

가 확대되고 미디어에 대한 이해도가 증가하는 등 정책적 효과와 목표가 달성되고 있는 것으로 판단된다.

<표 Ⅲ-119> 미디어교육 지원사업 내역

(단위 : 백만원)

구 분	2008년			2009년		
	예산액	집행액	집행률	예산액	집행액	집행률
○ 미디어교육 지원사업	500	442	88.4%	700	681	97.3%
- 미디어교육교재 개발	300	268	89.3%	250	245	98.0%
- 미디어교육활동 지원	200	174	87%	450	436	96.9%

<표 Ⅲ-120> 2009년도 미디어 교육 내실화 성과

구 분	2009년 실적	비 고
미디어 교육 수혜자 만족도	81.2점	목표 80점
시청자 미디어 센터 이용자수	109.7% (142,623명)	목표 130,000명

5. 저탄소 녹색성장 구현을 위한 녹색 방송통신 추진

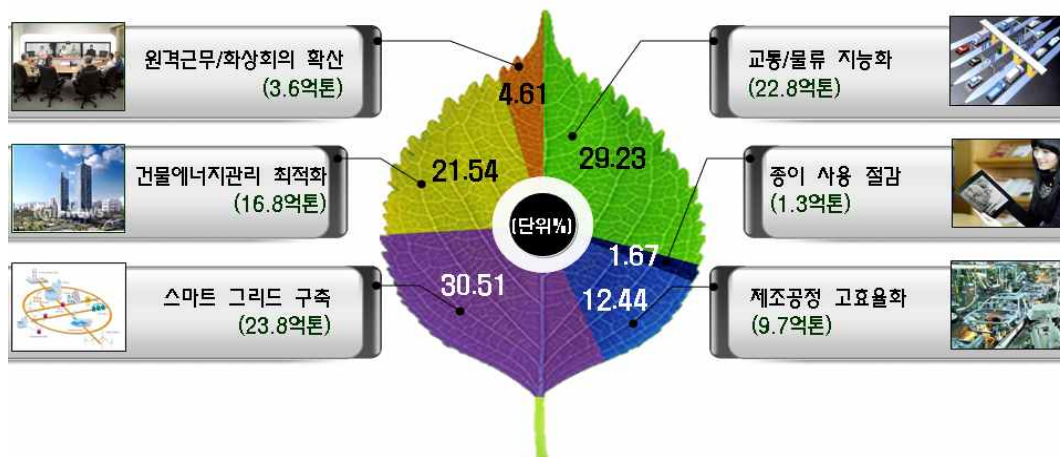
2008년 8·15 경축사에서 ‘저탄소 녹색성장’이 국가 미래 비전으로 제시됨에 따라, 2009년에는 온실가스 배출량 감소와 신성장동력 발굴을 위한 다양한 정책과 제도를 마련하기 시작하였다. 2009년 11월 국무회의에서는 국가 온실가스 중기 감축 목표가 배출전망치(BAU) 대비 30%로 확정되었고, 「저탄소 녹색성장기본법」이 통과되면서, 사회경제 전반의 녹색체제 확립 필요성이 더욱 높아졌다.

방송통신분야의 경우, 국내 에너지 소비량의 0.26%(에너지경제연구원, 2008)를 차지하여, 우리나라 전체 온실가스 배출량에

미치는 영향은 미미한 수준이나, 배출량 증가율은 높은 수준이다. 특히 방송통신의 에너지소비량 중 92%는 전력소비에서 발생하는데, 2006년 이후 전력소비 증가율은 연평균 약 9%로 급격한 증가 추세에 있어 방송통신분야 자체의 온실가스 배출 및 폐기물 절감 노력이 시급한 상황이다.

한편, 저탄소 녹색성장의 핵심적인 수단으로서, 방송통신 인프라를 활용한 온실가스 배출 감소의 가능성에 대한 관심이 높아지고 있다. GeSI(Global e-Sustainable Initiative)²¹⁾는 에너지 효율화, 교통·물류·전력망 등 SOC 지능화, 원격근무, 생활양식 녹색화, 스마트 그리 등 분야별로 ICT를 활용하면, 탄소 배출량이 감소하면서 2020년에는 전 세계적으로 78억 톤(총

<그림 III-42> 분야별 탄소배출 감축 전망치(2020년)



※ 출처 : GeSI(2008)

<표 III-121> 주요 국가별 그린 IT 추진 방향

국 가	그린 IT 추진 방향
일 본	국가 미래전략과 연계하여 경제성장과 환경이 양립하는 유비쿼터스 네트워크 사회를 추구
영 국	정부 기관의 술선수범을 강조하여 온실가스 배출감축을 위해 정부부처 및 행정 기관들이 실천해야 할 구체적인 행동 계획 제시
미 국	오바마 행정부는 ‘모든 미국인을 위한 새로운 에너지 발굴(New Energy for America)’을 위해 IT를 활용한 녹색성장정책 발표

배출량의 15%) 감축이 가능할 것으로 전망하고 있다.

일본, 영국, 미국 등 주요 선진국은 환경 위기에 대응함에 있어 IT의 역할과 가능성에 주목하여, 정부 차원에서 그린 IT 추진전략을 수립하고 민간과의 공감대 형성을 통해 환경과 IT의 전략적 융합을 도모하고 있다.

또한, 미국, 일본, 덴마크 등 IT 산업 강국들은 그린 IT 기술 및 제품 개발에 집중적인 투자를 하고 있다. 일본은 그린 IT 기술개발에 30억 엔을 투자(METI, 2008)했고, IBM은 그린 IT 제품 및 서비스 개발에 매년 10억 달러를 투자할 계획(IBM, 2009)을 밝혔다. IT 제품의 소비전력 및 환경 기준도 세계 각국에서 대폭 강화되는 추세에 있다. ITU는 국제표준화 활동으로 ICT를 바탕으로 한 온실가스 배출량 감소

를 유도키 위해 2008년부터 ITU-T 활동을 본격화했고, OECD의 환경관련 그린IT 논의는 2008년 5월부터 본격적으로 시작되었다.

이러한 환경 변화에 대응하기 위해 우리 위원회에서 수행한 저탄소 녹색성장 구현을 위한 녹색 방송통신 추진 방안에 대한 주요 성과를 살펴보면 다음과 같다.

가. 녹색방송통신 추진협의회 및 실무 추진단 구성

그린 IT에 대한 중요성이 대두되면서 우리 위원회에서도 녹색방송통신의 효율적인 추진을 위해 추진체계를 정립하게 되었다. 민관협력체계를 마련하고, 녹색 방송통신을 확산하기 위해, 2009년 3월 방송통신위원장을 의장으로 방송·통신·포털·제조업체 CEO들이 참여한 ‘녹색방송통신 추진협의회’를 구성하고 더불어 ‘녹

21) e-지속가능 이니셔티브: 기후변화 국제협의체

<표 III-122> 방송통신의 녹색화

분야	그린 네트워크로의 전환	녹색 방송통신 기술개발	녹색방송통신 홍보 및 참여 확대
추진과제	◇ 에너지 절약형 장비·설비 이용 확산 ◇ 환경오염 대응 시스템 구축 ◇ 방송통신 네트워크 활용도 제고방안 연구	◇ 이산화탄소 저배출 기술 개발 ◇ 녹색방송통신 기후 측정 지표개발·표준화 ◇ 녹색방송통신 기술·표준 국제행사 개최	◇ 기기 수거·재활용 촉진 ◇ 방송통신 그린 캠페인 확산 ◇ 체험프로그램 개발 ◇ 동향보고서 발간

색방송통신 실무추진단 회의를 2차례 구성, 운영하였다. 녹색방송통신추진협의회 및 실무추진단 회의에서는 녹색방송통신의 대상 기업들이 능동적으로 에너지절약형 장비 및 설비 이용 확산 방안을 제시하는 등 방송통신분야의 에너지 절감사업에 대한 추진의 필요성을 확인하고 업계의 공감대를 확보할 수 있었다.

나. 녹색방송통신 추진 종합계획 수립

2009년 4월에는 그간의 업계 의견을 반영하고, 향후 녹색방송통신 확산의 체계적 이행을 위한 중장기 추진전략을 담은 “녹색방송통신 추진 종합계획”을 수립·발표하였다. 2009년은 녹색방송통신 확산 사업 시작의 초기연도로써, “녹색방송통신 추진을 통한 녹색성장구현”을 비전으로 제시하고 “방송통신의 녹색화”와 “방송통신

을 활용한 녹색성장”을 양대 추진방향으로 정했다. 즉, 방송통신 산업내 녹색화 뿐만 아니라 방송통신산업과 타 분야의 에너지 절감, 환경오염 감소 및 관련 산업 발전을 촉진시킬 수 있는 정책을 추진하는 것을 주요 목표로 하고 있으며, 이를 위해 6대 분야, 19개 중점 추진과제를 선정하여 산·학·연·관 협력 체계를 통한 정책 실행의 효율성 및 일관성 제고를 모색했다.

한편, 「녹색성장 국가전략 및 5개년계획」에 따른 부처별 녹색성장 추진계획 마련 지침에 따라, 「녹색방송통신 추진 종합계획」(2009. 4. 8), 「그린IT국가전략(방송통신위 소관과제)」(2009. 5. 13)의 추진과제들을 종합하고, 실천과제를 도출한 「방송통신위원회 녹색성장 추진계획」을 수립하였다.

<표 III-123> 방송통신활용 녹색성장

분야	녹색 방송통신서비스 활성화	녹색성장 기반 마련	녹색 일자리 창출
추진과제	◇ IPTV / 디지털케이블 TV 기반 부가서비스 보급 활성화 ◇ 영상전화서비스 발굴 및 보급 지원 ◇ 그린 네트워크 기반 탈물질화 방송통신 서비스 확대	◇ UBcN 기반 그린 인프라 조성 ◇ 그린 비즈니스 활성화방안 마련 ◇ 녹색방송통신 활용 저탄소 녹색성장 전략 수립	◇ 전파자원의 효율적 활용 기반 마련 및 조사인력 양성 ◇ 청정 인터넷 사용 확산을 위한 녹색 인재 양성 ◇ 방송통신 콘텐츠 · 제작 프로그램 교육 · 창업 지원

다. 녹색 방송통신 인프라 구축 및 서비스 발굴

에너지·환경 문제를 해결하는 녹색경제의 인프라로서 산업전반의 활용을 통한 경제·산업의 3S(Speed, Smart, Share) 가속화가 필요했다. 이를 위해 우선, 기가 인터넷 구축을 통한 고품질·실감형 서비스 제공 기반을 마련하고자 전국 4개 도시(서울, 부산, 경기 용인, 광주광역시), 731가구에 Giga인터넷 시범망을 구축하고, 3D VoD 등 시범서비스를 제공하였다.

3G 이동통신 기술 대비 20배 이상의 성능을 지닌 차세대 이동통신인 4G(IMT-Advanced) 기술 조기 도입으로 무선네트워크간 이동성 기술을 구현하고 재택·원격 근무, 영상회의 활성화를 통해 인간과 재화의 이동 감소 기반을 마련하고자 했다.

이를 위해, 통신사업자와 시범사업을 추진하여 서비스 모델개발 및 망투자를 촉진하고, 지경부, 행안부, 국토부 등 관계부처의 사업과 연계하여 테스트베드 구축 및 조기 상용화를 통한 기술 검증으로 미래 유망산업 선점, 해외 수출 확대 등 국가 경쟁력 강화에 힘쓰고 있다.

이밖에도 클라우드 컴퓨팅 보안, 센서네트워크 정보보호 체계 구축 등 그린 정보보호 체계를 강화할 계획이다.

더불어 저탄소 배출에 기여할 수 있는 방송통신 기술개발 추진을 위해 2009년에는 초광대역융합망(UBcN) 구축 시 교환설비, 데이터센터, 유·무선 중계국 설비, 가입자망 등에 에너지 절감기술을 개발하고, 활용 계획을 수립했다.

국제표준화기구 의장단(ITU-T SG5 WP3)

진출, 기후변화대응 특별연구반, ICT 환경 융합 포럼 운영, ITU의 기후변화 대응 표준화 회의(ITU-T SG5)에서 휴대폰 충전 단자 표준(20핀) 국제표준 초안 채택 등 그린IT분야의 국제 표준화에 선도적인 역할을 담당하였다.

