
IT 강국을 넘어 스마트 선진국으로 !

방송통신 기본계획

2011. 11. 11.



방송통신위원회

KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION

차 례

I. 방송통신 기본계획 수립 배경	1
II. 그동안의 주요 추진성과	3
III. 방송통신 현황 및 환경변화	6
IV. 비전 및 정책목표	31
V. 방송통신 4대 핵심과제	33
핵심과제 1 글로벌 ICT 허브 Korea 실현	33
핵심과제 2 스마트 생태계 조성 및 신산업 창출	74
핵심과제 3 디지털 선진방송 구현	124
핵심과제 4 방송통신 이용자 복지 및 정보보호 강화	168
VI. 소요예산 및 기대효과	211
VII. 추진 체계	215

I

방송통신 기본계획 수립 배경

1

방송통신 기본계획의 필요성

- 방송통신이란 유·무선 네트워크를 이용하여 다양한 콘텐츠를 주고 받거나 즐기는 것 또는 이와 관련된 제반 활동을 의미
 - 방송통신은 대부분의 국민들이 정치·경제·사회·문화 등 다방면에 걸쳐 일상적으로 활용하며, 우리나라 경제성장에도 크게 기여
 - (이용현황) 일평균 TV 시청 140분('10), 인터넷 이용 126분('10), 이동전화 가입 5,212만명(인구대비 107%, '11.9) 등 방송통신 이용이 보편화
 - (시장규모) 2010년 방송통신산업 생산은 153조원, 수출은 402억불, 방송통신을 포함한 IT산업이 GDP에서 차지하는 비중은 8.6%
 - 방송통신은 다른 산업의 효율성 제고와 창의적 혁신을 지원하는 등 국가사회 전반의 발전을 선도하는 핵심 인프라로 역할
 - (적용사례) 교육(수능방송, 사이버교육), 금융(모바일뱅킹, 사이버 트레이딩), 산업(전자상거래, 업무전산화), 사회문화(TV토론, 블로그), 행정(전자정부) 등
 - 방송통신 분야는 국내외 기업 간 국경 없는 치열한 경쟁이 이루어지고, 특히 새로운 기술과 서비스가 끊임없이 등장하는 것이 특징
 - (글로벌 경쟁) 구글과 네이버·다음, 애플과 삼성·LG 등 방송통신 서비스, 콘텐츠, 기기를 둘러싼 글로벌 경쟁이 치열하게 전개
 - (빠른 기술발전) 스마트폰·태블릿PC·스마트TV의 등장, 3D방송·4세대 이동통신 서비스 보급 등 방송통신의 변화 속도가 매우 빠름
- ◆ 방송통신은 국민들이 즐기고, 일하는 일상생활에 광범위한 영향을 미치며, 우리 기업과 국가의 경쟁력을 좌우하는 핵심 인프라
 - ◆ 방송통신 전반을 종합적·체계적으로 발전시켜 글로벌 경쟁력을 확보할 수 있도록 방송통신의 중장기 계획을 수립·추진할 필요

2

방송통신 기본계획의 성격

- 방송통신 기본계획은 향후 3년간(2011~2013) 방송통신 정책의 비전·목표와 기본 방향을 제시하는 중장기 발전전략
 - 특히, 이번 기본계획은 방통위 1기 위원회의 성과를 바탕으로 2기 위원회의 주요 정책방향을 구체화하는 방송통신 분야 종합 전략
- 또한, 「방송통신발전기본법」(제8조)에 따라 방통위가 의무적으로 수립·시행해야 하는 법정계획이며,
 - 동 기본계획에는 방송통신 서비스, 방송통신콘텐츠, 유·무선 망, 방송통신광고 등 방송통신에 관한 전반적인 사항을 포함하도록 규정

< 방송통신발전기본법 제8조 >

제8조(방송통신기본계획의 수립) ① 방송통신위원회는 방송통신을 통한 국민의 복리향상과 방송통신의 원활한 발전을 위하여 방송통신기본계획(이하 "기본계획"이라 한다)을 수립하고 이를 공고하여야 한다.

② 기본계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1~8. 방송통신서비스에 관한 사항 / 방송통신콘텐츠 / 유·무선 망 / 방송통신광고 / 기술 / 보편적서비스 / 공공성 / 남북협력 및 국제협력 / 그 밖에 방송통신에 관한 기본적인 사항

3

그동안의 주요 추진경과

- 방송통신 기본계획 수립 내용을 포함한 방송통신발전 기본법 제정('10.3) 및 방송통신발전 기본법 시행령 제정('10.12)
- 위원회 워크숍('11.5) 등을 통해 '제2기 위원회 주요 정책방향' 수립('11.7)
- '제2기 위원회 주요 정책방향'의 구체적인 실행방안, 소요예산 등을 반영한 방송통신 기본계획(안) 마련('11.8)
 - 이후 관련 전문가·업계 의견수렴, 관계부처 협의 등을 거쳐 위원회 의결로 방송통신 기본계획(안) 확정('11.11)

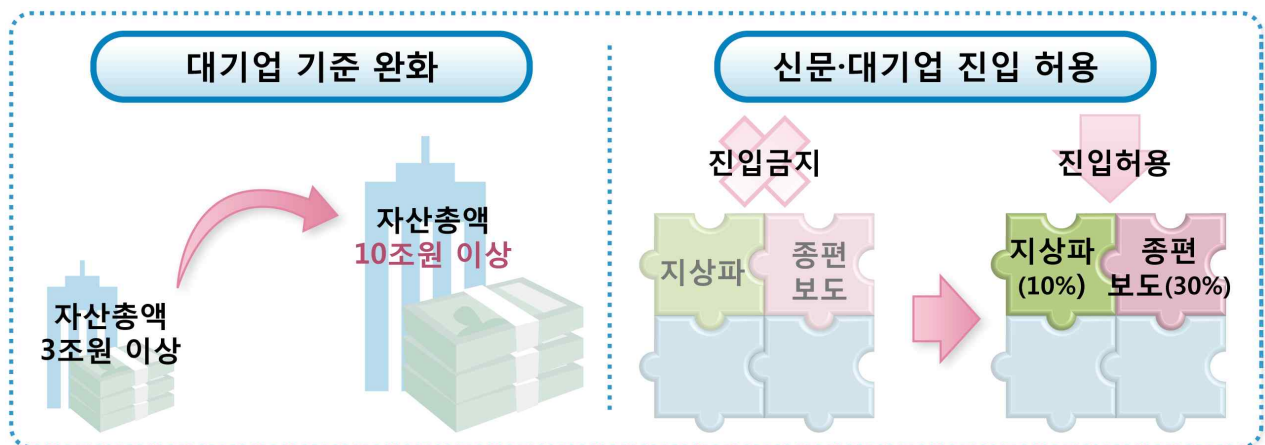
Ⅱ 그동안의 주요 추진성과

1

방송산업 발전기반 마련

○ 방송사업에 대한 신문·대기업의 진입규제 완화

- 지상파방송, 종편·보도채널 등 방송사업 진입이 제한되는 대기업에 대한 기준을 자산총액 3조원 이상에서 10조원 이상으로 완화('08)
- 엄격하게 금지해오던 신문사와 대기업의 지상파방송(금지→10%) 및 종편·보도채널(금지→30%)에 대한 진입 허용('09)



○ 가상·간접광고가 도입되어 방송시장의 활력 제고

- 방송프로그램에 컴퓨터 그래픽으로 가상의 이미지를 삽입하는 가상광고, 방송프로그램 내에 소품을 노출시키는 간접광고 도입 허용('09)

○ 수도권('08)·부산권('09)·광주권('09)에 영어FM 방송 제공

- 국내 거주 외국인에게 생활정보 제공 및 한국에 대한 이해 증진

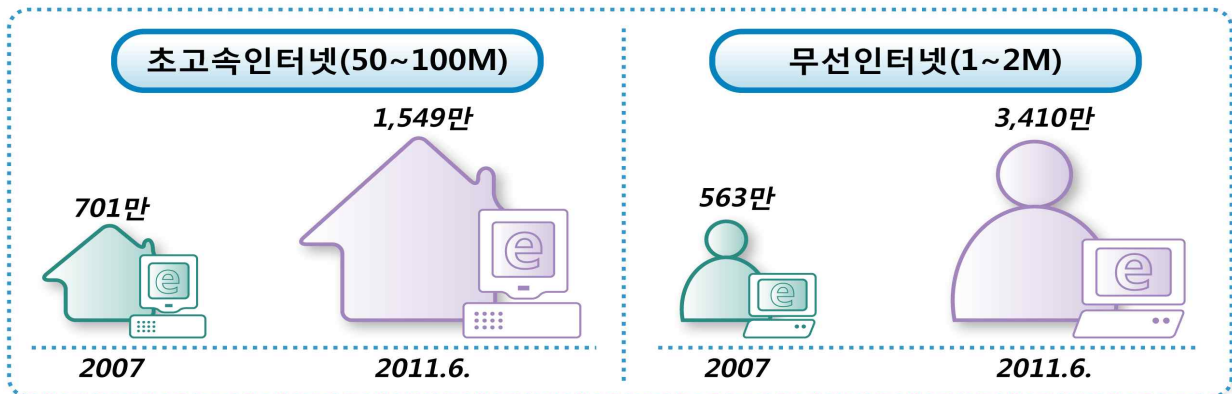
○ 울진·강진·단양('10)과 제주('11.6)에서 디지털 전환 시범 추진

○ 새로운 종편·보도채널과 홈쇼핑채널 사업자 선정

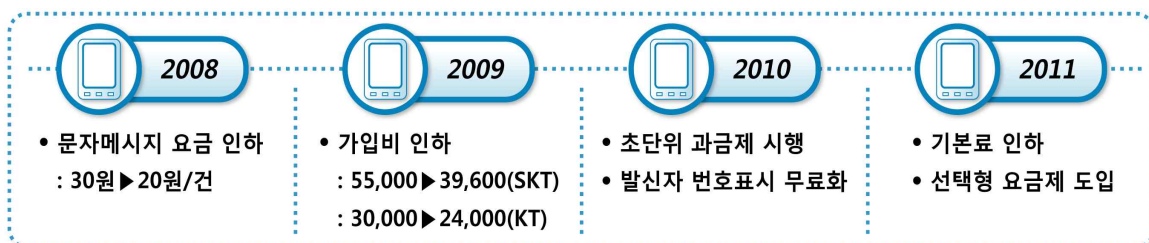
2

통신서비스 경쟁력 제고

- 전국적인 **광대역통합망** 구축사업을 성공적으로 완료
 - 50M급 이상 초고속인터넷 이용 가구 수 1,549만, 1~2M급 무선인터넷 이용자수 3,410만명('11.6)
 - OECD의 모바일 브로드밴드 보급률 조사에서 세계 1위 기록('11)



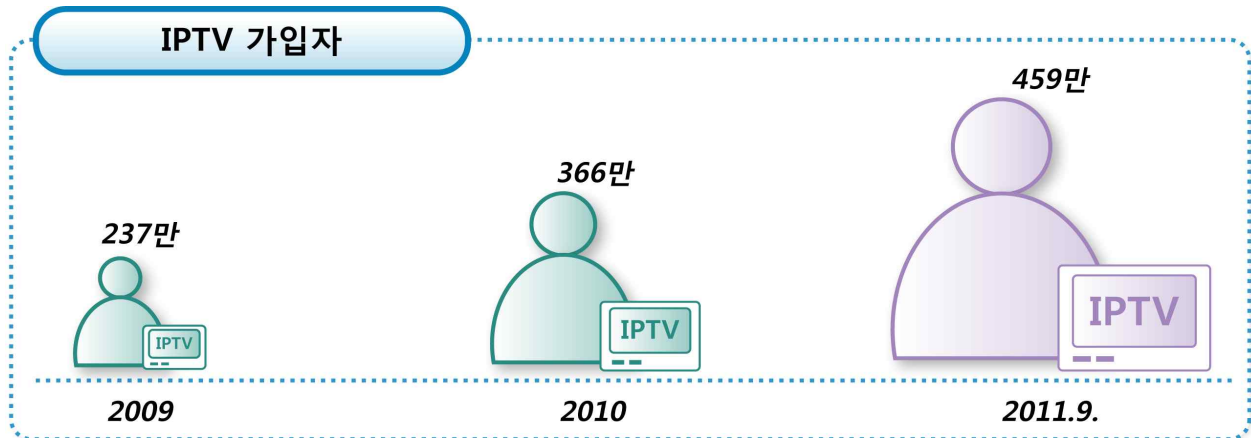
- 통신3사 M&A 등을 통해 **통신시장의 경쟁체계** 마련
 - SKT의 하나로텔레콤 인수('08), KT·KTF 합병('09), LG 3사 합병('09) 승인
- 자원의 효율적 활용을 위해 **주파수 회수·재배치** 추진
 - KT(900MHz대역), LG U+(800MHz대역), SKT(2.1GHz대역)에 각 20MHz폭 할당('10)
 - 800MHz(10MHz폭), 1.8GHz(20MHz폭), 2.1GHz(20MHz폭) 등 3개 대역 총 50MHz폭의 이동통신 주파수 경매('11.8)
- **통신요금**을 인하하여 서민들의 부담 경감



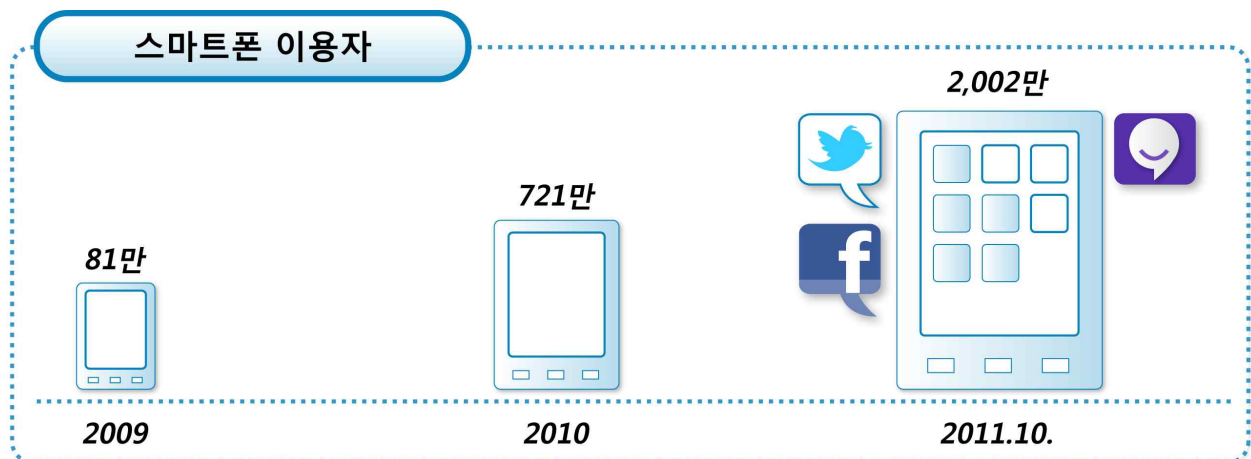
3

방송통신 융합 본격 추진

- IPTV 가입자가 400만 명을 넘어 유료방송 시장에 안착
 - IPTV 서비스 개시 2년 8개월만인 '11.4월 가입자 400만 명 돌파
 - ※ '11.9월 기준 459만명(실시간 가입자 418만명, VOD 41만명)
 - 양방향 특성을 기반으로 학교(3만8천개 학급), 군부대(2만9천개소), 공부방(900여개) 등 공공분야에서 적극 활용



- 대표적 융합매체인 스마트폰 이용자가 '11.10월 2,000만 명 돌파



- 방송통신융합을 재정적으로 지원할 방송통신발전기금 신설('11.1)
 - 기금 신설 규정이 반영된 방송통신발전기본법 및 시행령 제정('10)

Ⅲ 방송통신 현황 및 환경변화

1 방송통신 현황

1 방송통신 시장 개요

- 방송통신시장은 방송서비스(방송프로그램 제작·유통), 통신서비스(유·무선통신, 부가통신, 회선설비 임대 등), 융합서비스(IPTV, 유무선 콘텐츠) 및 방송통신기기(휴대단말기, DTV)를 포함

중분류	세분류	세세분류
방송 통신 서비스	방송	지상파방송
		라디오방송, TV방송, 지상파 DMB
		종합유선방송, 중계유선방송 및 음악유선방송, 위성방송서비스
	프로그램제작·공급	
	통신	방송채널사용사업(PP), 프로그램제작업
		전화서비스, 유무선설비접속 서비스 및 인터넷백본서비스, 전용회선서비스, 초고속망서비스, 부가네트워크서비스 등
		이동통신서비스, 무선초고속인터넷서비스, 주파수공용통신(TRS), 무선데이터 통신, 위성통신서비스 등
		부가통신
		인터넷관리지원서비스, 부가통신응용 및 중개서비스 등
방송 통신 기기	융합	회선설비 임대재 판매 및 통신서비스 모집, 중개서비스
		유·무선통신재 판매, 유·무선통신 재과금 서비스 및 호집중서비스
		IPTV
		-
	유무선 콘텐츠	음성콘텐츠제공서비스, 온라인콘텐츠제공 서비스(미디어, 게임, 교육, 전문정보, 영상, 음향, 출판 등), 인터넷광고서비스 등
		-
	FMC	-
방송통신기기	통신기기	유선통신기기, 무선통신기기(휴대단말기), 무선통신시스템, 무선통신송수신기기, 부품
	방송기기	방송용기기(방송용송수신기, 방송국용 기기, 셋톱박스), 방송용 가전(디지털TV, 디지털미디어 기기 등)

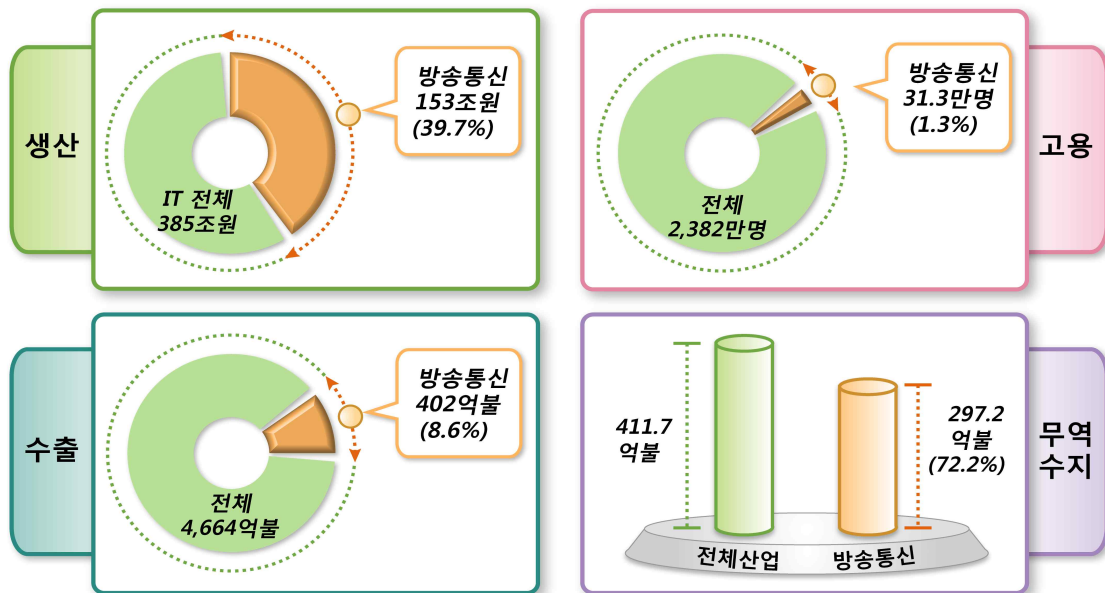
- 방송통신시장내 주요업체로는 방송서비스는 KBS, MBC, 티브로드, CJ E&M / 통신서비스는 KT, SK텔레콤, LG U+ / 융합서비스는 KT, LG U+, NHN, 다음 / 방송통신기기는 삼성전자, LG전자 등이 있음

구분			주요 사업자
방송 통신 서비스	방송	지상파방송	KBS, MBC, SBS
		종합유선방송(SO)	티브로드, CJ, C&M, HCN, CMB
		위성방송	한국디지털위성방송
		DMB	TU미디어, YTN DMB, 한국DMB, 유원미디어
		방송채널사용사업자(PP)	CJ E&M, MBC플러스미디어, SBS플러스, KBSN, YTN
	통신	유선통신	KT, SK브로드밴드, LGU+(유선전화, 초고속인터넷 등)
		무선통신	SK텔레콤, KT, LGU+
		부가통신	KT, SK브로드밴드, LGU+, 삼성SDS(인터넷접속/IDC), 한국정보통신(주)(신용카드검색), 이니시스(전자결제)
		회선설비 임대재 판매 및 통신서비스 모집, 중개서비스	삼성SDS, LGU+(시내전화/국제전화/VoIP), KT, 오토에버시스템즈(재과금)
	융합	IPTV 서비스	KT, SK브로드밴드, LGU+
		유무선콘텐츠	NHN, 다음, SK컴즈(포털), 엔씨소프트, 넥슨코리아(게임), 메가스터디(교육), 로엔, 소리바다(음악)
방송 통신 기기	통신 기기	휴대폰(완성업체)	삼성전자, LG전자, 팬택
		휴대폰(부품)	삼성전기, LG이노텍(RF모듈), MTH(베이스밴드), 코아로직, 엠텍비전(멀티미디어칩), 삼성전기, 삼성테크윈(카메라), 삼성전자, LG디스플레이(LCD모듈), 삼성전자(메모리), 삼성전기, LG화학(배터리모듈)
		기타 통신장비	기산텔레콤, 쏘리테크(중계기), 삼성전자, 코워버(교환/전송장비), 유비쿼스, 다산텔레콤(기업용 스위치)
	방송 기기	디지털TV(완성업체)	삼성전자, LG전자
		디지털TV(부품)	LG디스플레이, 삼성SDI, 테크노세미캠
		셋탑박스	셀런, 휴맥스, 가온미디어, 인포이큐, 홈캐스트

□ 방송통신시장의 매출은 스마트폰 확대에 따른 무선 데이터 매출 성장, 유료방송의 디지털 전환 확대, 방송채널사용사업 및 융합 서비스의 고성장으로 '10년 153.2조원을 기록

□ 방송통신시장의 고용은 통신 및 융합서비스의 고용 증대로 전년 대비 소폭 성장한 '10년 31.3만명 기록

< 전체산업 대비 방송통신산업의 현주소 >



* IT전체 : 방송통신서비스, 방송통신기기 이외에 컴퓨터, 정보기기, 전자부품 등 포함

□ 최근 디지털 기술의 발달, 네트워크의 광대역화, 서비스·기기 간 융합의 활성화 등으로 방송통신산업은 새로운 성장 기회를 맞이함

○ (방송서비스) 지상파방송 광고판매시장 경쟁체제 도입, 종합유선 방송의 성장, 신규채널 도입 등으로 시장의 규모 확대, 경쟁 활성화

※ 종합유선방송 가입자 수 : 1,486만('11.9), 위성방송 가입자 수 : 316만('11.9)

○ (통신서비스) 스마트폰 가입자 급증('09년 80만명 → '11.10월 2,002만명), 무선랜(WiFi) 네트워크의 확충 등 모바일 인터넷 활성화 기반 조성

※ 무선랜 ('11년 9월말 기준) : KT 76,360개, SKT 55,866개, LGU+ 51,634개 (KT와 SKT는 Zone 단위로, LGU+는 WiFi AP 개수로 통계 산출)

○ (융합서비스) '09년에 본격적으로 보급된 IPTV 서비스는 '11년 4월 가입자가 400만명 돌파('11.9월 459만명, VOD 41만명 포함)하면서 급성장

※ 매체별 200만 가입자 확보기간 : 종합유선방송 5년 4개월, 위성방송 4년 11개월

○ (방송통신기기) 세계 최초 CDMA 상용화('96), DMB 기술개발('03) 등 앞선 기술력을 바탕으로 세계 휴대폰 및 디지털TV 시장을 주도

※ 세계시장 점유율('11.6, 판매량 기준) : 휴대폰 22.0%, TV 37.3%

2

방송서비스 시장 현황

- 방송콘텐츠가 상이한 네트워크를 통해 전송되고, 다양한 기기를 통해 시청할 수 있게 되면서 시청방법이 개인화되고 다양화됨
- 방송시장은 지상파방송, 유료방송플랫폼, 방송채널사용사업으로 구성되며, 지상파방송 점유율은 감소 추세인 반면, 유료방송은 지속적 증가
 - (매출) '10년도 국내 방송시장 방송매출은 10조 351억원으로 GDP의 0.85%를 차지하며 방송광고 매출은 3조 3,414억원(GDP의 0.28%)
 - (사업자별 점유율) PP, 지상파, SO 순으로 매출 비중이 높고, PP사업자 매출은 3조 9,602억원(39.5%)으로 '09년에 지상파 매출을 최초로 초과한 이후 '10년에는 더 큰 격차를 보임
- 지상파방송 방송매출액은 '10년 3조 6,497억원으로 광고매출이 주 수입원이나 인터넷·뉴미디어의 성장으로 광고수입이 감소추세
 - (매출 구성) 방송매출은 방송광고 2조 2,162억원(60.7%), 수신료 수익 5,866억원(16.1%), 협찬수익 3,366억원(9.2%) 및 프로그램 판매수익 3,362억원(9.2%) 등으로 구성
- 유료방송플랫폼 중 종합유선방송은 '09년을 정점으로 감소세이며 IPTV는 가입자 급증, 위성방송은 IPTV와의 결합판매로 가입자 증가
 - (가입자 점유율) '11년 9월말 기준 유료방송 가입자 중 종합유선 방송 가입자는 65.7%, 위성방송 가입자는 14%, IPTV 가입자는 20.3%를 차지
- 방송채널사용사업(PP) 매출은 '10년도 기준으로 3조 9,602억원을 달성하였으며, 방송매출에서 가장 큰 부분을 차지
 - (점유율) 홈쇼핑사업자는 전년 58.0%에서 54.6%로 다소 감소한 반면, 보도 및 일반PP 사업자는 전년 대비 3.4% 증가한 45.4%를 점유, 한편 일반PP의 경우(홈쇼핑제외) MPP사업자가 67.9%를 차지

- 방송콘텐츠가 상이한 네트워크를 통해 전송되고, 다양한 기기를 통해 시청할 수 있게 되면서 시청방법이 개인화되고 다양화됨
 - 지상파, 케이블, 위성, IPTV, 유무선 인터넷 등 방송 콘텐츠에 대한 접근이 가능한 네트워크 증가
 - 전통적인 텔레비전뿐만 아니라 컴퓨터, 노트북, 모바일폰, 소형 멀티미디어기기, 태블릿PC 등 다수의 기기로 콘텐츠를 수신
 - 연속적인 실시간 채널을 시청하는 방식에서 VOD(Video on Demand) 등 비실시간 방송 시청이 증가하는 추세
- 방송시장은 지상파방송, 유료방송플랫폼, 방송채널사용사업으로 구성되며, 지상파방송 점유율은 감소 추세인 반면, 유료방송은 지속적 증가 추세
 - (매출) '10년도 국내 방송시장 전체 매출은 10조 351억원(GDP의 0.85%)이며, 이중 방송광고 매출은 3조 3,414억원(GDP의 0.28%)
 - (사업자별 점유율) PP, 지상파, SO 순으로 매출 비중이 높고, PP 사업자 매출은 3조 9,602억원(39.5%)으로 '09년에 지상파 매출을 최초로 초과한 이후 '10년에는 더 큰 격차를 보임

※ OECD 유럽 국가들의 방송산업은 '04년~'09년 사이 2%의 성장률을 기록하였으며, TV 광고 수입은 정체되어 있는 반면 유료방송에 대한 소비자 지출은 5% 증가

< 국내 방송 매출액 추이 >

(단위: 억원)

구 분	2009		2010		증 감	
	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	증감률
지상파	32,564	36.7%	36,497	36.4%	3,933	12.1%
종합유선(SO)	18,047	20.4%	19,285	19.2%	1,238	6.9%
중계유선	121	0.1%	93	0.1%	(28)	-23.1%
방송채널(PP)	33,004	37.2%	39,602	39.5%	6,598	20.0%
위성DMB	1,334	1.5%	1,214	1.2%	(120)	-9.0%
지상파DMB	110	0.1%	145	0.1%	35	31.8%
위성방송	3,503	4.0%	3,515	3.5%	12	0.3%
합 계	88,683	100.0%	100,351	100.0%	11,668	13.2%

출처: 방송통신위원회(2011), 2011년 방송산업 실태조사 보고서

- (매출 구성) 중계유선을 제외한 전체 방송매출액(10조 258억원) 중 수신료 수익이 25.8%, 광고수익이 33.3%, 기타 방송수익이 40.9%를 차지

※ 기타 방송수익은 프로그램판매수익(4,817억원), 협찬수익(4,154억원), 홈쇼핑송출 수수료(4,566억원) 및 홈쇼핑매출액(2조 1,483억원) 등으로 구성

- (유료방송 가입자) 유료방송 가입가구는 '11년 9월말 기준으로 약 2,260만 가구(중계유선·위성DMB 제외)

- '11년 9월말 기준 종합유선방송 가입자는 65.7%, 위성방송가입자는 14%, IPTV 가입자는 20.3%를 차지

※ 주요국 지상파 직접 수신가구 비율(2009년 기준) : 미국 26.9%, 프랑스 52.5%, 영국 53.9%

< 국내 유료방송별 가입자 현황 >

(단위: 명)

구 분	가입자(단자 수 기준)		
	'10년 12월말	'11년 9월말	
유료방송 합계	21,343,784	22,603,850	100.0%
종합유선방송	14,858,247	14,857,422	65.7%
아날로그방송	11,435,070	10,828,772	47.9%
디지털방송	3,423,177	4,028,650	17.8%
일반위성방송	2,825,963	3,156,518	14%
IPTV(VoD 포함)	3,659,574	4,589,910	20.3%

자료: 방송통신산업 9월 통계월보, 2011 방송산업 실태조사(종합유선 7~9월 가입자는 추정치 포함)

- 지상파방송 방송매출액은 '10년도 기준 3조 6,497억원으로 광고매출이 주 수입원이나 인터넷·뉴미디어의 성장으로 인해 광고수입이 감소추세

- 지상파방송사는 추가 수입원 발굴을 위해 PP(Program Provider) 형태로 케이블·위성방송 시장에 진출, 뉴미디어 시장으로 지배력 확대

- (매출 구성) 방송광고 2조 2,162억원(60.7%), 수신료수익 5,866억원(16.1%), 협찬수익 3,366억원(9.2%), 프로그램판매수익 3,362억원(9.2%)으로 구성

□ 방송채널사용사업(PP) 매출은 '10년도 기준 3조 9,602억원을 달성하며 방송매출에서 가장 큰 부분을 차지

- '09년 대표적 복수 방송채널사용사업자(MPP)였던 온미디어가 CJ에 합병되면서 CJ는 거대 MPP가 되어 지상파 방송 3사와 경쟁
- (매출) '10년도 방송채널사용사업(PP) 시장 매출은 전년 대비 6,598억원(20.0%) 증가한 3조 9,602억원
- (매출 구성) 홈쇼핑방송매출수익(2조 1,483억원)이 54.2%, 광고수익(9,862억)이 24.9%, 수신료수익(4,113억)이 10.4%를 차지

※ PP수신료 수익은 SO에 대한 수신료 분배율 규제 등으로 인해 '09년 대비 15.2% 증가하였으며, '10년 SO와 PP간 수신료 분배비율은 27.2%로 전년 대비 1.2%p 증가

- (일반PP 사업자별 점유율) 사업자수 기준 16.1%(28개 사업자)인 MPP사업자가 전체 PP매출(홈쇼핑 제외)의 67.9%를 차지
- 지상파 3개 사업자는 자사의 우수한 콘텐츠를 계열 PP사에 공급하여 유료방송시장에서 지속적인 영향력을 유지

※ 지상파 3사 계열PP 10개사의 매출액은 전년 대비 32.9% 증가하여 전체 PP(홈쇼핑 제외) 매출의 33.5%를 차지

□ 유료방송플랫폼 중 종합유선방송은 '09년을 정점으로 감소세에 진입하였고, IPTV는 가입자 급증, 위성방송은 IPTV와의 결합판매로 가입자 증가

- (종합유선방송) 종합유선방송 가입자는 '09년을 정점으로 감소세에 진입하였으며 '10년에는 전년 대비 1.3% 감소한 1,486만명
- 디지털케이블TV 가입자는 '10년 말 기준으로 342만 가구로 전체 종합유선방송가입자의 23%
- '10년도 종합유선방송 매출액은 전년 대비 6.9% 증가한 1조 9,285억원이며, 순이익은 628억원(22.2%) 증가한 3,463억원

※ 방송매출 중 수신료수익은 1조 1,737억원으로 가장 높은 비중(60.9%)을 차지하며, 홈쇼핑 송출수수료는 4,375억원으로 22.7%를 차지

- '10년 말 MSO가 83.6%의 시장점유율로 73개 SO를 겸영하고, MSO 중 상위 3개사(티브로드·CJ·씨앤엠) 매출은 전년대비 1,304억원 (11.4%) 증가하여 전체 SO 매출의 66.1%(1조 2,751억원)를 차지

○ (중계유선방송) 2010년 매출은 93억원으로 전년보다 23.3% 감소

○ (위성방송) 위성방송 가입자는 KT IPTV와의 결합상품 출시 이후 증가 추세를 유지하여 '11년 3월 300만명을 돌파

- 위성방송사의 '10년 방송매출액은 3,515억원이며 당기순이익은 404억원으로 대폭 증가

○ (위성DMB) TU미디어의 '10년 매출은 가입자 감소 등으로 인해 지속적인 감소 추세를 보이며 1,214억원 기록

○ (지상파DMB) 지상파DMB사업자의 '10년 방송매출액은 145억원으로 다소 증가하였으며, 적자는 지속되고 있으나 적자 폭은 감소

□ VOD 시장은 디지털케이블과 IPTV의 가입자 수가 증가하면서 실시간 중심의 이용패턴에서 주문형 동영상 이용 비중이 확대되는 추세

○ '10년 디지털케이블의 VOD 이용건수는 총 5.3억건으로 '09년 2.2억건 대비 140% 성장, 월평균 유료 VOD 이용건수는 306% 증가

- KT의 올레TV의 경우, 2010년 12월 총 2.1억 회의 VOD 이용건수로 전년 대비 43% 성장

○ 국내 VOD 서비스 시장은 디지털케이블, IPTV 등 유료방송 사업자의 TV 서비스를 중심으로 형성

- 디지털케이블, IPTV를 통해 제공되는 지상파 방송 프로그램의 다시 보기 및 영화 VOD 서비스가 주류를 이루고 있음

※ 해외의 경우 넷플릭스(Netflix), 훌루(Hulu) 등 프리미엄 동영상 콘텐츠를 온라인으로 제공하는 유료 서비스 업체가 크게 성장

○ 향후 인터넷, 스마트 기기를 통한 VOD 서비스가 N-스크린 서비스의 핵심으로 자리 잡을 전망

- 통신서비스 시장은 '10년 44조 3,857억원 규모로 유선, 무선, 회선 설비 임대 재판매·중개, 부가통신으로 구성
 - 무선통신 시장은 확대되고, 초고속인터넷, 인터넷전화 등은 성장 중이나 시내전화의 비중 축소로 전체 유선통신 시장은 감소 추세
 - (통화량) 이동전화 발신통화량은 급격히 증가하는 반면, 유선전화 통화량은 대체로 정체 또는 감소 추세
 - (초고속인터넷) 초고속인터넷은 1인 가구 증가, 결합상품의 확산, IPTV 등 초고속인터넷 기반 서비스의 성장으로 매년 꾸준한 성장세 유지
- 스마트폰과 모바일 인터넷 확산으로 무선데이터 수요가 증가하고 있으며, 이에 따라 이동통신사는 4G 등 네트워크 투자를 확대
 - (무선트래픽) 최근 스마트 기기 및 다양한 모바일 인터넷 확산으로 무선데이터 트래픽이 급증
 - 이동통신 3사는 스마트 기기 확산에 따른 데이터 트래픽 급증에 대비하기 위해 저비용 고효율인 LTE 등의 망 투자 확대
- 회선설비 임대 재판매·중개서비스 시장은 통신계열사 상품의 결합 판매를 위한 재판매 증가와 MVNO 도입 등에 따라 소폭 성장 추세
 - (MVNO) MVNO 시장은 도매제공제도가 마련됨에 따라 2011년부터 본격적으로 영업을 개시
- 모바일 인터넷 확산과 클라우드화에 따라 관련 부가서비스가 성장하고, IDC 등 인터넷 기반시설 투자가 증가
 - (클라우드) 클라우드 컴퓨팅 기반 IDC 서비스 수요가 확대되고, 민간 및 정부의 IDC 투자가 증가하는 추세