또한, “녹색 방송통신 기후측정 지표개발 및 표준화”를 추진하였고, 방송통신 분야 기술표준 개발 시 이산화탄소 저배출 및 저전력 사용 여부를 평가하는 체크리스트 또는 가이드라인을 개발할 계획이다.

2010년에는 그린 ICT 에너지 효율성 향상 기술 표준 개발, ICT장비/서비스 환경 영향평가 표준개발 등 중점분야에 대한 국내표준 제정, 보급 활동 및 국제표준화 활동 강화를 계속 추진할 예정이다.

국내의 녹색방송통신서비스는 선진국에 비해 미흡한 상황으로 신규 서비스 발굴이 시급하다. 현재 국내 원격회의 및 협업 솔루션 도입률(약 1%)은 선진국(약 4~10%)대비 미흡한 수준이고, 활용률도 40% 미만으로 매우 낮은 상황이다. 건물 분야의 경우, 국내 에너지 사용량의 20%를 차지하고 있는데 건물에너지관리시스템(BEMS)의 에너지 절감률(약 8%)이 선진국(10~30%)보다 낮고 보급률이 저조한 실

정이다.

이에 따라 신규 서비스 발굴을 위해 첨단 ICT기반의 원격협업/영상회의를 확대하고, 방송통신과 에너지관리를 결합한 서비스 발굴을 통해 저탄소생활환경 구축에 기여하도록 2009년에는 IPTV 등 방송통신서비스를 기반으로 의료, 교육, 교통, 행정민원 등 원격 공공서비스 모델 발굴에 주력하였다.

원격교육, 보건의료, 관광, 행정민원 등 시범서비스 제공 및 교통영상서비스 제공 협약식 체결 등의 실적을 거두어, 에너지 절약형 생활 문화 확산을 추진했고, 2010년부터 독거노인, 농어촌주민 등을 대상으로 영상전화 서비스 보급 시범사업을 추진할 예정이다.

특히, 비용 절감 및 탄소 배출량 감축을 위해 이메일, 핸드폰 등 방송통신 인프라를 활용한 전자청구 및 전자납부 시스템을 구축하여 통신, 전기, 가스, 수도 요금, 각종 세금, 과태료 고지서 등에 적용할 수 있도록 법·제도 마련을 지속적으로 추진하고 있다.

녹색방송통신에 대한 국가·사회 전반의 공감대를 형성하고, 동참을 유도하기 위해서는 홍보활동이 중요하다. 이를 위해

「그린IT동향분석 리포트」를 4회 발간하였고, ITU와 공동 개최한 「기후변화와 ICT 국제심포지움(9.23)」을 세계 최초로 원격 화상회의 방식으로 성공적으로 개최하여, ITU관계자 및 발표자(ITU사무총장 등)들은 한국의 우수한 ICT 기술력과 시험적 도전 정신을 높이 평가하였다.

이밖에도, 「ICT와 환경융합 텔레 위크숍」참가, 「OECD 그린ICT 컨퍼런스」참가 및 기조 연설, 「Convergence-IT 컨퍼런스 2009」참가 및 발표, 「세계통신 에너지 국제학술대회(INTELEC 2009)」참가 등 다방면으로 홍보 활동을 지속해 왔다.

2009년 8월에는 「녹색성장체험관」개관에 참여하여, 방송통신분야와 관련된 IPTV, 영상회의시스템, 영상전화 등을 전시하여 방송통신분야의 녹색기술 제품 및 서비스에 대한 홍보를 추진하였다.

민관합동캠페인으로, 통신사업자와 연계하여 사업자별로 진행 중인 ‘이메일/모바일 청구서 신청’ 이벤트의 통합을 통한 홍보, 방송 및 인쇄매체를 통하여 에너지 절감 및 환경개선 사례 등을 적극 홍보함으로써 녹색 방송통신에 대한 대국민 이해도 제고와 방통위의 저탄소 녹색 이미

지 향상을 추진하였다.

방송통신위원회에서는 2009년에 수립한 「녹색방송통신 추진 종합계획」 및 「방송통신위원회 녹색성장 추진계획」을 근간으로 하여, 2010년에는 방송통신분야의 저탄소 관리체계 구축 및 녹색방송통신의 확산을 위한 정책들을 실행하여, 실질적인 성과를 창출하는데 집중할 계획이다.



부 록

1. 방송통신위원회 소관 사무
2. 방송통신위원회 부서별 업무분장
3. 방송통신위원회 소관 법률
4. 2009년도 정부입법 추진 현황
5. 2009년도 규제개혁 추진 현황
6. 2009년도 회계 결산
7. 방송통신위원회 회의 안건 목록
8. 2009년도 주요 연월표
9. 영문 약어

1. 방송통신위원회 소관 사무

가. 위원회 소관 사무 (방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률 제11조)

1. 방송에 관한 사항
2. 통신에 관한 사항
3. 전파 연구 및 관리에 관한 사항
4. 그 밖에 이 법 또는 다른 법률에서 위원회의 사무로 정한 사항

나. 위원회의 심의·의결사항 (방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률 제12조)

1. 방송·통신 기본계획에 관한 사항
2. 방송사업자의 허가·재허가·승인·등록·취소 등에 관한 사항
3. 전기통신사업자의 허가·취소 등에 관한 사항
4. 주파수의 효율적 사용에 관한 사항
5. 방송·통신 관련 기술정책의 수립에 관한 사항
6. 방송프로그램의 유통상 공정거래 질서의 확립에 관한 사항
7. 방송·통신서비스의 고도화 및 보편적 서비스에 관한 사항
8. 방송·통신사업자 상호 간의 공동사업이나 분쟁의 조정 또는 사업자와 이용자 간의 분쟁의 조정
9. 전기통신설비의 제공·공동이용·상호접속 또는 공동사용 등이나 정보제공에 관한 협정의 인가 등에 관한 사항
10. 방송사업자·통신사업자의 금지행위에 대한 조치 및 과징금 부과에 관한 사항
11. 방송프로그램 및 방송광고의 운용·편성에 관한 사항
12. 방송·통신에 관한 연구·조사 및 지원에 관한 사항
13. 시청자 불만처리 및 방송·정보통신 이용자 보호·복지에 관한 사항
14. 방송·통신 관련 기금의 조성 및 관리·운용에 관한 사항

15. 방송·통신 관련 국제협력 및 통상에 관한 사항
16. 방송·통신 관련 남북 교류·협력에 관한 사항
17. 위원회의 예산 편성 및 집행에 관한 사항
18. 소관 법령 및 위원회 규칙의 제·개정 및 폐지에 관한 사항
19. 이 법 또는 다른 법률에 따라 위원회의 심의·의결 사항으로 정한 사항

2. 방송통신위원회 부서별 업무분장

<부록 표-1> 방송통신위원회 부서별 업무분장표

구 분		주요 업무
기획조정실	기획재정 담당관	○ 각종 정책과 계획의 총괄 및 조직·정원관리 ○ 예산의 편성 및 종합·조정, 세입·세출 및 결산
	행정관리 담당관	○ 창의혁신 업무의 총괄·지원 및 국회 등 대외기관 협력업무 ○ 성과관리·정부업무평가·행정제도 개선
	규제개혁 법무담당관	○ 규제개혁 및 정비, 법령안의 입안 및 심사에 관한 업무 ○ 행정심판 및 소송, 법인설립 허가 및 산하단체 임원 선임·승인 관련 업무
	국제협력 담당관	○ 정부간 협력 등 지역별 국제협력 정책 ○ WTO, FTA 등의 방송통신 관련 협상, 남북한간 방송통신 협력 업무
	국제기구 담당관	○ 방송통신 관련 국제기구에 관한 정책 ○ 방송통신 관련 국제기구의 운영 및 정책개발
	비상계획 담당관	○ 국가비상사태에 대비한 비상·보안업무 및 재난관리 ○ 통신재난관리 계획 수립 및 제도 개선
	의안조정팀	○ 위원회의 소집, 안건의 취합 및 보존관리 ○ 위원회의 회의안건 접수 및 검토, 산하 소위원회 및 전문위원회 구성
	정보전략팀	○ 사무관리 및 사무자동화, 지식정보시스템 구축 및 운영
방송통신융합정책실	정책총괄과	○ 방송통신 융합에 따른 정책, 중장기 방송통신 서비스 정책 및 평가 ○ 소관 기금의 중장기 및 연도별 운용계획, 기금 지원사업 성과관리·평가
	융합정책과	○ 융합서비스 진흥에 관한 종합계획 수립 ○ 방송통신 및 융합 기반 국가발전 비전 및 전략
	방송통신 진흥정책과	○ 방송 프로그램 관련 진흥정책 및 유통정책에 관한 정책 ○ 공익성 프로그램의 제작 지원, 해외 한국어방송 지원 시책 수립
	방송통신 녹색기술팀	○ 방송통신기술의 진흥에 관한 정책 및 방송통신 인력양성 ○ 방송통신분야 그린IT계획의 수립
	전파정책 기획과	○ 전파진흥 기본계획 수립, 주파수 할당 및 경매 등에 관한 정책 ○ 전파사용료 및 수수료에 관한 정책, 전파감시 및 방송통신 보안업무
	전파방송 관리과	○ 전파이용질서 확립을 위한 정책, 장애인 시청권 확보를 위한 기술정책 ○ 무선국 허가·검사정책의 수립 및 방송통신, 정보기기 인증정책
	주파수 정책과	○ 주파수의 효율적 이용에 관한 정책 ○ 전파자원 이용기술 개발계획의 수립 및 위성주파수 할당 및 국제등록

구 분		주요 업무
방송통신융합정책실	방송운영 총괄과	○ 국민의 보편적 시청권 보장을 위한 정책 수립 ○ 방송광고에 관한 종합정책 수립
	디지털방송 정책과	○ 방송의 디지털 수신환경 개선, 디지털 전환 관련 정책 수립 ○ 소외지역·계획에 대한 방송서비스 시책 수립 및 시행
	편성평가 정책과	○ 방송프로그램의 운용·편성, 중·장기 방송편성 정책 수립 ○ 방송평가 기본계획 및 방송심의정책 수립, 외주제작에 관한 정책
방송정책국	방송정책 기획과	○ 방송서비스 정책 총괄 ○ 중·장기 방송 기본정책 수립 및 공영방송 정책
	지상파방송 정책과	○ 지상파방송에 대한 정책, 지역방송발전 관련 정책 ○ 지상파방송사업자 허가·재허가 등 인·허가 정책
	뉴미디어 정책과	○ 뉴미디어·유선방송에 대한 기본계획 ○ 종합유선방송사업자 허가·재허가 등 인·허가 정책
	방송채널 정책과	○ 방송채널사용사업 활성화를 위한 정책 ○ 방송콘텐츠 동등접근 정책
통신정책국	통신정책 기획과	○ 통신서비스 정책 총괄 ○ 통신사업 관련 중·장기 정책, 와이브로 관련 활성화 정책
	통신경쟁 정책과	○ 통신시장의 중·장기 경쟁활성화 정책 ○ 기간통신사업자의 허가 및 합병, 재판매 제도 관련 정책
	통신이용 제도과	○ 이동전화단말기 보조금 정책 및 제도의 개선 ○ 통신서비스 이용자 실태 조사·분석 및 이용제도
	통신자원 정책과	○ 통신자원의 종합적인 관리 ○ 전기통신설비의 설치 및 보전
이용자보호국	조사기획 총괄과	○ 방송통신시장 조사에 관한 정책, 분쟁조정절차 및 제도의 중·장기 정책 ○ 방송분쟁조정위원회 및 법률전문자문단의 구성·운영,
	시장조사과	○ 법규 위반행위에 대한 조사 및 시정조치 ○ 방송통신사업자의 회계검증 및 회계검사 관련 정책
	이용자 보호과	○ 방송통신이용자 보호에 관한 정책 ○ 통신이용자 권익증진 및 이용 합리화를 위한 제도 개선
	시청자 권익증진과	○ 시청자위원회 구성 및 운영에 관한 관리 감독 ○ 시청자제작 및 참여프로그램 편성관리, 방송소외 계층 지원 정책

구 분		주요 업무
네트워크정책국	네트워크기획 보호과	○ 방송통신망의 고도화·안전성·신뢰성 확보 관련 주요정책 ○ 방송통신망 간 상호호환성 확보 및 표준화
	개인정보보호 윤리과	○ 방송통신망에서 개인정보보호 정책 및 관련법령 제·개정 ○ 위치정보 사업자 인·허가 및 보호정책, 건전한 사이버 윤리 관련 정책
	인터넷 정책과	○ 인터넷 이용기반의 확충, 이용 활성화 ○ 인력넷주소자원의 개발 및 표준화
대변인		○ 주요정책에 대한 홍보 및 언론 브리핑 지원 ○ 언론보도에 대한 분석·평가 및 대응
감사담당관		○ 위원회 및 그 소속기관에 대한 감사 ○ 방송 및 통신분야 산하단체에 대한 감사, 진정 및 비위사항의 조사·처리
운영지원과		○ 위원회 소속 공무원의 인사, 상훈, 징계, 교육훈련, 복무관리 ○ 위원회 위원의 정책보좌, 의전 및 청사의 관리 및 방호

3. 방송통신위원회 소관 법률

<부록 표-2> 방송통신위원회 소관법률 현황

법률명	주요 내용	연혁
방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률	○ 방송통신위원회 설치 근거, 구성, 사무조직 ○ 위원회의 소관사무, 운영방법 및 심의위원회 설치	'08.2.29 제정 '09.5.22 개정
방송통신발전 기본법	○ 방송통신 정책의 기본방향, 기본계획 수립 ○ 방송통신의 진흥·기술기준·재난관리, 방송통신 발전기금 설치	'10.2.26 본회의 통과
방송법	○ 방송편성의 자유와 독립, 방송의 공적 책임 ○ 방송사업에 대한 허가·재허가·승인·재승인	'00.1.12 제정 '09.7.31 개정
한국교육방송공사법	○ 한국교육방송공사의 자본금 및 출자 ○ 임원의 임명, 이사회 구성	'00.1.12 제정 '08.12.31 개정
방송문화진흥회법	○ 방송문화진흥회의 임원 구성 ○ 방송문화진흥자금의 설치 근거	'98.12.26 제정 '08.2.29 개정
지상파 텔레비전방송 디지털 전환과 디지털 방송의 활성화에 관한 특별법	○ 아날로그 텔레비전방송의 종료일 ○ 저소득층의 시청권 보장을 위한 시책 마련	'08.3.28 제정 '09.4.22 개정
인터넷 멀티미디어 방송사업법	○ 사업자 분류(IPTV 제공·콘텐츠 사업자) ○ 진입규제, 사업권역, 소유규제	'08.1.17 제정 '09.7.31 개정
전파법	○ 주파수 분배, 할당, 회수, 재배치 절차 ○ 무선국 허가·검사 등 무선국 이용절차	'61.12.30 제정 '09.6.9 개정
전기통신기본법	○ 전기통신설비의 기술기준 ○ 통신재난 관리	'91.8.10 제정 '09.6.9 개정
전기통신사업법	○ 역무(서비스) 및 사업자 분류, 시장진입, 경쟁촉진·공정경쟁 제도 ○ 통신이용자 보호제도	'91.8.10 제정 '10.1.1 개정
통신비밀보호법	○ 감청, 통신사실확인자료의 제공 절차 ○ 전기통신사업자의 통신비밀 협조	'03.12.27 제정 '09.5.28 개정
정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률	○ 개인정보의 수집·이용 제한 ○ 게시판 이용자 본인 확인제, 불법 스팸 전송 금지	'86.5.12 제정 '09.4.22 개정
인터넷주소자원에 관한 법률	○ 인터넷 주소자원의 사용·관리 ○ 인터넷분쟁조정위원회의 설치·운영	'04.1.29 제정 '09.6.9 개정
정보통신공사업법	○ 공사업의 등록, 설계의 기술기준 ○ 공사의 분리 발주제, 하도급의 제한	'71.1.22 제정 '09.5.22 개정
위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률	○ 사업자 분류, 시장 진입 제도 ○ 긴급구조기관의 개인위치 정보 이용	'05.1.27 제정 '09.3.13 개정
국가정보화 기본법	○ 광대역통합통신망 구축 촉진 ○ 광대역통합연구개발망의 구축·관리	'95.8.4 제정 '09.5.22 개정

4. 2009년도 정부입법 추진 현황

<부록 표-3> 2009년 정부입법 추진 현황

법안명	국회 제출일	주요내용
방송법	2009.1.23 (법률 공포)	○ 방송광고 사전심의 폐지 ○ 방송심의에 관한 규정에 방송광고가 금지되는 품목 이나 내용에 관한 사항 등을 추가 ○ 방송광고 관련 자료의 기록·보존 의무화
방송법	2010.3.12 (미상정)	○ 허가·재허가 등의 심사기준을 방송사업자별 특성에 맞게 적용토록 규정 ○ 최다액출자자 등의 변경시 승인신청서류 접수 창구 일원화 ○ 시청자가 시간 및 프로그램을 선택하여 시청할 수 있는 유료방송 프로그램의 요금규제를 신고제로 전환 ○ 공익채널 미운용 사업자에 대한 과태료 부과 신설
인터넷 멀티미디어 방송사업법	2009.12.4 (미상정)	○ 실시간 방송프로그램을 제공하지 않는 부가통신 사업자를 외국인 주식소유 제한 대상에서 제외 ○ 전기통신설비 동등제공 관련 분쟁이 발생한 경우 ‘방송분쟁조정위원회’에서 조정토록 규정 ○ 기존 콘텐츠사업자가 인터넷멀티미디어 방송콘텐츠 제공시 콘텐츠제공사업자 신고 및 승인 간주조항 신설
전파법	2009.8.31 (법사위 소위)	○ 특별재난지역상 무선국 시설자에 대한 전파사용료 감면근거 마련
전파법	2009.1.20 (법사위 소위)	○ 주파수 경매제 도입 ○ 무선국 준공검사 및 방송통신기기 인증절차 간소화 ○ 환경친화적 무선국 설치근거 마련
전기통신사업법	2009.2.24 (본회의 통과)	○ 통신서비스 재판매(도매제공) 제도 도입 ○ 인가받은 요금 인하시 이용약관에 대한 인가를 신고로 완화 ○ 도매제공 등의 대가를 부당하게 높게 결정·유지 하는 행위 등을 금지
위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률	2010.1.8 (미상정)	○ 위치기반서비스사업의 신고, 사업폐지, 과징금부과 등의 업무를 지방자치단체(시·도지사)에 이양

5. 2009년도 규제개혁 추진 현황

<부록 표-4> 2009년 규제개혁 추진 현황

구 분		규제개혁 추진과제	추진현황
방송	1	유료방송 이용요금 승인제도 개선	방송법개정안 국회 계류 중
	2	유료방송의 의무편성 채널 축소	고시개정 완료
	3	방송사업자 등의 인수합병 관련 서류제출 창구 일원화	방송법개정안 국회 계류 중
	4	방송프로그램 편성규제 제도 개선	방송법개정안 국회 계류 중
	5	지역민영방송의 편성규제 제도 개선	방송법개정안 국회 계류 중
	6	외주제작 방송프로그램의 의무편성비율 제도 개선	방송법개정안 국회 계류 중
	7	방송광고 판매대행제도 개선	방송법개정안 국회 계류 중
	8	방송광고 사전심의 제도 개선	방송법 개정 완료
	9	외국인의 주식소유 제한 완화	인터넷멀티미디어방송사업법 개정안 국회 계류 중
통신	10	기간통신사업자에 대한 허가제 완화	전기통신사업법 개정 완료
	11	기간통신사업자에 대한 이용약관 인가제 개선	전기통신사업법 개정 완료
	12	기간통신사업자의 겸업승인 완화	전기통신사업법 개정 완료
	13	임원결격사유 규제 개선	전기통신사업법 개정 완료
	14	정보통신공사업 기업진단 기준일 개선	고시 개정 완료
	15	국제전화 정산계약 승인제도 개선	전기통신사업법 개정 완료
	16	지배적사업자에 대한 결합할인 상품관련 규제 개선	지침 개정 완료
	17	시정명령 받은 사실의 공표지침 개정	훈령 개정 완료
전파	18	주파수 경매제도 도입	전파법개정안 국회 계류 중
	19	DMB 방송보조국 신고제 전환 근거 마련	전파법개정안 국회 계류 중
	20	방송통신기기 잠정인증제도 도입	전파법개정안 국회 계류 중
	21	무선국 준공검사 간소화(표본검사제 도입)	전파법개정안 국회 계류 중
	22	방송통신기기 적합등록제도 도입	전파법개정안 국회 계류 중
	23	무선국 검사항목 중 중복규제 항목 개선	전파법개정안 국회 계류 중
	24	디지털케이블TV 수신제한모듈 분리의무 유예	고시 개정 완료
	25	유선방송 검사 및 전송망 적합확인 제도 개선	고시 개정 완료

6. 2009년도 회계 결산

□ 결산 총괄

<부록 표-5> 2009년도 회계 결산 총괄 현황

(단위 : 백만원)

구 분		예산액 (A)	예산현액 (B)	결산액 (C)	집행률(%) (C/B)
세 입	계	675,798	675,798	636,253	94.1
	일반회계	384,507	384,507	357,779	93.0
	방발기금	291,291	291,291	278,474	95.6
세 출	계	611,304	614,411	588,468	95.8
	일반회계	318,935	322,042	309,478	96.1
	혁특회계	1,078	1,078	516	47.9
	방발기금	291,291	291,291	278,474	95.6

주 : 1. 일반회계 세출 예산현액 증가 사유는 2008회계연도 이월액 3,106백만이 발생하였기 때문임
 2. 혁특회계 세출 예산 집행률이 낮은 이유는 전파연구소 지방이전에 따른 안양청사에 설치된 전리층 관측시설 등 이전·설치공사 지연 때문임 (미집행액 562백만원 2010년도 이월)

□ 방송발전기금

(1) 재정상태(대차대조표 요약)

<부록 표-6> 방송발전기금 재정상태(대차대조표 요약)

(단위 : 백만원)

구 분	2009년 (A)	2008년 (B)	증 감(A-B)	
			금 액	비 율(%)
자 산	410,276	395,269	15,007	3.8
부 채	0	97	△97	△100.0
자 본	410,276	395,172	15,104	3.8

(2) 손익현황(손익계산서 요약)

<부록 표-7> 방송발전기금 손익현황(손익계산서 요약)

(단위 : 백만원)

구 분	2009년 (A)	2008년 (B)	증 감(A-B)	
			금 액	비 율(%)
수 익	166,738	165,737	1,001	0.6
비 용	149,032	138,195	10,837	7.8
당기손익	17,706	27,542	△9,836	△35.7

□ 프로그램별 총괄표

<부록 표-8> 프로그램 총괄현황

(단위 : 원)

구 분	세출예산현액/ 지출계획현액	지 출 액
합 계	614,410,720,120	588,467,944,840
< 일반회계 >	322,041,720,120	309,477,618,690
060장(분야) 문화 및 관광	6,977,000,000	6,977,000,000
061관(부문) 문화예술	6,977,000,000	6,977,000,000
2100항 방송인프라개선	6,977,000,000	6,977,000,000
130장(분야) 통신	315,064,720,120	302,500,618,690
131관(부문) 방송통신	315,064,720,120	302,500,618,690
1000항 방송통신융합촉진	31,850,000,000	31,660,000,000
1300항 전파방송산업기반조성	14,283,000,000	14,153,477,960
1500항 전파관리및연구기반확충	31,211,867,380	29,608,321,800
3100항 통신서비스고도화	28,755,000,000	28,688,417,550
4100항 이용자보호및공정경쟁	2,316,501,000	2,285,665,290
4300항 네트워크고도화	18,835,000,000	18,835,000,000
4400항 정보보호강화	40,074,000,000	40,065,126,000
5100항 방송통신국제협력강화	14,475,000,000	14,474,070,880
7100항 방송통신행정지원	133,264,351,740	122,730,539,210
< 혁신도시건설특별회계 >	1,078,000,000	516,404,700
130장(분야) 통신	1,078,000,000	516,404,700
131관(부문) 방송통신	1,078,000,000	516,404,700
1500항 전파관리및연구기반확충	1,078,000,000	516,404,700
< 방송발전기금 >	291,291,000,000	278,473,921,450
060장(분야) 문화 및 관광	291,291,000,000	278,473,921,450
061관(부문) 문화예술	291,291,000,000	278,473,921,450
1100항 방송통신융합촉진	32,930,000,000	31,768,390,010
1200항 방송통신융합촉진(융자)	2,000,000,000	1,768,000,000
1400항 전파방송산업기반조성	4,400,000,000	4,330,556,510
1600항 방송진흥기반구축	31,260,000,000	28,336,493,910
1700항 방송진흥기반구축(융자)	17,000,000,000	17,000,000,000
2100항 방송인프라개선	55,854,000,000	55,267,901,680
4200항 이용자보호및공정경쟁	23,393,860,000	21,052,084,790
5200항 방송통신국제협력강화	5,003,000,000	4,432,336,820
7200항 방송발전기금운영비	761,000,000	329,698,890
9000항 내부거래지출	30,000,000,000	30,000,000,000
9700항 여유자금운용	88,689,140,000	84,188,458,840