□ 유선통신 시장은 '10년 17조 2,643억원 규모로 전화서비스, 전용회선, 초고속인터넷, 설비접속 및 인터넷백본 서비스로 구성

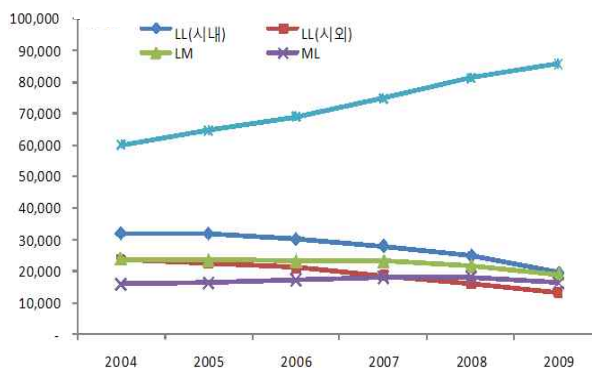
○ (전화서비스) 유선전화 시장은 '10년 6조 4,015억원 규모로, 유무선 대체와 저렴한 인터넷 전화의 확산에 따라 매출액이 감소하는 추세

- 이동전화 발신통화량은 급격히 증가하는 반면, 유선전화 통화량은 대체로 정체 또는 감소 추세

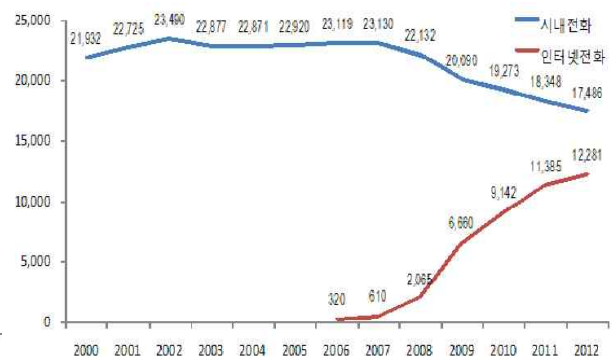
※ OECD국가 통신회선 대비 유선전화회선 비중 : 51%('00년) → 23%('09년)

OECD국가 통신매출 대비 이동통신 매출 비중 : 28%('00년) → 45%('09년)

유·무선 발신통화량 추이



유선전화 가입자 추이 (단위: 천명)



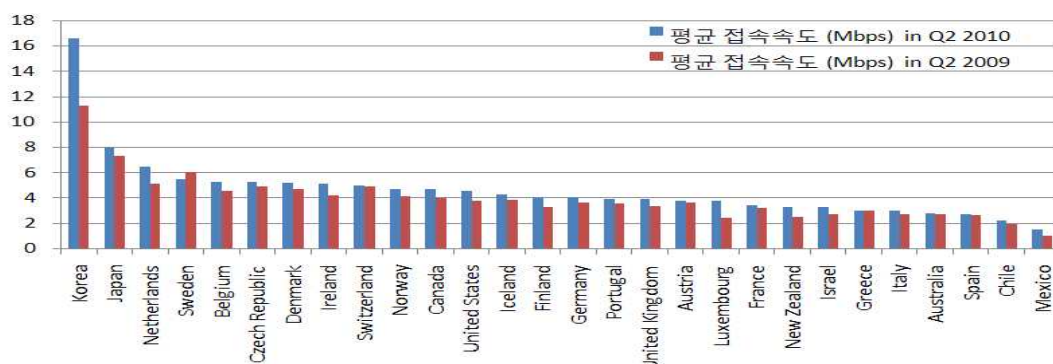
* 2010년까지 방송통신위원회, KAIT. 2011년부터 KISDI 전망

○ (전용회선) 전용회선 시장은 '10년 2조 4,945억원 규모로 데이터 트래픽 증가와 모바일 오피스 도입 등으로 전용회선 수요 증가

○ (초고속인터넷) 초고속인터넷 시장은 '10년 4조 4,699억원 규모로 초고속인터넷 기반 서비스의 성장 등으로 매년 꾸준한 성장세 유지

- 한국의 초고속인터넷 평균 접속 속도는 OECD 1위 수준

< 평균 인터넷 접속 속도 >



* Akamai "The State of the Internet", OECD(2011) 재인용

- (설비접속/인터넷백본) 설비접속/인터넷백본 시장은 통신서비스 설비를 제공하는 기업 간의 시장으로 '10년 3조 61억원 수준
- 접속료체계 개선으로 유선전화 사업자의 이동전화 접속료 부담 경감과 통신 3사의 시장경쟁 강화를 도모

[그림] 접속료 변화 추이

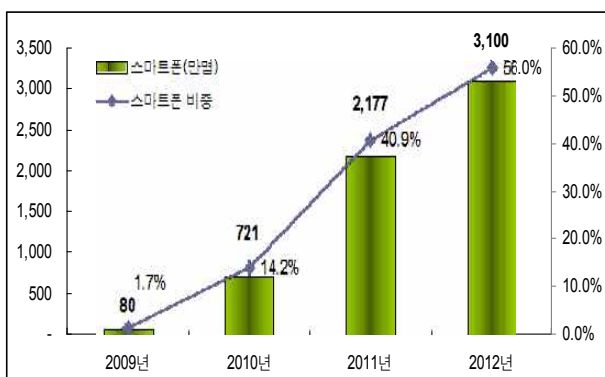


□ 무선통신시장은 20조 5,990억원 규모로 스마트폰과 모바일 인터넷 확산에 따라 지속적 성장 예상

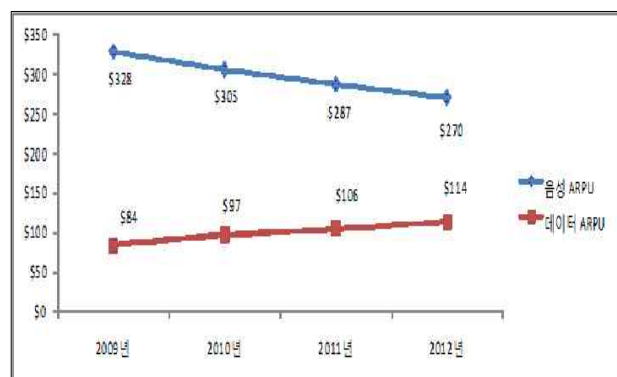
- (이동통신) 스마트폰 수요 증가에 따른 가입자 확대와 모바일 인터넷 확산으로 데이터 ARPU(Average Revenue Per User) 개선
- 최근 스마트 기기 및 다양한 모바일 인터넷 확산으로 데이터 ARPU가 개선되고 있으며, 이에 따라 무선 트래픽이 급증

※ 전세계 무선인터넷 이용자는 '14년 약 17억명 수준으로 유선인터넷 이용자를 초월할 전망 (Atlas DB)

국내 스마트폰 보급 현황 및 전망



국내 통신사의 음성 및 데이터 ARPU 전망



* (좌)-각사, 2011년 이후 KISDI 전망, (우)-OVUM(2011.2)

- 이동통신 3사는 스마트 기기 확산에 따른 데이터 트래픽 급증에 대비하기 위해 저비용 고효율인 LTE 등의 망 투자 확대

※ '15년 전 세계 LTE 가입자는 약 3억명에 이를 것으로 전망 (Ovum)

□ **회선설비 임대 재판매 및 통신서비스 모집, 중개서비스** 시장은 '10년 1조 3,403억원 규모이며 재판매, MVNO 도입 등으로 성장 예상

- **(인터넷전화)** 초기 시장은 별정통신사업자를 중심으로 성장하였으나, 대형 기간통신사업자들이 적극적으로 시장에 참여 중

※ 식별번호를 부여받은 인터넷 전화 사업자(10개) 중 별정통신사업자는 삼성SDS, 몬티스타텔레콤 2개이며, 시장점유율(가입자)은 각각 6.9%, 0.8% 수준

- **(MVNO)** MVNO(Mobile Virtual Network Operator) 시장은 도매제공 제도가 마련됨에 따라 2011년부터 본격적으로 영업을 개시

- '11.7월 아이즈비전('11.7.1), KCT('11.7.5) 등이 MVNO 서비스를 개시 하였으며, '11년 하반기 추가 사업자의 진출 예상

※ KCT(SKT망 이용)는 SKT의 선불요금제보다 20% 이상 저렴한 요금제를 출시

□ **부가통신서비스** 시장은 '10년 5조 1,821억원 규모로 클라우드 서비스, 모바일 인터넷 확산에 따라 빠르게 성장할 전망

- **(인터넷 관리 및 지원)** 클라우드 컴퓨팅 기반 IDC 서비스 수요가 확대되고, 민간 및 정부의 IDC 투자가 증가하는 추세

※ KT: 일본 소프트뱅크와 합작사 설립(2011.5)

※ 정부: '10년 초 '클라우드 컴퓨팅 활성화 종합계획' 발표. 2012년까지 정부 통합 전산센터 내 범정부 클라우드 인프라 구축 예정

- **(부가통신 응용 및 중개)** 스마트폰 및 모바일 인터넷 확대에 힘입어 모바일 전자상거래 등 부가통신 응용 및 중개서비스 활성화

- EDI(Electronic Data Interchange) 등 B2B 시장의 성장과 전자상거래 수수료 등 관련 매출이 증가

- 방송통신 융합서비스 시장은 '10년 8조 7,556억원 규모로 IPTV, 유무선 콘텐츠, FMC로 구성
- IPTV 시장은 결합서비스 확대, 다양한 요금제 출시, 콘텐츠 확충 등을 통한 가입자 증가로 '10년 4,043억원을 기록
 - (가입자) 국내 IPTV는 가입자는 실시간 방송서비스 가입자가 매월 10만명 이상 증가하면서 '11.9월 현재 459만 가입자 기록
 - '08년 기준 우리나라의 OECD 국가별 TV 보유 가구 대비 IPTV 보급률은 14%로 세계 5위권임
 - (매출) '11년 상반기 IPTV 매출은 전문 스포츠 채널 등 콘텐츠 확충, 위성방송과의 하이브리드형 상품을 포함한 결합상품 확대, 다양한 요금제 등으로 전년 동기 대비 59.7% 증가한 2,721억원
- 유무선 콘텐츠 시장은 유무선 인터넷광고, 온라인 게임 등의 지속적인 성장으로 '10년 8조 2,849억원을 기록
 - (온라인게임) 국내 온라인게임은 중국, 미국, 일본 등 해외 수출의 증가에 따라 '11년 상반기 20% 이상의 높은 성장률을 기록
 - 전 세계 인터넷게임 시장은 유무선 인터넷게임의 수요 지속, 모바일게임의 확대로 '10년 225.9억 달러 기록
 - (인터넷 광고) 국내 포털의 인터넷광고는 신규 비즈니스 모델 개발과 모바일광고의 성장 등으로 '11년 상반기 전년 동기 대비 16.2% 증가
 - 스마트폰의 대중적 확산과 앱 스토어 등 오픈마켓 성장에 따라 '11년 국내 모바일광고 시장은 약 500억원 규모로 급성장 전망

- 방송통신 융합서비스 시장은 '10년 8조 7,556억원 규모로 IPTV, 유무선 콘텐츠, FMC(Fixed Mobile Convergence)로 구성
 - 컨버전스의 진전에 따라 콘텐츠 유통 시 플랫폼이나 네트워크에 종속되지 않고 독립적으로 콘텐츠 전송이 가능
 - 이에 따라 미디어 산업에 있어 가치사슬이 재편되면서 방송통신 융합이 본격화
 - 방송통신이 융합된 IPTV의 성장, 유무선 게임, 인터넷광고 등 유무선 콘텐츠의 성장으로 융합서비스 시장은 높은 성장 추세
- IPTV 시장은 결합서비스 확대, 다양한 요금제 출시, 콘텐츠 확충 등을 통한 가입자 증가로 '10년 4,043억원을 기록
 - (가입자 현황) '09년 상반기 지상파 재전송 협상이 완료되고, 결합 서비스의 본격적인 마케팅이 전개되면서 가입자가 급증
 - '09년 1월 IPTV 실시간 방송서비스 시작 후 매월 10만명 이상의 가입자 순증을 기록하고 있고, '11.9월 현재 459만명의 가입자 확보

〈표〉 주요 사업자별 IPTV 가입자 추이

(단위: 천 명)

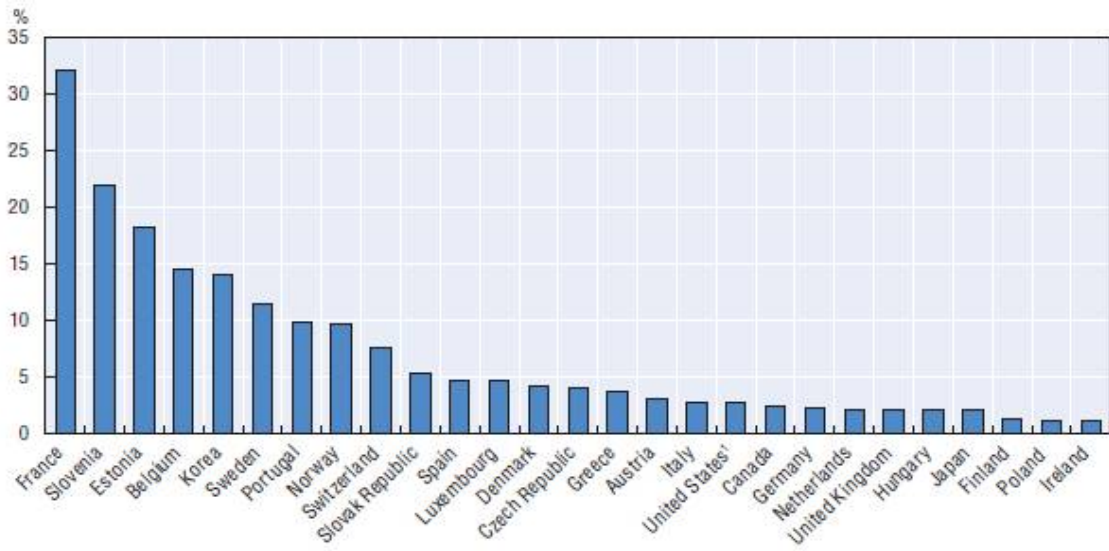
구분	'10. 9	'10. 10	'10. 11	'10. 12	'11. 1	'11. 2	'11. 3	'11. 4	'11. 5	'11. 6	'11. 7	'11. 8	'11. 9
B tv	885	904	924	948	935	922	912	904	902	911	907	911	925
국 TV	1,790	1,891	1,995	2,085	2,181	2,271	2,393	2,484	2,546	2,622	2,692	2,762	2,842
유플러스TV	530	555	582	613	634	651	678	701	731	748	769	803	823
합계	3,205	3,350	3,502	3,646	3,750	3,844	3,983	4,089	4,179	4,281	4,367	4,476	4,590

주: 실시간 및 VOD 가입자 포함

자료 : 각사 사업보고서

- (국가별 보급률) 2008년 기준 OECD 국가별 TV 보유 가구 대비 IPTV 보급률을 살펴보면 우리나라는 세계 5위권
 - 프랑스의 보급률이 30% 이상으로 가장 높으며, 우리나라는 약 14% 정도로 OECD 국가 중에서도 매우 높은 수준

[그림] OECD 국가별 TV 보유 가구 대비 IPTV 보급률(2008년)



자료 : OECD(2011), OECD Communications Outlook 2011

- (매출 현황) '11년도 상반기 IPTV 매출은 실시간 IPTV 가입자 증가로 전년 동기 대비 59.7% 증가한 2,721억원을 기록

<표> IPTV 사업자별 매출액

(단위: 억원, %)

구분	2009년	2010년	증가율	2010년 2Q누계	2011년 2Q누계	증가율
3사 합계	2,203	4,043	83.5%	1,710	2,721	59.1%

주: ()는 전년 동기 대비 증감률.

자료: 각사 사업보고서 및 분기별 실적발표 자료

- (콘텐츠 확충) 전문 스포츠 채널 및 오픈 마켓 등 콘텐츠 확충

- IPTV 전용 실시간 스포츠 종합 채널인 'SPOTV'('10.5), SKY HD가 만든 엔터테인먼트 프로그램을 제공하는 IPTV 전문 PP '채널1'('10.7), KT의 '올레TV 오픈마켓' 등의 채널 확충

- (결합서비스 확대) TPS/QPS와 같은 결합상품 뿐만 아니라, 위성 방송과의 하이브리드형 상품(Olleh TV Skylife(OTS)), 'A la carte' 형태의 채널 선택형 요금제 등 다양한 서비스 제공

□ 유무선 콘텐츠 시장은 유무선 인터넷광고, 온라인 게임 등의 지속적인 성장으로 8조 2,849억원을 기록

○ (온라인 게임) 국내 유무선 콘텐츠 시장 중 가장 큰 시장을 형성하고 있는 온라인게임은 미국, 중국 등으로의 수출 확대로 '10년 약 3조 3천억원(전년 대비 19.4% 성장)을 기록

- 주요 게임사의 '11년 상반기 매출은 해외 수출 증가로 전년 대비 20% 이상의 고성장 기록

〈표〉 주요 게임사 매출 실적 추이

(단위: 억원)

구분	2009년	2010년	증가율	2010년 상반기	2011년 상반기	증가율
수출	3,829	4,236	10.6%	1,975	2,669	35.1%
내수	11,029	11,723	6.3%	5,964	7,236	21.3%
합계	14,858	15,959	7.4%	7,939	9,905	24.8%

주: 1. 엔씨소프트, NHN(게임포털)*, 액토즈소프트, 와이드온라인(구 예당온라인), 한빛소프트, 웹젠, YNK코리아, 네오위즈게임즈 8개사 합계임. 2. *수출액에서 NHN은 대다수 현지법인으로 운영되어 수출 자료는 제외
자료: 각사 IR 자료

○ (전 세계 유무선 게임) 전 세계적으로 유무선 인터넷게임의 수요가 증가하고 있고 특히, 모바일 게임 확대로 지속적인 고성장 기록

- 전 세계 유무선 인터넷게임 시장은 '10년 225.9억 달러에서 '12년에는 전년 대비 18.8% 상승한 317.4억 달러를 기록할 전망

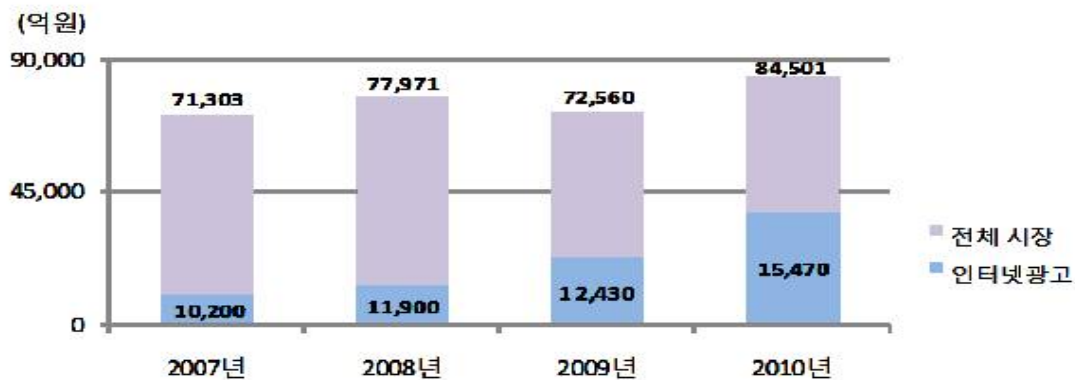
〔그림〕 전세계 유무선 인터넷게임 시장 규모 추이

(단위 : 백만달러)



자료 : PWC(2010)

- 특히, 스마트폰용 앱게임과 소셜네트워크 게임 확산에 따른 모바일 게임이 확산되면서 전 세계 모바일 게임 시장은 2010년 84.7억 달러에서 '14년에는 130.6억 달러의 규모로 성장할 전망
- o (인터넷 광고) 국내 인터넷광고 시장은 '10년 1조 5천억원(전년 대비 19.7% 성장)으로 전체 광고시장의 18.4% 점유



<출처: 제일기획, "광고연감" 2011>

- 포털 3사의 '11년 상반기 인터넷광고 매출은 신규 비즈니스 모델 개발과 모바일 인터넷의 활성화로 7천4백억원(전년 대비 16.2% 성장)을 기록
- o (모바일 광고) 스마트폰의 대중적 확산과 앱스토어 등 오픈마켓의 성장으로 모바일 광고 급성장
- 국내 모바일광고 시장은 '11년 500억원에서 연평균 92.7%의 성장률을 기록하면서 '15년에는 6,900억원을 기록할 전망

[그림] 국내 인터넷·모바일 광고 시장 전망



자료: HSBC('10.6), 현대경제연구원('10.11) 등 자료 재구성

- 위치기반 광고 등 개인 맞춤형 광고의 등장과 더불어 포털, 이통사 등의 모바일 플랫폼 확장으로 모바일 광고 시장 확대

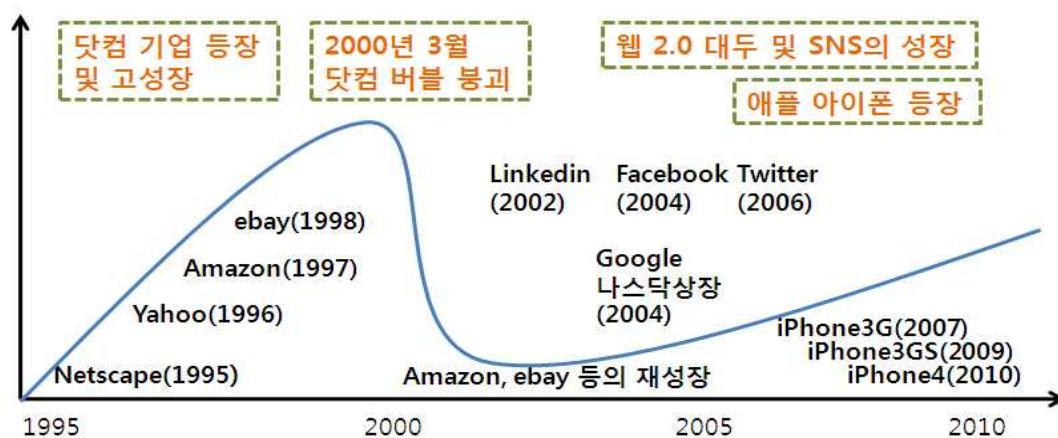
2

방송통신 환경변화

1

인터넷 경제의 재도약과 글로벌화

- 웹 2.0의 확산과 Apple, Google 등 거대 플랫폼의 성장·경쟁 및 페이스북, 트위터 등 SNS의 부상 등으로 인터넷 경제는 재도약 중
- 무선인터넷 기반의 스마트폰, 태블릿PC, 유선인터넷 기반의 스마트 TV, 오픈 플랫폼의 등장은 인터넷 경제·산업에 새로운 활력 제고



- 인터넷/방송/통신이 융합되면서 다양한 콘텐츠 및 애플리케이션 생태계를 갖춘 비즈니스 플랫폼들간의 글로벌 경쟁이 본격화
 - 인터넷 이용자가 지속적으로 증가하고 참여·개방을 통해 오픈마켓, SNS, 1인 미디어, UCC 등이 활성화하면서 글로벌화 가속화
 - 규모의 경제가 존재하기 때문에 소수의 전문화된 플랫폼이 글로벌 시장에서 독과점적 지위를 차지하기 위해 경쟁
- ※ 플랫폼 : 여러 참여자가 공통된 사양이나 규칙에 따라 경제적 가치를 창출하는 토대.
주도 기업은 플랫폼의 설계·운영·업그레이드를 담당하고 참여자간의 공동 이익이 존재
- 애플(iCloud)·아마존(AWS)·KT(uCloud) 등 주요 IT업체를 중심으로 클라우드 서비스에 기반한 글로벌 허브화 전략 추진

※ 클라우드 서비스는 분권화된 정보 저장 및 처리기능을 중앙에 집중시킴

※ 미국 : 아마존 웹서비스, 구글 앱스, MS 오피스 365, 애플 iCloud 등

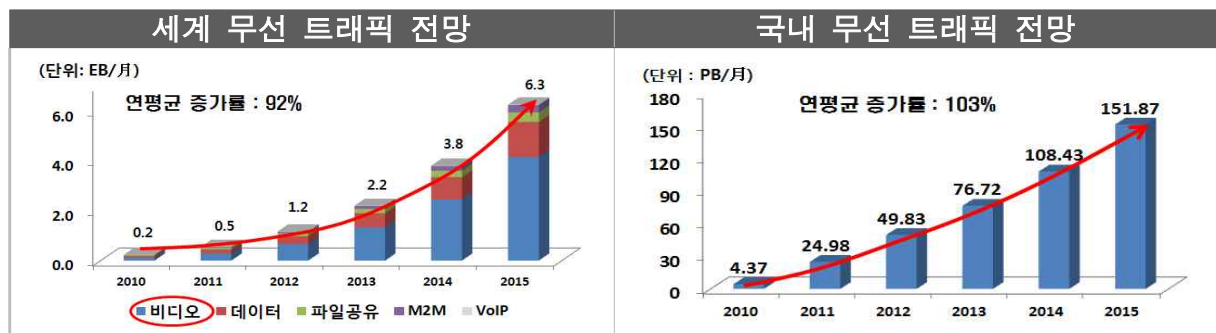
국내 : KT U-클라우드, NHN N-Drive, 삼성SDS R&D 클라우드 등

□ 인터넷 비즈니스의 글로벌화와 트래픽의 폭증은 유·무선 네트워크의 중요성을 배가시키고 있음

○ 전 세계적으로 가구당 트래픽은 현재의 32~100Mbps 수준에서 '20년까지 270M~1Gbps로 크게 증가할 전망

- 국내의 경우 (최대 기준), 유선 가입자망은 '12년 200Mbps에서 '20년 4Gbps로, 무선 가입자망은 '12년 5Mbps에서 '20년 60Mbps로 증가 전망

< 국내외 무선 트래픽 전망 (Cisco (2010) / 국내 통신 3社 자료 (2010) 재구성) >



○ 모바일 트래픽이 급증함에 따라 통신사들은 유·무선 네트워크 확충과 무선망 고도화에 필수적인 주파수 확보를 위해 노력

- 늘어나는 광대역 주파수 수요를 감안하여 '15년까지 미국은 300MHz, 일본은 340MHz, 영국은 500MHz 대역폭의 주파수 추가공급 계획 발표

◇ 인터넷 이용증가로 유무선 트래픽이 증가하고 이에 대응하기 위해 **유무선 네트워크 고도화 및 주파수 확보** 필요

◇ 세계 최고의 네트워크 인프라를 바탕으로 사람, 기업, 투자가 모여들고 첨단서비스가 태동하는 **글로벌 ICT 허브 구축**을 통해 경쟁력 강화

2

본격적인 스마트 시대 도래

□ 고품질 실감형 콘텐츠, 융합·지능화된 플랫폼, 사물까지 확장된 네트워크, 스마트 기기가 결합하는 스마트 시대 도래

○ 2010년부터 우리나라 스마트폰 가입자가 급증하였고, 2011년 10월 말 기준 2천만 명을 넘어서며 **스마트폰 대중화** 시대 개막

※ 스마트폰 가입자 수 : '09년말 80만명 → '10년말 722만명 → '11.10월 2,002만명

○ 각종 스마트 기기의 등장으로 전화기, 컴퓨터, TV 간의 차이 소멸
- 스마트폰으로 방송과 라디오를 시청하고 태블릿PC로 세계 각국의 뉴스와 잡지를 보고 스마트TV로 영상전화를 하는 시대가 현실화

○ 스마트폰을 이용한 업무수행, 정보습득, 여가활용, 사회적 소통 등 모바일 서비스를 일상적으로 활용하는 이른바 **스마트 라이프** 부상

※ 아이티·일본의 지진 참사, 최근의 서울 폭우 등 재난 상황에서도 스마트폰이 비상통신 수단으로 기능

□ 풍부한 음원, 다양한 앱(App)과 같은 킬러 콘텐츠·서비스를 기반으로 경쟁력 있는 생태계를 구축하려는 업계 간 경쟁이 치열

○ 과거 콘텐츠(Content), 플랫폼(Platform), 네트워크(Network), 기기(Terminal) 등 개별산업 내부 경쟁에서 가치사슬이 결합된 생태계 경쟁으로 변화
- 애플, 구글 등의 사례에서 보듯이 글로벌 IT기업은 스마트 생태계 구축을 통해 글로벌 시장을 선점

구분	앱스토어(애플)	안드로이드 마켓(구글)
서비스 시기	2008년 7월 11일	2008년 8월 28일
보유 앱 수	'11년 7월 기준 45만개 이상	'11년 7월 24만개 이상
유료 앱 비중	아이패드 76%, 아이폰 71% 유료	40% 유료

※ 글로벌 기업은 경쟁력 있는 생태계 구축을 위해 합종연횡을 활발히 진행 중. 케이블 TV 사업자인 컴캐스트는 지상파인 NBC를 인수(2011.1), 구글은 모토로라를 인수(2011.8)

○ 우리나라는 하드웨어와 한류콘텐츠 및 네트워크 인프라 부문의 경쟁력을 갖추고 있으나 플랫폼 기술력, 콘텐츠 다양성이 취약

- 글로벌 플랫폼 사업자와 상생·협력이 기업의 미래수익과 생존을 결정하는 중요한 요소로 부각

□ 스마트 생태계의 부상과 콘텐츠·서비스 유통의 글로벌화는 **중소 인터넷 벤처기업 성장의 기회**를 제공

- 중소 벤처기업이 앱, 소셜커머스, 모바일 메신저, 전자책 등 다양한 인터넷 비즈니스에 적극 참여하는 **새로운 벤처 붐** 조성
 - 미국의 SW 및 미디어/콘텐츠 부문 벤처투자액 비중은 2008년 24.5%에서 '11.1분기 44.9%로 지속적으로 상승
 - 한국의 SW/인터넷, 영상콘텐츠 벤처 투자액 비중도 2008년 저점을 기록한 뒤 빠르게 상승하여 절대 규모로는 2002년 이후 최고수준

[표] SW/인터넷, 영상콘텐츠 신규 벤처투자액 추이(단위: 억원, %)

	2006	2007	2008	2009	2010
SW/인터넷 (전산업 비중, %)	1,168 (15.9)	1,310 (13.2)	929 (10.0)	1,201 (13.9)	1,709 (15.7)
영상/방송 콘텐츠 (전산업 비중, %)	1,332 (18.2)	1,323 (13.3)	1,162 (12.6)	1,109 (12.8)	1,593 (14.6)
전체	7,333	9,917	9,247	8,671	10,910

자료: 한국벤처캐피탈협회

- 선진국은 기술개발 지원, 법·제도 개선을 통한 투자환경 조성 등을 통해 스마트 시대의 신산업 창출 모색
 - EU는 FP7을 통해 미래인터넷에 대한 연구와 함께 스마트 서비스를 연계시키는 미래인터넷 JTI(Joint Technology Initiative)를 추진
 - 미국은 투명성, 차단금지, 불합리한 차별금지의 세 가지 원칙으로 구성된 Open Internet Rule을 통해 네트워크 운용에 대한 의무를 기술
 - 국내에서도 mVoIP 차단 문제, OTT 영상서비스의 망 비용 부담 문제가 현안으로 제기되는 등 망 중립성 정책방향 수립 필요

- ◇ 콘텐츠·플랫폼·네트워크·기기가 유기적으로 결합하여 새로운 가치를 창출하는 **스마트 시대의 도래는 중소 인터넷 벤처기업의 성장 기회** 제공
- ◇ 콘텐츠·서비스 다양화, 법제도 개선 등을 통해 **스마트 생태계 조성 및 신산업 창출을 촉진**하고 건전한 경제발전을 도모

3

방송의 공익성과 산업성의 조화로운 발전이 요구

- 신규 채널 등장에 따른 방송사간 경쟁 심화, 인터넷 기반의 새로운 콘텐츠 유통 활성화 등에 따라 콘텐츠가 경쟁의 핵심요소로 부각
- 그동안 보도·교양·오락 등 종합편성이 가능한 소수 지상파방송이 수십 년간 국내 방송시장을 주도해 옴에 따라 실질적인 경쟁이 미흡
 - 유럽시장의 K팝·드라마 열풍, 월트 디즈니와 같은 글로벌 미디어 기업의 국내시장 진출 등 국경 없는 콘텐츠 경쟁이 활발히 전개
 - ‘겨울연가’, ‘대장금’ 등 드라마를 중심으로 아시아권에서 활발했던 한류가 최근 K팝 열풍을 타고 미국, 유럽, 남미 등으로 확산
 - ※ SM 소속가수(동방신기·소녀시대·샤이니 등)들이 출연한 ‘SM타운 월드 투어’가 최근 프랑스 파리에서 성공적으로 개최(‘11.6.10~11)
 - 글로벌 미디어 기업들은 인수합병을 통해 콘텐츠 경쟁력을 강화하고, 풍부한 자본력을 바탕으로 해외시장에 적극 진출
 - ※ Walt Disney, Time Warner, News Corp 등 세계 1~3위 미디어 그룹들은 출판·신문·잡지·TV·영화·인터넷·스포츠 등을 망라한 범위 및 규모의 경제 보유
 - 최근 스마트TV 보급에 따라 글로벌 미디어 기업의 콘텐츠가 방송 권역이나 국경에 제약 없이 곧바로 우리의 안방까지 진입 가능
 - 반면, 우리나라 콘텐츠업체는 이러한 환경변화에 대한 대응역량 미흡

구분	규모 측면	경쟁력 측면
지상파	30대 글로벌 미디어기업 중 국내 기업 전무(우리나라 전체 방송시장의 매출규모는 미국의 5~6%, 일본의 10~15%)	융합시대에 대비한 OSMU 및 인터넷·모바일 사업역량 미흡, 드라마의 경우 대부분 외주시행
PP/외주 제작사	전체 외주제작사의 절반 정도가 자본금 1억원 미만이고 61%가 10인 미만의 제작인력 보유	지상파방송 또는 대형기획사에 종속되어 있는 영세구조, 기획능력 부족, 스타시스템 의존

- 선진국들은 고품질의 디지털 방송을 제공하기 위해 아날로그 방송의 **디지털 전환**을 적극 추진(미국 '09.6, 일본 '11.7, 프랑스 '11.11, 영국 '12.12)
 - 방송의 디지털 전환은 '80년 컬러TV 도입 이후 또 한 번 국민들에게 고품질의 방송콘텐츠를 보편적으로 즐길 수 있는 기회를 제공
 - 또한, 디지털 방송콘텐츠의 특성상 다른 서비스나 콘텐츠와의 연계가 용이하여 **새로운 융합서비스** 창출 가능성이 높아짐
 - 인터넷 및 모바일을 통한 영상소비가 증가하고 기존 TV 플랫폼에 대한 의존도가 약화되는 **N-Screen 미디어**에 대한 소비 증가 전망
- 한편, 다매체·다채널 시대가 전개되면서 방송의 지나친 상업화에 대한 우려로 **공영방송**의 공익적 역할에 대한 국민들의 기대가 증가
 - 종편 채널 등장, 광고제도 개편 등 미디어 빅뱅으로 방송시장의 경쟁이 심화됨에 따라 공영방송의 공적 기능 강화 필요
 - 방송업계 간 시청률 경쟁 과열로 저속한 방송언어, 선정적·폭력적 화면 등 우리사회의 보편적 가치를 훼손하는 사례 다수 발생
 - 리얼리티 토크쇼, 연예오락, 드라마에서 비속어, 상대를 비하하는 발언을 하거나 외국어, 우리말 변형, 비문법 용어 등을 남발
 - 정책당국 의지와 사회여론에 따라 저품격방송 자제노력이 확산되고 있으나, 시청률 경쟁심화로 보다 자극적인 방송을 하려는 유인도 상존