7. 방송통신위원회 회의 안건 목록

<부록 표-9> 방송통신위원회 회의 안건 목록

회차	일자	안건구분	안건명
제1차	1. 7(수)	의결	공익채널 선정조건 이행에 관한 건-실버TV, JCBN
			(재)극동방송의 외국자본 출연 승인에 관한 건
			시청자미디어센터운영규정 폐지 규칙에 관한 건
		보고	2009년도 정보통신연구개발시행계획 수립에 관한 사항
			IPTV 기술개발·표준화 종합계획 수립에 관한 사항
제2차	1.15(목)	의결	2009년 방송통신 정책연구용역사업 기본계획에 관한 건
			(주)SBS 및 (주)KNN의 소유제한 위반에 대한 시정명령에 관한 건
			종합유선방송 이용요금 승인에 관한 건
			MBC-TV ‘뉴스데스크’ 재심에 관한 건
			한-EU FTA 통신분야 협상 대응방안에 관한 건
제3차	1.21(수)	의결	기간통신사업 신규허가에 관한 건
			2009년 시청자방송참여 지원사업 기본계획에 관한 건
			정보통신공사업법 관련 고시 개정에 관한 건
제4차	1.30(금)	의결	방송통신 기반 고도화 및 융합서비스 활성화를 위한 방송통신망 중장기 발전계획에 관한 건
		보고	2009년 방송통신위원회 대상 시상계획에 관한 사항
제5차	2. 5(목)	의결	(주)LG파워콤-(주)디엠비에스 간 전송망 설비 반환 및 이용요금 납부 관련 분쟁조정에 관한 건
			종합유선방송사업자 재허가 심사위원회 구성·운영 계획에 관한 건
			종합유선방송사업 변경허가에 관한 건-(주)씨앤엠마포케이블 티브이 등 18개사
			중계유선방송사업 재허가에 관한 건-한수유선방송사 등 8개사
			중계유선방송사업 변경허가에 관한 건-삼동유선방송사 등 11개사
			방송채널사용사업자 등록에 관한 건-(주)한국승마방송
			방송채널사용사업자 변경등록에 관한 건-(주)애니맥스브로드 캐스팅 코리아 등 2개사
			외국방송 재송신 승인에 관한 건-Fox News Channel 등 9개 외국방송
제6차	2.19(목)	의결	2009년 방송콘텐츠 진흥사업 추진계획(안)에 관한 건
			2009년 방송소외계층 및 미디어교육 지원사업 기본계획에 관한 건
			방송통신위원회 재정규정 개정에 관한 건
			박부연-KT간 시내전화 계약금 반환 등 손해배상 재정에 관한 건
			지능형 홈네트워크설비 설치 및 기술기준 제정에 관한 건
		보고	방송채널사용사업 재송신 심사 재개에 관한 사항

회차	일자	안건구분	안건명
제7차	2.24(화)	의결	방송통신위원회 소관 비영리 법인의 설립 및 감독에 관한 규정 개정에 관한 건
			IPTV 보도전문 콘텐츠사업 승인심사 기본계획(안)에 관한 건
			위성휴대통신 주파수 할당에 관한 건
			제재조치 처분 관련 집행정지 신청 처리에 관한 건
			방송채널사용사업 재승인에 관한 건
제8차	3. 4(수)	의결	(주)이토마토-(주)한국케이블TV충청방송 간 분쟁조정제에 관한 건
		보고	정보통신공사업법 시행령 개정령(안)에 관한 건
제9차	3.11(수)	의결	방송통신 연구윤리 및 진실성 확보를 위한 지침 제정에 관한 사항
			종합유선방송사업자 최다액출자자 변경승인에 관한 건
			방송채널사용사업자 변경승인 신청에 관한 건
		보고	인터넷멀티미디어방송 보도전문 콘텐츠사업 승인 심사결과에 관한 건
			맞춤형 IPTV 교육서비스 방안에 관한 사항
제10차	3.16(월)	기타	모바일인터넷 활성화 계획(안)에 관한 사항
		의결	KT-KTF 합병심사 공식 의견청취
제11차	3.18(수)	의결	(주)KT의 (주)KTF 합병인가에 관한 건
제12차	3.24(화)	의결	인터넷멀티미디어방송 콘텐츠사업자 등록에 관한 건-(주)대교 씨엔에스
			방송채널사용사업자 등록에 관한 건-(주)이비뉴스 등 2개사
			종합유선방송사업 변경허가에 관한 건-(주)씨엠비한강케이블 티비 등 11개사
			종합유선방송사업 재허가에 관한 건-(주)지에스강남방송 등 35개사
			2009년도 추가경정예산 요구(안)에 관한 건
			(주)KT의 (주)KTF 합병인가에 관한 건
제13차	3.27(금)	의결	무선설비규칙 고시 일부 개정안에 관한 건
			방송광고 편성법규 위반사업자 과태료 부과에 관한 건-브이씨엠 미디어(주) 등 3개사
			방송소외계층지원 종합계획에 관한 건
			시정명령을 받은 사실의 공표지침 개정제에 관한 건
		보고	남북방송교류추진위원회 구성 및 운영에 관한 규칙 제정에 관한 사항
제14차	3.30(월)	의결	09년도 방송통신위원회 입법계획에 관한 사항
제15차	3.27(금)	의결	종합유선방송사업자 재허가에 관한 건
제16차	3.30(월)	의결	종합유선방송사업자 재허가에 관한 건

회차	일자	안건구분	안건명
제15차	3.31(화)	의결	방송채널사용사업자 등록 및 변경등록에 관한 건-(주)청소년방송 등 2개사
			기간통신사업자 설비매각 인가에 관한 건-(주)세종텔레콤의 (주)LG데이콤에 대한 설비매각
			2009년도 방송발전기금운용계획 제1차 변경(안)에 관한 건
			인터넷상 주민등록번호 대체수단 이용활성화 기본계획(안) 및 관련 지침 제정에 관한 건
			개인정보보호 의무위반자 과태료부과 등 처리지침 제정에 관한 건
			'08년 2·3분기 의무편성비율 위반사업자 과태료처분에 관한 건-(주)온미디어 등 3개사
제16차	4. 8(수)	의결	인터넷멀티미디어방송 제공사업 이용요금 변경승인에 관한 건-(주)LG데이콤 등 2개사
			중계유선방송사업 재허가에 관한 건-삼산유선방송사 등 5개사
			한국인터넷진흥원 설립위원회 위원 위촉 등에 관한 건
			방송심의규정의 반복 위반 사업자에 대한 과징금 부과에 관한 건-엠넷미디어(주)
			방송심의 제재조치 이행방법 위반 사업자에 대한 처리에 관한 건-(주)문화방송 등 3개사
			(주)KT, SK브로드밴드(주) 및 (주)LG데이콤의 IPTV 제공사업관련 불공정행위에 대한 시정조치에 관한 건
제17차	4. 9(목)	의결	SK텔레콤(주), (주)KT프리텔 및 (주)LG텔레콤의 불법스팸 관련 이용자 이익 저해 행위에 대한 시정조치에 관한 건
			저탄소 녹색성장 구현을 위한 녹색 방송통신 추진종합계획에 관한 건
제17차	4. 9(목)	의결	제재조치 처분 관련 집행정지 신청 처리에 관한 건
제18차	4.14(화)	의결	남북방송교류추진위원회 구성 및 운영에 관한 규칙 제정에 관한 건
			남북방송교류추진위원회 위원 위촉에 관한 건
			KT 무선인터넷망 개방 방법 및 절차에 관한 건
			(주)이토마토-(주)한국케이블TV충청방송 간 분쟁조정에 관한 건
제19차	4.23(목)	의결	유료방송 이용요금 승인에 관한 건-(주)한국케이블TV광주방송 등 31개사
			공익채널 선정조건 이행여부에 관한 건-일자리방송
			방송채널사용사업자 변경등록에 관한 건-(주)드라마스
			용역제공형 데이터방송채널사용사업자 재승인에 관한 건-(주)연합인포맥스 등 2개사
			방송채널사용사업자 최대액출자자 변경승인에 관한 건-(주)아카넷티비

회차	일자	안건구분	안건명
제20차	5. 1(금)	의결	종합유선방송사업 변경허가에 관한 건-(주)씨앤엠 등 27개사
			종합유선방송사업자의 합병에 관한 건-(주)에이치씨엔, (주)에이치씨엔금호방송
			방송채널사용사업자 등록 및 변경등록에 관한 건-(주)한국당구방송 등 4개사
			에스케이브로드밴드(주), (주)LG파워콤의 초고속인터넷서비스 경품 관련 이용자 이익 저해행위에 대한 시정조치에 관한 건
			(주)케이티 등 17개 기간통신사업자의 영업보고서 검증 결과 법규 위반행위에 대한 시정조치에 관한 건
			개인정보보호 법규 위반사업자 행정처분에 관한 건-(주)LG데이콤 등 3개사
		보고	이동통신사업자 개인정보 관리체계 자율 개선 및 시행에 관한 사항
			초고속정보통신건물 인증제도 개선에 관한 사항
제21차	5.15(금)	의결	(주)케이티 등 17개 기간통신사업자의 영업보고서 검증결과 법규 위반행위에 대한 시정조치에 관한 건
			방송채널사용사업 등록 및 변경등록에 관한 건-(주)북채널 등 2개사
			중계유선방송사업 재허가에 관한 건-송학유선방송사 등 7개사
			한국디지털위성방송(주)의 이용요금 승인에 관한 건
			종합유선방송사업자 변경승인에 관한 건-(주)티브로드 홀딩스의 (주)큐릭스 홀딩스 인수
			MBC 외주제작 드라마의 협찬고시 위반 등에 대한 행정처분에 관한 건
제22차	5.18(월)	의결	종합유선방송사업자 변경승인에 관한 건-(주)티브로드홀딩스의 (주)큐릭스홀딩스 인수
			MBC 외주제작 드라마의 협찬고지 위반 등에 대한 행정처분에 관한 건
			전파진흥기본계획에 관한 건
			제주케이블방송의 외국방송 재송신 한시적 허용에 관한 건
		보고	실버TV의 공익채널 선정조건 이행에 관한 사항

회차	일자	안건구분	안건명
제23차	5.29(금)	의결	종합유선방송사업자의 최다액출자자 승인 및 기간통신사업자 주식취득 인가에 관한 건-(주)한국케이블TV경기동부방송
			2009년도 지상파방송사업자 재허가 기본계획에 관한 건
			방송발전기금 징수에 관한 규칙 개정에 관한 건
			방송발전기금 자산운용 지침 개정에 관한 건
			개인정보의 기술적·관리적 보호조치 기준 고시 전부 개정안에 관한 건
		보고	전파법 개정에 관한 사항 지상파 텔레비전방송의 디지털 전환과 디지털방송의 활성화에 관한 특별법 시행령 일부개정에 관한 사항
제24차	6. 3(수)	의결	방송통신콘텐츠 산업 경쟁력 강화 대책에 관한 건
			인터넷 멀티미디어 방송 콘텐츠사업자 등록에 관한 건-(주)아인미디어, (사)한국디지털컨버전스협회
			인터넷 멀티미디어 방송 외국방송 재송신 승인에 관한 건-NHK World Premium등 18개 외국방송
		보고	위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률 시행령 일부 개정에 관한 사항 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 시행령 일부 개정에 관한 사항
제25차	6.10(수)	의결	인터넷 멀티미디어 방송 제공사업 이용요금 변경승인에 관한 건-KT
			방송발전기금 징수에 관한 규칙 개정에 관한 건
			방송발전기금 자산운용지침 개정에 관한 건
			유선전화 번호이동 절차개선 관련 KT합병인가조건 이행 계획 승인에 관한 건
			무선인터넷 접속경로 개선 관련 KT합병인가조건 이행계획 승인에 관한 건
			공동체라디오방송사업 기본계획에 관한 사항
			종합유선방송 이용요금 승인에 관한 건-(주)한국케이블TV경기동부방송 등 22개사
			중계유선방송사업 재허가에 관한 건-양서유선방송 등 4개사
			중계유선방송사업 변경허가에 관한 건-흑산유선방송사 등 5개사
		보고	이동전화서비스 번호이동 제도 개선에 관한 사항