※ 심의제재 현황 : 막말 ('08) 17건 → ('10) 30건, 선정·폭력 ('08) 1건 → ('10) 13건

- ◇ 신규 채널의 등장과 인터넷기반 유통 활성화로 **콘텐츠의 중요성**이 **배가**되었으나, 경쟁 과열로 **지나친 상업화**에 대한 **우려** 존재
- ◇ 글로벌 경쟁에 대응할 수 있는 콘텐츠 경쟁력과 국민적 기대에 부합하는 공익성을 갖춘 **디지털 선진방송 구현**으로 유익하고 풍성한 방송환경 조성

4

방송통신이 국민생활의 중심으로 자리매김

- 방송통신서비스가 국민생활에 내재화되고 인터넷 생활 비중이 커짐에 따라 방송통신이 개인 생활 및 국가 경제에 큰 영향을 미치고 있음
 - 일평균 TV 시청 140분('10), 인터넷 이용 126분('10), 이동전화 가입 5,212만명(인구대비 107%, '11.9) 등 방송통신서비스 이용이 보편화
- 대다수 국민들이 방송통신 서비스를 일상적으로 이용함에 따라, 서민가계 요금 부담이 증가
 - 이동통신 요금수준은 낮아졌으나, 최근 스마트폰 확산, 사용량 증가, 가구당 이동전화 가입자 수 증가 등으로 가계통신비 지출이 다시 증가

< 통신서비스 비용 추이(2인 이상 도시근로자 가구, 통계청 자료) >

구 분	'07	'08	'09	'10	'11. 상반기
통신서비스 비용 (원)	133,067	135,710	133,833	140,442	141,448
소비지출에서 차지하는 비중	6.15%	5.88%	5.79%	5.77%	5.60%

- 또한, 세계 최고수준의 네트워크 인프라를 갖추고 있으나 도시와 농어촌 지역간 인프라 격차도 여전히 존재
 - ※ 도·농간 광대역통합망(BcN) 가입률('10) : 도시 90%, 농어촌 76%
- 장애인·노인·다문화가정 등 소외계층의 경우 방송 시청이나 스마트폰 활용 등 다양한 서비스 활용에 어려움을 겪고 있음
 - 스마트폰, SNS 등 방송통신 이용환경 급변으로 지역, 연령, 소득 수준 등에 따른 새로운 정보 격차와 사회적 소외 가능성 증대
 - 스마트 문화가 사회 전 분야로 확산되고 있어 정보 격차는 곧 교육·문화·여가 활동은 물론 소득 격차로까지 이어질 가능성 상존
- 융·복합 스마트 서비스가 도입되고 시장경쟁이 활성화되면서 새로운 방송통신 이용자 보호문제가 발생

- 다양한 신규서비스 출시로 인해 이용자들의 선택의 폭과 혜택은 증가되는 반면, 합리적인 선택 및 이용에는 제약

- ※ 스마트폰 구입시 제공되는 정보만족도 조사에서 단말기 이용정보(39.3점), 요금정보(35.7점), 고객센터 서비스 정보(31.7) 등 만족도 저조 ('10.6, 방송통신이용자보호센터)

- 방송통신 시장경쟁이 강화됨에 따라 사업자간 분쟁이 빈번히 발생하고 이용자의 권리가 훼손될 우려 증가

- ※ 이동통신사의 카카오톡 서비스 제한 검토로 스마트폰 이용자 집단에서 논란

- ※ 지상파재전송 : SkyLife와 지상파(MBC·SBS), 종합유선방송과 지상파방송간 재전송 협상이 지연됨에 따라 시청자의 지상파 시청이 일시적으로 중단

- 인터넷 이용 확산, 스마트폰, 태블릿 PC 등 스마트기기 사용 증가로 분산서비스거부공격(DDoS)과 같은 인터넷 침해사고, 해킹, 개인 정보 유출 등 역기능에 의한 피해사례도 급증

- 옥션('08), 현대캐피탈('11), 농협('11), 네이트·싸이월드('11) 등 해킹에 의한 개인정보유출 및 전산장애 사례가 지속적으로 발생
 - 기존 PC보다 더욱 개인화되고 생활공간에 밀착된 스마트 기기 및 서비스가 확산되면서 개인정보에 대한 침해위험이 증가

- 또한, 인터넷을 통한 소통과 참여가 활성화되면서 사이버 공간에서의 명예훼손, 사생활 침해, 악성댓글 등 사이버 폭력 현상도 증가

- SNS 이용이 활성화되면서 개인 신상정보가 타인에게 노출되거나 악용되는 사례도 꾸준히 발생
 - 특히, SNS는 정보 확산속도가 매우 빨라 잘못된 정보나 사생활 노출 등으로 인해 개인에게 치명적 피해 유발 가능

- ※ 트위터 정보 재전송(Re-tweet)의 50%가 30분내 완료(소셜컴퓨팅연구소, '11)

◇ **방송통신**이 개인생활 및 국가경제에의 **핵심기반**이 되었지만 **이용자 보호 필요성, 가계요금 부담, 계층간 정보격차** 등은 여전히 존재

◇ 소외 받는 사람 없이 국민 누구나 안전하고 편리하게 혜택을 누릴 수 있는 **방송통신 이용자 복지 및 정보보호 강화**로 방송통신 선진국 실현

IV

비전 및 정책목표

비전

“함께 누리는 스마트 코리아”

정책 목표

- ◇ 모든 국민이 행복해지는 방송통신 선진국 실현
- ◇ 방송통신산업의 글로벌 경쟁력 확보

핵심 과제

핵심과제 1 **글로벌 ICT 허브 Korea 실현**

- ① 지금보다 10배 빠른 네트워크 구축
- ② 모바일 광개토 플랜 추진
- ③ 미래 인터넷의 글로벌 허브로 도약
- ④ 글로벌 신성장동력 기반 강화
- ⑤ 인터넷기반사회 대응역량 강화

핵심과제 2 **스마트 생태계 조성 및 신산업 창출**

- ⑥ 7대 스마트 서비스 활성화
- ⑦ 혁신적 생태계 및 벤처 인프라 조성
- ⑧ 방송통신서비스 경쟁 촉진
- ⑨ 공정한 경쟁원칙 확립
- ⑩ 방송통신 해외시장 진출 확대

핵심과제 3 **디지털 선진방송 구현**

- ⑪ 글로벌 미디어기업 성장기반 마련
- ⑫ 방송통신 콘텐츠 글로벌 경쟁력 제고
- ⑬ 광고시장 확대로 미디어산업 견인
- ⑭ 방송의 디지털전환 추진
- ⑮ 고품격 청정 공영방송 구현

핵심과제 4 **방송통신 이용자 복지 및 정보보호 강화**

- ⑯ 통신서비스 요금부담 완화
- ⑰ 저소득층·소외계층 지원 강화
- ⑱ 방송통신서비스 이용자 권익증진
- ⑲ 인터넷 문화선진국 구현
- ⑳ 사이버 세상 보안기반 강화

◇ 방송통신 4대 핵심과제

- 세계 최고의 네트워크 인프라를 바탕으로 사람·기업이 모여들고 첨단 서비스가 태동하는 글로벌 ICT 허브 Korea를 실현하고,
- 스마트 시대를 기회로 새로운 일자리 창출과 미래 경제성장을 견인할 스마트 생태계 조성과 신산업 창출을 위해 노력하는 한편,
- 방송의 공익성 강화와 함께 글로벌 콘텐츠 경쟁에서도 앞서 나갈 수 있도록 디지털 선진방송을 구현하고,
- 소외 받는 사람 없이 국민 누구나 안전하고 편리하게 방송통신의 혜택을 누릴 수 있도록 방송통신 이용자 복지 및 정보보호 강화를 중점 추진하여,



◇ 정책목표

- 방송통신 산업의 글로벌 경쟁력이 확보될 뿐만 아니라,
- 모든 국민이 행복해지는 방송통신 선진국이 실현되어,



◇ 비전

- 대한민국이 IT 강국을 넘어 스마트 선진국으로 도약하고,
- 누구나 방송통신의 혜택을 고루 누릴 수 있는,

“함께 누리는 스마트 코리아”를 실현할 수 있을 것으로 기대

핵심과제 1

글로벌 ICT 허브 Korea 실현

핵심과제 1

글로벌 ICT 허브 Korea 실현

- 세계적으로 초고속 및 모바일 인터넷이 확산되고, 글로벌 표준화가 확대됨에 따라 ICT 분야 전반의 글로벌 경쟁이 심화
 - '08년 아이폰 출시로 촉발된 글로벌 기업의 주도권 경쟁이 단말기, 플랫폼, 애플리케이션, 인터넷서비스 등 ICT 전 분야로 확산
 - 스마트폰과 모바일 인터넷 확산으로 트래픽이 급증함에 따라 유·무선 네트워크 고도화 요구가 지속적으로 증대
 - 모바일 트래픽이 급증함에 따라 통신사들은 유·무선 네트워크 확충과 무선망 고도화에 필수적인 주파수 확보를 위해 노력
 - 애플(iCloud)·아마존 같은 글로벌 기업과 KT(일 소프트뱅크 협력) 등 국내 통신사는 클라우드를 기반으로 글로벌 허브化 전략 적극 추진
 - 인터넷을 통한 동영상콘텐츠 유통 등 미디어 이용패턴이 인터넷을 중심으로 재편됨에 따라 기존 규제체계의 재정비 필요성이 대두되고, 인터넷의 사회·정치·문화·경제적 영향력 확대에 대응
- ➡ 세계 최고의 네트워크 인프라를 바탕으로 사람, 기업, 투자가 모여 들고 첨단서비스가 태동하는 글로벌 ICT 허브 실현 필요

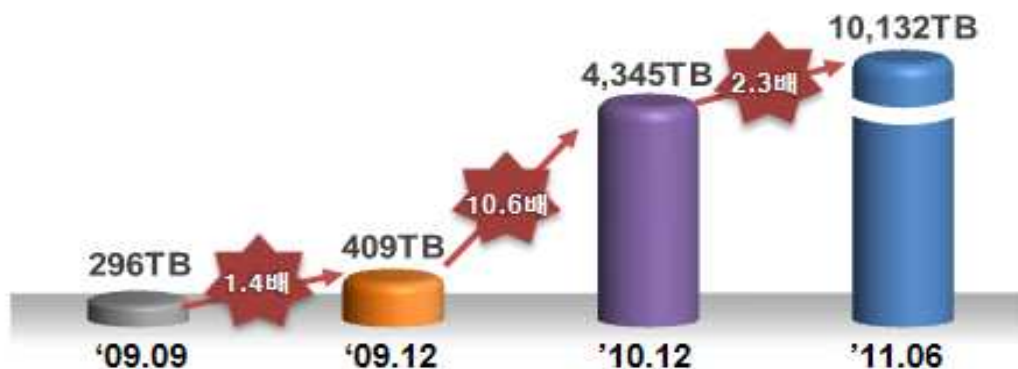
글로벌 ICT 허브 Korea를 실현하기 위한 세부과제 추진

- ① 지금보다 10배 빠른 네트워크 구축
- ② 모바일 광개토 플랜 추진
- ③ 미래 인터넷의 글로벌 허브로 도약
- ④ 글로벌 신성장동력 기반 강화
- ⑤ 인터넷기반사회 대응역량 강화

□ 네트워크 트래픽의 급증

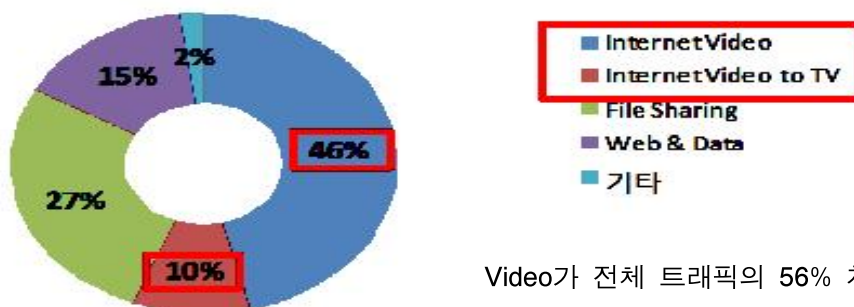
- 스마트폰 및 태블릿PC 사용자 증가, 무제한 데이터 요금제 출시 등으로 유·무선 네트워크 트래픽이 급증
- 특히, '09년 말 국내 스마트폰 출시 이후 통신3사의 모바일 데이터 트래픽이 폭발적으로 증가

< 통신3사 모바일 데이터 트래픽 현황(월 기준) >



- 향후에도 인터넷 기반의 대용량 동영상 서비스 활성화 등에 따라 유·무선 네트워크 사용량은 지속적으로 늘어날 전망

< '14년 유형별 데이터 트래픽 전망(Cisco) >



□ 세계 주요 국가의 네트워크 고도화 현황

- 세계 주요 국가는 브로드밴드가 삶의 질 향상, 에너지 절약, 경제 개발 등에 미치는 영향을 인지하고 Giga 인터넷 도입을 정책적으로 추진

< 해외 Giga 인터넷 추진동향 >

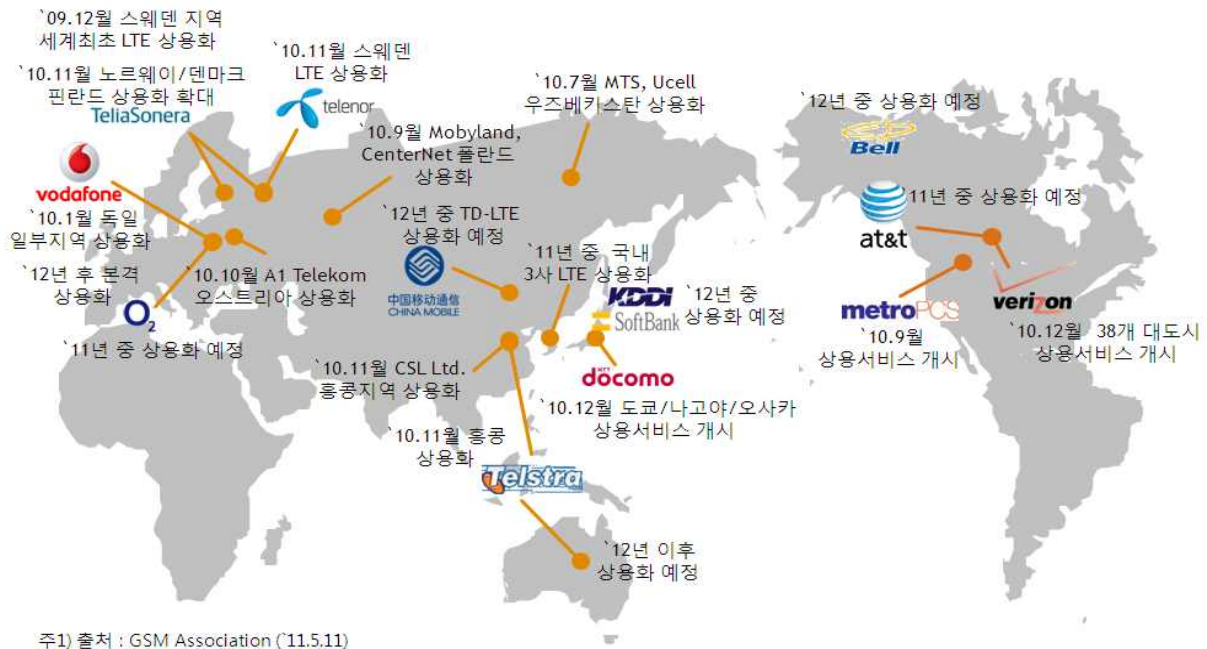
(미국) '10.3월 National Broadband Plan을 수립, '20년까지 학교·병원·정부 등 공공기관에 1Gbps 서비스 제공 계획

(일본) '09.7월 I-Japan 2015를 수립, '20년까지 일본 내 모든 장소에서 유선 1Gbps 수준, 무선 100Mbps 이상으로 네트워크 고도화 추진

(싱가포르) '06.6월 iN2015를 수립, '15년까지 가정, 학교, 기업 등 모든 장소에서 1Gbps 서비스 제공 계획

- 또한, 모바일 트래픽에 대응하기 위해 기존 3세대 이동통신 보다 주파수 이용 효율을 높인 LTE(Long-Term Evolution) 망 구축 확대
- '09.12월 북유럽의 TeliaSonera가 세계 최초로 상용화한 이후 '11.5월 현재 14개국 20개 사업자가 상용화하였고, LTE 기반의 스마트 기기가 본격 출시되는 '12년을 전후로 서비스 확산이 가속화될 전망

< 주요국가 LTE 구축 현황 >



◇ 세계 최고의 네트워크 경쟁력을 지켜나갈 수 있도록 2012년까지
지금보다 10배 빠른 네트워크 구축 추진

- ① 유선 네트워크 고도화 ② 차세대 이동통신망 구축
- ③ 와이파이(WiFi) 확충 및 이용환경 개선

□ 개요

- 세계 최고의 네트워크 경쟁력이 지속적으로 유지·강화될 수 있도록 Giga 인터넷 도입, 미래 인터넷 대비 등 네트워크 고도화 추진

< 광대역 인터넷 vs. Giga 인터넷 비교 >

	광대역 인터넷(현재)	Giga 인터넷
최대속도	100Mbps	1Gbps(=1,024Mbps)
주요 서비스(예)	IPTV, 멀티미디어 콘텐츠 등	3D 영상, 실감형 영상회의 등

□ 주요 추진내용

- (Giga 인터넷 도입) '12년에는 현재보다 10배 빠른 Giga인터넷 상용서비스를 개시하고 '15년 20% 수준까지 보급 확산
 - Giga인터넷 기반 신규 비즈니스 모델(3D 멀티앵글 IPTV, 양방향 멀티미디어, 지능형 홈네트워크 등) 개발 지원으로 네트워크 기반 시장 활성화 도모
 - ※ 구글 등 글로벌 인터넷 기업과 기가급 인터넷 응용서비스 시험을 위한 공동 테스트베드 구축을 추진하고 미래 응용서비스(홀로그램 기반 원격의료 등) 지속 발굴
- (N/W 구조 개선) 비디오 등 대용량 콘텐츠 증가에 따른 인터넷 데이터 폭증시대에 대응, 효과적 트래픽 처리를 위한 네트워크 구조 재설계
- (중장기 네트워크 발전전략 수립) 스마트시대 급변하는 ICT 환경 변화에 대응하여 '09년 수립한 '방송통신망 중장기 발전계획'을 수정·보완

□ 향후일정

- Giga급 신규서비스 모델 발굴·시범적용 : 매년 9월~12월
- Giga 인터넷 상용화 : '12년 말

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ Giga인터넷 서비스 기반구축(일반)	50	50	60	160

□ 개요

- 모바일 트래픽 폭증에 대응하고 미래 통신 서비스 시장을 선점하기 위해 차세대 이동통신망 구축 및 이용 활성화 추진

□ 주요 추진내용

- (LTE 투자) LTE 전국망의 조속한 구축을 추진하고 향후 4G (LTE-adv) 서비스가 선도적으로 제공될 수 있도록 지원

< 이통사 LTE망 구축 계획 >

연도	SK텔레콤	KT*	LGU+
'11년	○ 서울	○ 서울	○ 서울, 부산 등 일부지역 ○ 서울, 수도권, 광역시
'12년	○ 수도권, 광역시	○ 전국 82개 시	○ 전국망
'13년	○ 전국 82개 시	○ 전국망	

※ KT는 2G 서비스 종료 이후 LTE 서비스 개시 예정

- (WiBro 활용) 3G망으로 집중된 모바일 데이터 트래픽 처리에 WiBro망을 적극 활용

- 3G 스마트폰 등에서 WiBro망을 이용할 수 있도록 WiBro 브릿지 (WiBro 신호를 WiFi 신호로 변경) 보급을 확대

※ WiBro 사업자는 '11년 상반기부터 버스, 지하철, 공항, 터미널 등에 WiBro 브릿지 보급 추진 중

- 공공분야와 다양한 산업분야에서 M2M, 스마트그리드 등 차세대 WiBro-Adv 서비스 발굴

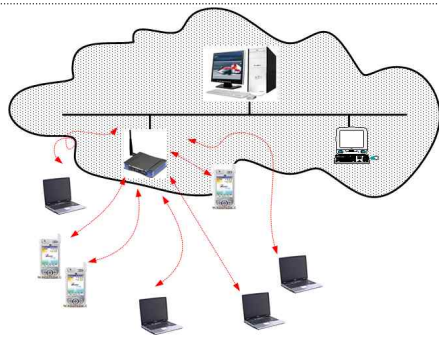
□ 향후일정

- WiBro-Adv 신규 서비스 발굴 : '12. 하반기

□ 개요

- 급증하는 무선 트래픽의 분산 및 안정적인 무선인터넷 환경을 제공하기 위해 WiFi망을 지속적으로 확충하고,
- WiFi 혼·간섭에 의한 속도저하, 접속불량 등 이용자의 불편을 해소하기 위해 이용환경 개선을 추진

< 와이파이(Wi-Fi) 개념 >



※ 무선접속장치(AP)로부터 일정 거리(50m이내) 안에서 정지상태에서 초고속인터넷을 이용할 수 있는 무선인터넷 서비스

□ 주요 추진내용

- (WiFi 확대) '11년말까지 통신사의 WiFi Zone을 20만개소 이상으로 확대하고, 공항, 철도 등 공공장소에 통신사간 WiFi 공동구축 유도

< '11년 WiFi Zone 확대 계획 >

구분	KT	SKT	LGU+	계
'11.5월 기준	66,726	40,598	14,068	121,392
'11.12월(계획)	100,000	62,000	80,000	242,000

- (5GHz WiFi 이용 활성화) 현재 주로 이용되고 있는 2.4GHz WiFi (99%)에 대한 이용 불편을 해소하기 위해 5GHz 단말기 및 AP 보급·설치 확대
- 제조사 및 통신사 등을 포함하는 5GHz WiFi 활성화 전담반 구성·운영

- (이용자 교육 및 홍보 강화) WiFi 혼·간섭 최소화 가이드라인에 대한 교육 및 홍보 활동 강화
 - 와이파이 구축을 확대하고 있는 기업·지자체 등에 대한 특별교육 실시
 - 와이파이 시설 이용자에 대한 각종 홍보활동 강화
- ※ 이통 3사와 함께 “공공시설 WiFi 이용 에티켓 지키기” 캠페인 전개 등
- (WiFi용 주파수 추가 확보) 농촌지역 등 WiFi 이용환경 개선을 위해 TV 유휴대역 등 WiFi용 주파수를 추가로 확보

□ 향후일정

- WiFi Zone 20만 개소 이상 구축 : '11.12월
- 공공장소 WiFi 공동구축 : '12년
- 와이파이 서비스용 추가 주파수 확보 : '13. 하반기

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구 분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ Wi-Fi 이용환경 교육 및 홍보활동 전개 (5GHz 활성화 포함)(기금)	-	-	3	3

- **협조기관** : KT, SKT, LG U+ 등 통신사업자 및 제조사

□ 전파 자원의 중요성

- 전파는 방송, 통신, 의료, 교통 등 국민의 일상생활 전반에 걸쳐 필수적으로 활용되고 있는 귀중한 자원
- 해외 주요국은 스마트 시대의 도래와 함께 전파 자원을 국가 경제 성장의 핵심 자원으로 인식하는 등 그 중요성이 더욱 증대

< 주파수 자원에 대한 해외주요국의 인식 >

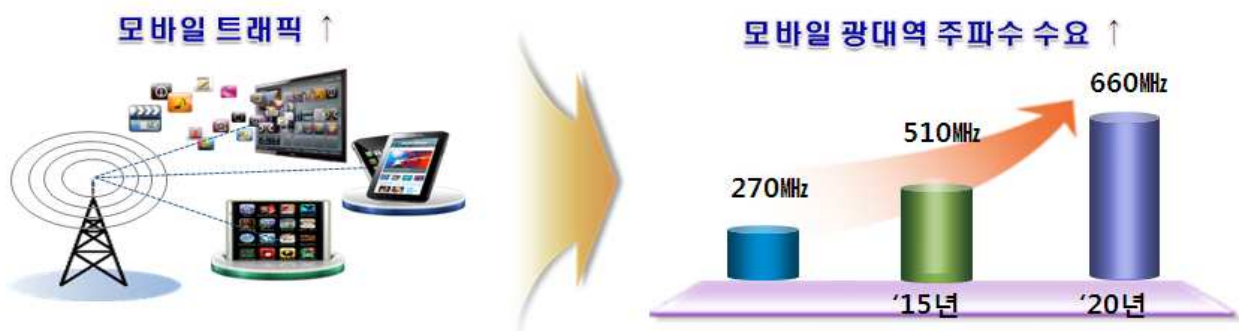
※ 미국

부시 : 21세기에는 전파가 철강, 천연가스보다 더 귀중한 자원이 될 것(2004. 3)
 오바마 : 미래사회에 필수적인 주파수를 확보하지 못하면 미국이 뒤쳐질 수 있음을 지적(2010. 6)

※ 중국 : 2007년 물권법 제정을 통해 토지, 광산 등 천연자원과 함께 주파수자원을 국유자원으로 지정·관리

□ 주파수 수요 급증

- 스마트기기의 대중화와 함께 대용량 콘텐츠, 다양한 모바일 서비스 확산으로 모바일 트래픽이 급증함에 따라 이동통신 주파수 수요 급증
- ※ '09년 말 80만 명에 불과했던 스마트폰 가입자 수가 '11.10월, 2,000만명을 돌파
- ※ 스마트폰 본격 보급('09.12월) 후 '11.6월까지 이동통신 트래픽 24배 증가(409TB→ 10,132TB)



※ '10년 잠정연구 결과 : '15년 까지 240MHz, '20년까지 390MHz 추가 주파수 소요 전망

- 초광대역(UWB) 근거리 통신, 무선 충전기술 등 비면허 기기를 활용한 다양한 생활응용서비스 확산으로 소출력 주파수 수요 증가 전망

□ 주파수 부족난 심화

- 그 동안 다양한 공공용·상업용 서비스 도입으로 주파수 자원이 고갈되어 미래 수요에 대처하기에는 한계에 도달
 - 방송통신 등에 주로 활용되는 3GHz 미만 대역은 이미 포화상태
 - ※ 대역별 무선국 설치 비율 : 3GHz 미만→98.4%, 3GHz 이상 →1.6%
 - 공공용으로 상당한 비중(5GHz미만에서 약 53%)이 활용되고 있으나, 사후관리 어려움으로 이용실적이 낮은 주파수 회수·재배치 곤란
- 신규 전파자원 확보, 이용실적이 미미한 주파수의 회수·재배치 등을 통해 주파수 영토 확장·개편이 시급

□ 해외 주요국은 주파수 확보에 총력 경주

- 해외 주요국은 트래픽 급증에 대비하여 향후 5~10년 내에 현재 보다 2~3배 많은 주파수 확보계획을 수립하여 회수·재배치 추진



◇ 국토면적, 천연자원 등과는 달리 모든 나라에게 동일한 조건으로 주어지는 주파수 영토(3kHz~3000GHz)를 세계에서 가장 넓고 잘 쓸 수 있도록 모바일 광개토 플랜을 적극 추진

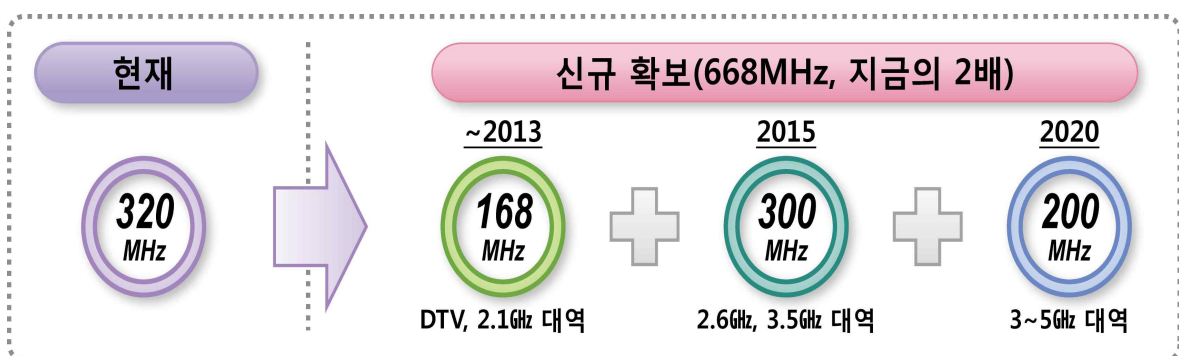
- | | |
|------------------|----------------|
| ④ 모바일 광대역 주파수 발굴 | ⑤ 공공주파수 이용 효율화 |
| ⑥ 비면허 주파수 이용 활성화 | ⑦ TV 유휴대역 활용 |
| ⑧ 주파수 관리체계 선진화 | |

□ 개요

- 모바일 트래픽 급증에 효과적으로 대처하기 위해 2020년까지의 미래 데이터 트래픽 예측 및 모바일 광대역 주파수 확보 추진

□ 주요 추진내용

- (추진단 구성·운영) 모바일 광대역 주파수 확보를 위한 「모바일 광개토 플랜 추진단」 구성·운영
※ 3개의 연구 분과(서비스, 소요량, 주파수)와 자문위원 그룹
- (주파수 소요량 산출) 스마트폰 보급률, 기술진화 등 변화된 통신 환경을 고려한 새로운 주파수 소요량 산출
- (모바일 광대역 주파수 발굴) 발굴 가능한 주파수 대역별로 국제적 이용추세, 기술발전 동향 등을 고려하여 이용계획, 시기 등 구체적인 확보 방안 마련



□ 향후일정

- 트래픽 예측 및 주파수 소요량 산출 : '11.11월
- 모바일 광대역 주파수 확보 방안 마련 : '11.12월

□ 법령개정 : 전파법령 및 관련 고시 개정

5 공공 주파수 이용 효율화

전파기획관

□ 개요

- 모바일 트래픽 급증 및 공공 주파수 수요 증가에 대비, 원활한 주파수 공급을 위하여 공공 주파수 대역 정비 추진

□ 주요 추진내용

- (주파수 대역 정비) 공공 주파수의 효율적 지원 및 광대역으로 이용 가능한 가용 주파수 추가 발굴을 위한 재배치 추진
 - 기존에 승인된 공공 주파수의 조사·분석 등 이용현황 조사를 통해 공유 대역 및 재배치 후보 대역을 발굴
 - ※ 국제동향 및 이용 추세 등을 고려해 5GHz이하 대역(1.8GHz, 3.8~4.2GHz 등)에서 200 MHz이상 가용 주파수 추가 확보
- (주파수 공유 확대) 공공·민간의 주파수 이용 효율을 제고하기 위해 CR(Cognitive Radio) 등 공유기술 개발 및 기준 마련
- (사용승인 체계 개선) 주파수 이용 수요에 대한 적정 소요량 산출, 체계적인 기술 분석 및 중장기 정책과의 부합여부 등 심의 강화
 - 승인 요청 주파수의 검토·분석·연구결과 등을 종합하여 “공공 주파수연구위원회”의 심의 후 사용승인 추진

□ 향후일정

- 모바일 광개토플랜 주파수 확보계획에 반영 : '11. 12월
- 관계기관 협의 등 공공주파수 대역 정비 추진 : '12년~

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구 분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 공공주파수 효율적 이용기반 조성(기금)	2	2	3	7

- 협조기관 : 국방부(합참) 협의(주파수 공유 이용 및 재배치방안 등)

6 비면허 주파수 이용 활성화

전파기획관

□ 개요

- WiFi, RFID, NFC 등 다양한 비면허 무선기기의 출현에 따라 비면허 주파수 확대 및 기술기준 등 관련 제도 개선

□ 주요 추진내용

- (비면허 주파수 확대) 국제적인 주파수 조화 및 산업체 수요를 고려하여 현재 약 13.8GHz폭인 비면허 주파수를 약 22.4GHz폭으로 확대
 - UWB, 용도 미지정 등 대표적인 공유형 주파수 및 휴대폰 등을 무선으로 충전하는 무선전력전송 등 신규 서비스용 주파수 발굴

< 비면허 주파수 확대방안 >

구 분	현재 보유	추가 확보	총 대역폭
UWB	4.6GHz폭 (3.1~10.2GHz)	8.1GHz폭 (3.1~10.2GHz/22~29GHz)	12.7GHz폭
용도미지정	7GHz폭 (57~64GHz)	0.044GHz폭 (400MHz/900MHz/1700MHz/5GHz)	7.044GHz
무선전력전송 등 기타	약 2.2GHz폭	약 0.456GHz폭	약 2.656GHz폭
계	약 13.8GHz폭	약 8.6GHz폭	약 22.4GHz폭

- (기술기준 체계개선) 산업체의 신제품이 조기에 출시될 수 있도록 기술기준을 포괄적으로 규정하고 엄격한 기술기준을 완화

□ 향후일정

- 비면허 주파수 확대 방안 마련 : '11.하반기
- 기술기준 체계 개선 : '12년

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구 분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 비면허 주파수 이용활성화 기반 조성(기금)	4	4	5	13

□ 법령개정 : 무선설비규칙 고시 개정

□ 개요

- 방송용 주파수(54MHz~698MHz) 중 지역적으로 사용하지 않는 TV 유희대역을 놓여준 지역 무선랜(WiFi) 등 다양한 용도로 활용

□ 주요 추진내용

- (실험검증 및 기본계획 수립) 방송수신 보호 및 활용 검증을 위한 실험서비스 실시
 - 실험 서비스 결과를 토대로 서비스 확산 방안, 기술 검증, 기술개발 및 표준화, 산업 활성화 방안 등을 포함한 기본계획 수립
- (상용서비스 기반 확보) 기존서비스 보호기준, 유희대역 산출기준 등을 포함한 기술기준 제정 및 전파법령 개정
 - 방송 등 기존서비스를 보호하고 안정적인 가용채널 제공을 위해 TV 유희대역 산출시스템 및 DB 구축·운영
- (시범·상용서비스) 국내 환경에 적합하고 서비스 및 산업 활성화에 효과적인 선도서비스를 발굴하여 시범·상용 서비스 개시
- (산업 육성) 핵심 기술개발, 중소기업 대상 무상 실험환경 구축 등 관련 산업체 활성화 지원

□ 향후일정

- 기본계획 수립 : '11.12월
- 기술기준 마련 등 제도개선 : '12. 하반기
- 시범·상용서비스 개시 : '13년 이후
- 중소기업 지원을 위한 테스트베드 구축 및 운영 : '14년~

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구 분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ TV유희대역 기반구축(기금)	-	-	140	140

□ 개요

- 스마트 시대에 필요한 주파수 자원을 효율적으로 관리하기 위해 추진 체계를 정비하고 창의적 전파이용 촉진을 위해 주파수 이용규제 완화

□ 주요 추진내용

- (전담기관 설립) 주파수 분배 → 할당 → 회수 → 손실보상 → 재배치로 이어지는 전파자원의 체계적 관리를 위한 전파자원관리공단 설립
 - ※ 공단 주요업무 : ① 주파수 이용실태 조사 ② 최저경쟁가격 산정, 경매 시행 ③ 주파수 회수·재배치 시 이용자에 대한 전문 손실보상 시스템 구축 등
- (주파수 용도 자율화) 시장 환경변화, 기술발전 추세를 반영할 수 있도록 용도를 포괄적으로 지정하는 방안 검토
 - ※ 현재는 주파수 할당시 2G, 3G 등 용도를 세부적으로 지정
- (무선국 검사제도 개선) 무선국 검사제도의 실효성 제고 및 사업자 부담을 경감할 수 있는 방향으로 검사제도 개선
- (전파사용료 감면) 주파수 경매제 실시에 따라 통신사업자의 전파 사용료 부담 완화 방안 마련

□ 향후일정

- 전파사용료 감면을 위한 전파법시행령 개정 : '11.12월
- 무선국 검사 관련 법령 개정안 마련 : '12.상반기
- 한국전파자원관리공단 설립 : '12.하반기