회차	일자	안건구분	안건명
제26차	6.19(금)	의결	종합유선방송사업자 재허가 심사위원회 구성·운영에 관한 건
			외국방송 재송신 승인에 관한 건-GRANADA TV, LOTUS Channel
			방송채널사용사업 등록 및 변경등록에 관한 건-(주)에이치씨엔미디어
			정보통신공사업법 관련고시 개정에 관한 건
			위치정보사업자 신규허가에 관한 건
		보고	위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률 일부 개정에 관한 사항 모바일 콘텐츠 정보이용료 수익배분에 관한 사항
제27차	6.24(수)	의결	디지털전환 활성화 기본계획(안)에 관한 건
			2010년도 예산안 및 기금운영계획안 요구에 관한 건
			방송발전기금 징수율 결정 고시에 관한 건
			인터넷 멀티미디어방송제공사업 이용요금 승인에 관한 건- (주)KT
제28차	7. 1(수)	의결	인터넷 멀티미디어 방송 콘텐츠사업자 등록에 관한 건-(주)아이비미디어넷
			한국방송공사·방송문화진흥회·한국교육방송공사 임원 선임 계획에 관한 건
			방송분쟁조정위원회 보궐위원 위촉 동의에 관한 건
			2009년도 지상파이동멀티미디어사업자 재허가 기본계획에 관한 건
		보고	외국법인의 지상파방송사업자 출자금지 위반행위 제재조치에 관한 건
			디지털 전환 촉진을 위한 케이블TV 채널 운용방안에 관한 사항 이동전화서비스 번호이동 제도개선에 관한 사항
제29차	7. 2(목)	의결	외국법인의 지상파방송사업자 출자금지 위반행위 제재조치에 관한 건
		보고	디지털 전환 촉진을 위한 케이블TV 채널 운용방안에 관한 사항 이동전화서비스 번호이동 제도개선에 관한 사항
제30차	7. 9(목)	의결	전파법 일부개정안에 관한 건
			방송평가위원회 위원 위촉 동의에 관한 건
			의사운영의 효율화를 위한 서면결의 처리방안에 관한 건
			외국법인의 지상파방송사업자 출자금지 위반행위 제재조치에 관한 건
			(주)KT의 SKT(주)에 대한 상호접속 협정이행 재정 신청 처리방안에 관한 건
			(주)이토마토-(주)아름방송 네트워크 간 분쟁조정에 관한 건
			손실보상금 산정기준·절차 및 이자율 등 고시 제정(안)에 관한 사항

회차	일자	안건구분	안건명
제31차	7.21(화)	의결	인터넷 멀티미디어 방송 제공사업 이용요금 승인에 관한 건-SK브로드밴드(주), (주)LG데이콤
			인터넷 멀티미디어 방송 외국방송 재송신 승인에 관한 건-BBC World 등 11개 외국방송
			종합유선방송 이용요금 승인에 관한 건-(주)강원방송 등 9개사
			종합유선방송사업 변경 허가에 관한 건-(주)에이치씨엔 등 30개사
			중계유선방송사업 재허가에 관한 건-명성유선방송사 등 8개사
			방송채널사용사업 등록 및 변경 등록에 관한 건-(주)컨텐츠캐스트 등 6개사
			외국방송 재송신 승인에 관한 건-UNITEL CLASSICA HD
제32차	7.24(금)	의결	방송문화진흥회 이사 임명 및 한국방송공사 이사 추천관련 후보자 선정 등에 관한 건
			기간통신사업자 전용회선 사업양수 등의 인가에 관한 건-SK텔레콤(주)의 SK네트웍스(주) 전용회선 사업 등의 양수
			에스케이브로드밴드(주), (주)LG파워콤의 초고속인터넷서비스 경품 관련 이용자 이익 저해행위에 대한 시정조치에 관한 건
			2009년도 방송발전기금 운용계획 제2차 변경(안)에 관한 건
			종합유선방송사업자 재허가에 관한 건
		보고	방송법 일부개정법률안에 관한 사항
			인터넷주소자원에 관한 법률시행령 개정에 관한 사항
제33차	7.27(월)	의결	인터넷주소자원에 관한 법률 시행령 일부 개정에 관한 사항
제34차	7.31(금)	의결	방송문화진흥회 임원 선임에 관한 건
			지상파 텔레비전방송의 디지털 전환과 디지털방송의 활성화에 관한 특별법 시행령 일부개정에 관한 건
			종합유선방송사업자 및 기간통신사업자의 합병인가에 관한 건-(주)씨제이헬로비전의 (주)씨제이헬로비전 영남·충남·중앙·금정방송 합병
			종합유선방송사업자 재허가에 관한 건-(주)아름방송네트웍, (주)신라케이블방송
			공동체라디오방송사업자 선정 및 방송국 허가에 관한 건
		보고	방송법 일부개정법률안에 관한 사항
제35차	8. 6(목)	의결	종합유선방송사업자 재허가에 관한 건-(주)아름방송네트웍, (주)신라케이블방송
			공동체라디오방송사업자 선정 및 방송국 허가에 관한 건
		보고	방송법 시행령 일부개정령(안)에 관한 사항

회차	일자	안건구분	안건명
제36차	8.19(수)	의결	2009년 상반기 기간통신사업자 허가에 관한 건-(주)설성방송 등 5개 법인
			설비제공절차개선관련 KT합병인가조건 이행계획승인에 관한 건
			150kHz이하 RFID기술기준 등 무선설비규칙(고시)일부 개정에 관한 건
			70/80GHz대역 고정 점대점 통신용 주파수 용도지정 등에 관한 건
			(주)강원민방의 재허가 조건 변경에 관한 건
			방송광고 편성법규 위반사업자 과태료 부과에 관한 건-(주)브이씨엠미디어 등 6개사업자
제37차	8.26(수)	의결	(주)KT와 SK텔레콤(주)간 착신과금(080)서비스 상호접속협정변경 인가에 관한 건
			(주)KT와 SK텔레콤(주)간 C2P SMS 서비스 상호접속협정 인가에 관한 건
			(주)KT와 (주)한국케이بل 텔레콤 간 전기통신설비의 공동사용협정 인가에 관한 건
			SK텔레콤(주), (주)KT프리텔, (주)LG텔레콤 및 (주)KT의 사망자 주민등록번호 등을 이용한 이동전화 서비스 가입 관련 이용자의 이익 침해행위에 대한 시정조치에 관한 건
			SK텔레콤(주), (주)KT프리텔, (주)LG텔레콤, (주)온세텔레콤 및 드림라인(주)의 무선인터넷 서비스 관련 이용자 이익 침해행위에 대한 시정조치에 관한 건
			2008년 4분기 및 연간 의무편성비율 위반사업자 과태료 처분에 관한 건 - (주)홈티브이방송 등 5개사
			2009년 방송평가 실시 계획에 관한 건
			(주)넥센의 (주)KNN 최다액출자자 변경승인 위반행위에 관한 건
			한국방송공사(KBS) 이사 추천에 관한 건
		보고	방송법 일부개정법률안에 관한 사항
제38차	8.28(금)	의결	종합유선방송 이용요금 승인에 관한 건-(주)HCN새로넷방송 등 3개사
			중계유선방송 변경허가에 관한 건-가곡유선방송 등 6개사
			중계유선방송사업자 변경에 관한 건-(주)미디어오비에스 등 4개사
			인터넷멀티미디어방송사업 이용요금 승인에 관한 건-(주)KT

회차	일자	안건구분	안건명
제39차	9. 2(수)	의결	SK텔레콤(주), (주)KT프리텔, (주)LG텔레콤, (주)온세텔레콤 및 드림라인(주)의 무선인터넷 서비스 관련 이용자 이익 저해 행위에 대한 시정조치에 관한 건
			디지털전환 시범사업 정책방안에 관한 건
			종합유선방송사업자 재허가에 관한 건-(주)티브로드기남방송 등 13개사
			종합유선방송사업자 및 기간통신사업자의 합병에 관한 건 - (주)티브로드 한빛방송의 (주)티브로드 ABC방송 합병
			종합유선방송사업자 행정처분에 관한 건-(주)한국케이블TV 대전방송
			2010년도 공익채널선정 기본계획에 관한 건
제40차	9. 9(수)	의결	에스케이브로드밴드(주), (주)LG파워콤의 초고속인터넷서비스 경품관련 이용자 이익 저해행위에 대한 시정조치에 관한 건
			2010년도 공익채널선정 기본계획에 관한 건
			한국교육방송(EBS) 사장·이사 후보자 선정 등에 관한 건
제41차	9.11(금)	의결	방송채널사용사업 등록 및 변경 등록에 관한 건- 한국산업인력공단 등 3개사
제42차	9.14(월)	의결	2010년도 공익채널 선정 기본계획에 관한 건
			한국교육방송공사(EBS) 임원 및 이사 선임에 관한 건
제43차	9.16(수)	의결	인터넷 멀티미디어방송 콘텐츠 사업 승인에 관한 건-(주)와이티엔
			인터넷 멀티미디어 방송사업법 일부개정안에 관한 건
			인터넷 멀티미디어 방송사업법 시행령 일부개정안에 관한 건
			(주)씨엠비 전남방송 재허가에 관한 건
			(주)넥센의 (주)KNN 최다액출자자 변경승인 위반행위에 관한 건
		보고	통신사업자의 결합상품 마케팅 관련 개인정보 활용범위에 관한 사항
제44차	9.23(수)	의결	방송통신위원회 부위원장 호선에 관한 건
		보고	아이폰의 위치서비스에 관한 사항
			2014년 ITU 전권회의 유치 진행상황에 관한 사항
제45차	9.25(금)	의결	종합유선방송 이용요금 승인에 관한 건-(주)티브로드기남방송 등 36개사
			중계유선방송사업 변경허가에 관한 건-백령중계유선방송 등 3개사
			방송채널사용사업 등록에 관한 건-(주)알앤엘내츄럴라이프

회차	일자	안전구분	안전명
제46차	9.29(화)	의결	기간통신사업자 인터넷전화 사업양수 인가에 관한 건-SK브로드밴드(주)의 SK네트웍스(주) 인터넷전화 사업 양수
			(주)KNN 최다액출자자 변경승인에 관한 건
		보고	예당아트 채널의 공익채널 철회에 관한 사항
			무선 인터넷 활성화 방안에 관한 사항
			2010년도 예산안 및 기금운용 계획안에 관한 사항
제47차	10.13(화)	의결	국민관심행사 고시에 관한 사항
			주파수 재배치 관련 고시제정 및 900MHz 대역 손실보상 계획에 관한 건
			지상파 디지털튜너 내장의무 관련전자제품에 관한 고시 제정에 관한 건
			2009년 1분기 의무편성비율 위반 사업자 과태료 처분에 관한 건 - (주)홈티브이방송 등 4개사
			방송사업자 최다액 출자자변경 승인 및 기간통신사업 주식 취득 인가에 관한 건-(주)CMB광주동부방송 및 (주)CMB광주방송의 최다액 출자자 변경
			방송법 시행령 일부 개정령안에 관한 건
			시청자불만처리위원회 위원 위촉 동의에 관한 건
		보고	SK텔레콤(주), (주)KT프리텔, (주)LG텔레콤 및 (주)KT의 사망자 주민등록번호 등을 이용한 이동전화 가입 관련 이용자이익 침해행위에 대한 시정조치에 관한 건
			(주)KT-SK텔레콤(주)의 상호접속협정 이행 재정에 관한 건
			(주)KT-SK텔레콤(주)의 상호접속 협정 이행관련 알선분과위원회 결과 보고에 관한 사항
제48차	10.14(수)	의결	사물통신기반 구축 기본계획에 관한 사항
			스팸방지 종합대책(안)에 관한 사항
		보고	한국교육방송공사(EBS)임원 선임에 관한 건
			(주)KT-SK텔레콤(주)의 상호접속 협정 이행 재정에 관한 건
			사물통신기반 구축 기본계획에 관한 사항
제49차	10.16(금)	의결	스팸방지 종합대책(안)에 관한 사항
			종합유선방송 이용요금 승인에 관한 건-한국케이블TV 푸른방송(주) 등 15개사
			종합유선방송사업 변경허가에 관한 건-(주)씨제이헬로비전 등 26개사
			중계유선방송사업 재허가에 관한 건-백령중계유선방송 등 5개사
			방송채널사용사업 등록에 관한 건-(주)엘르티브이코리아
			외국방송 재송신 승인에 관한건- Channel News Asia International 등 3건
			인터넷 멀티미디어 방송 제공사업 이용요금 승인에 관한 건- (주)KT

회차	일자	안건구분	안건명
제50차	10.16(금)	의결	(주)KT-SK텔레콤(주)의 상호접속 협정 이행 재정에 관한 건
		보고	스팸방지 종합대책(안)에 관한 사항
제51차	10.28(수)	의결	방송채널사용사업 등록 및 변경등록에 관한 건-(주)카니발 티브이 등 4개사
			인터넷 멀티미디어 방송 외국방송 재송신 승인에 관한 건-UNITEL CLASSICA HD 등 3개 외국방송
제52차	10.30(금))	의결	유선방송국설비 등에 관한 기술기준(고시) 일부 개정에 관한 건
			무선설비규칙(고시) 일부 개정에 관한 건
			방송통신위원회 사전심사 청구제 운영규정(안) 제정에 관한 건
			일몰제 적용을 위한 행정규칙 개정(안) 일괄처리에 관한 건
		보고	WBro 사업자의 허가조건 미이행관련 처리방안에 관한 건
제53차	11. 2(월)	의결	방송법 시행령 일부개정령안에 관한 건
		보고	신규방송사업 정책 TFT 구성·운영에 관한 사항
제54차	11.11(수)	의결	방송채널사용사업자 재송신 기본 계획에 관한 건-현대홈쇼핑 등 3개사
			SK텔레콤(주)와 (주)한국케이블 텔레콤 간 전기통신설비의 상호접속 협정 인가에 관한 건
			국민관심행사 고시에 관한 건
			2009년 방송평가 결과에 관한 건
		보고	방송평가에 관한 규칙 개정(안)에 관한 사항
제55차	11.18(수)	의결	CBS 역외재송신 처리방안에 관한 건- 기존 승인받은 (주)티브로드 강서방송 등 13개사
			2010년도 공익채널 선정에 관한 건
			KBS 한민족방송 단파방송국 개설 허가에 관한 건
			설비제공 제도개선 관련 고시 일부개정안에 관한 건
			70/80GHz 대역 고정 점대점통신 o 농 주 파수 용도지정 등에 관한 건
			특정소출력 중계기 기술기준 등 무선설비규칙(고시) 일부개정에 관한 건
			위치정보사업자 신규허가에 관한 건
			개인정보보호 법규 위반사업자 행정처분에 관한 건
			(주)KT-SK텔레콤(주)의 상호접속 협정 이행 재정에 관한 건

회차	일자	안건구분	안건명
제56차	11.26(목)	의결	위치정보의 보호 및 이용등에 관한 법률 일부 개정에 관한 건
			I-PIN 서비스 본인확인기관의 지정에 관한 건-한국신용정보 등 5개 업체
			기간통신사업자 합병인가 및 종합유선방송사업자 변경승인에 관한 건-티씨엔대구방송(주)의 (주)대구종합유선방송 합병
			기간통신사업자의 주식취득인가 및 종합유선방송사업자 최대액 출자자 승인에 관한 건-(주)CMB홀딩스의 (주)CMB대전방송 주식 취득
			2009년 하반기 기간통신사업자 허가에 관한 건-구레케이블 티비 시스템(주)등 3개 법인
			SK텔레콤(주), (주)KT프리텔, (주)LG텔레콤 및 (주)KT의 사망자 주민 등록번호 등을 이용한 이동전화 가입 관련 이용자이익 저해행위에 대한 시정조치에 관한 건
			휴대인터넷(WiB개) 무선설비규칙(고시) 일부개정안에 관한 건
			지상파 이동 멀티미디어방송 사업자 재허가에 관한 건-KBS등 7개 지역 지상파 DMB사업자
		보고	지역방송발전위원회 건의에 관한 사항
			방송평가에 관한 규칙 개정(안)에 관한 사항
제57차	11.27(금)	의결	종합유선방송 이용요금 승인에 관한 건-(주)씨씨에스 등 9개사
			방송채널사용사업 등록 및 변경등록에 관한 건-콘텐츠스퀘어(주) 등 4개사
			인터넷 멀티미디어 방송 콘텐츠사업 등록에 관한 건-한국에이치디방송(주)
			인터넷 멀티미디어 방송 외국방송 재송신 승인에 관한 건-Channel News Asia International
제58차	12.10(목)	의결	방송광고 판매제도 개선 방안 및 의원발의 법률안에 대한 의견 제출에 관한 건
			(주)LG텔레콤의 (주)LG데이콤 및 (주)LG파워콤 합병에 관한 건
제59차	12.11(금)	의결	방송채널사용사업 등록 및 변경등록에 관한 건-(주)팍스넷 등 4개사
			외국방송재송신 승인에 관한 건-NETGEO WILD HD 등 3건
제60차	12.14(월)	의결	(주)LG텔레콤의 (주)LG데이콤 및 (주)LG파워콤 합병에 관한 건
			방송통신기기 형식검정·형식등록 및 전자파적합등록에 관한 고시 일부개정안에 관한 건
			방송법 일부 개정안에 관한 건
			지상파방송국 재허가에 관한 건-한국방송공사 등 7개 사업자 20개 방송국

회차	일자	안건구분	안건명
제61차	12.17(목)	의결	한국방송공사 감사 임명에 관한 건
			방송법 일부 개정안에 관한 건
			종합유선방송사업자 재허가에 관한 건-(주)한국케이블TV서대구방송
			2009년 2분기 의무편성비율 위반사업자 과태료 처분에 관한 건
			- 씨제이미디어(주) 등 3개사
			삼성에스디에스(주)의 삼성네트웍스(주) 합병인가에 관한 건
			전기통신설비의 상호접속·공동사용 및 정보제공 협정의 인가 대상 기간통신사업자 고시 일부 개정에 관한 건
제62차	12.23(수)	의결	이용약관 인가대상 기간통신역무와 기간통신사업자 고시 개정안에 관한 건
			케이블TV 채널편성을 위한 PP평가 및 프로그램 사용료 배분에 대한 가이드라인에 관한 사항
			전기통신사업 회계분리기준(고시) 일부 개정안에 관한 건
			방송분쟁조정위원회 위원 위촉 동의에 관한 건
			무선국 및 전파응용설비의 검사업무 처리기준(고시) 일부 개정안에 관한 건
			2010년도 디지털 전환 활성화 시행계획(안)에 관한 건
			디지털 전환 시범사업 시행계획(안)에 관한 건
제63차	12.29(화)	의결	디지털방송콘텐츠 지원센터건립 기본계획(안)에 관한 사항
			종합유선방송사업 변경허가에 관한 건-(주)에이치씨엔금호방송 등 7개사
			중계유선방송사업 변경허가에 관한 건-진건중계유선방송사
제64차	12.30(수)	의결	방송채널사용사업 등록에 관한 건-(주)플레이콤
			아날로그TV 종료 및 디지털TV 구축 방안에 관한 건
			700MHz 여유대역 주파수 재배치 기본계획(안)에 관한 건
			해상·항공업무용 무선설비규칙(고시) 일부개정안에 관한 건
			고화질 디지털방송 프로그램의 편성비율에 관한 고시 제정안에 관한 건
			방송평가에 관한 규칙 개정안에 관한 건
		보고	방송채널사용사업자 변경승인에 관한 건-(주)LG데이콤 '한국금융티브이'
			지상파 방송광고판매 임시 운영권고에 관한 사항
			(주)강원방송의 재허가 조건 이행여부 및 처리방안에 관한 사항
			보편적 서비스 제도개선(안)에 관한 사항
			법정부 「클라우드 컴퓨팅 활성화 종합계획」에 관한 사항

8. 2009년도 주요 연월표

<부록 표-10> 2009년도 주요 연월표

○ 2009년 1월

일 자	추진 내용
1. 7	IPTV 기술개발 표준화 종합계획(안) 마련(지경부 공동)
1. 7	2009년 정보통신 연구개발 시행계획 수립
1. 20	제1차 규제개혁 및 법제선진화 특별위원회 회의 개최
1. 23	방송통신융합기반 미래전략 세미나 개최
1. 28	2008년도 방송통신민원 주요 동향 발표
1. 30	전국 종합유선방송사업 대표자 회의 개최
1. 30	2009년 제한적 본인확인제 적용대상 사업자 선정

< 미래전략 세미나 >



< SO 대표자회의 >



○ 2009년 2월

일 자	추진 내용
2. 2	방송통신망 중장기 발전계획('09~'13년) 확정
2. 2	제1차 시청자불만처리위원회 개최
2. 5	해상업무용 무선설비기술기준 연구반 회의 개최
2. 5	통신시장 불공정행위 중복규제방지를 위한 협의회 개최(공정위 공동)
2. 9	제2차 규제개혁 및 법제선진화 특별위원회 회의 개최
2. 10	제1차 디지털방송활성화 실무위원회 회의 개최
2. 19	‘방송통신위원회 재정 규정’ 개정
2. 19	2009년 방송소외계층 방송접근권 보장사업계획 확정
2. 19	2009년 방송콘텐츠 진흥사업계획 확정
2. 25~3. 4	ITU-R SG1(전파관리기술 및 정책연구반) 국제회의 개최
2. 27	2008년도 정보보호 실태조사 결과 발표

< 디지털방송활성화 실무위원회 >



< ITU 국제회의 >



○ 2009년 3월

일 자	추진 내용
3. 5~6	통신사업자 회계담당자 세미나 개최
3. 6	민간영역 개인정보보호지수 발표
3. 9	제3차 규제개혁 및 법제선진화 특별위원회 회의 개최
3. 9	제1차 방송통신 해외진출 지원협의회 개최
3. 11	방통위 블로그 두루누리 공식 오픈
3. 11	모바일 인터넷 활성화계획 수립(문화부, 행안부 공동)
3. 12	i-PIN정책설명회 및 개인정보의 기술적, 관리적 보호조치 기준 고시개정을 위한 공청회 개최
3. 12	맞춤형 IPTV 교육서비스 발표(교과부 공동)
3. 13	한·페루 WiBro, IPTV 로드쇼 개최, 한국 클라우드서비스협의회 발족
3. 16	제1차 녹색 방송통신 추진협의회 개최
3. 17	Friendly Digital Korea' 프로젝트 발표, IPTV법 및 시행령 해설서 발간
3. 18	KT의 KTF 합병 인가 의결
3. 20	방송광고 제도개선 전문가 토론회 개최
3. 24	'시정명령을 받은 사실의 발표지침' 개정, 방송소외계층 지원 종합계획 확정
3. 27	전파진흥기본계획 수립을 위한 공청회 개최
3. 26	방송통신위 출범 1년의 추진 성과 발표, 2009년 방송통신위원회 방송대상 시상식 개최
3. 27	2008년 국가정보보호지수 발표
3. 30	2009년 디지털전환 대국민 홍보계획 발표
3. 30	2009년 온누리 캠페인 봉사단 발대식
3. 31	인터넷 상 주민등록번호 대체수단(i-PIN) 이용 활성화 기본계획 수립

< 방송대상시상식 >



< 출범1주년 기념식 >



○ 2009년 4월

일 자	추진 내용
4. 1	방송통신위원회 웹2.0 홈페이지 오픈
4. 7	2008년 하반기 통신자료 제공 등 협조 현황 발표
4. 8	SKT등 이통3사 불법스팸 전송차단 강화 시정명령 의결
4. 8	IPTV 3사의 IPTV제공사업 관련 불공정행위 시정명령 의결
4. 8	녹색 방송통신 추진 종합계획 확정
4. 9	인터넷 정보보호 세미나 개최
4. 13	국민관심행사 고시방안 마련을 위한 토론회 개최
4. 24	제54회 정보통신의 날
4. 24	방송통신망 고도화 추진협의회 출범
4. 29	제2차 방송통신 해외진출 지원협의회 개최