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구 분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 전파자원관리공단 운영지원	-	-	125	125

세부과제 3

미래 인터넷의 글로벌 허브로 도약

□ 주요 선진국은 연구망을 이용, 미래 인터넷 연구 협력 강화

- 미국·유럽·일본 등 해외 주요 선진국은 미래 인터넷 기술개발 결과를 연구망을 통해 시험·검증 및 상용화 추진 중

< 해외 주요 선진국 연구망 현황 >

국가	미국	유럽	일본	중국
네트워크	Internet2	GEANT2	JGN2plus	CERNET2
백본용량	10~100G	10~100G	10~100G	10~100G
주요 활동	차세대 인터넷 및 응용 기술연구	미래 IT기술 및 망 활용 연구	유비쿼터스 관련 연구개발	IPv6 전용망, 학계 협업기반 제공

□ 美·EU·日은 미래 인터넷의 주도권 차지를 위해 대규모 R&D 진행

- (미국) NSF(National Science Foundation)를 통해 기술개발 및 미래 N/W를 설계하는 R&D 프로젝트인 FIND(Future INternet Design) 추진
- (유럽) FP7(Framework Program 7)을 통해 기술·경제·사회·정책적 측면에서 미래 인터넷 관련 연구를 종합적으로 진행
- (일본) 10배 빠른(10Gbps) 인터넷을 위해 NwGN(New Generation Network)을 개발하고 미래인터넷 구조 설계를 위한 AKARI 프로젝트 추진

< 선진국 Future Internet 전략 비교 >

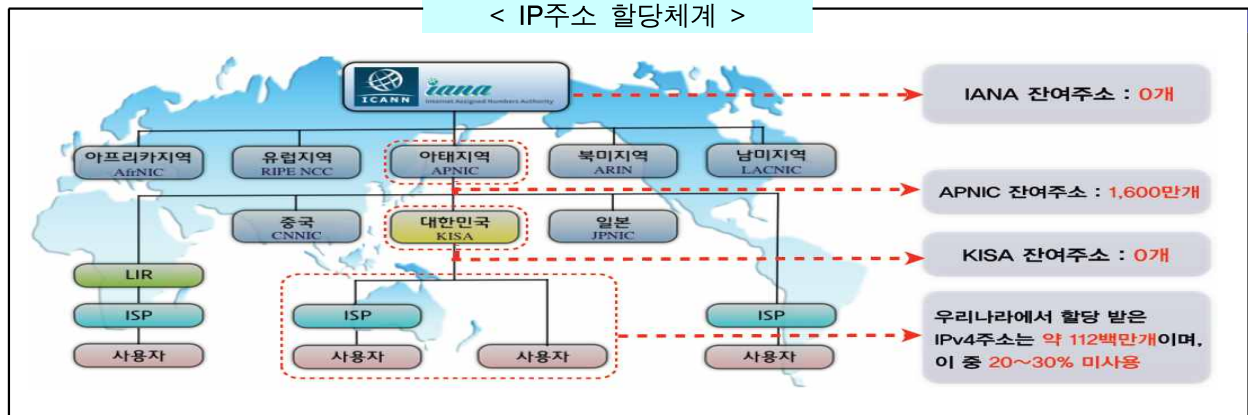
구 분	미 국	E U	일 본
정부역할	약함 (美 과학재단 NSF 수행)	강함 (EU 내부 전담조직 수행)	강함 (총무성 산하기관 수행)
연구중심	테스트베드 구축 중심 (실험 위주, 실용적 접근)	기술·경제·사회 통합 연구 (인터넷 생태계적 접근)	네트워크 중심 연구 (광통신망 구축 중시)
추진전략	모든 전문가 제안·경쟁 (상용화 통한 사업성 강조)	先 사업 선정, 전문가 참여 (유럽 독자모델 개발 강조)	광통신망 + 자국 전략산업 (모바일, 가전, 게임 결합)
예 산	'05~'13 : 4억 달러 (5,000억원)	'06~'13 : 20억 유로 (3조원)	'07~'11 : 300억 엔 (4,500억원)

□ 차세대 인터넷 주소(IPv6) 전환 촉진

- 전 세계 인터넷주소자원 관리기관(IANA)에서 IPv4주소 신규할당 종료 선언('11.2월)에 이어 아태지역 인터넷주소관리기관(APNIC)에서 IPv4주소 '최종할당정책' 시행으로 사실상 IPv4주소 할당 종료('11.4월)

※ 최종할당정책 : IPv4 주소 신청 기관에 대해 1회에 한해 최대 1,024개만 할당

※ 미국, 일본 등 세계 각국은 IPv4와 IPv6주소를 함께 사용가능한 체계로 전환 중



□ 스마트워크 활성화를 위한 국내외 여건 성숙

- 해외 주요 선진국들은 자연재해 등의 비상대응체계 확보 및 경제 위기로 인한 공공비용 감소 등의 대책으로 스마트워크 도입 중

※ 주요국 스마트워크 비율 : 미국 15.5%('08년), 유럽 10%('08년), 일본 15.2%('08년)

- 국내도 저출산·고령화 등 사회 현안 해결을 위해 “스마트워크 활성화 전략('10.7월)” 및 “추진계획('11.1월)” 수립 시행

< 국내 스마트워크 도입계획 >

연도	'11년	'12년	'13년	'14년	'15년
계획(%)	7.24	10.73	15.10	20.81	30.14

◇ 해외 선진국과의 공동 연구 및 시험·검증 등을 통해 미래 인터넷의 글로벌 허브로 도약 추진

- ⑨ 국내외 미래인터넷 테스트베드 구축
- ⑩ 스마트 인터넷 기술경쟁력 강화
- ⑪ 차세대인터넷주소(IPv6) 전환 촉진
- ⑫ 스마트워크 활성화 추진

□ 개요

- 국제연구망(TEIN) 관리 기구 한국 설립, 국내연구망(KOREN) 고도화 등을 통해 미래인터넷 국내외 공동연구협력 강화

* TEIN (Trans-Eurasia Information Network) : 아시아(19개국), 유럽(34개국)을 잇는 국제연구망

* KOREN (KOREA advanced REsearch Network) : 연구시험용 초고속 전국망

□ 주요 추진내용

- (국제연구망 관리기구 설립) 아시아·유럽을 잇는 국제연구망 관리 및 협력사업을 전담하는 “TEIN 협력센터”를 국내에 설립하여 유라시아 국제 공동연구를 주도하는 거점기지 역할 수행

- (글로벌 연구·협력 선도) TEIN을 기반으로 미국·유럽·일본 등 선진국과 차세대 N/W 및 미래인터넷 공동연구를 활성화하고,

- 개도국과 첨단 ICT 서비스(원격의료, 한국문화·공연 3D 콘텐츠 등) 협력사업 추진

- (범국가 통합 테스트베드 고도화) 네트워크 용량 확충 및 이용개방을 통해 N/W 핵심기술과 미래 인터넷 R&D 결과, 기가급 실증서비스의 시험·검증을 지원하는 세계 최고 수준의 테스트베드 구축

※ KOREN 백본용량을 단계적으로 확대('15년까지 전국 100Gbps급)하고, 클라우드·사물 지능통신 등 선도기술 시험환경을 연계하여 전국 규모의 유무선 N/W 테스트베드 마련

□ 향후일정

- TEIN 협력센터 개소 및 EC와 계약 체결 : '11.12월(개소), '12.1월(계약)
- 국제 공동연구, 개도국 협력사업 및 TEIN 회선 구축·운영 : '12년~

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분 (기금)	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ TEIN 협력센터 설립 및 운영	-	10.6	10	20.6
○ KOREN 시설확충 및 운영	33	38	60	131

□ 개요

- 현 네트워크를 개선하기 위한 점진적 R&D 및 글로벌 패러다임 전환에 대응한 혁신적 R&D를 통한 세계 최고의 인터넷 인프라 구축으로 인터넷 글로벌 리더로 도약

□ 주요 추진내용

- (네트워크 고도화 기술) 대용량 콘텐츠를 빠르게 이용할 수 있도록, 유선 광 가입자망 기술(2.5Gbps) 및 패킷·광 통합 스위치 기술개발
- (스마트 노드 전략 기술) 국내 장비 산업의 돌파구를 마련하기 위해, 라우터 및 서버를 통합한 차세대 다목적 스마트 노드 기술 개발
 - 통신사업자, 장비 업체, 연구소 등이 컨소시엄을 구성하고 개방형 구조 및 Open Source를 활용하여 가격 경쟁력과 유연성을 확보
- (혁신적 미래 인터넷 기술) 現 인터넷의 구조를 새롭게 재설계하는 “Future Internet”으로의 패러다임 전환을 위한 혁신적 R&D 추진
 - 이름기반 네트워킹, 가상화 등 연구 개발

□ 향후일정

- 인터넷/네트워크 분야 기술로드맵 수립 : ‘11.12월
- 스마트 인터넷 기술개발 추진 : ‘12년~

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	‘11년	‘12년(안)	‘13년(안)	계
○ 미래인터넷 원천기술개발(기금)	310	214	391	915

▷ 미래인터넷 원천기술개발 예산은 13년 과제 차세대 원천기술 개발사업 예산에 포함

□ 개요

- IPv4 주소자원 고갈('11.4월, 신규할당 종료)에 따라 차세대 인터넷주소(IPv6) 전환 계획('10.9월)을 차질 없이 추진, 인터넷 신산업의 안정적인 성장 지원

□ 주요 추진내용

- (목표관리) 인터넷 네트워크 구축·운영 사업자(ISP), 장비 제조사 등 분야별 목표설정 및 이행점검 ⇒ IPv6 전환 유도
 - '13년 : ISP 백본망 100%/가입자망 45%, 제조사 신규제품에 100% IPv6 적용
- (IPv6 전환 지원) IPv6 전환에 필요한 교육 및 기술컨설팅 지원과 테스트베드 환경 등을 일괄 제공하는 **IPv6 전환 지원센터** 운영
 - 기업의 IPv6 전환 담당자 교육(매년 500명), 중소ISP·CP 컨설팅 지원 등
 - IPv6 활용 신규서비스 모델 개발, 사물지능통신 등 IPv6 이용 활성화

□ 향후일정

- IPv6 전환지원센터 구축·운영 : '12년~
- 분야별 IPv6 전환 점검 : 매년 반기별

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ IPv6 전환지원센터 구축·운영 등(기금)	20	20	20	60

- **협조기관** : 행정안전부 등(정부 및 공공부문 IPv6전환)

□ 개요

- 스마트워크 활성화전략('10.7월, 대통령 보고) 및 활성화 계획('11.1월)을 차질 없이 집행하여, 2015년까지 근로자의 30%가 스마트워크가 가능하도록 추진

□ 주요 추진내용

- (문화 확산) 활성화 초기 부정적인 인식을 개선하기 위해 스마트워크 도입·운영 및 정보보호 가이드라인을 마련·보급하고,
 - CEO·근로자 맞춤형 스마트워크 교육, 도입 우수사례 발굴·시상, 중소기업의 스마트워크 도입 지원방안 강구 등 확산 여건 조성
- (기반 강화) 시범사업을 통해 보급형 스마트워크 모델을 개발하고, 스마트워크 환경 고도화에 필요한 핵심기술* 및 표준개발 지원
 - * 실감형 영상회의 기술, 3D기반 협업기술, 이용자 편의개선 UI/UX기술 등
- (제도 정비) 근로자 권리보호, 도입·운영 사용자에게 대한 지원 등을 위한 활성화 촉진법 제정 추진, 스마트워크센터 품질등급제 검토
 - * 품질등급제 : 업무/편의 시설, 통신/단말/IT인프라 등 스마트워크센터 품질을 종합평가

□ 향후일정

- 보급형 스마트워크 서비스 모델 및 핵심기술 개발 지원 : '11년~
- 스마트워크센터 품질등급제 도입방안 검토 : '12년

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 스마트워크 활성화(기금)	-	15.7	125	140.7

□ 협조기관 : 행정안전부(공공부문 스마트워크 추진)

□ 국내 기술경쟁력 강화를 위한 투자 필요

- 국내 휴대폰, 반도체, 디스플레이 생산 등 IT 제조역량[제조경쟁력('10년 OECD 1위)]은 세계적 수준이나,

- S/W와 콘텐츠부문의 기술역량 축적과 글로벌 경쟁력 확보는 미흡

- ※ 반도체, 디스플레이, 휴대폰 등 3개 품목 수출이 전체 IT수출의 71.1% 차지

- ※ '00~'10년간 SW 특허(KEIT) : 미국(100%), 일본(54.5%), 중국(36.2%), 유럽(34.5%), 한국(25.3%)

- ※ 세계 기업성장률 : SW/콘텐츠(6%), HW(1%) / 부가가치 창출율 : SW/콘텐츠(63%), 제조업(27%)

- 특히, 핵심·원천기술 부족으로 부가가치의 상당부분을 해외 업체에 로열티로 지급하거나 핵심 부품을 수입에 의존

- ※ IT기술무역수지(KOITA) : △17.5억불('07년) → △17.3억불('08년) → △27.1억불('09년)

- ※ '10년까지, 국제기구 표준특허 점유율은 ITU-T/R(3%), IEEE(1.3%) 수준

□ 방송통신 환경 변화에 능동적 대응 필요

- 방송통신산업의 중심축이 단말과 네트워크에서 S/W기반 콘텐츠·서비스와 플랫폼으로 이동

- 개방형 플랫폼에 기반을 둔 콘텐츠(사례 : 뉴미디어 N-스크린, OSMU) 및 S/W(사례 : 앱스토어)의 경쟁력이 단말기 등 H/W 성장을 견인

- ※ 애플 : S/W(예: 앱스토어) 및 H/W(예: 단말) 에코시스템화를 통해 기술점유('10년, 아이폰OS 세계 54% 점유) 및 매출성장('10년, '07년 대비 약 4배 성장) 확보

- H/W중심의 산업구조에서 벗어나, 기술혁신 → S/W콘텐츠·서비스 발굴 → 사용자 확대에 이어지는 “소프트파워 선순환 구조” 형성

- ※ 노키아 : 시장점유율 40%('08) → 24.3('11.1Q), 기업가치 : 1,700억 유로('00) → 177억 유로('11)로 생태계 변화 대응에 실패

□ 방송통신 미래 기술변화에 대응 필요

- 방송통신 서비스는 수요자의 다양한 요구와 기술 발전에 따라 실감화, 스마트화, 녹색화 등을 추구



□ ICT의 새로운 역할 정립 노력 필요

- ICT를 활용한 창의적인 서비스·애플리케이션을 창출하여 고령화, 교통난, 사교육 문제 등 사회적 현안 해결에도 기여할 필요

◇ 미래 기술변화에 적극 대응하여 방송통신 분야의 글로벌 기술 경쟁력을 제고하고, 이를 기반으로 신성장 동력 창출 기반 마련

- | | |
|----------------------|-----------------|
| ⑬ 차세대 원천기술 개발 | ⑭ 글로벌 표준 경쟁력 강화 |
| ⑮ 녹색 방송통신 환경 조성 | ⑯ 방송통신 융합서비스 확산 |
| ⑰ 생활밀착형 전파산업 육성 | |
| ⑱ 방송통신기기 적합성평가체계 선진화 | |

□ 개요

- 방송통신 미래 서비스 육성을 위한 차세대 원천 기술 개발을 통해 미래 신시장을 창출하고 글로벌 기술 경쟁력 강화

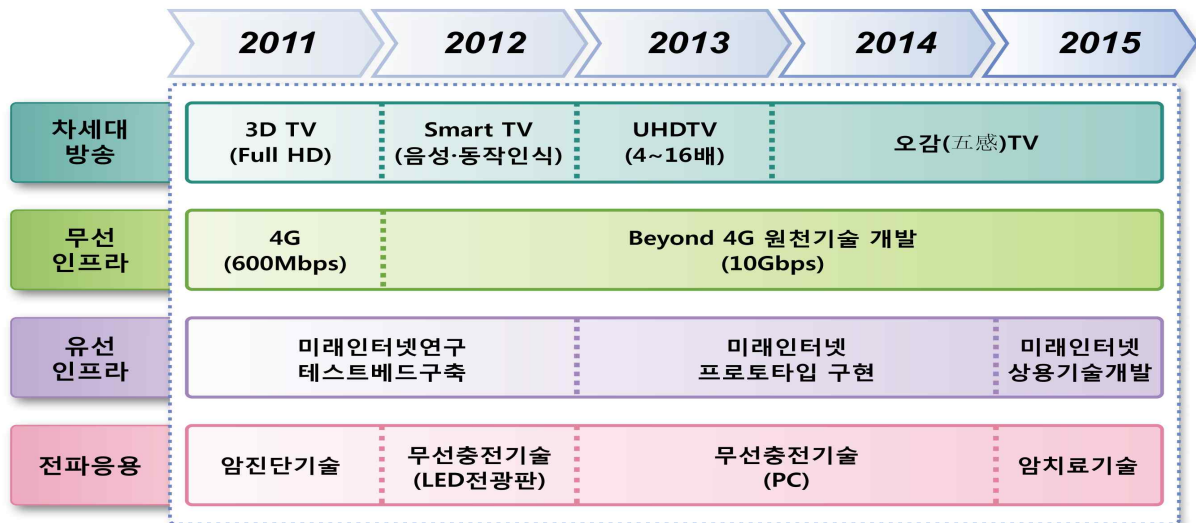
□ 주요 추진내용

< R&D 추진방향 >

- 특허 기반의 지식전쟁 현재화(顯在化)에 대응, 길목특허 선점을 위한 기초·원천기술에 대한 투자 확대
- 대기업 위주로 역량이 성숙한 시스템·하드웨어 투자는 지양하고, 민간의 비즈니스 모델이 활성화될 수 있는 SW·콘텐츠 기반 기술 집중 지원
- 개인정보보호, 방송통신 인프라 보호 등 민간의 R&D 투자가 어려운 분야 R&D 과제 집중 지원

< 주요 기술개발 분야 >

- (기술선점) 新서비스 시장 창출을 위한 창의적 혁신 기술에 집중 투자
 - 편리한 UI(음성·동작인식)·지능형 검색·증강방송·양방향 광고 기능을 갖는 차세대 스마트 TV, 무안경 3D UHD TV 등 유망 미디어 기술 개발
 - B4G, 미래인터넷 등 현존 통신망의 한계를 극복하는 'High Risk, High Return' 기술 개발 지원
 - 전파를 활용한 암진단·보안검색·무선전력전송 등 新 방송통신 서비스 개발



- (사회적 현안 해결) 스마트워크 등 녹색성장, 재난방송·항법신호 보호 등 안전한 사회기간망 구축을 위한 기반 기술 개발
- 특히, 민간의 비즈니스 모델이 안정적으로 성장할 수 있도록 인터넷 및 이용자 보호 등 정보보호 기술 개발 추진



< R&D 관리체계 개선 >

- (R&D 관리 체계 확립) R&D 사업 추진을 위한 명확한 원칙 및 기준 제시 등 방송통신 R&D 사업 운영 프레임워크 구축
- (사전기획 강화) 전략적 투자 방향 설정을 위해 기술 수요조사, R&D 계량지표(기술수준, 특허·표준) 조사, 기술로드맵 수립

- (우선순위 조정) 빠른 기술변화 추세를 감안하여 매년 25% 규모의 R&D과제에 대해 우선순위·연구내용 등을 전략적으로 조정

※ 차세대이동통신 등 국가 주요과제 중점 지원, 도전적·모험적 연구과제의 '성실실패' 용인

- (목표관리 및 사업관리 내실화) 개별 과제에 대한 마일스톤 설정하고, 반기별로 점검하여 최종 평가에 반영하는 등 성과관리 강화

※ 연구사업의 성과활용계획과 「선정→진도관리→사후관리」를 연계하고, 연구종료 후 일정기간 동안(5년간) 결과물의 활용실태를 조사·분석

- (R&D 체질 강화) 대학, 산업체 등 다양한 방송통신 분야 연구주체의 R&D 역량 강화 모색

- (연구저변 확대) 기술혁신의 토대가 되는 참신한 아이디어 발굴·실현을 위해 대학·중소벤처 등 다양한 R&D 주체로서의 참여를 지속 확대

※ 대학 참여율 : ('11년) 5.9% ⇒ ('15년) 10%, 기업 참여율: ('11년) 3.2% ⇒ ('15년) 8%

- (국제공동연구 확대) 선진 방송통신 기술·서비스에 대한 벤치 마킹 등 국내 R&D 역량의 한계 극복을 위해 기술 선도국과의 공동연구 추진

※ 기술개발 과제내에서 위탁형태로 소규모 진행중(현재 18개 과제 17억원 규모)

□ 향후일정

- 기술 수요 조사 및 신규 과제 선정 : 매년 하반기
- 연구개발 관리체계 개편 : '11.하반기
- 연도별 연구개발 시행계획 수립 : 매년 2월

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 방송통신기술개발(기금)	1,460	1,528	2,028	5,016
○ 방송통신R&D 관리기반구축(기금)	50	50	50	150

- **협조기관** : 방통위 PM-지경부 PD-문화부 PD 간 협의체 운영을 통한 R&D 과제의 중복 방지

□ 개요

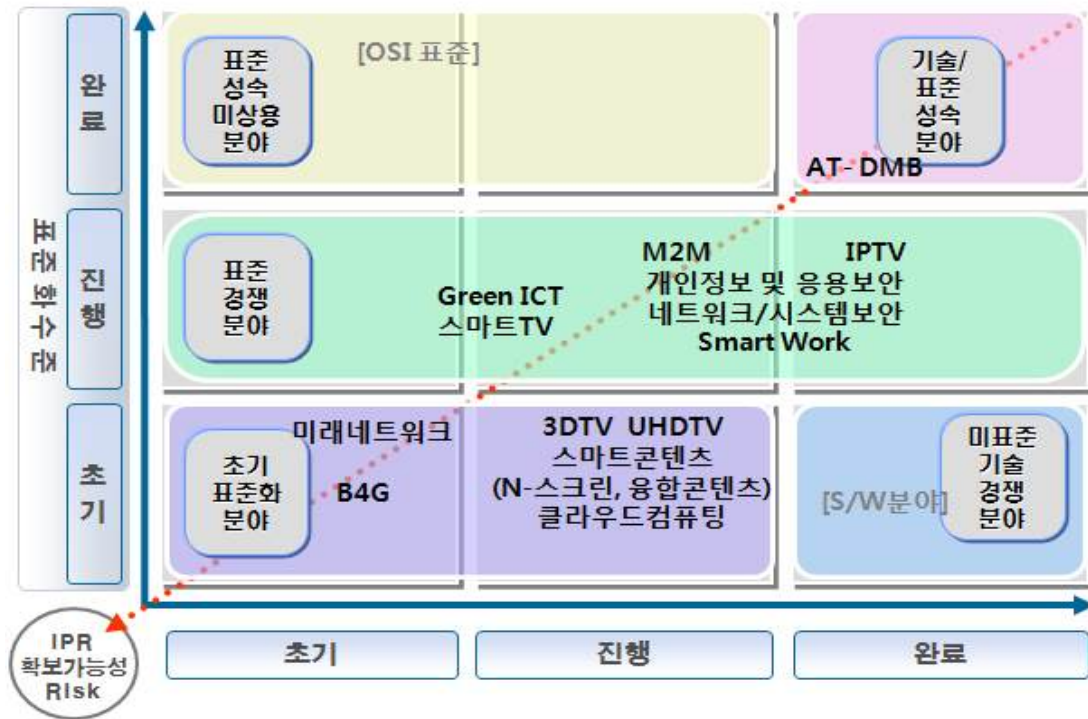
- 방송통신 서비스 글로벌 표준강국으로 도약하기 위해 선제적 표준화 및 민간 표준역량 강화가 요구되며, 국민 편의 증진을 위한 생활 밀접형 표준화 필요

□ 주요 추진내용

- (국제표준선도) 클라우드, 사물지능통신, 차세대이동통신, 3D TV, 스마트 TV 등 7대 스마트 서비스 도입 시기에 맞춰 선제적 표준화를 추진
 - ICT 표준화 전략맵 수립과 “기술개발-특허-표준 연계”를 통해 세계 시장을 선점하여 고부가가치 창출이 가능한 국제 표준특허 확보
- ※ ITU 표준에 특허반영 확대 : ('10) 7위 → ('13) 5위권 진입
- 국제 표준화 및 기술개발 수준에 따라 전략적 표준화 추진

구분	초기 표준화분야	표준 경쟁분야
특성	○ 미래 핵심기술 및 ICT 유망서비스 관련 선행적 분야 ○ 상용화에 성공할 경우 해당 기술 분야의 국제적 선도 가능(IPR획득) ○ 투자에 대한 위험(Risk)이 높음	○ 표준화가 진행 중으로 표준 경쟁이 치열
추진전략	○ 기술확보를 위한 선도 원천기술 개발 병행 ○ 국제 표준화 활동 지원	○ 국제 표준화 선도가능분야 도출 ○ 국제 표준화 활동 강화 ○ 전략적 대외협력 강화 ○ 전략적 제후를 통한 기술 및 표준의 Catch-up 전략 추진
주요 전략분야	차세대이동통신(B4G), 미래 네트워크, 3DTV, UHD TV, 스마트 콘텐츠(N-Screen, 방통 융합콘텐츠), 클라우드 컴퓨팅	Green ICT, 스마트TV, 사물지능통신(M2M), 차세대 IPTV, 정보보호, 스마트 워크

※ 방송통신 미래 서비스전략분야별 표준 및 기술개발 수준과 전략



○ (민간 표준역량 강화) 방송통신 전략분야 국제표준화 전문가를 육성·지원하고, 국제표준화전문가와 표준화 전략포럼간 연계를 통한 민간 표준화 역량 강화

- 국민 편익 증진을 위한 생활 밀접형 표준 개발 지원도 확대

□ 향후일정

○ ICT 표준화 전략맵 수립 (민간/정부 수요) : 매년 4분기

○ 국제전문가 및 전략포럼선정 및 지원 : 매년 1분기

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 방송통신표준개발지원(기금)	60.5	70.9	84	215.4
○ 방송통신표준화활동지원(기금)	111.5	111.5	133	356

□ 협조기관 : 지식경제부 기술표준원과 공동협력(MKE/KATS MoU('10.11.26))

□ 개요

- 그린ICT 기술을 활용한 녹색 방송통신 기반 조성과 녹색 방송통신 기술·사업 개발로 지속 발전 가능한 산업 창출 및 글로벌 경쟁력 확보

□ 주요 추진내용

- (녹색 방송통신 기반 조성) 방송통신 분야 탄소 배출량 저감을 위한 관리 체계 마련 및 녹색 인증제 운영을 통한 민간 참여 기회 확대
 - 방송통신 분야 온실가스 배출량 조사·분석·예측 등 에너지 목표 관리
 - 녹색 인증제 운영을 통한 민간의 녹색 산업 투자 활성화 도모
- (녹색 방송통신 기술·사업 개발) 녹색 방송통신 기술을 활용한 타 산업의 에너지 효율화 및 사업 개발로 지속 발전 가능한 산업 창출
 - 저전력 통신망 등 녹색 방송통신 기술개발 및 국내외 표준화 추진
 - 녹색 방송통신 기술을 활용한 신성장 사업모델 개발 및 지원 추진

< 방송통신 분야 온실가스 감축 목표 >

2010년도	2011년도	2012년도	비고
12,000TOE	12,600TOE	13,200TOE	'10년, 목표 대비 30% 초과 달성

※ TOE(Tonnage of Oil Equivalent) : 석유 1톤 연소시 발생하는 에너지량

□ 향후일정

- 방송통신 분야 온실가스 배출 현황 조사 : 매년 분기별
- 녹색 방송통신 기술 및 사업 인증제 운영 : 매년 수시

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 온실가스 활동데이터 조사(일반)	1.25	-	-	1.25
○ 녹색 방송통신 기반 확산(일반)	2.5	0.7	2.3	5.5

▷ 녹색 방송통신 기술개발(기금) 예산('11~'13년 272억원) : 차세대 원천기술 개발에 포함

□ 개요

- 차세대 네트워크를 기반으로 모바일·홈·아웃도어 분야의 생활 밀착형 융합서비스 창출을 선도하고 미래 IT 생태계의 주도권을 확보

※ '08년 6개, '09년 5개, '10년 7개 시범사업을 완료(산림, 식품, 농업, 교육, 교통, 법률, 민원, 국방) 중 '11년 다문화가정커뮤니티 등 4개 과제 수행 중

□ 주요 추진내용

- (모바일 분야) 차세대 모바일 망을 활용하여 스마트폰과 클라우드 컴퓨팅이 융합된 선도적 모바일 융합서비스 추진
- (홈 분야) 브로드밴드 네트워크를 기반으로 양방향 디지털TV 플랫폼을 활용한 다양한 가정용 융합서비스 구현
- (아웃도어 분야) 사물지능망을 활용하여 원격으로 옥외광고, 공공 안내, 관광정보 등을 제공하는 스마트 사이너지 서비스 개발

□ 향후일정

- '방송통신 융합서비스 촉진 방안' 수립 : '11.하반기
- "방송통신 융합서비스 선도사업 추진 : '12. 4월~

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 방송통신 융합서비스 활성화 환경 구축(기금)	28.4	20.5	30	78.9

□ 개요

- 방송·통신의 융·복합화로 전파 응용서비스가 의료, 교통, 에너지 등 다른 산업으로 빠르게 확산되어 국민 편익을 제고하고 중소기업의 부가가치 창출을 지원할 수 있도록 생활밀착형 전파산업 육성

※ 생활밀착형 전파산업 : 수m 이내에서 활용 가능한 소출력 무선기기를 이용해 의료, 교통 등 다양한 생활 분야에 응용하는 산업

□ 주요 추진내용

- (서비스 발굴) 다양한 용도와 서비스에 활용이 가능하도록 비면허 주파수대역 확대 및 기술기준 간소화
- (기술개발) 테라헤르츠파 응용기술 등 핵심기술 개발을 위한 R&D를 확대하고, 중소기업체 유망기술 지원
- (상용화) 시제품 테스트 지원, 애로기술 컨설팅 등 중소기업체 상용화 지원센터 구축·운영을 통하여 중소기업체 애로사항 적극 해소
- (보급·확산) 수출 컨설팅, 해외전시 확대, 기업의 애로사항 해소 지원을 위한 전파산업음부즈맨 도입 등 마케팅 지원체계 마련

※ 업계 설문조사 결과 시험환경 인프라 취약(24.1%), 기술개발을 위한 자금부족(23.3%), 판로개척(20.3%) 등이 주요 애로사항으로 나타남

□ 향후일정

- 비면허 주파수 대역 확대 : 12년
- 중소기업 상용화 지원센터 구축 : '13년

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ Open-lab 구축(기금)	-	-	15	15
○ 상용화 지원센터 운영(기금)	-	-	10	10

□ 개요

- 방송통신기기 시험·인증업무의 독립성·투명성을 제고하기 위해 국립전파연구원의 인증업무를 민간에 이양
 - ※ 미국·EU·일본 등은 시험·인증업무의 독립성·투명성을 제고하기 위해 인증업무를 정부가 아닌 민간에서 수행
 - ※ 해외 민간인증기관 현황 : 미국(30여개), 일본(6개), 캐나다(14개), 싱가포르(1개)

□ 주요 추진내용

- (적합성평가체계 선진화) 국립전파연구원의 방송통신기기 인증업무를 민간 인증기관으로 이양
 - 국내·외 민간 인증기관 도입사례 분석 등을 통해 적정 인증기관 수, 법인성격, 업무범위 등 민간 이양 방안 마련
- (인증산업 기반조성) 민간 이양 후 민간 인증기관의 조기 시장정착을 위해 인증 수수료 조정 등 관련 제도 개선
- (사후관리강화) 민간이양에 따른 부실인증 등 부작용을 최소화하기 위해 사후관리 강화 및 주기적으로 인증기관 평가

□ 향후일정

- 민간이양 방안 마련 : '12년
- 전파법 및 하위 법령 개정 : '13년
- 민간 인증기관 지정 등 인증업무 민간이양 완료 : '14년

□ 법령개정 : 전파법 개정

< 인터넷의 국가사회 전반에 대한 영향 >

- ◇ 1969년 미국 국방성의 군사용 네트워크(Arpanet)에서 출발한 인터넷은 1994년 상용화를 통해 정보사회의 핵심인프라로 발전하였으며, 웹 기술, 스마트기기의 확산 등에 힘입어 국가사회 전반에 강력한 영향 초래

□ 정치·사회·문화에 대한 영향

- (사회) 쇼핑, banking, 교육, 사회관계 등 일상생활의 대부분이 인터넷을 통해 이루어지면서 단순 정보습득 수단에서 삶의 불가결한 요소로 변모
 - 인터넷의 일상화에 따라 기성세대와는 다른 가치관을 가진 디지털 네이티브 세대가 등장하고 인터넷은 사회화과정의 핵심 역할 수행
 - ※ 돈 탭스콧은 1977년 이후 출생한 젊은이를 ‘넷세대’로 규정하고, 이들의 특징을 자유 추구, 맞춤화, 사회감시, 성실·투명, 놀이, 협업, 스피드, 혁신 등으로 정리
- (정치) 인터넷은 유권자들의 정치참여 독려, 사회운동의 조직화 등 사회적 소통의 핵심 수단 및 직접민주주의 실험의 장으로 기능
 - ※ 아랍권 민주화운동, 월가점령시위 등의 조직화과정에서 SNS가 결정적 역할 수행
- (문화) 인터넷은 글로벌 문화 확산, 1인 창작물의 제작과 배포 및 각국 문화인력간의 협업채널로 활용되고, 각국의 문화주권에 영향
 - ※ 최근 K-Pop 등 한류는 유튜브 등 인터넷 동영상을 통해 급속히 확산

□ 방송통신 부문에 대한 영향

- (방송) 인터넷을 통한 유사방송서비스 증가, 비실시간·주문형 인터넷 동영상 시청 확대 등에 따라 기존 방송규제의 실효성이 약화되고, 콘텐츠의 국경간 공급이 확대됨에 따라 방송콘텐츠의 글로벌 경쟁 심화
 - ※ 2011-2015년 전 세계적으로 주문형비디오(VOD) 시장은 연간 13.6%의 성장률을 기록할 전망(PWC, 2011)

※ 英 BBC의 iPlayer, 美 지상파3사의 Hulu, 日 지상파5사의 온라인합작사 설립 등 지상파 방송사들은 소비자 점점 확대를 위해 온라인서비스 투자 확대

- (통신) 통신서비스가 음성에서 데이터 중심으로 변화됨에 따라 콘텐츠 및 서비스를 제공하는 사업자들의 역할과 중요성이 증대
 - 이에 따라, 콘텐츠 제공자가 유발한 트래픽을 둘러싸고 통신사와 분쟁 발생
 - 생태계 구축경쟁이 심화되면서 통신사가 지배하던 폐쇄형(Walled Garden) 콘텐츠 유통구조가 개방형 구조(Open Market)로 변화
- (광고) 인터넷의 확산에 따라 방송, 신문, 잡지 등 전통적 매체의 광고시장 점유율은 줄어들거나 정체
 - 유무선 인터넷 기반 기기의 보급 확산에 따라 콘텐츠·광고·커머스·정보검색이 연계되는 새로운 스마트광고 생태계로 진화 중

※ 2005년 이후 인터넷광고가 TV, 신문에 이어 3대 광고매체로 자리매김하였고, SNS 등을 중심으로 개인정보를 활용한 맞춤형광고 등장

□ 경제에 대한 영향

- (GDP) 인터넷경제는 전 세계 GDP의 3.4%('09년)를 차지하고 GDP 성장 기여율은 21% 수준('04~'09년 평균)
 - 한국은 인터넷 경제의 GDP 비중은 4.6%, GDP 성장 기여율은 16%로 인터넷이 국민경제에 미치는 영향이 큰 국가에 속함(Mckinsey, '11.5월)
- (기업성장) 인터넷 의존도가 높은 기업의 성장률은 13%로 낮은 기업의 6.2%에 비해 2배 이상 높고,
 - 인터넷이 창출하는 수익의 75%는 인터넷기업이 아닌 기존기업에서 창출되는 등 기존 기업에게 위협이기 보다는 새로운 기회 제공
- (고용) 인터넷 의존도가 높은 기업은 다른 기업들보다 2배 이상의 고용 창출