< 정보보호 워크숍 >



< 정보통신의 날 >



○ 2009년 5월

일 자	추진 내용
5. 6	2009년도 IPTV 공공서비스 시범사업 선정
5. 8	‘방송통신 서비스선진화 방안’ 서비스선진화 민관합동회의 보고(8개 부처 공동)
5. 11	한-일 방송통신 협력 양해각서 체결
5. 13~15	BCM 2009, IPTV PLAZA 및 포럼 개최
5. 15	클린 방통위 종합대책 발표
5. 18	아름다운 사이버세상 만들기 한마당 개최(법무부, 교과부, 행안부, 문광부 공동)
5. 18	전파진흥기본계획 확정
5. 19	2008년도 이동통신 서비스 품질평가결과 발표
5. 19~20	네트워크 고도화 및 R&D사업 Joint 워크숍 개최
5. 20	한-동남아-유럽간 국제연구망(TEIN3) 개통식 개최
5. 20	이통사 마일리지제도 개선방안 발표
5. 21	방송장비 고도화 간담회 개최(지경부 공동), 2008년도 초고속인터넷 품질평가 공표
5. 27~29	방송통신재난 안전한국훈련 실시
5. 28	방송장비 고도화 추진계획 발표(지경부 공동)

< 방송장비 고도화 간담회 및 차세대DTV산업 강국 비전달성 결의 >



< 아름다운 사이버세상 만들기 한마당 >



○ 2009년 6월

일 자	추진 내용
6. 1~20	2009 자기정보보호 캠페인 실시
6. 1	전파지킴이의 날
6. 3	방송통신콘텐츠 산업 경쟁력 강화 대책 확정
6. 4	해상 조난통신 관리체계 개선방안 발표
6. 9	인터넷 정보보호 협의회 발대식 및 전체회의 개최
6. 10	경북지사, KBS, SkyLife와 절대난시청해소 공동사업 협약 체결
6. 10	정규 공동체라디오 방송사업 정책방안 확정
6. 11	제16회 대한민국멀티미디어기술대상 시상식 및 제2차 디지털방송활성화 추진위원회 개최
6. 15	방송통신요금 연체정보 통합조회사이트 개통
6. 17	2009 방송통신장관회의 및 국제방송통신컨퍼런스(~6. 18), 월드IT쇼(~6. 20) 개최
6. 18	인터넷윤리 심포지엄 개최
6. 19	모바일 콘텐츠 정보이용료 수익배분 가이드라인 확정
6. 23	사물통신망 기술 및 전망 세미나 개최
6. 23	제8회 정보보호 대공모전 및 제6회 해킹방어대회 시상식 개최
6. 24	디지털 전환 활성화 기본계획 확정, 방송사업자에 대한 방송발전기금 징수율 확정
6. 25	주민등록번호 외 회원가입수단 도입 기준적용 대상 사업자 공시
6. 29	이동전화 의무약정제 관련 가이드라인 발표

< 국제방송통신컨퍼런스 >



< 월드아이티쇼 >



○ 2009년 7월

일 자	추진 내용
7. 1	통신사업자 CEO 조찬간담회 개최
7. 3	디지털시대, 표현의 자유 컨퍼런스 개최
7. 2	제2회 인터넷 정보보호 세미나 개최, 인터넷포털 대표들과 간담회 개최
7. 2	주민등록번호 외 회원가입수단 도입 관련 정책설명회 개최
7. 2	디지털전환 촉진을 위한 케이블TV 채널운용 방안 확정
7. 7	i-PIN 2.0 서비스 개시
7. 8	주요 인터넷사이트 대상 DDoS 공격 발생 및 '주의' 경보 발령
7. 9	DDoS 공격대응을 위한 ISP 등 사장단 긴급회의 개최
7. 9	2008년도 방송사업자 재산상황 발표
7. 15	민간분야 사이버 경보단계 '관심'으로 하향 조정, 2009년 상반기 방송통신민원 동향 발표
7. 20	인터넷전화, WiBro에 명의도용 방지서비스(M-safer) 확대 시행
7. 21	제3차 방송통신 해외진출 지원협의회 개최, 뉴미디어업계 대표와 오찬간담회 개최
7. 22	종합유선방송사업자 19개사 재허가 의결
7. 23	한국인터넷진흥원(KISA) 공식 출범
7. 24	Giga 인터넷 추진계획 발표, 5개 부처 공동 '사이버질서 정책협의회' 출범
7. 28	방송통신분야 신기술 개발(R&D) 민간 PM 위촉
7. 28	IPTV 관련 업계대표와 정책간담회 개최
7. 30~8. 1	전파방송 EXPO 개최
7. 31	방송문화진흥회 이사 9명 및 감사 선임

< IPTV정책간담회 >



< 전파방송 EXPO >



○ 2009년 8월

일 자	추진 내용
8. 1	초고속 정보통신 건물 인증심사센터 업무 개시
8. 4~8	이유공감 청소년 인터넷윤리 가족캠프 개최
8. 6	공동체라디오방송 7개 정규사업자 선정 및 방송국 허가 의결
8. 10	IPTV 병영서비스 시범사업 개시
8. 11	‘개인정보의 기술적, 관리적 보호조치 기준’ 고시 개정
8. 14~17	제4차 한,중 전파방송국장회의 개최
8. 14	이동전화 요금감면 절차간소화 시스템 개통
8. 19	2009년도 상반기 악성코드 제거프로그램 실태조사 결과 발표
8. 20	이동통신 요금현황 및 향후 정책방안 세미나 개최
8. 24	유료방송 이용약관 가이드라인 발표
8. 24	IPTV공부방 경기도 15개 시군 개소
8. 25	제4차 방송통신해외진출지원협의회 개최
8. 26	한국방송공사 이사추천자 11인 인선

< IPTV 공부방 개소 >



< 이동전화요금감면시스템 개통 >



○ 2009년 9월

일 자	추진 내용
9. 1	IT Korea 미래전략 보고회 개최(미래위, 지경부 공동)
9. 2	디지털전환 시범사업 정책방안 확정
9. 3	이동통신 요금정책 세미나 개최(미래위 공동)
9. 3	방송통신 통계 품질관리 제고 세미나 개최
9. 4	제6차 규제개혁 및 법제선진화 특별위원회 회의 개최
9. 10	유선전화 번호이동 절차 개선 완료, 150kHz 이하 RFID 관련 기술기준 개정 고시
9. 10	인터넷기반서비스의 종합적, 체계적 발전을 위한 세미나 개최
9. 11	외주제작 제도 개선을 위한 토론회 개최
9. 14	EBS 이사 9인 선임
9. 17	CEO 초청 정보보호 전략회의 개최, 2009년 인터넷이용실태조사 결과 발표
9. 17	DDos 공격 관련 사이버 위기경보 해제
9. 23	부위원장에 이경자 상임위원 선출
9. 24	방송통신 콘텐츠 미래포럼 발족
9. 25	한국전파진흥원장 임용, 한국무선인터넷산업연합회(MOIBA) 창립
9. 28	이동통신 요금제도에 대한 개선 정책방안 발표
9. 29	제5차 방송통신 해외진출 지원협의회 개최
9. 30	제2차 '무선인터넷 활성화 추진계획' 발표
9. 30	성남시 글로벌 IPTV 확산센터 개소, IT 중소벤처기업 간담회 개최

< 디지털전환 협약식 >



< 정보보호 전략회의 >



○ 2009년 10월

일 자	추진 내용
10. 6	이용자 보호를 위한 결합판매 가이드라인 발표
10. 10	한국케이블TV방송협회 및 SO업계 대표들과 오찬 간담회 개최
10. 12	수신료 면제 절차간소화 시스템 개통
10. 13	지상파 디지털튜너 내장 의무 관련전자제품 고시 시행
10. 14	EBS 사장 및 감사 선임, 사물통신 기반구축 기본계획 확정
10. 16	스팸방지 종합대책 발표
10. 25~30	제36회 서울 국제인터넷주소기구 회의 개최
10. 20	통신요금 코리아인덱스 개발 협의회 Kick off 회의 개최
10. 20	디지털 전환 시범사업 추진협의회 출범
10. 21	한-베트남 방송통신 협력 MOU 체결
10. 23	한-캄보디아 방송콘텐츠 공동제작 협정 지상파DMB MOU 체결
10. 25~30	제11차 국제우주전파감시회의 개최
10. 27	제6차 방송통신 해외진출 지원협의회 개최
10. 29	제1회 우주전파환경서비스 수요자 컨퍼런스 개최, 국제 방송통신 분쟁조정 워크숍 개최
10. 30	WiBro 활성화 3대 정책방향과 8대 과제 발표
10. 30	방송통신위원회 100번째 회의 개최
10. 30	디지털케이블TV 단방향 셋톱박스 도입 허용 발표

< 국제방송통신분쟁 워크숍 >



< 국제우주전파감시회의 >



○ 2009년 11월

일 자	추진 내용
11. 2	아날로그 TV용 디지털방송 수신장치 규격 마련
11. 10	제2차 방송통신망 고도화 추진협의회 및 컨퍼런스 개최
11. 10	제4회 대한민국 인터넷대상 시상식 개최, 인터넷 발전협의회 창립
11. 11	2009년 방송평가 결과 발표
11. 12	디지털 컨버전스와 한국사회의 미래 심포지엄 개최
11. 16	부산광역시 IPTV 공부방 11개 개소
11. 16	재한외국인 인터넷 가입 본인확인 가이드라인 발표
11. 18	70/80GHz 대역 주파수 신규 분배, 사물통신포럼 창립총회 개최
11. 18	KT-SKT간 3G 상호접속협정 이행에 대한 재정 의결
11. 23~24	전파방송 컨퍼런스 2009 개최
11. 23	11월 넷째 주, 방송통신 이용자 보호주간 선포
11. 24	인터넷 개인정보 노출 대응시스템 개통, 제7차 방송통신 해외진출 지원협의회 개최
11. 25	ARS 운영 개선을 위한 가이드라인 발표
11. 26	디지털TV전환계획 수립을 위한 토론회 개최
11. 26	한국 인터넷 문화의 특성과 발전방안 심포지엄 개최
11. 30	디지털방송콘텐츠 지원센터 건립계획 마련을 위한 공청회 개최

< 인터넷대상 >



< 사물통신포럼 창립총회 >



○ 2009년 12월

일 자	추진 내용
12. 1~20	아이핀 전환 캠페인 실시
12. 3	인터넷기반서비스사업기본법 공청회 개최
12. 7~8	정보통신 및 환경융합 포럼 개최
12. 7	KCTA, 시범지역 지자체와 TV방송의 디지털전환 활성화 협력 협약 체결
12. 8	제1회 인터넷 코리아 컨퍼런스 개최
12. 9	2009 함께@넷 세상 인터넷미디어 대전 시상식 개최
12. 10	IPTV 사용서비스 출범 1주년 기념식 개최
12. 14	웹사이트 개발, 운영을 위한 개인정보보호 가이드 발간
12. 14	LG텔레콤의 LG데이콤 및 LG파워콤 합병 인가 의결
12. 14	EBS DTV방송국 등 7개 지상파방송사업자의 20개 방송국 재허가 의결
12. 14	방송통신 각계 대표 간담회 개최, 2009 방송산업실태 통계 조사 발표
12. 16	060 이용자 피해 방지를 위한 사업자 가이드라인 발표
12. 16	인터넷을 통한 문자메시지 불법도청 방지대책 발표
12. 17	2011년 APT 총회 유치, 한국방송공사 감사 임명
12. 17	한국케이블TV서대구방송 재허가 거부 의결
12. 17	케이블TV 채널편성을 위한 PP평가 및 프로그램 사용료 배분에 대한 가이드라인 발표
12. 18	제7차 규제개혁 및 법제선진화 특별위원회 개최

< 디지털활성화 협력 협약 체결 >



< 인터넷코리아 컨퍼런스 >



○ 2009년 12월

일 자	추진 내용
12. 21	휴면 이동전화 확인 서비스 개시
12. 22	지상파DTV분산중계기 시범서비스 설명회 개최
12. 23	캄보디아 지상파DMB 시범서비스 개국
12. 23	전파산업 중소기업 CEO 간담회 개최
12. 23	디지털방송콘텐츠 지원센터 건립 기본계획안 확정
12. 23	2010년 디지털전환 활성화 시행계획 확정
12. 24	‘약관의 주요내용 설명서’ 도입 관련 가이드라인 발표
12. 24	방송통신 사이버안전센터 개소식
12. 24	전파연구소 전파누리관 준공
12. 24	휴대전화 스팸 간편신고 서비스 표준 제정
12. 28	제9회 정보보호 대상 시상식 개최
12. 29	3DTV 실험방송 추진단 출범
12. 30	아날로그TV 종료 및 디지털TV 구축방안 확정
12. 30	클라우드 컴퓨팅 활성화 종합계획 발표(행안부, 지경부 공동)
12. 30	고화질 디지털방송 프로그램의 편성비율에 관한 고시 의결
12. 30	지상파 방송광고 거래에 관한 권고 발표