※ 프랑스의 경우 인터넷 등장으로 1개 일자리가 사라지고 2.6개의 신규 일자리 창출

□ 타 산업 및 정부부문에 대한 영향

- (타 산업) 인터넷은 자동차, 조선, 의료 등 전통산업에 접목되어 해당 산업의 생산성과 효율성 제고에 기여
 - (자동차) 기존의 텔레매틱스 기술과 무선인터넷 및 스마트기기가 융합된 인포테인먼트 기술을 활용하여 운전자의 안전성, 편의성 제고
 - ※ 현대자동차의 ‘모젠(Mozen)’, GM의 ‘온스타’ 등은 차량에 장착된 단말기와 무선인터넷, GPS 등을 이용하여 길안내, 긴급구난, 교통정보 등 서비스 제공
 - (조선) 와이브로(Wibro) 기반 디지털 조선소를 구축하여 생산성 향상
 - ※ 현대중공업은 180만평의 울산 조선소에 W-Office(와이브로 오피스)를 구축하여 도면 수정사항 실시간 전송, 선박 블록 및 자재 이동경로 파악 등에 활용
 - (의료) 스마트 폰, 태블릿 PC 등 무선인터넷 기반의 스마트 기기를 당뇨·천식 등 원격관리, 환자예약, 차트전송 및 확인 등에 활용하면서 모바일 헬스케어 시장이 빠르게 성장
- (정부부문) 민원 24(G4C), 기업지원플러스(G4B) 등 인터넷을 통해 국민에게 편리하고 신속한 민원 서비스 제공
 - ※ 인터넷을 통해 신청가능 민원은 3,020종, 발급 가능 민원은 1,208종이며, 전자 민원서비스인 ‘민원24’의 사용자는 ‘08년 356만명에서 ’11.5월 830만 명으로 증가
 - ※ 국세신고의 81%(’08년), 민원 발급의 75%(’09년)를 온라인으로 처리

< 세계와 함께하는 인터넷 이용환경 조성 >

□ 비표준 웹 환경을 글로벌 선진 이용환경으로 전환

- 국내에서 광범위하게 사용되고 웹 호환성과 보안문제를 야기하는 비표준 기술 ActiveX를 대체하기 위한 기술보급 및 웹 표준기술 확산 필요
 - ※ ActiveX 사용조사결과, 국내 주요 웹사이트 100개중 72개, 국외는 20개 중 1개(’10.8월)
 - ※ ActiveX 다운로드 시 악성코드 유입(BC카드 ’10년 6월) 및 DDoS(’09년 7.7, ’11년 3.4) 좀비PC 감염경로로 활용 추정

□ 인터넷의 익명성을 통한 사회적 피해 대응 필요

- 인터넷의 익명성을 통한 명예훼손 등 사회적 피해를 최소화하고, 건전한 인터넷 게시판 이용문화를 조성하기 위해 본인확인제 도입
- 급변하는 인터넷 환경변화를 고려하여, 제도 개선방안 검토

□ 인터넷정책 결정과정에서의 국제 영향력 강화

- 국제정책 및 기술이슈 논의과정이 서구권 중심으로 이루어지고 있으며,
- 우리나라는 중국, 일본과 비교해서도 국제 활동 참여율이 낮아 국내 전문가에 대한 지속적인 지원방안 수립 필요



< 트래픽 증가에 대응한 망 중립성 원칙 정립 >

- 최근 스마트 기기의 보급이 확대되고 모바일인터넷 전화(mVoIP), 스마트TV, 클라우드 컴퓨팅 등 새로운 서비스가 확산됨에 따라,
- 통신사업자와 인터넷사업자 등 이해관계자 간에 트래픽 혼잡해소 및 합리적인 네트워크 관리방안 등 망 중립성 관련 논의 활발

< 망 중립성 관련 이해관계자 입장 >

구분	통신사업자	인터넷사업자
투자비 부담	· 통신망 투자를 유발하는 콘텐츠 사업자 등의 투자비 부담 필요	· 투자는 통신사업자의 몫 · 요금 외 추가 부담 불필요
트래픽 관리	· 과다 트래픽 유발자의 트래픽 차단 등 관리 필요	· 최소한으로 허용하되, 트래픽 관리 기준, 대상, 방법 등을 투명하게 공개

- 미국, EU 등의 망중립성 정책 동향과 국내 시장 환경 등을 고려하여 망중립성 정책 마련 필요

< 망 중립성 관련 해외 동향 >

구분	주요 내용
미국	○ FCC는 투명성, 차단금지, 불합리한 차별금지 등 세 가지 기본원칙과 합리적인 네트워크 관리를 보완원칙으로 하는 망 중립성 규칙(Open Internet Rules)을 채택('10.12) - 유무선 인터넷 사업자는 망 관리 관행, 서비스 제공 조건 등을 공개해야 함(투명성) - 유선 인터넷사업자는 합법적인 콘텐츠, 애플리케이션, 서비스 및 네트워크에 해가 되지 않는 단말기를 차단해서는 안되며, 무선인터넷사업자는 자신들이 제공하는 음성 및 영상전화서비스와 경쟁하는 합법적인 애플리케이션 또는 웹서비스를 차단해서는 안 됨(차단금지) - 유선 인터넷사업자는 합법적인 네트워크 트래픽에 대해 불합리한 차별을 해서는 안 됨(불합리한 차별 금지) ○ '11.9.23. 관보에 게재되어 60일 후(11.20) 발효 예정이나, 하원이 동 규칙안 폐지 결의안을 채택('11.4월)하는 등 진통을 겪고 있음 ※ Verizon은 망 중립성 규칙에 반대하는 소송을 제기('11.9월)
유럽	○ EC는 망중립성 정책 방향에 대한 공개 의견 수렴을 실시하고 그 결과를 발표하였으며('10.11월), 의견수렴 과정에서 제시된 이슈들을 모니터링 하면서 추가적인 규제 도입 여부를 결정할 계획
ITU	○ ETRI와 KT가 공동 제안한 '네트워크 제어기술 잠정표준안' 승인 - 망 관리가 필요한 대상 트래픽을 스마트 TV와 사용자의 P2P 트래픽으로 명확하게 규정

◇ 일상생활의 필수 매체로 자리 잡은 인터넷의 생산적 활용방안을 마련하고 글로벌 기준에 부합하는 인터넷 이용환경 및 원칙 정립

- ⑰ 인터넷의 사회전반에 대한 영향 대응
- ⑱ 인터넷 이용환경 개선
- ㉑ 인터넷 이용원칙 정립

□ 개요

- 인터넷이 국가사회 전반에 미치는 영향이 확대됨에 따라 인터넷의 생산적 활용방안 마련 및 기존 방송규제체계 재정비 필요

□ 주요 추진내용

< 인터넷과 인문사회학의 융합 >

- 인터넷의 일상화에 따라 인터넷이 정치·사회·문화 전반에 미치는 영향에 대한 심도 있는 연구 필요
 - 관련 연구 수행을 위해 IT인문사회융합센터를 설립
- 사회·경제 전반의 혁신수단으로 부상한 ‘소셜플랫폼’ 활용 촉진
 - ‘소셜플랫폼’의 활용 정도 및 효과성에 대한 종합 평가지표 개발, 소셜 포럼 지원 등 체계적인 정책지원 기반 구축
 - 고객 커뮤니케이션, 사회기반서비스, IT서비스 등 다양한 분야에 ‘소셜플랫폼’을 접목한 활용모델 발굴·확산
 - * 소셜플랫폼 : 사람들의 사회적 관계·경험·평판 등을 효과적으로 결합하는 ICT 융합인프라
- 인터넷 및 소셜미디어를 통한 콘텐츠의 글로벌 유통이 문화주권에 미치는 영향을 고려, K-Pop 등 국산 콘텐츠의 해외 유통채널 확충

< 방송통신 분야에 대한 영향 대응 >

- 방송·통신·인터넷 융합과 글로벌 콘텐츠시장 형성에 대응하여 방송 제도 전반*의 종합적 정비방안 마련
 - * 방송구역, 소유·겸영규제, 편성규제, 광고규제, 동일서비스에 동일규제를 적용하는 수평적 규제체계 등
- 개방성과 양방향성을 특징으로 하는 인터넷 기반 동영상 서비스의 확산에 대비, 개방과 융합추세에 맞는 온라인 동영상 정책마련

- ICT 생태계의 건전한 발전, 통신사업자의 투자유인 보장 등을 고려한 합리적 망 중립성 정책방안 마련
- 수출전략형 방송프로그램 기획·제작을 지원하고, 스마트 미디어 환경에 적합한 선도적 콘텐츠가 창출될 수 있도록 지원
- 디지털 광고산업을 육성하기 위해 방송, 통신, 광고업계 전반이 협력하는 스마트광고 생태계를 조성하고 인터넷·모바일광고의 표준화 추진

< 타 산업에 대한 영향 대응 >

- 타 산업에 인터넷 및 IT기술을 접목하여 새로운 시장을 창출하고 경쟁력을 제고할 수 있도록 관계부처와 적극 협력
 - 안전성·편리성 향상 등을 통한 자동차 산업의 고부가가치화, IT와 조선의 융합을 통한 'High-end' 선박 건조, 스마트 폰을 활용한 원격 질병관리 및 맞춤형 의료서비스, 스마트러닝 등 추진

□ 향후일정

- 온라인 동영상 법제도연구반 구성·운영 : '11년 하반기~
- SNS 활용모델 발굴 : '12년
- (가칭) '인문사회 IT융합연구센터' 설립 : '12. 1분기
- 방송통신 융합서비스 선도사업 추진 : '12.4월~
- 융합환경에 맞는 C-P-N-T 통합규제체계 정비방안 마련 : '12. 4분기

□ 소요재원

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ C-P-N-T 통합규제체계 정비(기금)	-	3	3	6
○ 인문사회 IT 융합기반 조성	8	8	8	24

▷ C-P-N-T 통합규제체계 정비 예산은 방통융합 미래전략 체계 연구에 포함

□ 개요

- 인터넷 이용의 세계화에 대응하여 국내만의 독특한 인터넷 환경으로 인한 부작용을 방지하고 글로벌시대에 적합한 인터넷 환경 조성

□ 주요 추진내용

- (ActiveX 환경개선) 인터넷의 보안성 취약요인 및 무선인터넷 활성화의 걸림돌로 지적되는 ActiveX 문제의 개선을 위해,
 - 사업자의 웹서비스 제공 환경을 ActiveX 대체기술 → 차세대 웹 표준 (HTML5) 환경으로 순차 전환하고 이용자의 웹브라우저 업그레이드 유도
- (본인확인제도 개선) 급변하는 인터넷 환경변화를 고려하여 개선 방안을 마련하고, 재외국민을 위한 간편하고 안전한 본인확인 체계 확대
 - 소셜 댓글 등 새로운 신규서비스 출현에 따른 댓글문화 제도개선 모색
 - * 소셜 댓글 : 익명으로 가입할 수 있는 SNS를 통해 댓글을 작성하는 서비스
- (글로벌 거버넌스 강화) 글로벌 인터넷의 환경변화를 주도하는 구글, 애플, 페이스북, MS, 이베이 등 글로벌기업 및 W3C, IETF, ICANN 등 인터넷 관련 국제기구와의 협력체계를 강화하고 국내 영향력 확대
 - * W3C : World Wide Web Consortium * IETF : Internet Engineering Task Force
 - * ICANN : Internet Corporation for Assigned Names and Numbers

□ 향후일정

- ActiveX 대체기술 보급 및 차세대 웹표준(HTML5) 대비 : '11년~
- 재외국민을 위한 본인확인 서비스 제공 : '11.하반기 ~

□ 소요재원

(단위 : 억원)				
구분(일반)	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ ActiveX 대체기술 보급, HTML5 대비	-	-	10	10

□ 개요

- 스마트 기기 확산에 따른 트래픽 폭증 등 인터넷 이용환경 변화에 따라,
 - 통신사업자, 콘텐츠사업자, 제조사 등 ICT 생태계 전반의 동반 성장과 이용자의 편익 제고를 위한 ICT 생태계의 새로운 질서 정립 필요

□ 주요 추진내용

- 망 중립성 정책에 관한 이해관계자, 전문가 등 의견수렴
 - 학계·업계·연구계 등으로 망 중립성 포럼을 구성·운영('11. 5월~) 하고, 관련 세미나 개최(월1회)
 - 관련 전문가 및 일반인을 대상으로 정책자문(Consultation) 형식의 의견수렴 실시('11.7월~8월)

※ 의견수렴 대상 : 학회(정보통신정책학회 등 4개), 사업자 단체(통신사업자, 콘텐츠사업자), IT전문기자, 통신정책 뉴스레터 이용자(약 4만명) 및 일반인(홈페이지, SNS 활용)

- 해외 주요국의 정책동향, 국내 시장환경 등을 종합적으로 고려하여 합리적인 망 중립성 정책방향을 마련
 - 이를 통해 인터넷 산업의 지속적 성장을 유도하고 통신사업자의 투자 유인을 제고함으로써 글로벌 ICT 경쟁력 확보 추진

□ 향후일정

- 망 중립성 포럼 운영 : '11년(계속)
- 망 중립성 정책방향(안) 마련 : '11.12월

핵심과제 2

**스마트 생태계 조성
및 신산업 창출**

- 다양한 스마트폰, 풍부한 애플리케이션, 클라우드 컴퓨팅 등을 활용하여 언제, 어디서나 편리하게 서비스를 이용하는 스마트 시대 도래
 - 2010년부터 우리나라 스마트폰 가입자가 급증하였고, '11.10월 2천만 명을 넘어 스마트폰 대중화 시대 도래
 - 모바일 앱(App)이나 디지털 콘텐츠를 개발자와 이용자가 인터넷 상에서 직거래하는 오픈 마켓이 활성화
- 풍부한 음원, 다양한 앱(App)과 같은 킬러 콘텐츠나 킬러 서비스를 기반으로 경쟁력 있는 생태계를 구축하려는 업계 간 경쟁이 치열
- 사물까지 확장되는 네트워크, 융합·지능화되는 플랫폼, 고품질 콘텐츠, 스마트 기기가 어울려 새롭고 다양한 스마트 서비스 등장 촉진
- ➡ 스마트 시대를 기회로 새로운 일자리 창출과 미래 경제성장을 견인할 스마트 생태계 조성 및 신산업 창출 필요

스마트 생태계 조성 및 신산업 창출을 위한 세부과제 추진

- ⑥ 7대 스마트 서비스 활성화
- ⑦ 혁신적 생태계 및 벤처 인프라 조성
- ⑧ 방송통신서비스 경쟁 촉진
- ⑨ 공정한 경쟁원칙 확립
- ⑩ 방송통신 해외시장 진출 확대

사물지능통신, 근접통신 등 시장성장 가능성 및 산업연관 효과가 크고 국민들의 일상생활에 큰 변화를 가져올 7대 서비스를 선정하여 집중 육성

- **(클라우드)** 하드웨어 및 소프트웨어 등 각종 IT 자원을 인터넷에 접속해서 빌려 사용하고, 사용한 만큼 비용을 지불하는 서비스
 - 국내 클라우드 시장은 아직 미성숙 단계지만 최근 대형 IT서비스 기업들 및 통신사 등을 중심으로 클라우드 컴퓨팅 사업을 본격화
 - ※ (세계시장) '11년 31조원→'14년 60조원, (국내시장) '11년 1,604억원→'14년 4,985억원
 - 클라우드 서비스는 IT 비용의 감소, 아웃소싱을 통한 핵심역량 집중 및 생산성 향상 등 IT 산업 활성화 및 에너지 절감에 기여
 - 클라우드 서비스를 IT 인프라로 적극 활용하여 경쟁력을 제고
- **(사물지능통신)** 방송·통신·인터넷에 연결된 사물을 통해 정보를 지능적으로 수집, 가공, 처리하여 상호 전달하는 서비스
 - 해외의 경우 초기 기업시장에서 소비자를 대상으로 하는 u-헬스, e-Book, 스마트홈 등 소비자 시장으로 사업 범위가 확대 중
 - 국내의 경우 통신사 위주로 시설물관리·제어, 긴급출동, 원격 보안 관제, 원격검침 등 M2M 시장 가입자와 규모가 크게 증가하는 추세
 - ※ (세계시장) '10년 20조원→'14년 45조원, (국내시장) '10년 23조원(부가서비스 포함)→'14년 7.6조원

< 사물지능통신(M2M) 활용 사례 >

-
- (해외) Securitas는 주거침입, 화재감시 시스템에 M2M 기술을 접목, Alarm 시스템이 카메라와 연동되어 영상을 실시간으로 관제센터와 고객의 PC/휴대폰으로 전송
- (국내) 삼성SDS와 SKT는 M2M 기술을 활용한 전자 발찌 시스템을 개발하여 법무부 중앙관제센터에 성범죄자의 위치와 이동경로를 실시간으로 파악
-

□ **[근접통신]** 스마트폰 등 두 대의 단말기 간 약 10cm이내의 거리에서 데이터를 양방향으로 송수신할 수 있는 근접 무선통신 기술

○ 모바일 결제는 2000년 초부터 추진되었으나 당시 사업자간 이해관계 대립, 표준화 미흡 등으로 활성화되지 못함

○ 최근 스마트폰 확산, 양방향 전자결제 기술 출현, 글로벌 기업의 결제시장 진출 등과 맞물려 모바일 결제서비스 활성화 기반 마련

※ '15년에는 전체 휴대폰의 약 85% 이상에 근접통신(NFC) 기능이 구현될 것으로 전망(H.I. Business Partners, '11.2월)

○ 특히, 근접통신 기반 결제가 모바일 비즈니스의 핵심으로 인식되고 있으며, 개인정보 인증, 광고 등 다양한 응용서비스 창출 가능

□ **[스마트TV]** 스마트폰과 태블릿PC에 이어 거실 내 TV에도 스마트화 바람이 불면서 이를 지원하는 각종 제품이 경쟁적으로 출시

○ TV 일체형과 셋톱박스형의 다양한 스마트TV 관련 기기가 출시되면서 미래 스마트TV의 주도권을 둘러싼 치열한 경쟁이 진행 중

('10년말 기준)

실시간 방송연계형	셋톱박스형		TV 일체형
	온라인 비디오 서비스 전용 복합기기형	단독기기형	
 (11년 역사의 개인용 방송 녹화겸용 셋톱박스)  ('07.12월) (영국 지상파 플랫폼 누적판매 6천만대)	 XBOX 360 (누적판매 4.5천만대)  PlayStation 3 (누적판매 4.2천만대) Blu-ray Player SONY ('10.10월 출시)	 ('10.9월 출시, 누적판매 백만대)  ('10.9월 출시, 누적판매 백만대)  ('10.10월 출시)	 ('10.10월 출시)  (5백만대 판매 추정)
 ('10.11월 출시)			

○ 우리나라는 하드웨어 경쟁력을 통해 그간 세계 TV시장을 석권

※ 세계 TV시장 점유율은 삼성전자(22.3%), LG전자(13.5%)로 우리나라가 세계 1위('10)

- 스마트TV는 다양한 산업을 아우르는 플랫폼으로 부상하면서 향후 TV뿐만 아니라 산업 전반의 커다란 변화를 초래할 가능성 높음
- TV 교체주기 등으로 인해 스마트폰 같은 시장의 급격한 변화는 없으나 스마트TV로의 이동은 이미 진행 중인 바, 선제적 대응 필요

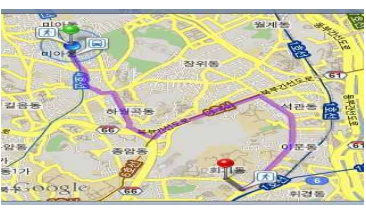
□ **(TV 전자상거래)** 양방향 서비스가 가능한 디지털화된 TV를 통해 이루어지는 상거래 서비스로, 사용자들은 TV에서 인터넷 쇼핑몰과 마찬가지로 상품이나 서비스에 대한 정보 검색 및 구매 가능

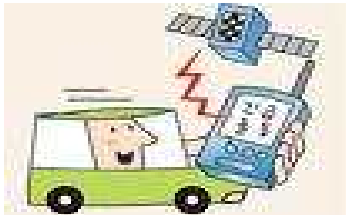
- 방송광고 시장의 성장이 정체되고 있는 상황에서 TV 전자상거래는 사업자 측면에서 신규 수익창출 및 신성장 동력으로 인식
- 또한, TV 전자상거래는 소비자들이 선택 가능한 다양한 구매방식 중의 하나로, 구매의 편리성으로 인한 소비자 효용 증대 가능
- 향후 지상파방송의 디지털 전환, IPTV/디지털케이블 가입자 확산 등으로 TV 전자상거래 시장은 더욱 확대될 것으로 예상

※ 국내 TV 전자상거래 잠재 시장규모는 '13년까지 약 193~272만 가구로 추정(KISDI, '08), '15년 TV 전자상거래로 인한 매출규모는 7조8천억원으로 전망(KT경제경영연구소, '08)

□ **(위치기반)** 위치기반 서비스(LBS : Location Based Service)란 위치정보의 수집 · 이용 · 제공과 관련한 모든 유형의 서비스를 지칭

- LBS는 주변정보 제공, 길 찾기, 친구 찾기, 자녀 위치조회, 위치 운세, 위치기반 광고 등 서비스 형태가 무궁무진함
- 또한, 위치정보는 재난, 범죄 등 긴급상황에서 국민의 생명 · 신체를 보호하기 위한 사회안전망 구축차원에서 활용도가 매우 높음

Information	Navigation	Tracking
 주변정보 제공	 길찾기, 교통정보, 버스안내	 친구찾기, 렌트카 위치조회

Safe&Security	Entertainment	Commerce
		
출동, 자녀·장애인 위치조치	미팅, 채팅, 위치운세	위치기반 광고

※ LBS 세계시장 규모 : '09년 12.6억불 → '13년 78.4억불로 연평균 58% 성장

- LBS는 향후 고도성장이 예상되는 미래형 산업으로 제조업, 인프라 구축 산업, SW산업, 콘텐츠산업 등과 연관되어 고부가가치 창출 가능

□ [3D 산업] 3D 기술을 활용하여 TV, SW, 콘텐츠 등 3D 제품과 영화, 의료 등 3D 응용서비스를 창출하는 고부가가치 산업

- 3D 산업의 핵심 요소는 3D 영상 생성 기술과 재생 기술
 - (생성) 3D 영상 실사방식과 2D→3D 변환방식이 존재하나, 입체감의 효과가 높은 실사방식이 궁극적으로 시장을 지배할 전망
 - (재생) 화면 인식은 2010년 중반까지는 안경방식, 2015년에는 무안경 방식, 그 이후에는 홀로그램* 방식이 보편화될 전망

※ 홀로그램은 빛의 산란을 이용하여 입체영상을 재현하는 기술로 실제사물과 구별하기 어려울 정도로 입체감이 뛰어난 방식

- 세계적으로 3D 산업이 태동단계에 있어 3D 서비스·기술 경쟁력 제고를 통해 국내시장 활성화 및 세계 주도권 확보 필요

◇ 일반 국민들의 일하고 즐기는 방식에 커다란 혁신을 가져올 7대 스마트 서비스 활성화 적극 추진

- ②② 클라우드 서비스 활성화 ②③ 사물지능통신 서비스 기반 구축
- ②④ 근접통신 기반 산업 창출 ②⑤ 스마트TV 서비스 경쟁력 강화
- ②⑥ TV 전자상거래 활성화 ②⑦ 위치정보 기반 산업 활성화
- ②⑧ 3D 방송서비스 활성화

□ 개요

- 글로벌 클라우드 경쟁 본격화에 대응하여 국내 산업 경쟁력을 강화하고 글로벌 경쟁력을 갖춘 클라우드 데이터센터 육성 추진

□ 주요 추진내용

- (수요확산) 클라우드 서비스 활성화를 위해 우수서비스 인증제 등 이용자 신뢰제고 기반을 강화하고,
 - 교육, 의료 등 현행 법령들에서 클라우드 서비스 환경에 부합하지 못하는 전산장비 보유 의무 등 **규제완화** 및 법제도 정비 추진
- (글로벌 Hub화) 現 인터넷 데이터센터(IDC)에 클라우드를 접목하여 글로벌 경쟁력을 갖춘 “대한민국 대표 클라우드”로 육성
 - 해외기업 유치, 세제지원 등 클라우드 데이터센터 지원방안 강구
 - ※ KT는 소프트뱅크사와 제휴, 클라우드 센터에 일본 기업고객 유치 추진('11.6월 ~)
 - 시범사업 등을 통해 모바일, 미디어(한류콘텐츠) 등 우리나라가 강점을 가진 분야에서 글로벌 경쟁력이 있는 클라우드 서비스 모델 발굴
- (산업기반 강화) 중소벤처를 위한 클라우드 테스트베드 확대, 전문 인력 양성, KIF펀드 투자 지원 등 클라우드 산업 경쟁력강화 기반 조성

□ 향후일정

- 클라우드 우수 서비스 인증제 마련 : '11년 말
- 글로벌 Hub화, 산업기반 강화, 규제완화 및 법제도 정비 : 12년~

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 클라우드 활성화 기반조성(일반)	10	-	-	10

□ 개요

- 2020년 전 세계 사물지능통신 단말이 1,000억개 이상으로 전망되는 등 성장잠재력이 무한한 사물지능통신을 차세대 ICT먹거리 산업으로 육성

※ 국내 M2M 시장 : '10년 2.3조원 → '14년 7.6조원(기저국·서버 등 장비, 부가응용서비스 포함)

□ 주요 추진내용

- (산업기반 조성) 중소벤처를 위한 신기술 시험용 테스트베드 및 애로 기술 해소 지원, 통계수집, 정책개발 등을 위한 '사물지능통신 종합 지원센터' 운영을 활성화하고,
 - 사물지능통신 수요창출 및 시장 확대를 위해 새로운 응용서비스 모델 발굴 및 활성화를 위한 산학연 협력 강화
- (핵심 기술력 확보) 사물지능통신 단말에 필수적인 초저전력 기술 등 필수 요소기술 R&D 지원 및 개발된 기술의 국내외 표준화 추진
- (법제도 정비) 사물지능통신 서비스 인증체계 연구, 사물지능통신 단말에 대한 전파사용료(8,000원/1년) 인하 등 활성화 지원방안 강구

□ 향후일정

- 사물지능통신 종합지원센터 활성화, R&D 및 표준화 지원 : '11년 ~
- 응용서비스 모델 발굴, 사물지능통신 인증체계 도입방안 마련 : '12년

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분(기금)	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 사물지능통신 R&D, 표준화 지원	33	40	26	99
○ 서비스 모델 발굴, 테스트베드 등	19	7	55	81

▷ 사물지능통신 관련 예산은 13번 과제 차세대 원천기술 개발사업 예산에 포함

□ 개요

- 스마트 모바일 보급 확산과 더불어 근접통신(NFC)기반의 모바일 생활 편의 서비스가 모바일 비즈니스의 핵심으로 부상함에 따라 애플, 구글 등 글로벌기업은 전 세계 NFC 시장선점을 경쟁적으로 추진
 - ※ NFC 결제 이용건수는 '10년 3억 1,600만 건에서 '15년 35억 7,200만 건으로 증가 전망
 - ※ 구글 '넥서스S'('10.12월), 애플 등 글로벌 기업들은 스마트폰에 NFC 기본 탑재 추진
- 그러나, 국내에는 NFC 기반의 모바일 Smart Life 서비스 인프라와 환경이 조성되어 있지 않아 NFC 서비스 활성화 여건 미흡
- 따라서, 우리나라도 스마트·모바일 비즈니스의 핵심으로 부상하고 있는 근접통신(NFC) 서비스를 활성화하여 신산업 창출 촉진

□ 주요 추진내용

- (전국 인프라망 구축) 민·관 합동으로 NFC 기반 인프라를 우선 구축하여 NFC 연관 산업 기반을 조기에 확보
 - ※ 이통 3사, 10개 카드사, VAN사 등 19개 기관 민·관 합동 MOU 체결 ('11.6.13)
- 대형마트, 편의점 등을 대상으로 NFC 결제기를 신규로 구축하고 기존 결제기를 NFC로 전환 추진('12년말까지 약 40여만대)
- 또한, 서울·경기 버스·지하철(2만대), 전국 택시(13만대) 등 약 15만대 규모의 교통 결제기도 NFC로 전환
- 모바일 카드 발급 확대 및 NFC 기능 탑재 단말 보급을 추진하고, NFC 가맹점 및 이용자 저변 확대를 위한 프로모션 등 병행 추진

- (시범사업 추진) 외국인 왕래가 잦은 명동지역의 200여 가맹점을 대상으로 NFC 통합 결제, 영화 티켓팅, 음식주문 등 시연 추진
 - 각종 쿠폰, 멤버십 등을 NFC로 통합하여 서비스 제공 추진
 - 향후 인천 국제공항, 부산 국제영화제, 평창 동계올림픽 등 대규모 홍보효과가 있는 관련 지역(기관)을 선정하여 시범서비스 확대 추진
- (신산업 활성화 지원) 국내 NFC 시장을 기반으로 NFC 칩 제조 및 솔루션·S/W분야 등의 글로벌 시장 진출을 적극 지원
 - NFC 기반 인프라 및 응용서비스 등에 필요한 신기술 시험 등을 위해 조속한 표준 개발, NFC 테스트 베드 구축 등 추진
 - 자동차(원격제어), 호텔(Key), 공항(출입관리), 유적지(정보안내) 등 다양한 분야에서 NFC를 접목한 신산업 창출지원을 위한 정책개발·추진



□ 향후일정

- NFC 시범사업 및 인프라 구축 추진 : '11.하반기
- NFC 테스트베드 구축 등 NFC 산업 활성화 지원 : '12년~

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ NFC 호환성확보 및 시범운영(기금)	-	5.7	-	5.7

□ 개요

- 스마트TV 시장은 기기·콘텐츠·네트워크 등 산업간 칸막이 내에서의 경쟁이 아닌 플랫폼을 중심으로 한 생태계 간 경쟁이 특징
- 아직 초기 시작단계에 있는 스마트TV 산업의 경쟁력 확보를 위해서는 하드웨어뿐만 아니라, 콘텐츠·네트워크 등 관련 생태계 활성화가 중요

□ 주요 추진내용

- (서비스·기술개발) 방송사, 통신사, 기기제조사 등 업계간 협업을 통한 클라우드 기반 방송서비스 플랫폼 및 TV용 앱 개발 등 차세대 서비스 및 원천기술 R&D 지원
 - ※ Beyond 스마트TV 기술개발 지원과제(ETRI 주관, '11년~'14년, 총 400억원)
- (유료방송 스마트화) 차세대 유료방송(디지털CATV, IPTV 등) 서비스를 위해 셋톱박스 기반의 개방형 생태계 조성 및 스마트TV와의 협력방안 마련
 - 케이블TV·IPTV·위성 등 개방형 플랫폼 구조의 스마트 셋톱박스 관련 핵심기술·표준 개발 지원
- (법·제도 기반 정비) 기존 방송방식이 아닌 인터넷으로 송수신되는 (TV방송과 유사한) 동영상 서비스에 대한 제도화 방안 검토
 - 사업자 지위 및 규제대상 서비스 범위, 사업분류, 내용·광고 규제 등

□ 향후일정

- 법제도 개선 연구반 구성·운영 : '11.하반기
- 유료방송 스마트화 조성방안 마련 : '13.하반기
- 차세대 서비스·기술 개발 : '14.하반기

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 방송통신 융합서비스 활성화 지원(기금)	25	14.15	23.8	62.95

□ 개요

- IPTV, 디지털케이블TV, 스마트TV 등 양방향TV 플랫폼의 장점을 활용한 신규 비즈니스 창출을 위해 양방향TV 기반의 전자상거래 서비스 활성화

□ 주요 추진내용

- (표준 TV 전자상거래 플랫폼 개발) 양방향 디지털TV 플랫폼에서 효율적으로 전자상거래 서비스를 구현할 수 있는 기술표준 개발 추진
- (TV 전자상거래 시범사업 추진) 드라마, 오락 등 실시간 방송과 연동하여 광고, 물품구매, 결제 등이 가능한 TV 전자상거래 시범 서비스 개발·추진
- (공정한 수익배분 체계 마련) 플랫폼사업자 - 콘텐츠제공자 - 유통망 사업자들간 전자상거래를 통한 수익의 공정한 배분 체계 마련
- (법제도 개선) IPTV법 및 「보조적데이터방송에 관한 지침」상의 양방향 TV기반 전자상거래 활성화를 제한하는 법 규정 개선

□ 향후일정

- TV전자상거래 관련 제도개선을 위한 연구반 운영 : '11년 하반기
- 표준 개발 및 TV 전자상거래 시범사업 추진 : '12년 하반기
- 플랫폼사업자 - 콘텐츠제공자 - 유통망사업자들간 수익배분 가이드라인 마련 : '12년 하반기

□ 개요

- 스마트·모바일 인터넷서비스를 위한 기반 산업인 LBS 육성기반을 조성하고 위치정보 규제개선 등 LBS산업의 건실한 성장 지원

□ 주요 추진내용

- (LBS산업 육성기반 조성) LBS 아이디어 발굴 및 사업화를 목적으로 대학생, 개인 개발자, 중소벤처 대상 LBS 공모전 실시
 - 위치정보 법률 상담 및 허가·신고 지원, 산업통계 구축, 해외진출 지원 등 LBS 비즈니스 지원센터 운영
- (LBS 규제개선) 개인을 식별할 수 없는 위치정보만을 취급하여 프라이버시 침해 위험이 낮은 서비스에 대해 진입규제 완화
 - ※ 위치정보법 개정안 주요 내용('11.5월 국회제출) : 개인위치정보 미취급 사업자의 허가·신고 의무 면제, 보호조치 의무 개선, 벌칙 완화 등
 - 개인위치정보를 불법 수집하는 스마트폰 앱에 대한 모니터링 강화
- (핵심 기술력 확보) 국내 LBS의 품질을 향상시키기 위해 위치정보의 정확도를 높이는 측위기술 개발 및 시스템 구축 추진

□ 향후일정

- LBS 지원센터 구축·운영 : '11.하반기 ~
- 위치정보 제도개선 연구반 운영 및 규제개선 추진 : '11.상반기 ~

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 안전한 위치정보 이용환경 조성(일반)	4	2	5	11

□ 개요

- 고화질 3D 방송을 통해 국민에게 새로운 즐거움을 제공하고 우리 기업이 세계 3D 시장을 선도할 수 있는 기반 마련

□ 주요 추진내용

- (지상파 고화질 3D 시범방송) 다수의 시청자가 보는 지상파 기존 방송채널을 통해 단계별로 정파시간 및 낮시간에 시범적으로 방송하여 기술·장비의 호환성 및 시장 수용도 검증
 - 2DTV와 3DTV 간 호환성 확보, 화질평가 등을 통한 2D 시청품질 개선 지원
 - ※ 시범방송을 통해 ATSC 국제표준 승인('13년) 및 해외시장 진출 도모
- (고화질 3D 방송 상용화) 방송매체에 관계없이 누구나 고화질 3D 방송을 시청하고 3D 콘텐츠 제작·유통이 활성화되도록 지상파·위성·케이블·IPTV에서 고화질 3D 방송서비스 상용화
 - 기존 3DTV(side by side)에서도 컨버터 등을 통한 고화질(dual stream) 3D방송 수신 구현
- (차세대 3D 방송 기술개발) 고화질 3D 방송 기반 무안경 3D 및 초고화질(Ultra-HD) TV 연계 핵심기술을 확보·실험
 - ※ 핵심기술: 시점 확장을 위한 3D영상 재현기술, 고효율영상압축기술(HEVC) 등

□ 향후일정

- 고화질 3D 시범방송 개시 : '12. 2분기
- 고화질 3D 방송 상용화 : '13. 하반기
- 무안경 3DTV, 4k UHDTV 실험 : '13. 4분기

□ 소요재원

(단위 : 억원)

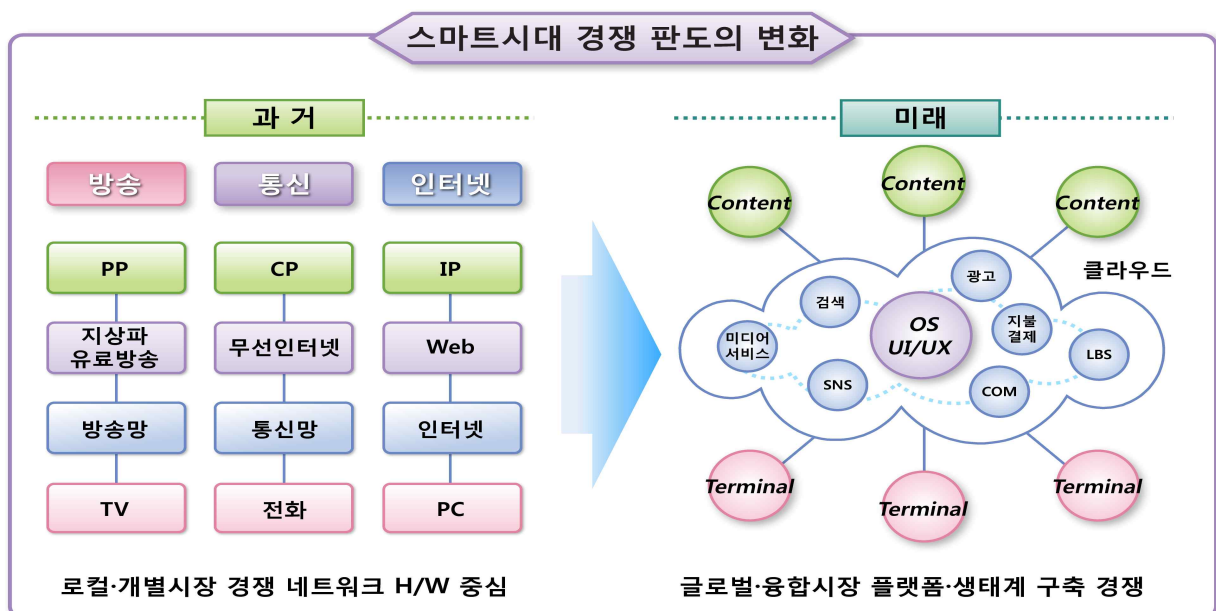
구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 고화질 3DTV 실험방송(기금)	20	-	-	20
○ 양안식 3DTV 방송시스템 기술개발(기금)	32	32	-	64
○ 무안경3D·UHD기술개발(기금)	50	50	50	150

▷ 양안식 3DTV 방송시스템 및 안경 3D·UHD 기술개발 예산은 13번 과제 차세대 원천기술 개발사업 예산에 포함

□ 플랫폼 중심의 혁신적 스마트생태계 구축 경쟁 심화

- 콘텐츠 - 서비스 - 기기 등을 모두 아우르는 글로벌 시장 통합이 진전되면서 역사상 유례없는 대규모 혁신경쟁 전개 중
 - 애플·구글·MS·아마존·페이스북 등 글로벌 IT기업이 시장을 주도하고 변화에 적응하지 못한 기존기업들의 일부는 경쟁에서 탈락
- 개별산업 가치사슬에서 IT - 통신 - 미디어 산업 전반을 아우르는 스마트 생태계로 심화·확장
 - 개별시장 경쟁에서 플랫폼 중심의 생태계 구축 경쟁으로 전환되고 콘텐츠와 소프트웨어가 핵심 경쟁요소로 부상

※ 애플·구글·MS·아마존·페이스북 등 글로벌 IT기업이 강력한 SW 통합역량과 적극적인 M&A로 OS, UI/UX, 검색, 광고, 지불결제, 미디어 액세스, LBS, SNS, 클라우드 등 플랫폼의 핵심 경쟁요소(Points of Control)를 장악



⇒ 서비스 선도전략에서 탈피하여 생태계 혁신전략으로 전환 필요

□ 개방·협력 생태계 구축으로 중소벤처기업 성장 기회 확대

- (패러다임 변화) 스마트폰(인터넷+휴대폰), 스마트TV(인터넷+방송), 클라우드(인터넷+PC) 등 인터넷 중심으로 패러다임 변화
- 방송통신산업은 플랫폼 기반, S/W·콘텐츠 중심의 개방과 협력의 생태계로 대·중소기업의 병진발전 중요성 증대



- (중소벤처기업 역할) 협업구조의 한 축을 담당하는 중소벤처기업의 동반성장은 생태계 전반의 경쟁력 강화에 필수 요소
- 스마트기기 확산에 따라 모바일 앱, 소셜커머스, 콘텐츠 등 중소벤처기업에 적합한 신규 비즈니스 활성화
- (중소벤처기업 위상) 방송통신산업은 GDP의 8.6%, 수출의 29.5%를 차지하고 있으며, 중소벤처기업은 고용의 52%, 매출의 25% 수준

스마트 혁명으로 개방·협력적 생태계로 변화함에 따라 대기업뿐만 아니라 생태계의 큰 축을 담당하는 중소벤처기업의 동반발전(Co-Evolution)이 건강한 생태계 조성에 필수

□ 벤처창업 증가 및 신규 투자확대 등 제2의 벤처붐 도래

- (창업 증가) '00년대 초 닷컴 버블 붕괴 이후 창업이 위축되었으나, 패러다임 변화에 따른 스마트 기기 및 클라우드 확산 등으로 신시장이 창출되어 제2의 벤처붐 도래

※ 모바일앱, SNS, 게임, 콘텐츠, 클라우드 등 새롭게 부상하는 서비스 영역에서 방송통신 중소벤처기업을 육성하여 '13년까지 2만개의 일자리 창출

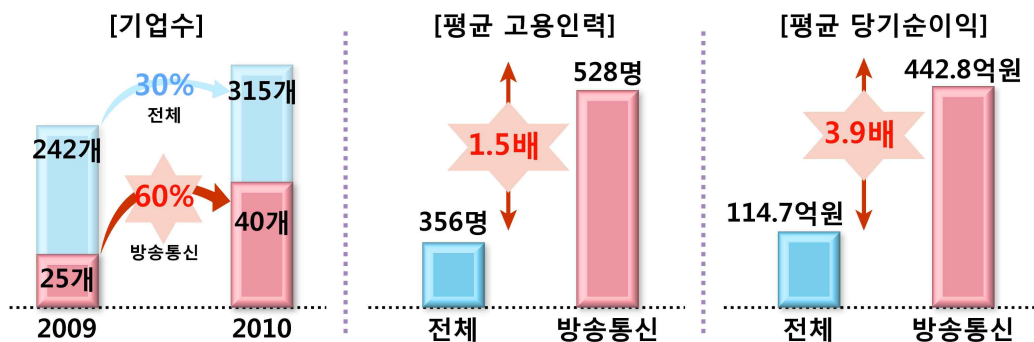
- (투자 확대) 국내 벤처캐피탈은 S/W·인터넷 및 영상콘텐츠 기업에 대한 신규 투자를 확대하고 있는 추세

※ '10년 S/W·인터넷 부문 벤처캐피탈 신규투자액은 전년 대비 42.3% 증가(KISDI, '11)



- 2010년 매출액 천억 이상 방송통신 벤처기업 수는 한 해 동안 60% 증가하여 전체 대비 2배 높은 증가율을 기록하였고,
- 고용인력·당기순이익 또한 전체 평균 대비 높은 수준(2010년 '매출액 천억 이상 벤처기업' 조사결과)

전체벤처기업 대비 방송통신벤처기업 비교(매출액 천억이상)



- ◇ 국민경제의 버팀목인 방송통신산업 발전과 일자리 창출을 위해 혁신적 생태계를 구축하고 창의적인 중소벤처기업을 적극 육성
- ②9 혁신적 스마트 생태계 조성 ③0 벤처기업 성장 촉진
 - ③1 벤처기업 기술력 제고 ③2 대·중소기업 공생발전 지원
 - ③3 홈쇼핑을 통한 중소기업 지원 강화

□ 개요

- 우리의 경쟁우위를 토대로 글로벌 스마트 생태계 내에서 선도적 역할 및 부가가치를 창출할 수 있는 계기 확보 필요

□ 주요 추진내용

- (협력적 생태계 조성) 콘텐츠-플랫폼-네트워크-기기 업계 간 상생 협력 강화를 위해 「스마트 미디어 발전포럼」을 통한 업계 간 이해 조정 및 협력 유도
- (IT융합 인프라 구축) 네트워크와 IT제조 분야 경쟁우위를 적극 활용하여, 우리나라를 세계 최고의 클라우드 집적지로 육성하기 위한 범정부적 지원 추진
 - 기업용 애플리케이션 및 클라우드 시장을 전략적 지원
 - 이를 바탕으로 한국 IT를 자동차·에너지·의료·건설 등 M2M 기반의 융합 신산업을 선도하는 글로벌 테스트베드로 위상 확립
- (소프트웨어 경쟁력 강화) 스마트 생태계 내에서 새로운 시장기회를 포착하여 가치를 창출하기 위해 소프트웨어 부문의 역량 강화가 시급
 - 핵심 경쟁요소로 부상하고 있는 UI(User Interface)/UX(User Experience) 등 소프트웨어 플랫폼 강화 전략 수립
 - 창업부터 퇴출까지 벤처 환경을 재정비하고 「아이디어(개인·학계)→프로토타입(벤처)→플랫폼화(대기업)」로 이어지는 발전 모멘텀 창출
- (콘텐츠 산업 육성) 대형 콘텐츠 투자가 가능하도록 미디어·광고 분야 규제를 지속 완화
 - 한류의 세계화를 위한 온라인 글로벌 플랫폼 육성
 - 콘텐츠, 소프트웨어 산업 발전을 위한 공정한 거래환경 조성

- (융합시대 법·제도 선진화) 스마트 생태계 경쟁시대의 콘텐츠(C) - 플랫폼(P) - 네트워크(N) - 기기(Terminal/Device) 통합 규제체계 정비
 - M&A, 콘텐츠 동등접근, 저작권, 결합상품, 개인정보보호 등
 - 인터넷 비즈니스 환경을 글로벌 스탠다드에 맞도록 현실에 부합하지 않은 개별법 규제 개선
- (플랫폼 경쟁상황 평가) 서비스 분야에 집중한 기존 통신시장 경쟁상황 평가가 ICT 생태계 전반을 포괄할 수 있도록,
 - 최근 ICT 생태계에서 영향력을 확대해 나가고 있는 플랫폼(OS, 앱 스토어 등) 분야 경쟁상황 평가 방법을 연구

□ 향후일정

- 스마트 미디어 발전 포럼 운영 : 분기별 1회
- SW 플랫폼 경쟁력 강화를 위한 UI/UX 산업발전전략 수립 : '12.1분기
- 융합환경에 맞는 C-P-N-T 통합규제체계 정비방안 마련 : '12.4분기

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 스마트미디어발전포럼 운영(기금)	0.4	0.4	0.4	1.2
○ UI/UX R&D 추진(기금)	-	50	100	150

▷ 스마트미디어발전포럼 운영 예산은 방송통신융합서비스 활성화 지원에 포함, UI/UX R&D 예산은 차세대 원천기술 개발에 포함

□ 법령개정 : 전기통신사업법 개정

□ 개요

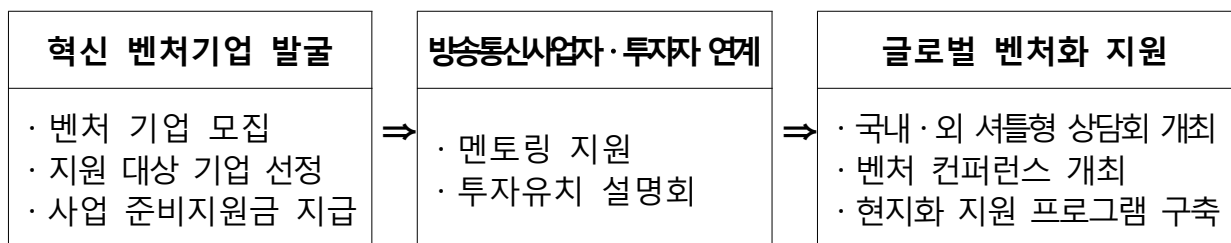
- 스마트 생태계 혁신과 창의적인 청년 일자리 창출을 위해 방송통신 분야 유망 벤처기업을 적극 지원·육성

□ 주요 추진내용

- (벤처창업 지원) 창의적 아이디어 공모 → 전문가 멘토링 지원 → 창업지원금, 국내·외 투자사 연계를 통해 인터넷 스타트업(IBS) 육성

※ IBS(Internet Business Startup Program) : 학생, 일반인, 기업 등을 대상으로 혁신적인 아이디어를 인터넷서비스 비즈니스화 및 개발교육 등을 지원하는 프로그램

- (글로벌 벤처 육성) 창의적인 유망 벤처기업을 발굴하여 투자 연계 등을 통해 글로벌 벤처로 성장할 수 있도록 지원



- (방송통신 투자포럼 구성·운영) 학계 전문가·정부·투자자·사업자 등이 참여하는 방송통신투자포럼을 통해 투자동향·중소벤처 시장동향·정책방향 등을 공유하고, 이를 통해 방송통신 전 분야에 대한 투자 촉진
- (모바일 앱 개발 지원) 이통사 및 전국 5대 광역경제권의 지자체·대학교들과 연계하여 모바일 앱 개발 지원센터 구축

※ 방통위(스마트 단말기), 이통사(요금 및 강사 지원), 대학교(앱 개발 및 시험 공간), 지자체(운영비 일부) 등과 매칭 펀드 구성 관련 협의 추진

- (상생협력 및 종합지원체계 구축) 상생협력 및 종합적 지원체계 정비를 통한 개방·협력적 생태계 구축 및 대·중소벤처기업 동반성장 유도
- (상생협약체) 방송사, 통신사, 포털사 등 방송통신산업 전 분야의 대·중소벤처기업간 기술공유, 투자협력, 교육연계 등 상생협력을 통한 산업활성화 및 글로벌 경쟁력 확보 등 시너지 창출
- (종합지원체계) 자금조달·기술개발 등 중소기업이 필요한 다양한 정보 제공 및 컨설팅을 지원하는 상시 종합지원허브 구축



□ 향후일정

- 인터넷 비즈니스 스타트업 프로그램 운영 : 매년
- 글로벌 벤처 육성을 위한 혁신 벤처기업 선발·지원 : 매년 1분기
- 전국 5개 지역에 모바일 앱 개발 지원센터 구축 : '11.하반기
 - ※ 모바일 앱 개발 지원은 민간재원(5억원) 활용
- 상생협력 및 종합지원체계 구축 : '12. 1분기

□ 개요

- 중소벤처기업이 시장경쟁력을 갖는 기술을 통신사업자 등 수요기업과 연계하여 협력적으로 개발하고, 신기술·신제품 경쟁력 확보를 위한 테스트베드 구축 및 기술사업화 추진

□ 주요 추진내용

- (수요지향적 혁신기술개발 지원) 창의적인 아이디어를 바탕으로 '뜨는 서비스' 영역에서 중소기업이 신시장을 창출할 수 있는 혁신기술개발 지원
 - 통신사업자 등의 수요에 기반하여 중소기업이 시장 경쟁력을 갖는 분야 (초소형 기지국, 클라우드 기반 기술 등)의 기반 기술 개발 지원
- (기술지원 플랫폼 구축) 전략 분야에 대한 기술검증 테스트베드 구축 및 애로기술 해결, 기술컨설팅 등 기술사업화 지원
 - NFC, 차세대 WiFi, 블루투스 등 차세대 근거리 무선통신 분야의 신규 서비스 창출을 위한 테스트베드 구축 및 기술사업화 지원
 - 차세대이동통신(4G) 분야의 중소기업의 신규 BM 개발을 위한 테스트 환경 구축 및 응용서비스 기술개발 지원

□ 향후일정

- 기술 수요 조사 및 신규 과제 선정 : 매년 하반기
- 연도별 연구개발 시행계획 수립 및 사업 협약 체결 : 매년 2월

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 수요지향적 혁신기술개발 지원(기금)	-	40	80	120
○ 차세대 기술지원 플랫폼 구축(기금)	-	19.8	24	43.8

▷ 수요지향적 혁신기술개발 지원예산은 13번 과제 차세대 원천기술 개발사업 예산에 포함

□ 개요

- 기존의 개별 산업 내에서의 경쟁이 ICT 생태계간의 경쟁으로 변화함에 따라, ICT 생태계 발전을 위해서는 대 · 중소 기업간의 상생협력 환경 조성이 필수적
- 통신사업자 중심의 상생협력 프로그램 운영을 지원하여 대중소 기업이 공생발전 해 나갈 수 있는 환경을 조성
- 인터넷포털이 사회에 미치는 영향력이 증대됨에 따라 선순환적인 인터넷 생태계조성 및 공생발전을 위한 사회적 책임과 역할 수행

□ 주요 추진내용

< 통신사업자 상생협력 프로그램 운영 >

- (자금 지원) 통신사업자의 IT 중소기업에 대한 자금지원을 확대
 - 통신사업자가 공동 운용하는 KIF(Korea IT Fund)*를 모바일 콘텐츠, 스마트폰 등 무선 IT 분야에 중점 투자
- * '02년 통신사업자(SKT, KT, KTF, LGT)가 3,000억원을 출자하여 조성, 현재는 3,700억원 규모
- 통신사업자별 IT 중소기업 융 · 투자 지원 확대(통신3사 '10년 4,950억원 → '11년 5,520억원 예정)
- (교육 지원) 예비창업자, 취업준비생 등을 대상으로 콘텐츠 · 애플리케이션 개발 교육을 실시(SKT 연간 5천명, KT 연간 3천명 규모)
- (개발 지원) 중소 IT 기업의 단말기, 애플리케이션 개발을 지원하기 위해 개발 공간, 테스트 서버, 단말기 등을 제공

※ KT 에코노베이션 센터, SKT 모바일 장비 테스트 센터, LGU+ 오픈 이노베이션 센터

< 인터넷 비즈니스의 공생발전 강화 >

- (공생발전 파트너십 구축) 주요 포털사, 인터넷 기업과 함께 「인터넷 상생협약체」를 구축·운영하여 공생발전 사업 추진
 - 창업지원(펀드 조성·운영), IT전문 인력양성(소프트웨어 아카데미, 인턴십), 중소기업 투자지원(광고·판매 플랫폼 무상 제공), 사회공헌(기부) 등 4개 분야에서 공생발전협력사업('11년 약 1,300억원 규모) 추진
 - ※ 포털사, 인기협, 제조사 등 16개 기관이 참여한 민관합동 「인터넷상생협약체」를 발족·운영 중('10.9)
- (이용자보호 강화) 포털사의 인터넷 광고, 블로그 등 인터넷 서비스, 휴대폰 소액결제의 이용자 피해를 방지하기 위한 제도 개선 추진
 - 온라인광고의 명확한 구분 표시 및 불공정 행위 금지 등
 - ※ 온라인광고 관련 정보통신망법 개정안(의원 발의): 온라인광고 이용자 보호(구분편집, 표기기준, 이용자의 시정요청 등), 공정경쟁환경 조성(불공정 온라인 광고거래 금지, 분쟁조정) 등
 - 휴대폰 소액결제 서비스 이용 사업자(CP) 신고제 도입, 이용자 보호 절차마련 및 위반 시 시정명령·과태료 부과 등
- (인터넷서비스 플랫폼 중립성 연구) 이용자의 서비스 선택권을 제한하는 인터넷 서비스 플랫폼 사업자의 규율 행위에 대한 '서비스 플랫폼 중립성 및 이용자선택권'에 대한 연구를 통해 제도 개선방향 검토

□ 향후일정

- 2011년도 KIF 신규 자펀드 결성 및 투자 개시 : '11.10월~
- 인터넷서비스 플랫폼 중립성 연구 및 개선방향 검토 : '11.하반기~
- 대중소 기업 상생협력 프로그램 운영 : 연중
- 인터넷 비즈니스 공생발전 협력사업 : 매년

□ 협조기관 : KT, SKT, LGU+, 포털사업자

□ 개요

- 홈쇼핑 사업자의 중소기업 제품에 대한 판로 지원, 중소 납품업체에 대한 거래조건 개선 등을 통한 중소기업 지원 강화 필요
- '07.6월 (구)방송위는 '중소기업 육성과 중소기업제품 유통활성화를 위한 권고사항' 마련

□ 주요 추진내용

- (재승인 심사 강화) '12.3월 승인 유효기간이 만료되는 GS·CJ홈쇼핑의 재승인 심사 시 중소기업 지원 실적 및 계획을 적극 심사
- (권고사항 이행점검 강화) 이행계획 제출주기를 단축하여(3년→1년) 시장상황 및 정책환경 변화를 이행계획에 즉시 반영토록 하고, 체계적·지속적 이행점검을 추진

< 점검 항목 >

점검 항목	필수 이행계획 제출자료
① 중소기업제품 편성 및 매출비중 확대	○ 중소기업 제품 편성비중 하한(%)
② 중소 납품업체 거래조건 개선	○ 직매입 계획(억원) ○ 정액수수료 방송 편성 상한(%) ○ 동일 업종 내 대기업/중소기업 제품 판매수수료 격차 해소 ○ 방송제작비 전가 문제 해소 ○ 송출수수료 증가분 납품업체 전가 지양
③ 중소기업 제품 신규 진입 기회 확대 및 판로 지원	
④ 중소납품업체 품질개선/자금 지원	

□ 향후일정

- GS·CJ홈쇼핑 재승인 심사 : '11.12월
- 홈쇼핑 사업자의 권고사항 이행계획 제출 : 매년 1분기
- 권고사항 이행실적 점검 : 매년 3분기

□ 방송시장 경쟁 가속화 및 재편

- IPTV, 종편PP 도입 등으로 방송시장 경쟁이 심화되고, 콘텐츠 산업이 다변화되면서 새로운 시장질서가 형성될 전망
- 방송통신 결합상품이 활성화되고 있으나, 방송가격이 지나치게 할인되어 유료방송 저가 경쟁이 더욱 심화
 - ※ 결합상품에서 통신보다 방송의 할인율이 큰 SO가 전체의 약 27%, 논란이 되었던 위성방송과 통신 결합상품(OTS)에서의 방송할인율이 당초 80%에서 40%로 조정

□ DMB서비스 경쟁력 강화 및 활성화

- 지상파DMB는 취약한 수익으로 투자가 부진하고, 낮은 서비스 품질은 다시 매출 부진으로 이어져 DMB 전반의 부실화 초래

< 지상파DMB 매출액 및 손익 (단위 : 억원) >

	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	누 적
매출액	53	204	350	279	363	1,249
영업손익	-431	-263	-88	-54	4	-832

- 고품질의 지상파DMB 서비스를 안정적으로 제공할 수 있도록 수익 모델 개선, 제도 정비 등을 통한 정책적 지원이 필요

□ 새로운 방송환경 변화에 적극 대응

- 스마트TV 등 신규 서비스 등장에 따라 유사방송서비스로 방송개념이 확대되고, 매체 · 사업자가 다양화되면서 허가제도 개선 필요
- 디지털 압축기술의 발달로 기존 지상파방송 주파수 대역에서 지상파 다채널 방송서비스가 가능해짐에 따라 이에 대한 정책방향 결정 필요

※ 영국 등 표준화질 다채널 중심 국가는 고화질 정책을 수용하기 시작했고, 미국 등 고화질 소수채널 중심의 국가는 다채널 정책을 수용

□ 통신시장의 건전한 경쟁 촉진 환경 조성

- 통신3사 시장점유율이 96%에 이르는 등 시장 고착화 현상을 완화하기 위해 신규 사업자의 통신시장 진입 확대 등을 통한 시장구조 개선 필요

< 2010년 사업자별 시장 점유율 >



- 통신3사의 소모적 마케팅비 경쟁을 자제하여 투자·R&D 등 생산적 경쟁이 활성화되는 것이 바람직

< 통신3사 투자비 및 마케팅비 집행 현황 >

(단위 : 억원)

구 분	'06	'07	'08	'09	'10
투자비	62,916	66,660	68,630	65,132	64,012
마케팅비	55,650	71,762	79,274	81,867	81,690

- 궁극적으로, 통신시장에서 건전한 경쟁이 활성화되어 요금인하와 함께 통신서비스 품질이 향상되도록 노력할 필요

◇ 국민들이 다양한 콘텐츠와 편리한 서비스를 누릴 수 있도록 방송통신 서비스 시장의 경쟁을 촉진

- ③④ 신규 방송 활성화 ③⑤ 유료방송 시장 개선
- ③⑥ DMB 활성화 지원 ③⑦ 방송사업 허가·재허가 제도 선진화
- ③⑧ 지상파 다채널방송서비스 정책방안 마련
- ③⑨ IPTV 서비스의 건실한 성장 지원
- ④⑩ 통신시장의 건전한 경쟁 촉진
- ④⑪ 기간통신사업자 허가·M&A 제도 개선

□ 개요

- 신규 종편·보도PP의 원활한 방송개시 및 활성화를 통해 방송의 다양성을 제고하고 콘텐츠 시장 활성화, 유료방송시장의 선순환 구조 확립, 경쟁 활성화 등을 통해 방송 산업의 경쟁력을 확보

□ 주요 추진내용

- (방송개시) 원활한 방송 개시를 위해 시험방송 실시, 홍보 등 준비 사항 점검
- (관리·감독) 방송프로그램 편성·제작, 방송발전지원 등 신규 종편·보도PP의 도입 정책목표 달성을 위해 부과한 승인조건 이행여부 점검
- (제도개선) 기존 방송사업자와의 규제 형평성, 경쟁상황평가 결과 등을 토대로 종편·보도PP 관련 제도개선 사항 검토

□ 향후일정

- 신규 종편·보도PP 방송개시 : '11년 말
- 종편·보도PP 승인조건 이행여부 점검 : 매년 상반기
- 종편·보도PP 제도개선 검토 : '13년

□ 개요

- 사업자 간 공정경쟁과 콘텐츠 투자 확대를 통한 유료방송 시장 개선을 위해 PP 프로그램 사용료 지급 등 방송콘텐츠 제값받기를 지속적으로 지원하고, 저가 출혈경쟁을 방지

□ 주요 추진내용

- (PP 프로그램 사용료 지급기준 개선) 유료방송 시장의 공정경쟁 환경 조성과 콘텐츠 제값받기를 지원하기 위해 SO가 PP에게 지급하는 프로그램 사용료 지급 기준을 개선(현행 25% 기준 상향조정 등)
- (방송 결합상품 규제 합리화) 시청자 편익을 훼손하지 않되, 콘텐츠 산업에 미치는 영향을 고려하여 방송통신 결합상품에서 방송을 지나치게 할인하는 저가 출혈경쟁 방지를 위해 관련 법령을 정비

□ 향후일정

- PP 프로그램 사용료 지급기준 개선안 마련 및 적용 : '11.하반기~'13년
 - ※ SO 재허가 시 개선된 지급기준을 적용하도록 재허가 조건을 부과하고, 매 반기별로 이행실적 점검
- 방송통신 결합상품 규제를 위한 제도정비 방안 마련 및 법령 개정 : '11.하반기~'12년

□ 법령개정

- 통합방송법(방송법+IPTV법) 제정 시 반영 또는 방송법 개정

□ 개요

- 지상파DMB가 고품질 모바일방송 서비스로서 경쟁력 있는 매체로 성장할 수 있도록 제도 개선 등 지원 필요

□ 주요 추진내용

- (수익원 다각화) DMB 사업의 수익구조 개선을 통한 투자 활성화를 위해 광고 외 신규 수익모델 도입 등 수익원을 발굴
 - 지상파DMB 수익구조 개선 협의체(방통위·학계·사업자·시민단체)를 구성·운영('11. 5~9월)하여 의견 수렴
- (재난방송 기반 조성) 재난방송을 통한 지상파DMB의 공익적 역할 강화와 가시청 범위 확대를 위한 수신환경 개선 유도
 - 자동인지 DMB 재난방송, 스마트 모바일 하이브리드 DMB 등에 대한 기술개발 지원
- (법·제도 개선) 모바일방송에 적합하도록 겸영규제 완화 및 광고·편성규제 등 개선
 - 장기적으로 DMB의 법적 지위 재설정 등 사업구도 합리화 추진

□ 향후일정

- 신규수익 모델 도입 방안 마련 : '11.하반기
- 모바일 방송의 특성에 적합한 관련 규제 등 개선 : '12년 중
- 수신환경 개선 및 기술개발 지원 : '11 ~ '15년

□ 개요

- 매체별 특성을 고려한 심사기준 마련, 방송평가와의 중복성 최소화 등 허가 · 재허가 관련 제도개선을 통한 심사의 실효성 제고

< 방송법 개정안(10.3월 국회제출) >

제10조(심사기준 · 절차) ①방송통신위원회는 제9조제1항 및 제2항의 허가, 동조제3항 · 제5항 · 제6항 및 제8항의 규정에 의한 승인을 할 때에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 다음 각 호의 심사기준 중 매체별 · 채널별 특성을 고려하여 선정한 심사기준에 따라 심사하고 그 결과를 공표하여야 한다.

□ 주요 추진내용

- (심사기준 세분화) 매체와 사업자의 특성을 반영하여 허가 · 재허가 심사항목을 차별화·세분화하고 방송평가와의 중복요소를 최소화 하는 등 심사기준 개선
- (심사절차 개선 등) 신규허가체계와 심사절차 명확화, 퇴출절차 보완, 허가 유효기간 명확화 등 허가 · 재허가 심사의 실효성과 투명성 제고
- (법령 개정) 방안 마련 후 이해관계자 및 전문가 의견 수렴 등을 거쳐 법령개정 추진

□ 향후일정

- 제도 개선방안에 대한 의견수렴 : '12. 상반기
- 법령 개정 추진 : '12. 하반기

□ 개요

- 디지털 기술의 발달로 기존 지상파방송 주파수 대역에서 지상파 다채널 방송서비스*가 가능해짐에 따라

* 지상파 다채널 방송서비스 : 데이터 압축기술을 통해 주파수 대역(6MHz) 내에서 HD 외에 SD, 오디오, 데이터 등을 동시에 전송하는 기술로 MMS로도 불림

- 지상파 다채널 방송서비스 도입에 따른 사회적·경제적 영향을 분석하고 정책방향 결정 필요

□ 주요 추진내용

- (법제도 정비방안 마련) 지상파 다채널 방송서비스 도입과 관련하여 사회적·경제적 영향을 분석하고 방송법 등 관련 법제도 정비방안 마련
 - 지상파 다채널 방송서비스 도입에 따른 보편적 서비스 확대, 유료방송 시장에 미치는 영향 등을 분석
 - 방송법 및 전파법 상 지상파방송국 허가 관련 규정을 검토하고 지상파 다채널 방송서비스 정책에 따른 법제도 정비 방안 마련
- (정책방안 마련) 지상파 다채널 방송서비스 도입과 관련하여 운영 주체, 면허 방식, 채널 구성 등에 대한 정책 방안을 마련
 - 지상파 다채널 방송서비스 도입이 방송시장에 미치는 영향력을 분석하여 운영주체와 면허 방식 등을 결정

□ 향후일정

- 지상파 다채널 방송서비스 정책방안 마련 검토 : '12. 상반기

□ 개요

- IPTV 가입자 400만명 달성으로 시장 안착에 이어 IPTV의 지속적인 성장발전을 통해 국민 편익증진 및 관련 산업 활성화

※ '09년 IPTV 도입 이후 IPTV 가입자 수는 459만명, 고용유발효과는 11,918명, 생산유발효과 2조 9,254억원, 부가가치유발효과 1조 6,735억원 달성('11.9월 기준)

□ 주요 추진내용

- (사업계획 이행점검) IPTV 관련 콘텐츠, 네트워크 등에 대한 지속적인 투자확대 추진을 위해 IPTV 사업자의 사업계획서 이행점검 실시

※ 당초 사업계획서 대비 투자실적 및 내역, 콘텐츠 수급현황 등 점검

- (차세대 기술개발) 차세대 IPTV 기술선점을 위한 개방형 플랫폼 등 필수 핵심기술 R&D 지원 및 개발된 기술의 국내외 표준화 추진

※ 주요 핵심기술 : 모바일과 IPTV를 연결하는 개방형 크로스 플랫폼 기술, 소셜 서비스와 방송을 결합한 소셜 IPTV 기술, 무선망 기반 모바일 IPTV 기술 등

- (IPTV 스마트화 촉진) 앱스토어 등 개방형 플랫폼 도입을 통한 스마트화 촉진 및 스마트TV와의 TV앱 호환성 확보 등 협력방안 마련

※ IPTV는 사용자 참여가 제한적인 '폐쇄형'이라는 점이 스마트TV와 가장 큰 차이이나, 개방형 플랫폼으로 진화하는 중

- (법제도 개선) IPTV 관련 동향 조사·분석 및 각계의 전문가 의견 수렴·사업자 간담회 등을 통해 법제도 개선 과제 발굴 추진

※ 기존 등록, 승인 받은 콘텐츠사업자가 IPTV콘텐츠를 제공하고자 하는 경우 등록, 신고절차 생략 등 불필요한 규제개선 과제 발굴

□ 향후일정

- 사업자 사업계획서 이행점검 : 계속
- 차세대 기술개발 지원 : '13년 하반기
- IPTV의 스마트화 촉진 : '14년 하반기
- 관련 법제도 개선사항 발굴 : 계속

□ 개요

- 소모적 마케팅비 경쟁 과열 지양, MVNO 등 신규사업자의 시장 진입 활성화 등을 통해 통신시장의 건전한 경쟁과 혁신을 촉진

□ 주요 추진내용

- (마케팅비 합리화) 통신사업자의 소모적 마케팅비 경쟁 과열을 자제하도록 유도하고, 절감된 재원은 R&D·투자 등으로 전환 촉진

※ '11년 마케팅비 가이드라인 : 유·무선 각각 '11년 매출액 대비 20% 상한

- 통신사업자별로 마케팅비 집행 현황을 주기적으로 점검하여 마케팅비 감축을 유도하고,
- 부당한 이용자 차별행위 등 불법 마케팅을 주도한 사업자에 대한 제재 강화

- (건전한 생태계 조성) MVNO 등 통신망 미보유 사업자가 통신망을 보유한 기존 사업자와 공정한 서비스 기반 경쟁을 할 수 있는 환경 조성

※ 아이즈비전('11.7.1), KCT('11.7.5), 한국정보통신('11.7.11) 등이 MVNO 서비스 개시

- MVNO 서비스의 조기 안착을 지원하여 통신시장에 새로운 활력을 부여하고 혁신과 경쟁을 촉진

□ 향후일정

- 마케팅비 집행현황 점검 : 연중

□ 협조기관 : KT, SKT, LG U+ 등 통신사업자

□ 개요

- 기간통신사업자 허가 및 M&A 제도 개선을 통해 사업자 부담을 경감하고, 통신시장 경쟁을 활성화

□ 주요 추진내용

- (무선사업 진입절차 개선) 기간통신사업(무선통신) 허가 신청 시점을 명확히 하여 사업자 예측가능성 제고

※ 신규사업자가 무선통신사업을 진입하려는 경우 사업허가와 주파수 할당이 모두 필요하나 할당신청은 할당공고 이후에, 허가신청은 수시로 할 수 있는 등 불일치 발생

- (기간통신사업 휴·폐지기준 구체화) 포괄적으로 규정된 현행 기간통신사업 휴·폐지 승인심사 기준을,

- 이용자 통보 적정성, 구비서류 흠결, 현저하고 명백한 이용자 피해 우려 등으로 구체화

- (M&A 관련 규제완화) 소규모 M&A에 대한 인가 또는 신고 간소화를 통해 소규모 사업자의 규제 부담을 완화

- M&A 인가심사의 전부 또는 일부를 생략할 수 있는 범위(현행 매출액 100억원 이하인 소규모 사업자)를 확대

※ 현재 기간통신사업자(132개사) 중 매출액 100억원 이하 사업자수는 105개사

- 자본금 1억원 미만인 부가통신사업자에 대한 M&A 신고 면제 검토

※ 자본금 1억원 미만의 부가통신사업은 전기통신사업법상의 부가통신사업 신고가 면제

□ 향후일정

- 전기통신사업법 개정안 국회 제출 : '11. 하반기

□ 법령개정 : 전기통신사업법 개정

□ 스마트생태계 활성화를 위한 법제도 정비

- 현재 전기통신사업법은 네트워크 분야 규율을 중심으로 하고 있어, 콘텐츠, 기기 등을 포괄하는 스마트 생태계 전반의 활성화 정책을 다루기 곤란
 - 규제목적과 접근방법이 상이한 다양한 법제도를 스마트생태계의 제반 정책이슈에 적용할 경우, 규제 중복, 일관성 저해 등 효율적 정책 집행이 곤란
- 스마트생태계에서 새롭게 등장하는 정책 이슈들과 관련된 전기통신 법률을 검토하여 체계적인 법제도를 마련할 필요