< 방송통신 각계 대표 간담회 >



< 정보보호 대상 시상식 >



9. 영문 약어

<부록 표-11> 영문 약어

약 어	내 용
ACAP	(Application Configuration Access Protocol): 인터넷 엔지니어링 태스크 포스(IETF)가 개발한 이메일 프로토콜
ADB	아시아 개발은행(Asian Development Bank)
AfDB	아프리카 개발은행(African Development Bank)
APCERT	아시아-태평양지역 침해사고대응팀 협의체(Asia-Pacific Computer Emergency Response Team)
CAGR	연평균 성장률(Compound Annual Growth Rate); 수년간의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여(즉 기하평균) 평균성장률을 환산한 것
CAS	(Conditional Access System): 유료방송 가입자만 방송프로그램을 시청할 수 있도록 수신을 제한하는 시스템
CID	발신번호 표시서비스(caller-ID service): 발신자의 전화번호를 수신자에게 알려주는 서비스
CIS	(Commonwealth of Independent States): 러시아를 비롯해 우크라이나·벨로루시·투르크멘·아제르바이잔·아르메니아·우즈베크·키르기스·카자흐·타지크·몰다비아 등 11개국
CP	콘텐츠 제공자(contents provider): 멀티미디어 소프트웨어를 작성하는 데 필요한 정보를 수집하여 수록한 콘텐츠 라이브러리를 제공하는 사람 또는 사업자
CUG	폐쇄형 사용자 그룹(Closed User Group): 공중 교환망에서 특정의 가입자가 집단을 구성하여 동일 집단 가입자 상호 간에만 접속되며, 집단 이외의 가입자 간 접속이 금지되는 기능
D-CAS	(Downloadable-CAS): 방송센터로부터 CAS를 자유롭게 다운로드 받을 수 있도록 하는 기술
DRM	디지털 저작권 관리(digital rights management): 디지털 미디어의 불법 또는 비인가된 사용을 제한하기 위하여 저작권 소유자나 판권 소유자가 이용하는 정보 보호 기술의 일종인 접근 제어 기술
DSC	디지털 선택 호출(digital selective calling): 디지털 방식의 선택 호출 장치 또는 그 방식의 총칭. 세계 해상 조난 안전 제도 체제에서 의무 선박국의 무선 전화 설비의 필수적인 기능

약 어	내 용
EFTA	(European Free Trade Association): EC(European Community:유럽공동체)를 제외한 서유럽의 지역경제기구
EIRP	등가 등방성 복사 전력(equivalent isotropically radiated power): 송신계 성능을 나타내는 지수의 하나로, 주(主) 빔 방향의 전력속(束) 밀도로 모든 방향으로 복사한 경우의 전력. 송신 안테나의 실효 이득과 송신기 출력의 곱으로 구할 수 있으며 dBW로 나타냄
EIU	(Economist Intelligence Unit): 영국의 시사경제주간지 이코노미스트 계열사로 국가별 경제 전반에 대한 중장기 분석에 정평이 있는 기관. 세계 60개국을 상대로 분기별 정치/사회 환경 변화를 감안한 경제환경을 분석. 특히 10개 분야, 70개 항목을 토대로 한 기업 환경지수는 국가경쟁력 평가에서 독보적 영역을 구축하고 있음
FIRST	국제 침해사고대응팀 협의회(Forum of Incident response and Security teams)
FMC	유무선 융합(Fixed Mobile Convergence): 유선과 무선으로 구분되어 있는 망, 기술, 사업, 서비스 등의 통합
FMS	유무선 대체(fixed mobile substitution): 이동전화의 급격한 가격하락으로 유선전화의 가격우위가 사라짐에 따라 고객들이 유선전화를 해지하고 이동전화로 옮겨가는 현상
GCC	(Gulf Cooperation Council): 1981년 5월에 페르시아 만 안의 6개 아랍산유국이 역내(域內) 협력을 강화하기 위해 결성한 지역협력기구
GENI	세계 네트워크 혁신 환경(Global Environment for Network Innovations): 미국이 추진중인 미래 인터넷의 선도 시험용 인프라 명칭
GeSI	(Global e-Sustainable Initiative): 설립년도 2001년, ICT분야의 지속가능한 성장과 발전을 위한 국제협력네트워크
HD	고화질(High Definition): 화소수가 1920×1080 이상인 화질로 1초 동안 60프레임을 재생하는 것. SD(일반화질)TV에 비해서는 4배의 화질을 구현
i-PIN	인터넷 개인 식별번호(internet personal identification Number): 웹 사이트에 주민등록번호 대신 이용할 수 있는 사이버 신원 확인 번호로서 인터넷상에서 주민등록번호가 유출되어 도용되는 부작용을 막기 위해 만든 서비스

약 어	내 용
ISMS	정보보호 관리시스템(Information Security Management System): 정보 통신 서비스 제공자가 정보 통신망의 안정성 및 신뢰성을 확보하여 정보 자산의 기밀성, 무결성, 가용성을 실현하기 위한 관리적·기술적 수단과 절차 및 과정을 체계적으로 관리, 운용하는 체계
ITU	국제전기통신연합(International Telecommunication Union): 국제전기통신연합은 전기 통신의 개발과 기술의 발달을 촉진하고 주파수의 할당, 통신료의 인하 등을 목적으로 설립
ITU-T	국제전기통신연합 전기통신표준화부문(International Telecommunication Union Telecommunication Standardization Sector): 국제 전기 통신 연합 부문의 하나로 통신 분야의 표준을 책정
KOREN	광대역통합연구개발망: 광대역, 고품질의 국내외 연구시험 망을 산·학·연에 제공하여 미래네트워크 관련기술의 시험검증과 첨단응용분야 연구개발을 지원함으로써 연구개발 촉진 및 국제공동연구협력기반을 조성하기 위한 비영리 선도시험 네트워크 인프라
MIH	미디어독립핸드오버(Media Independent Hand over): 서로 다른 이종망간 혹은 미디어에 상관없이 QoS를 보장하는 심리스(seamless)핸드오버기술
Mobile WiMAX	모바일와이맥스: 시속 120km 이상 고속으로 이동 중인 차량이나 기차 안에서도 유선인터넷 속도 이상으로 무선인터넷 서비스를 즐길 수 있는 기술
HFC	광동축혼합망(hybrid fiber coax): 접속망 구성의 한 방식으로, 동축 CATV 전송망의 주요 트렁크 부분을 광케이블로 개선시킨 망
HSDPA	고속하향패킷접속(High Speed Downlink Packet Access): 비동기식 3세대 이동 통신의 하향 링크에서 10Mbps 수준의 고속 패킷 데이터 서비스를 제공하는 전송 규격
IETF	인터넷 엔지니어링 태스크 포스(Internet Engineering Task Force): 인터넷 아키텍처 위원회(IAB) 산하의 조직으로 인터넷의 운영, 관리 및 기술적인 쟁점 등을 해결하기 위해 망설계자, 관리자, 연구자, 망사업자 등으로 구성된 개방된 공동체
IMD	국제경영대학원(International Institute for Management Development): 1957년 설립된 남여공학의 비영리 사립 경영대학원

약 어	내 용
MPP	복수방송채널사용사업자(multiple program provider): 복수의 방송 채널 사용 사업을 운영하는 방송사업자
MSO	복수종합유선방송사업자(multiple system operator): 2개 이상의 SO(종합유선방송사업자)를 가진 사업자
MVNO	가상이동통신망사업자(Mobile Virtual Network Operator): 주파수 또는 물리적인 통신망 및 무선국을 보유하지 않은 사업자가 기존 통신사업자로부터 설비 및 서비스를 도매로 제공받아 개별 소비자들을 대상으로 통신서비스를 제공하는 사업자
NGN	차세대 통신망(Next Generation Network): 기존의 일반 전화, 무선 전화 및 인터넷망을 하나의 패킷 구조로 통합한 차세대 통신
ODA	공적개발원조(Official Development Assistance): 중앙 및 지방정부를 포함한 공공기관이나 이들 기관의 집행기관이 개도국의 경제개발과 복지증진을 주목적으로 하여 개도국 및 국제기구에 양허적(concessional) 성격으로 제공하는 자금의 흐름
OSMU	원소스멀티유즈(One Source Multi Use): 우수한 기획을 통해 제작된 1차 콘텐츠를 시장에 성공시킨 후 재투자 및 라이선스를 통해 2차, 3차 콘텐츠로 발전시키는 전략으로써 하나의 콘텐츠를 여러 매체로 이용하거나 2차 제작물을 통해 부가가치를 극대화하는 방식
PP	프로그램공급자(Program Provider): 케이블TV나 위성방송에 고유 채널을 가지고, 프로그램을 제작·편성해 종합유선방송국(SO)이나 위성방송사업자에게 제공하는 사업자
PPL	간접 광고(Product Placement): 영화, 드라마 등에 상품을 등장시키는 간접적으로 광고하는 마케팅 기법의 하나
Pre-IPTV	프리(pre) IPTV: IPTV의 실시간 방송을 제외한 형태로 IPTV의 전(前) 단계. IP망을 기반으로 VoD(주문형 비디오) 중심으로 제공
SEED	민간 부분인 인터넷, 전자 상거래, 무선통신 등에서 공개시 민감한 영향을 미칠 수 있는 정보와 개인 프라이버시 등을 보호하기 위하여 개발된, 블록 단위로 메시지를 처리하는 대칭키 블록 암호 알고리즘

약 어	내 용
SLA	초고속 인터넷 품질보장제도(SLA·Service Level Agreement)
SO	종합유선방송사업자(system operator): 케이블TV를 송출하는 방송사업자
T-DMB	지상파 디지털멀티미디어방송(Terrestrial Digital Multimedia Broadcasting): ITU-R의 DSB System A(Eureka-147)에 기반하여 한국에서 개발한 지상파 디지털 멀티미디어 방송
TLS	전송계층보안(Transport Layer Security): 현재 널리 사용되고 있는 SSL (Secure Sockets Layer)을 대신하는 차세대 안전 통신 규약
TPEG	교통 및 여행정보 서비스(Transport Protocol Expert Group): 방송사에서 제공하는 교통 정보와 여행자 정보를 DMB 데이터 방송 신호에 실어 DMB 수신 칩을 장착한 내비게이션 단말기로 보여주는 서비스
USIM Lock	(Universal Subscriber Identity Module): 사용자 인증과 글로벌 로밍, 전자상거래 등 다양한 기능을 1장의 카드에 구현한 카드. 3세대 이동통신(WCDMA) 단말기에 탑재
VCC	(Voice Call Continuity): 무선 패킷망과 회선망 간 연속적으로 음성 서비스가 가능하도록 하는 기술로, 와이브로 네트워크와 코드분할다중접속(CDMA) 네트워크에서 실시간으로 고객의 위치를 자동으로 파악하고 끊임없이 통화를 연결시켜 주는 기술
VDSL	초고속디지털가입자회선(very high-data rate digital subscriber line): 전화선을 이용한 고속 디지털 전송 기술의 하나
WEF	세계경제포럼(World Economic Forum): 세계의 저명한 기업인·경제학자·저널리스트·정치인 등이 모여 세계경제에 대해 토론하고 연구하는 국제민간회의로 1971년 하버드대 클라우스 슈밥이 창립했으며, ‘다보스포럼’으로 더 잘 알려짐
WiMAX	와이맥스(World Interoperability for Microwave Access): 휴대 인터넷의 기술 표준을 목표로 인텔사가 주축이 되어 개발한 기술 방식(IEEE 802.16d)
WIPI	한국형 무선 인터넷 플랫폼 표준 규격, 이동통신사들이 서로 다른 무선 응용프로토콜을 채택함으로써 나타나는 불합리한 점과 콘텐츠제공업체(CP)들의 개발 환경 상이성으로 생기는 문제점들의 해결을 위해 제정된 무선인터넷 플랫폼 표준규격

2009 방송통신위원회 연차보고서

발 행 일 2010년 3월

발 행 처 방송통신위원회
서울특별시 종로구 세종로 20 (세종로 100번지)
대표전화: 02-750-1114
E-mail: webmaster@kcc.go.kr
Homepage: www.kcc.go.kr

비매품