□ 방송시장에 통신시장 수준의 규제체계 도입

- 방송시장을 규율할 수 있도록 방송법상 금지행위 규정이 신설('11.7월)됨에 따라 방송사업자의 불공정행위를 예방하기 위해 세부 기준 마련 등 제반 여건 조성 필요
 - 방송분야에서도 사전규제뿐만 아니라 사후규제의 틀이 갖춰짐에 따라 법제도 및 조사 체계를 통신·IPTV 분야 수준으로 정비하되, 법 집행 시 방송의 다양성·독립성 등 특성 고려

< 방통위 소관 법률상 규제 현황 >

구분	전기통신사업법	IPTV법	방송법
사전규제 (진입·소유 등)	○	○	○
사후규제 (금지행위)	협정체결 거부 등 6개 조항	서비스 제공 거부 등 9개 조항	채널·프로그램 제공 거부 등 6개 조항

- 효과적 방송 정책수립 및 공정경쟁 환경조성을 위해 체계적인 방송 시장분석과 회계검증이 필요
- 통신 분야에서와 같이 방송사업자에게 객관적 기준에 따른 회계정리의무를 부과하고 방통위가 회계자료를 검증 할 수 있도록 하는 방송 회계제도를 도입하여 방송의 공정성과 사업자의 재정 투명성 확보

회계자료 활용현황

- ▶ **기금 징수:** 지상파(광고매출), 종합유선(방송매출액), 홈쇼핑(방송관련 영업이익)사업자의 방송발전기금 징수대상 기준금액으로 활용(방송법 제37조)
- ▶ **소유·겸영 제한:** 사업자의 방송매출액이 전체 방송매출액의 33%를 초과한 소유 및 겸영이 금지되어 있는바, 이의 판단 자료로 활용(방송법 제8조)
- ▶ **프로그램사용료 분배:** 종합유선방송사업자가 방송채널사업자에게 적절한 프로그램 사용료를 지급(수신료의 25%)하는지에 대한 기초 자료로 활용 등

□ 통신사업자간 공정거래 규범 정착을 위한 적극적 조치

- 통신사업자간 과도한 경쟁은 소모적 마케팅 활동 유발 및 이용자 권익 침해 가능성을 증대
 - 경품, 보조금을 통한 ‘가입자 뺏어오기’식의 zero-sum 경쟁은 기업의 투자나 요금인하 여력 약화로 연결되고 결국 이용자 부담으로 귀착
- ※ ‘05년 이통시장의 마케팅비가 투자비를 초과한 이후 그 격차(마케팅비/투자비)는 매년 큰 폭으로 증가하는 추세(‘05년 104% → ‘10년 188%)
- 사업자간 불공정행위에 대한 적극적인 사후조치와 더불어 사전에 피해를 예방할 수 있도록 모니터링 강화와 가이드라인 제공 등 적극적이고 효과적인 대책 수립·추진 필요

◇ 합리적인 법제도 정비와 엄정한 시장조사를 통해 방송통신 시장의 공정한 경쟁원칙을 확립

- ④2 방송시장 공정경쟁 기반 조성
- ④3 통신시장의 공정한 거래질서 확립
- ④4 방송통신 분쟁해결 및 심결지원 체계화

□ 개요

- 방송시장의 공정성과 개별 방송사의 재정 투명성 확보를 위한 법제도 개선 및 환경 조성

□ 주요 추진내용

- (공정한 방송시장 질서 확립) 방송사업자(지상파, 케이블, 위성 등) 간 불공정한 수익배분 및 시청자 피해 유발행위를 예방·개선
 - 금지행위 세부유형 등 구체적 불공정행위 판단기준 수립, 방송시장 점검 등
- (방송회계제도 도입) 실효성 있는 방송정책 수립과 방송사의 재정 투명성 확보를 위한 회계제도 도입 추진
 - 방송사업자에 대한 회계정리(영업보고서 작성·제출) 의무 부여 등 필요

□ 향후일정

- 방송법령 개정, 방송사업 회계정리 및 보고에 관한 규정(시행령) 신설 : '13년
- 방송시장 점검(필요시 조사) : '13년~

□ 법령개정 : 방송법 및 시행령 개정

□ 개요

- 소모적 마케팅 경쟁과정에서 일어나는 불법행위를 억제하고, 사업자간 불공정거래 행위를 방지하기 위해 선제적 점검 및 조사 추진

□ 주요 추진내용

- (시장조사 강화) 초고속인터넷(경품), 이동통신(단말기 보조금) 등의 시장에서 불법·편법 마케팅 행위가 근절되도록 시장 모니터링 및 조사 강화
- (가이드라인 점검) 모바일 콘텐츠 시장의 공정거래 환경 조성을 위해 제정된 가이드라인*의 이행점검을 주기적으로 실시하고,

* 일반폰 기반 무선포털에는 “모바일 콘텐츠 정보이용료 수익배분 가이드라인”(’09.6월), 스마트폰 기반 오픈마켓에는 “모바일 콘텐츠 오픈마켓 상생협력 가이드라인”(’11.7월)을 적용

- 가이드라인의 적용 대상 사업자(제조사의 오픈마켓 등) 확대 및 시장 환경 변화에 따라 새롭게 등장하는 불공정행위 유형을 발굴하여 가이드라인 보완 추진(전기통신사업법 개정 연계)
- (과징금 제도 개선) 과징금의 실효성과 형평성을 제고하여 공정경쟁 기반을 조성하기 위한 제도 개선방안 마련

□ 향후일정

- 초고속인터넷·이동전화 시장 실태점검 및 필요시 조사 : 연중
- 가이드라인 이행점검 : 매년 반기별 1회
- 과징금 제도 개선방안 마련 : ’11. 하반기
- 가이드라인 적용 사업자 확대 및 개정 : ’12. 하반기

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	’11년	’12년(안)	’13년(안)	계
○ 주요시장 모니터링 실시(일반)	3	3	4	10

□ 법령개정 : 전기통신사업법

□ 개요

- 방송통신 분쟁 및 사건절차를 신속·공정하게 처리하기 위해 융합 환경에 적합한 분쟁조정체계 구축 및 중립적 심결지원 기반 마련

□ 주요 추진내용

- (방송분쟁 조정대상 확대) 방송사업자 이외 광고판매대행자 및 외주제작사 상호간의 방송 분쟁을 조정대상으로 포괄
 - ※ 광고판매대행자('09. 5월 한선교 위원 발의)와 외주제작사('09. 8월 이경제 위원 발의)는 문방위 소위 계류중
 - ※ 외주제작사를 방송분쟁조정 대상에 포함하는 것을 주요골자로 하는 방송법 개정이 진행 중이며, 향후 동법 개정결과에 따라 관련 내용 수정·보완
- (분쟁조정제도 통합 등) 방송과 통신 분야간 상이한 제도를 통합하는 등 효율적인 분쟁해결제도 마련
 - 방송통신분쟁조정위원회 설치 및 통신 분야의 재정제도를 방송 분야에도 도입하는 방안 검토
 - 심각한 이용자 피해가 유발 또는 우려되는 분쟁의 직권조정 추진
- (심결지원 조직 정비) 사건 처리의 절차적·실체적 정당성 강화를 위하여 조사부서와 독립된 심결지원 조직 정비 추진
 - ※ 공정위는 사무처와 별도로 부위원장 밑에 '심판관리관(1국 5과)'을 운영

□ 향후일정

- 심결지원 제도 개선방안 마련 및 조직정비 추진 : '12년~
- 방송통신 분쟁조정제도 통합법 제정 : '13년 하반기

□ 법령개정 : 방송통신 분쟁조정제도 통합법 제정

□ 글로벌 방송통신 시장 확대

글로벌 방송통신 시장의 확대 전망에 맞추어 방송통신 서비스의 해외 진출이 확대될 수 있도록 전략적 지원 필요

- 글로벌 방송통신 시장은 글로벌 경기침체 이후 '10년부터 다시 성장하여, '11~'13년 연평균 6~7%대의 성장률을 보일 것으로 전망

< 글로벌 방송 시장 전망 >



※ 자료 : PWC(2010)

< 글로벌 통신 시장 전망 >



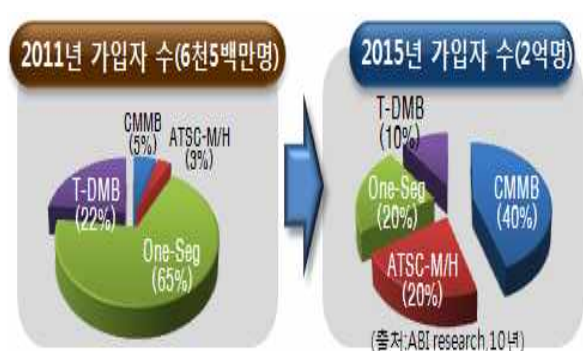
※ 자료 : TIA(2010)

- 4G 장비시장은 '11년부터 LTE(40억불)가 WiBro(34억불)를 추월할 것으로 예상되며, 모바일TV 시장은 일본의 One-Seg(65%) 중심에서 중국의 CMMB(40%) 중심으로 재편될 전망

< 4G 시장 전망 >



< 모바일TV 시장 전망 >



- IPTV 가입자 수가 1억명('14년), 스마트TV 판매대수가 1억대('13년)로 증가하고, 브로드밴드 시장에서는 광통신 매출액이 연평균 16.9% 성장할 전망

< 인터넷기반TV 시장 전망 >



< 브로드밴드 시장 전망 >



□ KOREA 위상에 맞는 ICT 국제협력 추진

- G20 정상회의 개최('10.11월), 2018 평창 동계올림픽 유치('11.7월) 등으로 높아진 한국의 위상에 맞는 국제기구 및 정부간 협력, 개도국 지원활동 등을 통해 궁극적으로 국내 기업의 해외진출 지원

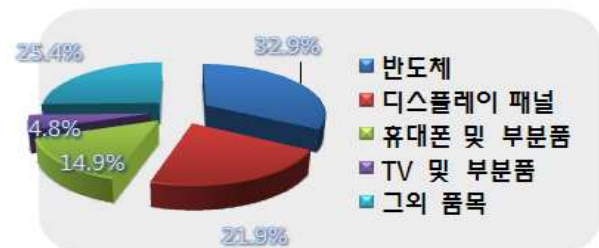
□ ICT 수출 증대를 위한 통상협상력 강화

- 전체 산업 수출 중 33%대를 차지하고 있는 ICT 산업 수출을 확대하기 위한 통상협상 대상국의 시장 진입장벽 완화 필요

< 전체산업 중 ICT산업 수출비중 >



< ICT산업 주요 수출품목('10년) >



◇ 2013년 ICT 수출 2천억불 달성을 목표로 해외시장 개척 적극 추진

- | | |
|---------------------|-------------------|
| ④5 방송통신 서비스 해외진출 지원 | ④6 국제 ICT 협력활동 주도 |
| ④7 방송통신부문 통상협상 대응 | ④8 개도국 지원활동 전개 |
| ④9 전파방송시스템 해외진출 지원 | ⑤0 방송통신 남북협력 추진 |

□ 개요

- 급변하는 세계 방송통신 시장 환경 속에서 국내 방송통신 서비스 및 기업의 해외진출이 지속적으로 확대될 수 있도록 전략적으로 지원

□ 주요 추진내용

- (전략품목 확대개편) 기존 방송통신 전략품목 지원체계에서 전략 서비스 중심의 대중소기업 동반진출 구도로 전환

※ 전략서비스 : 4G, 인터넷기반TV, 모바일TV, 방송(콘텐츠/채널), 브로드밴드, 정보 보호/전파관리

※ '10년 주요품목의 중소기업 수출비중 : WiBro(14.4%), DMB(100%), IPTV(100%), 브로드밴드(64%), 방송콘텐츠(1.6%)

- (주요 국가 정부간 협력 강화) BRICs, 아프리카 등 신흥 시장 개척을 위해 대륙별 거점국가를 선정, 정부차원 협력을 통해 교류 선도

- 정부간 협력의지가 높은 4개국(이란, 미얀마, 에콰도르, 브라질)에 대하여 정부, 기업, 협회 등으로 구성된 해외진출 협력위원회 운영

- (해외 마케팅 지원 강화) 기업의 진출 수요가 많은 국가를 대상으로 성과 중심의 해외로드쇼와 쇼케이스 실시

- 기업설명회, 상담회를 병행 실시하고, 4G 등 특정 서비스에 특화된 전문 로드쇼 개최를 통해 관련 분야 대·중소기업 동반 진출 지원

- (선도적 해외 컨설팅) 개도국 등 신흥 시장에서 우리나라의 선진 서비스를 도입할 수 있도록 국가별 실정에 맞추어 지속적으로 확대

- 컨설팅 결과를 정부간 협력 의제로 활용하여 민간 기업의 해외진출 기회 확대

- (해외진출지원 역량 강화) 해외진출 전략서비스별 전담직원과 외부 전문가 Pool로 구성된 방송통신 해외진출 지원센터 구축·운영
 - 중소기업이 수출단계별로 경험하는 애로사항 해소를 위해 기업별 맞춤형 컨설팅 및 민간 해외네트워크를 활용한 현지화 지원 강화
 - (해외정보시스템 활성화) 방송통신 해외정보시스템(CONEX)을 통해 해외 조달정보, 주요국의 정책 및 시장동향 등을 적기 제공
 - 전략서비스를 포함한 10대 서비스 분야에 대한 시장정보를 제공하고, 분야별 세계동향을 보여주는 '브리핑 페이지' 개설
- ※ 10대 서비스 분야 : 4G, 인터넷기반TV, 모바일TV, 방송(콘텐츠/채널), 브로드밴드, 정보보호, 전파관리시스템, 이동통신, 유선전화, 인터넷 서비스

□ 향후일정

- 방송통신 해외진출 전략서비스 및 대상 국가 선정 : 매년 1월
- 해외진출 협력위원회 구성·운영 : '11.10월 ~
- 해외로드쇼 등 해외 마케팅 지원활동 : 연 중
- 해외컨설팅 지원사업 발굴·확대 : ~'13년
- 방송통신 해외진출 지원센터 구축 : '11.하반기
- 해외정보시스템에 분야별 '브리핑 페이지' 개설 : '11.하반기

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분(일반)	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 방송통신서비스 해외진출 지원	41.7	34.5	40	116.2

□ 개요

- 방송통신 분야 국제기구 및 외국 정부와의 활발한 협력 활동을 통해 ICT 분야에서의 영향력을 확대하고 우리 기업의 해외진출 지원

□ 주요 추진내용

- (방송통신 장관회의 개선) 매년 바뀌는 참석대상을 해외진출 거점 국가 위주로 특화하여 참여율 향상 및 효율성 제고
- (국제회의 성공적 개최) APT 총회('11년)를 차질 없이 개최하고, ITU 전권회의('14년) 준비조직 구성, 협정체결 등 추진
- (국제기구 정책 선도) OECD, ITU 등 국제기구에서 선제적으로 미래 정책방향 등을 제안하여 국제 방송통신 정책이슈 주도
- (국제기구 진출 확대) 국제전문가 육성 및 지원 등을 통해 국제기구 의장단 및 사무국 진출을 추진하여 국제기구에서의 발언권 강화
- (지역협약체 활용) 한·중·일, 한·호·뉴, 한-ASEAN 등 기존 지역협약체 內 실무협력을 활성화하고 전략국가를 중심으로 신규 지역협약체 구성

□ 향후일정

- APT 총회 및 관리위원회 개최 : '11.11월, 제주도
- 방송통신장관회의 개최 : 매년 2분기
- ITU 전권회의 개최 : '14.10.20~11.7, 부산광역시 벅스코

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 국제회의 개최 및 국제기구 활동 지원(일반)	34.6	33.1	31	98.7

□ 개요

- 방송통신부문 통상현안에 대한 신속한 검토와 효과적 대응전략 수립을 통해 우리측 협상력을 강화하고 협상상대국의 시장 진입장벽 완화

□ 주요 추진내용

- (FTA협상) 협상대상국의 시장 및 규제제도 현황 분석을 통해 효과적인 'FTA 협상전략'을 수립하고, 우리기업의 진출기반 마련
 - (협상진행국가) 방송통신 선진국과의 협상에서는 국내법 수준의 시장개방을 유지하고, 시장 진입장벽이 높은 국가는 개방 유도
 - * 협상진행(7) : 호주, 뉴질랜드, GCC(걸프협력회의), 콜롬비아, 터키, 캐나다, 멕시코
 - (협상타결국가) FTA 이행상황 및 규범적합성 모니터링
 - * 협상타결(8) : ASEAN, 인도, 칠레, 싱가포르, EFTA(유럽자유무역연합), EU, 페루, 미국
 - (협상예상국가) 'FTA 추진전담반' 구성·운영으로 상대국의 통상환경 연구 및 효율적 대응전략 수립
 - * 협상예상 : 아시아(중국, 베트남, 일본), 중남미, 남미, 남부아프리카 지역 등 다수
 - * 우리기업이 진출을 희망하는 중국, 베트남, 인도네시아 등 아시아지역 국가와의 협상 시 상대국 시장에 진출하여 경영권을 확보할 수 있는 방안 모색
- (WTO협상) 다자주의 원칙에 따라 협상이 장기화되고 합의도출에 어려움이 있으나, 지속적인 동향파악과 적극적인 협상대응을 통해 우리측 입장을 개진하고 상대국의 시장 개방 유도
 - * 방송통신 선진국의 우리측 시장개방 요구에 대해서는 적극적인 설명을 통해 현행 수준을 유지하고, 진입장벽이 높은 개도국 등에 대해서는 개방 확대 유도

- (통상현안) 주요국의 '무역정책 검토보고서(TPR)' 분석과 통상장벽 발굴을 통해 방송통신 통상현안에 적극 대응하고 우리기업 이익 제고
- (MRA협상) 주요 수출국의 시장규모 및 방송통신기기 적합성평가 제도를 조사하고 MRA체결에 따른 효과 분석을 통해 'MRA 추진 전략' 수립
 - * MRA(Mutual Recognition Arrangement) : 국가 간 시험성적서 또는 인증서 등 적합성 평가 결과를 상호인정하기 위한 협정
 - * 기체결국(5) : 미국, 캐나다, 베트남, 칠레, EU
- (통상대응 강화) 미국, EU 등 FTA 기 체결 국가의 협정 이행상황과 규범 적합성을 상시 모니터링하여 통상마찰을 사전에 차단
 - 주요국의 통상환경 분석과 무역장벽 조사를 통해 우리기업에게 관련정보 제공 등 FTA를 활용한 방송통신 관련기업 해외진출 지원

□ 향후일정

- FTA·WTO 협상 및 통상현안(분쟁) 대응 : 매년(연중)
- 'FTA 추진전담반' 구성·운영 : 매년(연중)
- FTA 기 체결국가의 협정 이행상황 점검(연중)

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 방송통신 통상협상력 강화(일반)	7.3	6.4	6.9	20.6

- 협조기관 : 문화부 공동협력(시청각 공동제작 분야 FTA, WTO 협상)

□ 개요

- 한국 방송통신 기술·정책 전파를 통해 세계 정보격차 해소를 지원하고 국내 기업의 신규 해외 진출로를 확보

□ 주요 추진내용

- (중점국가 집중) 개도국 수요, 기업 진출 가능성 등을 고려하여 ODA 중점국가를 선정하고, 초청연수, 정책자문 등 집중 지원
 - 지원전략 수립, 산·학·연 관계자로 구성된 국가별 지원협의체 운영

※ ODA(Official Development Assistance) : 공적개발원조

- (한국형 ICT모델 확산) 한국의 ICT 성공경험 등 한국형 모델을 체계적으로 정리하고, 정책자문 등과 연계하여 개도국에 전파
- (글로벌 인적네트워크 구축) 초청연수 인적네트워크 DB를 정책자문 등 타 사업과 통합하고, 연수생과 한국 정부 및 기업과의 주기적 만남 주선
- (프로젝트형 사업 추진) 국별 전략지원 분야에 대해 시범사업, 사업타당성 조사, 정책자문 등을 포함하는 장기 프로젝트 추진

□ 향후일정

- 중점지원 대상국가 선정 : 매년 1분기
- 중점지원 대상국가 지원협의체 구성 및 회의 : 연중

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 해외 방송통신전문가 초청연수(일반)	24.5	24.5	24.5	73.5
○ 개도국 방송통신 정책자문 및 협력사업(일반)	10.5	10.5	10.5	31.5
○ 개도국 지원 프로젝트 사업(일반)	-	-	3.9	3.9

□ 개요

- 국내기술로 개발된 전파방송 관련 시스템을 시장잠재력이 큰 개발도상국 등에게 지원·홍보함으로써 관련 산업의 해외진출 지원

□ 주요 추진내용

- (T-DMB 해외진출) T-DMB·부가서비스(재난 및 데이터방송 등) 시스템, 한류콘텐츠, 운영자교육, 컨설팅 등 맞춤형 패키지 시스템 지원
 - 차세대 지상파DMB(AT-DMB) 기술개발 및 실험방송 완료 후 국내 상용서비스와 병행하여 AT-DMB 시스템 해외진출 지원
- ※ AT-DMB(Advanced T-DMB) : 기존 T-DMB 서비스를 유지하면서 전송 용량을 최대 2배까지 증대시키는 기술로 추가 확보된 가용채널로 고화질 및 다채널서비스 가능
- (전파감시장비 지원) 국산 전파감시시스템의 해외진출 기반 마련을 위해 개도국 대상으로 ODA 등을 통한 시범지도 사업 추진
- (디지털방송 장비 해외진출) 디지털전환 계획 수립국가(35개국)를 대상으로 시범서비스 지원 및 디지털 전환 컨설팅 등을 실시하여 국산 디지털전환 장비(중계기, 컨버터, 안테나 등) 해외진출 지원

□ 향후일정

- T-DMB 해외진출 지원 : 매년
- 디지털방송 장비 해외 시범서비스 구축 타당성 조사 : '12년
- 시범서비스 및 국내 디지털방송 장비업체 해외시장 진출 : '13년

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ T-DMB 시범서비스(기금)	13.5	13.2	16	42.7
○ 전파감시장비 해외진출 지원(일반)	-	-	19	19

□ 개요

- 방송통신 남북협력으로 상호 이해와 사회문화적 공동체 형성 도모

□ 주요 추진내용

- (교류추진위 구성·운영) 남북간 우선협력 가능성이 높은 사업을 지속적으로 연구·발굴 추진
 - ‘남북 방송통신교류 가이드라인(안)’, ‘북한의 방송통신 인프라 구축 방안’, ‘남북 방송통신기술 통합방안’, ‘북한 방송제작센터 건립 및 운영(안)’, ‘남북 방송통신교류 활성화 방안’ 등을 마련
- (방송교류) 남북관계 개선시 그간 중단되었던 ‘남북방송프로그램 공동제작사업’과 ‘남북 방송인 토론회’를 재개하고, ‘2012년 런던 하계올림픽’의 북한 중계방송 지원 추진
- (통신교류) 남북 당국간 대화 재개시 개성공단에 인터넷과 이동전화 제공과 ‘개성공단 통신센터’ 건설을 추진하고, 금강산 등 북한지역 관광 재개시 우리측 관광객 대상 통신서비스 제공 추진

□ 향후일정

- ‘남북방송통신교류추진위원회’ 회의 개최 : 매년(분기 1회)
- 남북 방송통신 교류협력 사업 추진 : 남북관계 개선시

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	‘11년	‘12년(안)	‘13년(안)	계
○ 남북방송통신교류협력 추진(기금)	2	2	2	6

□ 협조기관 : 통일부(방송통신관련 남북협약 지원 등)

핵심과제 3

디지털 선진방송 구현

핵심과제 3 디지털 선진방송 구현

- 신규 채널 등장에 따른 방송사간 경쟁 심화, 인터넷 기반의 새로운 콘텐츠 유통 활성화 등에 따라 콘텐츠가 경쟁의 핵심으로 부각
 - 유럽시장의 K팝·드라마 열풍, 월트 디즈니와 같은 글로벌 미디어 기업의 국내시장 진출 등 국경 없는 콘텐츠 경쟁이 활발히 전개
- 선진국들은 고품질의 디지털 방송을 제공하기 위해 아날로그 방송의 디지털 전환을 적극 추진(미국 '09.6, 일본 '11.7, 프랑스 '11.11, 영국 '12.12)
- 한편, 다매체·다채널 시대가 전개되면서 방송의 지나친 상업화에 대한 우려로 공영방송의 공익적 역할에 대한 국민들의 기대가 증대
 - 방송업계 간 시청률 경쟁 과열로 저속한 방송언어, 선정적·폭력적 화면 등 우리사회의 보편적 가치를 훼손하는 사례 다수 발생
- ➡ 방송의 공익성 강화와 함께 글로벌 콘텐츠 경쟁에서도 앞서나갈 수 있도록 디지털 선진방송 구현 필요

디지털 선진방송 구현을 위한 세부과제 추진

- ⑪ 글로벌 미디어기업 성장기반 마련
- ⑫ 방송통신 콘텐츠 글로벌 경쟁력 제고
- ⑬ 광고시장 확대로 미디어산업 견인
- ⑭ 방송의 디지털 전환 추진
- ⑮ 고품격 청정 공영방송 구현

□ 다양한 방송 플랫폼 활성화

- '00년 이후 디지털화 추진으로 위성방송, 디지털 CATV, DMB, WebTV, IPTV, 스마트TV 등 다양한 방송 플랫폼 등장
- 특히 스마트TV는 향후 방송 환경에 큰 변화를 가져올 전망

< 방송 시장의 진화 >



□ 현행 방송 관련 법제도는 방송시장 및 글로벌 기준에 미흡

- 방송 산업의 규모의 경제를 실현하고 스마트 환경의 새로운 방송 서비스를 수용하기 위해 방송관련 현행 법제도 개선 필요
- 유료방송의 그물망식 규제 개선과 방송법·IPTV법을 통합하는 등 통합법 제정 시급

※ 미국은 유료방송 가입자 수 30% 제한이 있으며 영국, 프랑스, 독일 등은 유료방송을 대상으로 한 겸영제한이 없음

※ 주요 선진국은 방송 분야의 단일법 체제가 정착

미 국	• 방송통신 통합법 체계
영 국	• 수평적 분류체계를 적용한 커뮤니케이션법 제정('03년)
프랑스	• 수평적 분류체계를 적용(전송-콘텐츠)한 통합법 체계('04년)
일 본	• 유선라디오방송법, 케이블TV방송법, 전기통신역무이용방송법(IPTV)을 폐지하고, 이를 단일 방송법으로 통합('10.12월 공포)

- 지상파 방송사의 자율성을 제고하고 유료방송에 접근이 어려운 취약 계층의 방송 접근권 보장을 위해 시간규제 완화 추진 필요

※ 케이블TV, 위성방송, DMB, IPTV 등 유료방송에는 방송시간 규제가 없음

□ 방송산업 선진화 기반 마련

- 방송시장에 대한 경쟁·규제 정책 마련 시 합리성을 확보하기 위해 방송시장의 경쟁상황에 대한 객관적인 분석 필요
 - ※ 미국, 영국 등도 방송시장에 대한 경쟁상황평가를 실시 중임
- 시청점유율 조사에 대한 수요가 방송사·광고주 중심의 민간영역에서 공적규제 영역(30% 제한)으로 확대되면서, 조사의 객관성·신뢰성 확보 요구 증대
 - 이동시청 증가 등으로 새로운 조사방식 및 기술개발 필요
 - ※ 매체 이용빈도 : TV('06년 97.3%→'10년 96.5%), DMB('06년 3.9%→'10년 16.7%)
- 종합편성PP, 스마트TV 등 새로운 방송매체가 출현하고, 방송의 디지털 전환 등 새로운 방송환경이 도래함에 따라 편성·평가제도 개선 필요
 - 편성규제의 목적에 부합하도록 규제수단을 정비하고, 방송사업자의 디지털장비 투자 정도를 방송평가에 반영하여 디지털전환 촉진

□ 방송사업자 간 분쟁으로 인한 시청자 권익 저해

- 방송시장 경쟁심화는 지상파방송 재송신 분쟁 등 다양한 분쟁상황을 야기하고 있으며, 국민의 시청권이 위협받는 상황
 - ※ MBC/SBS와 위성방송('11.4~6월, 지상파 HD방송이 중단), 지상파3사와 케이블TV('09.10~'11.8월 현재) 간에 소송 등 지상파방송 재송신 분쟁이 발생
- 지상파방송에 대한 보편적 시청권 확보와 방송사업자간 분쟁의 근본적 해결을 위해 재송신 제도개선 필요

◇ 방송분야 법제도 혁신을 통해 방송사업의 글로벌 경쟁을 촉진하고 방송의 여론 다양성 보장을 적극 추진

- ⑤1 방송사업 소유·경영 규제 개선 ⑤2 방송법제 선진화
- ⑤3 지상파방송 재송신 제도 개선 ⑤4 방송시장 경쟁상황 평가
- ⑤5 시청점유율 조사·검증체계 확립 ⑤6 방송 편성 및 평가제도 개선
- ⑤7 지상파방송TV 방송시간 규제 완화

□ 개요

- 방송의 산업경쟁력 강화와 부가가치 창출 제고 등을 위해 방송사업자 간 소유 · 겸영 규제 개선 추진

□ 주요 추진내용

- (수평적 규제체계로 전환) 방송플랫폼 시장, 방송콘텐츠 시장 등 시장별 수평적 규제를 적용하고 수직적 결합 규제는 최소화
- (사전규제 최소화 등) 경직적인 사전 진입규제를 최소화하고, 최다액 출자자 변경승인, 방송사업자 금지행위 등 개별적 · 사후적 규제를 활성화
- (실효성이 떨어지는 규제 개선) 규제 도입 당시 취지가 현 상황에서 적합한지 검토하여 현실 적합성이 떨어지는 규제는 과감히 폐지
- (단계적 추진) 방송법 시행령 개정, 방송법 개정, 통합 방송법 반영 등 단계적으로 추진

□ 향후일정

- 공청회 논의결과를 바탕으로 방송사업 소유 · 겸영규제 개선 최종안 마련 : '11. 12월
- 방송법 시행령 개정 추진 : '12년

□ 법령개정

- 방송법시행령 및 방송법 개정, 통합방송법(IPTV법 포함) 제정 필요

□ 개요

- 스마트 환경에 대응하고 방송 산업의 경쟁력 강화 등을 위해 방송법, IPTV법 등을 포괄하는 방송분야 통합법제 추진

□ 주요 추진내용

- (방송법제 구성 체계 선진화) 현 방송법을 방송에 대한 기본법 성격인 「통합방송법」으로 개편
- (방송의 포괄 범위 확대) IPTV, 신유형 방송서비스(예 : 스마트 TV) 등을 포괄하고 방송산업 진흥의 근거 마련을 위해 방송의 정의와 방송사업의 분류체계 개선
 - ※ 주요 선진국의 경우 수평적 분류체계에 기반해 지상파방송사업을 포함한 기존의 방송사업을 전송사업과 콘텐츠 사업으로 분류(미국 제외)
- (방송서비스 단일 법제화) 방송법과 IPTV법의 통합으로 진입, 사업 영역, 소유규제 등에 있어 사업자간 규제의 형평성 제고
- (방송 영역별 규제에서 수평적 규제 체계로의 전환) 방송서비스의 유사성을 고려하여 방송사업의 분류 및 규제체계를 개선

□ 향후일정

- 통합방송법 제정 추진 : '12년 말

□ 법령개정

- 방송법, IPTV법 등을 포괄하는 통합방송법 제정 필요

□ 개요

- 재송신 관련 방송사업자간 분쟁을 최소화하고 국민의 시청권을 안정적으로 보장하기 위해 지상파방송 재송신 제도를 개선

□ 주요 추진내용

- (의무재송신 제도 개선) 현재 의무재송신(KBS1, EBS) 외에 재송신 관련 규정이 없어 사업자간 분쟁 요인으로 작용함에 따라 의무재송신 제도를 개선
 - 의무재송신 범위를 '전체 지상파방송'으로 전면 확대하되 KBS2(일부), MBC, SBS, 지역민방은 저작권 대가 산정을 인정하는 방안과
 - KBS 상업광고 폐지 시점까지 현행제도를 유지하는 방안에 대해 검토
- (재송신 대가산정 기준 마련) 의무재송신 대상(무상) 이외의 지상파 방송 재송신에 대한 합리적인 재송신 대가산정 방안을 마련
 - 방송사업자, 관련 전문가로 구성된 「재송신 협의회」를 통해 대가산정 기준의 기본 원칙을 도출하고 별도로 정부안(가이드라인)을 마련
- (분쟁해결 절차 보완) 중대한 분쟁 발생시 '직권 조정' 근거 마련 및 방송분쟁에 '재정' 제도 도입
 - 재송신 관련 대규모 분쟁 발생으로 국민의 시청권에 심각한 침해가 예상되는 경우 등 중대 사안 발생 시, 방통위가 '직권조정' 결정을 통해 분쟁을 해결할 수 있는 법적 근거 마련
 - 방송분야의 분쟁해결 기능을 강화하기 위해 현행 전기통신사업법(제45조)상 '재정' 제도를 방송분야에 확대 적용

□ 향후일정

- 재송신 제도개선 협의회 운영 : '11. 하반기
- 재송신 관련 법안 마련 : '11. 12월말

□ 법령개정

- 방송법 제78조(재송신)제2항, 제3항 개정(안) 마련

□ 개요

- IPTV 등 신규매체 도입과 융합서비스의 활성화 등으로 방송시장의 다양한 영역에서 사업자간 경쟁이 진행됨에 따라
 - 방송시장에 대한 경쟁·규제정책 마련 시 정책의 합리성을 확보하기 위해 경쟁상황평가를 추진

□ 주요 추진내용

- (경쟁상황평가 실시) 유료방송플랫폼의 가입자 확보시장, 방송채널 거래시장, 방송프로그램 거래시장, 방송광고 시장에 대한 경쟁상황평가 실시
 - 방송시장에 대한 시장획정 및 경쟁상황 분석·평가 시 방송시장의 특성을 반영할 수 있도록 하고,
 - 각 평가대상 시장 간 상호 관계, 수직적 결합관계 등을 종합적으로 고려하여 분석·평가
- (경쟁상황평가위원회) 방송시장 경쟁상황 평가 추진체계 마련을 위한 법령 정비 및 경쟁상황평가위원회 구성 준비
 - 위원회 구성 및 운영에 관한 사항과 경쟁상황평가 기준·절차·방법 등을 내용으로 하는 방송법시행령 개정안 마련

※ 방송시장 경쟁상황평가 위원회 구성 등을 내용으로 방송법 개정('11년 7월)

□ 향후일정

- 방송시장 경쟁상황평가 결과 위원회 보고 : '11. 12월

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 방송시장 경쟁상황 평가(기금)	-	3	5	8

□ 개요

- 스마트 미디어 환경에 대응하는 시청자 미디어 이용행태 조사 및 조사의 품질 향상을 위해 공적 전담기구 설립 추진

□ 주요 추진내용

- (기본방향) 시청점유율 등 미디어 이용행태 조사·검증의 투명화, 신뢰도 제고 및 안정적 재원 확보를 위해 방통위 산하기관으로 설립
 - ☞ (가칭) 미디어다양성정책조사원, 미디어다양성진흥원, 미디어이용행태조사위원회 등
- (수행체계) 방통위는 시청점유율 조사 기본계획 수립 등 미디어 다양성 정책수립 및 개발에 집중하고,
 - 공적 전담기구는 위원회의 다양성 정책에 따른 미디어 이용행태 조사 및 검증(시청점유율 중심) 등 집행업무를 중심으로 수행
- (주요직무) 現 시청점유율 조사·검증 사업과 방송·통신·인터넷 등 미디어 관련 수용자 이용행태 조사 기획, 새로운 조사방법 개발 및 광고효과 측정 등의 연구개발 업무 수행

□ 향후일정

- 전문가 의견수렴 : '11. 11월
- 시청점유율 조사·검증 수행기관 설립방안(법제화 포함) 마련 : '11. 12월

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 시청점유율 조사(기금)	30.6	30.8	29.1	90.5

□ 개요

- 방송·통신 융합에 대비한 새로운 방송편성 규제체계를 수립하고, 방송 평가 제도를 합리적으로 개선하여 방송사업 운영의 내실화 도모

□ 주요 추진내용

- (방송편성 규제 재검토) 스마트TV 등장 등 새로운 방송환경에 대비하여 각종 규제 개선 등 편성정책의 기본방향을 새롭게 정립
 - 규제항목별 규제영향 분석을 통해 목적달성 규제 등은 폐지를 검토하고 규제영향 분석항목을 단계적으로 확대
- (애니메이션 총량제 확대) 애니메이션 총량제를 종편PP·애니메이션PP 등으로 확대하여 국산 애니메이션 제작 활성화
- (지역민방 자체제작규제 전환) 다른 방송사업자의 제작물 편성비율(69%~77%) 규제를 자체제작규제로 전환하여 규제완화 및 방송콘텐츠 제작역량 강화
- (방송평가제도 개선) 변화하는 방송환경을 반영하고 방송평가의 실효성을 제고할 수 있도록 평가제도 개선
 - 매체별로 특화된 평가항목 및 기준을 개발하고, 종합편성PP 신규 도입됨에 따른 해당 사업자에 대한 방송평가 기준 마련
 - 방송사의 디지털전환 촉진 및 방송장비의 국내 수요기반 확대를 위해 관련 평가기준 마련

□ 향후일정

- 방송편성규제 개선방안 마련 : '11.12월
- 방송평가제도 개선방안 마련 : '11.12월

□ 소요재원

(단위 : 억 원)

구 분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 방송평가기반 조성 (기금)	7.61	6.15	10.0	23.76

□ 개요

- 다매체 다채널의 방송매체 환경 하에서 시청자 권익 증진 및 편성의 자율성 제고를 위해 지상파TV 방송시간 규제 개선 필요

※ 해외 주요국의 경우, 방송시간에 대한 특별한 규제는 없으며, 대부분의 방송사는 독자적인 편성정책에 따라 방송시간을 자율적으로 운용

□ 주요 추진내용

- (운용시간 자율화) 현행 방송시간 제한을 폐지, 운용시간 자율화

※ 현행 TV방송국 방송운용 허용시간 06:00~익일 01:00

- (추진방안) 정책방안 의결 후 허가증 재교부를 통해 기재사항 중 운용 허용시간 수정 및 관련 부관 삭제

- (공익성 확보 방안) 심야시간 지상파 방송의 공공성·공익성 확보를 위한 편성 관련 보완방안 마련

- 심야시간 재방송 프로그램 및 “19세이상 시청가” 프로그램 편성 제한 등 검토

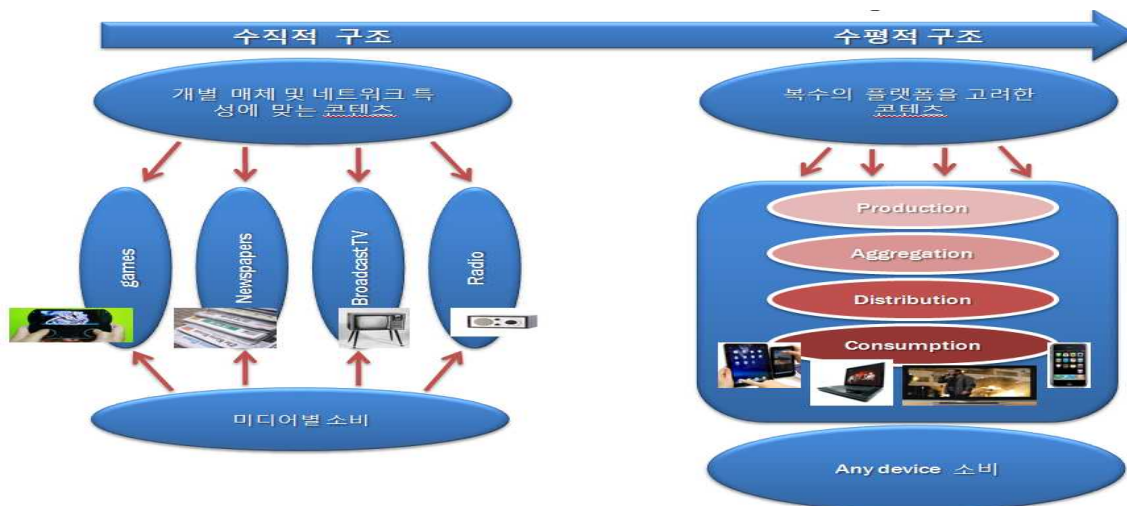
□ 향후일정

- 지상파 TV 방송시간 규제완화 정책방안 마련 : '11년 하반기

□ 콘텐츠가 중심이 되는 미디어 환경 도래

- 디지털 기술의 발전에 따라 방송통신 콘텐츠, 플랫폼, 네트워크, 단말기 사업자의 경계가 허물어지는 **방송통신 융합환경 도래**

【 미디어산업구조의 진화 방향 】



- 방송통신융합 및 오픈마켓의 진전으로 과거 플랫폼사업자가 전체 가치 사슬의 헤게모니를 장악했던 산업구조가 **콘텐츠 중심의 산업구조로 변화**
- 이에 멀티플랫폼 환경에서 양질의 콘텐츠 확보를 위한 플랫폼 간 경쟁이 심화되고 콘텐츠산업은 **관련 기기**(Digital TV, 스마트폰, 태블릿PC) 및 **서비스**(방송, 통신, 인터넷) 발전을 선도하는 **핵심산업**으로 부각

□ 콘텐츠산업은 고부가가치를 창출하는 차세대 성장동력

- 방송통신콘텐츠산업은 세계시장 규모면에서 반도체, 가전산업보다 규모가 큰 7,336억달러('10년)를 기록하여, **미래의 성장동력 분야**로 주목
 - ※ 반도체 : 2,310억달러, 가전 : 3,192억달러 (출처:PWC 2010, iSuppli)
- 방송콘텐츠산업은 다양한 유통창구를 통한 OSMU(One Source Multi-Use)가 가능한 **고부가가치 창출 산업**

※ 대장금 220억원 수익구조(헤럴드경제, '04.3월) : 광고수익(80억, 36.4%), 해외판권(50억, 22.7%), 테마파크(28억, 12.7%), 출판물(12억, 5.5%), 인터넷서비스(9억, 4.1%) 등

□ 양질의 콘텐츠 확보를 위한 글로벌 경쟁 심화

- 신규 종편 채널 출범 및 글로벌 미디어 기업의 세계시장 확대 전략 등으로 콘텐츠의 국내외 글로벌 경쟁 또한 증가

※ News Corp., Time Warner, Walt Disney, Google 등 해외 주요 미디어그룹은 관련 산업의 수직적, 수평적 결합을 통한 수익 다각화 전략으로 세계 시장에서의 우위를 확보

※ '09년 기준 글로벌 기업의 미국 및 캐나다 외 기타지역 매출액 비중의 경우, News Corp. 45.7%, Viacom 28%, Time Warner 27%, Disney 26%임

- 글로벌 시장을 겨냥한 고품격 대작 다큐멘터리, 한류 킬러콘텐츠의 강세가 이어지고 있으며, 규모 및 범위의 경제를 극대화 할 수 있는 프리미엄 콘텐츠(드라마, 버라이어티, 스포츠)의 가치 상승

※ SBS '시크릿가든'의 방영권이 일본·중국·대만 등 아시아권을 중심으로 13개국에 판매, 40억원 매출 기록 및 MBC는 4부작 대형 다큐 '지구의 눈물' 시리즈로 인기

□ 중소 콘텐츠 제작자의 역량 취약

- 콘텐츠의 제작주체인 대부분의 방송채널사용사업자와 독립제작사는 자본금 규모나 인력 면에서 취약, 창의적 기획이 제작으로 연결 곤란

※ 지상파(33개)의 경우 평균 PD 75명, 제작관련 인력 50명, 스튜디오 4개, 일대일편집실 23개를 갖추고 있으나, 개별PP의 경우 평균 PD수는 5.5명, 제작관련 인원수는 8.5명

※ '10년 기준 독립제작사의 평균 자본금 규모는 4억 8천6백만원이며, 1억원 미만인 사업자가 68%, 10인 미만 제작인력 보유 사업자 72%(문화부 독립제작사 신고현황)

- 킬러콘텐츠 양산 및 다양한 콘텐츠 제작을 위해 영세한 중소 PP, 독립제작사 등 콘텐츠 제작자들에게 제작비, 제작·유통 등의 인프라 구축 등을 지원하여 경쟁력 제고 필요

◇ 콘텐츠 산업의 글로벌 경쟁력 제고를 통해 2015년까지 세계 5위권의 방송통신 콘텐츠 강국으로 도약 추진

- ⑤8 우수 방송콘텐츠 제작경쟁 촉진 ⑤9 방송콘텐츠 제작기반 지원
- ⑥0 방송통신산업 전문인력 육성 ⑥1 방송통신 콘텐츠의 시장 활력 제고
- ⑥2 외주제작사 역량강화를 위한 방송제도 개선

□ 개요

- 콘텐츠제작 방송사업자의 경쟁력을 평가하고 지원 정책과 연계 등 활용을 통해 업체간 경쟁을 촉진하고 방송콘텐츠 시장 활성화를 도모

□ 주요 추진내용

- (방송콘텐츠 경쟁력 평가 체계 마련) 콘텐츠를 제작하는 방송사업자의 콘텐츠 경쟁력을 평가할 수 있는 평가지표를 마련
 - 사업자의 콘텐츠 관련 실적, 방송콘텐츠 산업구조, 시장상황 분석 등을 반영하여 적합한 경쟁력 평가항목 마련
- (콘텐츠 경쟁력 평가) 콘텐츠 제작업체에 대한 콘텐츠품질평가, 시청자만족도, 콘텐츠유통실적, 수출입실적, 기술개발실적 등 평가 실시
- (평가결과의 활용) 평가결과 공개를 통해 콘텐츠 제작업체에 대한 사회적 관심을 유도하고, 우수업체에 대해서는 정책적으로 지원
 - 방송콘텐츠 제작지원 업체 선정 시 가산점 부여 등

□ 향후일정

- 콘텐츠 경쟁력 평가방안 마련 : '12. 1분기
- 콘텐츠 경쟁력 평가 실시 : '12. 6월 ~
- 평가결과 환류 및 평가방안 수정·보완 : '13. 상반기

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구 분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 방송콘텐츠 경쟁력 평가(기금)	-	-	6.5	6.5

□ 개요

- 방송사업자 제작역량 강화를 통한 방송콘텐츠 글로벌 경쟁력 제고를 위해 디지털방송콘텐츠지원센터 구축 및 프로그램 제작지원 강화

□ 주요 추진내용

< 방송콘텐츠 제작 지원 >

- (고품질·공공·공익 프로그램 제작지원) 다양한 방송콘텐츠 제작 활성화를 위해 방송 프로그램 제작지원
 - 방송콘텐츠 다양성 확보 및 경쟁력 강화를 위해 공공·공익프로그램, 대형 기획프로그램, 3D, 양방향 프로그램 등 제작 지원
 - 시청률 경쟁으로 편성에서 소외되는 공공·공익 프로그램을 제작 지원하여 방송의 공적책임 강화
 - ※ 문화유산, 환경·에너지·녹색성장, 사회적 소수대변(여성·청소년·노인·장애우 등), 가족(고령화, 저출산 등)·다문화, 순수예술·문화, 국제협력, 방송통신발전
- (한류 확산) K-POP공연, TV영화, TV애니메이션 등의 장르에서 신한류 브랜드 가능성이 있는 아이템을 발굴, 3D제작 지원(문화부 협의)
- (단막극 활성화) 다양한 창의적 소재 및 신인 제작자·연기자 발굴을 위해 단막극 페스티벌 개최, 제작지원과 연계한 공모전 등 지원 (문화부와 공동사업 추진)
- (양방향 프로그램 제작지원) IPTV, 디지털케이블, DMB 등 양방향 매체에 제공될 수 있는 창의·실용적 양방향 프로그램 제작지원
 - 스마트기기(스마트폰·태블릿PC) 등 최신 IT와 연계된 대형 프로젝트 발굴, 포맷이나 솔루션의 해외 수출 지원
 - 국내 거주 외국인들이 선호하는 뉴스·보도, 드라마, 다큐멘터리, 스포츠, 어린이 등 5개 분야를 대상으로 양방향 다국어 자막 서비스 제공

< 지원센터 구축 >

- (원스톱시설 구축) 방송콘텐츠 제작업체가 공동으로 활용할 수 있도록 제작, 편집, 송출, 유통 등을 통합 지원하는 종합시설 구축

< 일반 현황 >

- 조성부지 : 한류월드 (경기도 고양시 장항동 소재)
- 조성규모 : 부지 10,702㎡, 연면적 56,491㎡, 지상 20층 지하 4층
- 주요시설 : 스튜디오 (대형1, 중형1, 소형4), 중계차 1, 편집실 16, 송출·유통실 등
- 총사업비 : 3년간('10~'12년) 2,276억원(방통위 1,104억, 문화부 1,172억)
- 관련업체 : 대우건설 콘소시움(시공업체), 선엔지니어링 콘소시움(감리)

- (콘텐츠 유통 허브화) 지원센터 내 국내외 온라인 유통시스템을 구축하여 디지털 콘텐츠 집약시설 및 유통활성화 기지로 활용 (문화부 협의)
- 센터 내 1인 창작집단을 위한 작업공간, 편의시설, 마케팅 등을 제공하여 다양하고 실험적인 콘텐츠가 제작될 수 있도록 지원

□ 향후일정

- 프로그램 제작지원 개선방안 마련 : '11년 하반기
- 디지털방송콘텐츠지원센터 완공 : '13년 상반기

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 지원센터(기금)	346	389	407	1,142
○ 프로그램 제작지원(기금)	180	180	220	580

- **협조기관** : 문화부 공동협력(지원센터 및 단막극 제작지원)

□ 개요

- 새로운 방송통신 서비스 등장, 디지털 전환 등 환경변화에 대응하여 콘텐츠 제작, 미래 방송통신서비스, 정보보호 분야 등 전문인력 양성
- 차세대콘텐츠 제작인력 해외 양성, 방송콘텐츠 제작 R&D 센터를 통한 창작집단 육성 및 이와 연계한 지역 콘텐츠 제작인력 양성

□ 주요 추진내용

- (전문인력 양성) 방송콘텐츠 제작, 미래 유망 방송통신서비스, 정보 보호, 정보통신망 전문 시공인력 등 방송통신산업 전문인력 양성
 - 3D, 스마트TV 등 방송 환경변화에 따른 신기술을 방송 현업인에게 교육하고, PD, 방송기자, 방송작가, 방송기술인 등 직종별 전문 현업인 맞춤형교육 확대
 - 차세대 모바일 앱 개발, 사물지능통신, 스마트워크 등 미래 유망 방송 통신서비스 분야 재교육을 통해 글로벌 경쟁력을 갖춘 융·복합형 개발자 양성 확대
 - 다양한 정보보호 기술 교육 및 프로그램 개발을 통한 맞춤형 정보 보호 전문인력 양성 및 초고속 정보통신망 고도화에 필요한 전문 시공인력 양성(정보통신기능대학 지원)
- (차세대 콘텐츠 고급인력 해외 양성) 국내 차세대 콘텐츠 제작 인력을 발굴하여 미국 드림웍스 등 헐리우드 제작사에 파견, 선진 제작기술 및 글로벌 비즈니스 연수 기회 제공
 - I3DS가 운영하고 있는 인력양성 교육(I3DU)와 연계하여 헐리우드의 제작사·방송사와 비즈니스 협력 및 인큐베이팅을 위한 지원센터 현지 개설 추진(KOTRA LA지사 인큐베이팅 시설 활용)

- (방송통신정책연구센터 운영 지원 등) 방송통신정책연구센터의 운영을 지원하는 한편, 통신사업자가 지원하는 대학연구센터(IT-CRC*), KISDI, ETRI 등과 공동 연구체계를 구축하여 통합학제적 연구 활성화

※ IT-CRC(IT-Cooperative Research Center)는 통신사업자가 출연한 기금으로 지역별 6개 대학 연구센터를 설립하여 지역 특화기술 개발 및 IT산업체 기술지원 등을 하는 사업

- (방송콘텐츠 제작 R&D 센터 운영) 기획부터 글로벌 유통까지 지원하는 창작 인큐베이팅 공간, 차세대 콘텐츠 신기술 전수, 글로벌 시장 동향 및 정보를 공유할 수 있는 종합 창작지원센터 개설(디지털 방송콘텐츠지원센터 인프라 활용)
- (지역연계 콘텐츠 허브-스포크 시스템 구축) 디지털방송콘텐츠지원센터를 허브로 하고 시청자미디어센터(부산·광주), 지자체 인프라(문화산업진흥원) 등을 네트워크로 연결하여
 - 온라인 기반 교육 프로그램을 제공하는 한편, 지역의 잠재적 콘텐츠 제작 인력들이 허브의 유통시스템을 활용할 수 있도록 하고,
 - 허브를 통해 멘토링, 산·학·연 협력 프로그램을 중개하여 지역 인력 취업지원 및 지역 방송통신 산업체 필요인력 공급

□ 향후일정

- 신기술 및 맞춤형교육 커리큘럼 개발 및 보완 : 매년 1사분기
- 정보보호 및 초고속정보통신기반인력 양성 계획 수립 : 매년 1사분기
- 차세대 콘텐츠 전문인력 해외양성 계획 수립 : '12년 1사분기
- 방송콘텐츠 제작 R&D 센터 및 지역연계 인력양성 계획 수립 : '12년 1사분기

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 방송통신전문교육강화(기금)	32.9	47.9	57.5	138.3
○ 융합방송통신전문인력양성(기금)	32	19	23	74
○ 정보보호인력 양성(일반)	5	5	12	22
○ 초고속정보통신기반인력 양성(기금)	35.4	36	36	107.4

□ 개요

- 민간의 콘텐츠 분야 투자유도, 콘텐츠 유통 활성화 기반 조성 등을 통해 콘텐츠 시장 활력 제고 및 부가가치 창출 극대화

□ 주요 추진내용

- (투자 확대 및 세제 지원) 모바일·방송 콘텐츠에 대한 전문 투자펀드 운영과 콘텐츠 분야에 대한 세제 지원
 - KIF펀드(Korea IT Fund)를 활용하여 모바일 콘텐츠, 모바일 광고 등과 관련된 유망 중소벤처기업에 중점 투자
 - * '02년 통신사업자(SKT, KT, KTF, LGT)가 3,000억원을 출자하여 조성, 현재는 3,700억원 규모
 - 정부·민간 공동 200억원 규모의 방송콘텐츠 투자펀드를 조성, 수출형 대형 다큐멘터리, 3D방송 콘텐츠, 융합형 콘텐츠 등에 중점 투자
 - 관계부처와 협의하여 민간의 콘텐츠 분야 투자액에 대한 세제 혜택 부여방안 검토
- (유통 활성화) PP 등 영세 방송콘텐츠제작사가 제작한 방송콘텐츠를 보존, 유통할 수 있는 디지털 유료방송 유통 시스템(DDS)을 활성화하고
 - 방송콘텐츠 영상 자료 및 원천 소스를 온라인상에서 거래할 수 있는 유통시스템을 구축, 콘텐츠 제작비 절감 및 방송사업자 부가수익 창출
- (방송프로그램 정보 표준화) 방송프로그램의 제작정보, 편성정보 등을 표준화하고, 지상파와 유료방송간 프로그램정보 활용·유통 기술 표준 개발
 - 방송사업자의 중복투자를 방지하고 자체 표준 개발이 힘든 중소 방송사에 보급하여 방송콘텐츠 유통·활용 기반 조성

- (방송콘텐츠 수출 확대) 한류(韓流)의 글로벌 저변 확대를 지원하고, 고부가가치 방송 비즈니스 해외 진출을 위한 세제 지원 검토
 - 정부, 방송사, 유관기관 등으로 '방송서비스해외진출연구반' 운영
 - 단품 콘텐츠 수출 중심에서 방송채널, 방송시스템 등 방송서비스 전 분야로 수출 지원 확대
 - 관계부처와 협의하여 콘텐츠 수출 등에 대한 세금감면 방안 검토
- (국내 앱스토어와 WAC 연동) 국내 통합 앱스토어(K-앱스)와 글로벌 앱도매장터(WAC) 간 연동을 통해 콘텐츠(앱)를 국내 이통3사 이외 WAC에 참여하고 있는 해외 이통사의 스토어에도 동시에 판매 추진

※ WAC 참여 이통사 : NTT 도코모, 보다폰, AT&T, 텔레포니카, 차이나모바일 등

□ 향후일정

- 산·학·연·관 전문가 유통포럼 운영 : 매분기 1회
- 방송채널해외진출협의회 운영 : 매년 4회 이상
- 통합 앱스토어(K-WAC) 상용서비스 개시 및 WAC 연동 : '11.하반기
- 지원센터내 디지털 소스 유통시스템 구축·운영 : '13년 상반기

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ DDS 운영(기금)	1.5	-	-	1.5
○ 방송해외진출지원(기금)	9.5	8.8	10	28.3

▷ 통합 앱스토어 관련 사업은 이통3사가 출자('11년 120억, '12년 20억, '13년 20억)

□ 협조기관 : KIF펀드 운영 관련 통신사업자 협조

□ 개요

- 방송콘텐츠 경쟁력을 강화하고 방송 산업 선진화에 기여하기 위해 제작역량을 갖춘 외주제작사를 적극 육성할 필요

□ 주요 추진내용

- (외주제작 인정기준 도입) 자본, 연출 등 제작요소 투입 정도를 반영한 외주제작 프로그램 인정기준을 도입하여 가장(假裝)외주를 방지
 - 외주제작 제도의 실효성을 강화하고, 내실있는 외주제작사 육성 기반 마련
- (외주제작사 보호장치 마련) 외주제작사의 법적 지위를 방송법에 규정하여 방송사와 마찬가지로 일관성 있게 외주제작사를 보호
 - 방송 분쟁조정 대상에 외주제작사를 포함하여 신속한 분쟁 해결
 - 방송사가 외주제작 프로그램을 공급받을 때 적용할 기준(공급기준)을 방통위에 신고토록 의무화
- (외주제작 참여자 보호) 외주제작 연기자 출연료 미지급 사례가 발생하지 않도록 방송3사-드라마제작사협회간 체결한 MOU('10.11월) 이행 점검
- (외주제작 상생협의회 구성·운영) 다큐 등 非드라마 분야에서 촬영원본 활용방안을 모색하여 영세한 제작사의 신규 수익원을 확보

□ 향후일정

- 방송법 개정안 제출 : '11. 4분기
- 편성고시 개정 등 후속 조치 : '11.12월
- 방송법 개정안 마련(공급기준 관련) : '12.하반기

□ 국내 광고시장 성장 정체

○ 국내 광고시장은 '10년 8.42조원 규모로 GDP 대비 0.72%에 불과

※ 주요국 GDP대비 광고비 비중('10) : 미국 1.02%, 호주 0.9%, 일본 0.84%, 영국 0.79%

○ 광고판매 독점, 양적 규제, 수출·대외의존도가 높은 경제구조 등으로 국내 광고시장은 효율성이 저하되고 전통 매체는 성장이 정체

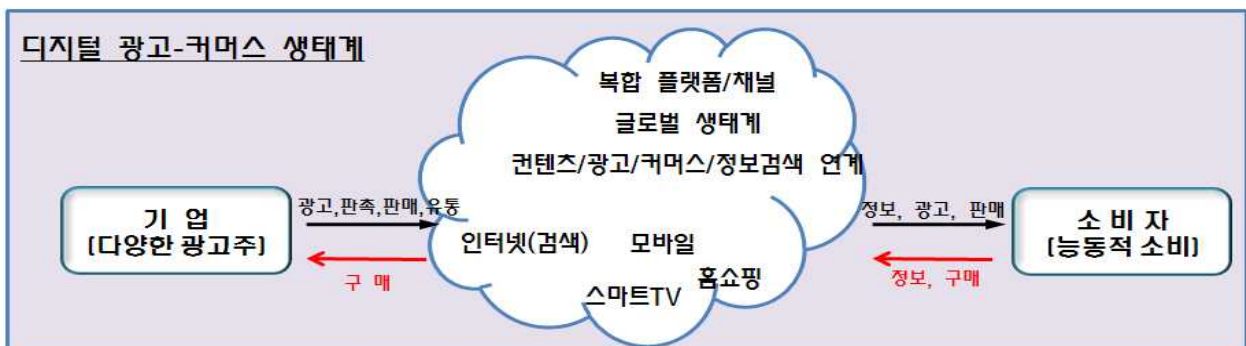
< 국내 광고매체별 시장점유율 추이 >



□ 미디어 환경의 변화

○ 구글, 애플 등 글로벌 복합 플랫폼이 인터넷·모바일 서비스 영역을 넘어 광고/스마트TV 부문에 진입함에 따라 국내 광고·미디어 시장 잠식 우려

○ 스마트폰, 디지털TV 등 디지털 매체 보급 확산에 따라 콘텐츠-광고-커머스-정보검색이 연계되는 새로운 스마트광고 생태계로 진화 중



□ 광고산업 활성화 방향

국내 광고시장의 정체를 타개하고, 미디어 환경 변화에 대응하여 스마트 시대 핵심 산업으로 광고산업 육성 추진

○ 광고산업의 중요성

- 광고산업은 미디어산업 · 내수산업 활성화, 국가경쟁력 향상으로 이어지는 선순환 구조를 촉발시키는 촉매제 역할을 담당

※ 광고는 168개 산업 중 생산유발효과 4위로 파급효과가 큰 산업(한은, '08)

- 미디어산업의 발전을 위해서는 광고시장 전체의 크기 확대가 중요

○ 광고산업 육성 전략

- ① 경쟁도입, 규제완화 등 기존 광고시장 활성화와 ② 신규 스마트 광고시장 창출을 통해 광고시장 및 미디어산업 전체의 성장을 견인

< 국내 광고시장 성장 전망 (단위 : 조원) >

구 분	2009	2010	2011(f)	2012(f)	2013(f)
GDP	1,063	1,172	1,179	1,228	1,279
광고시장 규모 (GDP 비중)	7.25 (0.68%)	8.42 (0.72%)	8.73 (0.74%)	9.42 (0.77%)	10.0 (0.78%)

※ GDP 성장 전망 : '11년(4.5%)은 한국은행 전망치, 이후 IMF 전망치('12~15년 4.2~4.0%)

◇ 국내 광고시장을 '10년 8조원에서 '13년 10조원 수준으로 확대하여 미디어산업의 발전과 내수시장 활성화에 기여

- ⑥3 방송광고 판매시장 경쟁체제 도입 및 효율성 제고
- ⑥4 중소방송 지원방안 마련 ⑥5 방송광고 편성 · 운영 규제 개선
- ⑥6 스마트광고 기반 조성 ⑥7 인터넷광고시장의 활성화 기반 조성

□ 개요

- 한국방송광고공사(KOBACO) 독점이었던 지상파방송광고 판매시장에 실질적 경쟁을 도입하여 위헌요소 해소, 시장 효율성 제고 및 활성화

□ 주요 추진내용

- (방송광고판매제도 입법) 의무위탁 범위, 경쟁도입 방안, 광고판매 방식 등 방송광고판매제도 개선 관련 국회의 미디어랩 입법 지원
- (경쟁체제 도입) 미디어랩 입법내용, 실질적 경쟁관계 형성 등을 고려하여 정부출자공사 설립 및 민영 광고판매회사 허가 추진
 - 방송~광고주 상호영향력 제한 관련 금지행위, 판매회사 회계기준 등 하위 법령 마련
- (판매시장 효율성 제고) 광고효과(시청율 등) 및 광고시장 수급에 따라 광고요금과 판매방식이 결정되도록 시장 자율성 제고

□ 향후일정

- 방송광고판매제도 개선 입법 : '11. 하반기
- 법 통과후 3개월 내 : 시행령 및 시행규칙 제정
- 법 통과후 6개월 내 : 정부출자공사 설립 및 민영판매회사 허가

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구 분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 방송광고 공익성 강화(기금)	-	-	200	200

□ 개요

- 방송광고판매시장 경쟁도입 시 광고매출의 급격한 감소가 예상되는 중소방송*에 대한 지원방안을 마련하여 방송의 다양성 보호

* 한국방송광고공사가 중앙 지상파 3사 광고와 연계판매하여 광고판매를 지원하거나, 전국 광고 판매에 따른 광고매출(전파료)을 배분하는 종교방송, 지역방송 등을 지칭

□ 주요 추진내용

- (광고판매 지원) 방송광고시장 현황, 중소방송 경영현황, 기존 연계 판매 현황 등을 고려해 광고판매회사에 광고판매 지원의무 부과
- (광고매출 배분분쟁 조정) 네트워크 중앙-지역사 간 광고매출(전파료) 배분 분쟁이 발생하는 경우 분쟁 조정
- (재정지원) 공익적 프로그램 제작 지원 등 재정적 지원 방안 마련
 - 이를 위해 주요 방송사에 대한 방송통신발전기금 징수율을 인상하는 등 재원조성 방안 검토
- ※ 기타 중소방송에 대한 편성규제 완화 및 기금징수 유예 검토
- (광고균형발전위원회) 방통위 내 방송광고균형발전위원회를 설치하여 중소방송 지원 관련 주요사항 심의 및 지원 결과 평가

□ 향후일정

- 방송광고판매제도 법안 및 중소방송지원방안 마련: '11. 하반기

□ 개요

- 매체간 균형발전, 시청권 보호 및 광고재원의 효율적 활용 등을 감안한 광고규제를 개선하여 시장의 효율성 제고 및 활성화 추진

□ 주요 추진내용

- (간접광고 · 협찬고지 개선) 광고시장 확대, 방송프로그램 제작 역량 강화 등을 위해 방송사-외주제작사의 제작협찬 · 간접광고를 상호 허용(문화부 협의)
- (광고편성규제 완화) 지상파 중간광고 · 광고총량제는 시청권 보호, 매체 균형발전을 감안, 이해관계자 의견 수렴 등을 거쳐 신중 추진
- (데이터방송광고규제 개선) 광고 효과성이 높고 시청권 보호 병행이 용이한 EPG*상 광고 허용 검토

* 화면 하단에 bar 형태로 제공되는 채널 안내 화면(Electronic Program Guide)

- (광고금지품목 규제개선) 광고시장 확대에 상당한 영향력을 미칠 의약품 재분류 논의, 생수 · 병원 등 광고금지 품목 규제완화에 적극 대응

※ (보건복지부) 박카스 등 48개 품목 ‘의약외품’으로 분류, 소매점 판매 허용(‘11.7)

– 감기약 · 해열제 등 가정상비약을 ‘약국외판매의약품’으로 분류하는 약사법 개정 추진 중

※ (식약청) 11년말까지 39,254개 의약품의 일반 · 전문의약품 재분류 추진 예정

- (방송광고 분야 세제지원 검토) 미국 등 선진사례를 참고하여 방송 광고 분야 세제지원 검토

□ 향후일정

- 제작협찬 및 간접광고 제도 개선(방송법령 개정) : ‘11년 하반기
- 방송광고 편성운용규제 개선방안 마련 : ‘12년말
- 관련 방송법 및 방송법시행령 개정 : ‘13년말

□ 개요

- 스마트시대 핵심 서비스산업으로 디지털 광고산업을 육성하기 위해 방송, 통신, 광고업계 전반이 협력하는 스마트광고* 생태계 조성

* 디지털케이블, IPTV, 인터넷, 모바일, 스마트TV, 디지털 옥외광고 등 스마트 미디어상의 광고로 양방향, 맞춤형, 융합적(광고-정보-커머스) 특성을 지님

□ 주요 추진내용

- (스마트TV 광고 육성) TV기반의 맞춤형·양방향·실감형 광고, T-커머스 육성, 인터넷·모바일 광고 연동, 실감형 TV앱 광고 등 시장 창출
- (디지털 옥외광고 육성) 이용자 동선에 따라 옥외간판·전광판 등을 통해 지역·시간별 다양한 맞춤형 광고를 제공하는 새로운 시장 창출
- (디지털광고 제작산업 육성) 제작시설 구축·지원, 제작인력 양성 등을 통해 종전 AV형 광고제작을 디지털 Creative 광고제작 산업으로 육성
- (스마트광고 육성계획 수립) 스마트광고 생태계 조성 및 스마트 광고 산업 육성을 위한 종합계획을 산·학·연·관 공동으로 수립·시행
 - 스마트 광고기술 개발, 개인정보보호, 제작 및 유통인프라 구축 등

※ 디지털광고 제작산업 및 스마트광고 육성은 기술발전에 따라 새롭게 등장한 분야로 향후 방송통신콘텐츠조정협의체 논의결과를 반영하여 수정·보완

□ 향후일정

- 스마트광고 육성전략 수립 : '11. 12월
- 스마트광고 육성전략 추진(4년간 추진 예정) : '12년 ~

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구 분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 스마트광고 기반조성(기금)	-	-	150	150

□ 개요

- 인터넷·모바일 비즈니스의 발전동력인 新유형 인터넷·모바일광고에 대한 정책적 지원, 이용자 보호 등을 통한 활성화 기반 조성

□ 주요 추진내용

- (인터넷·모바일광고 육성) 新유형 광고모델 발굴·육성을 위해 광고 효과 검증 등을 수행하는 ‘테스트패널’을 구성·운영
 - 국내 모바일광고플랫폼의 활성화를 지원하기 위해 ‘플랫폼 인증제’* 도입
 - * 모바일광고 플랫폼의 기본성능 안정성, 플랫폼 운용의 투명성, 이용자보호 등 신뢰성에 대한 점검
- (新유형광고 표준화 및 효과분석) 산업 활성화 및 이용자 보호를 위해 新유형 인터넷·모바일광고의 표준화(용어·유형·규격 등)를 추진하고, 新유형 광고의 효과에 관한 객관적인 조사·분석 실시
- (인터넷·모바일광고 종합정보체계 구축) 산업·유형별 분류체계에 따른 산업실태·통계조사를 실시하여, 시장수요를 반영한 종합정보시스템 구축
- (건전한 인터넷광고 이용환경 조성) 인터넷광고 자율규제 강화를 위해 ‘한국온라인광고협회’를 중심으로 이용자 보호 등 건전한 이용환경 조성

□ 향후일정

- 테스트패널 구성·운영 및 플랫폼 인증제 도입 : ‘11.하반기~
- 新유형광고 가이드북 제작 및 보급 : ‘11.하반기

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	‘11년	‘12년(안)	‘13년(안)	계
○ 인터넷광고 유통기반 조성(일반)	5.5	5.5	5	16

□ 전 세계 방송의 디지털화

- 미국, 스웨덴, 핀란드, 네덜란드 등은 이미 방송의 디지털 전환을 완료하였고 영국, 이탈리아는 '12년까지 디지털 전환을 완료 할 계획



OECD 33개 국가 중 28개국이 2012년까지 디지털 전환 완료 예정

□ 주요국 사례 및 시사점 : 단계적 디지털전환 추진

- 미국일본 등 주요 국가는 방송국 시설, 주파수 정책, 방송시장 현황 등을 고려하여 '아날로그방송 종료'와 '디지털방송 활성화'를 순차적으로 추진

◆ 미국 및 일본 사례

- (미국) 아날로그 종료 이후에도 전국민이 지상파 방송을 시청할 수 있도록 모든 직접수신가구에 컨버터 쿠폰(40\$) 2매를 지원하고, '09.6월 아날로그 방송 종료
 - 종료 이후, '12년까지 케이블방송의 디지털 전환 등을 순차적으로 추진 하고 디지털TV 보급을 확대하는 등 디지털 전환을 단계적으로 추진
- (일본) 디지털컨버터·안테나 설치(저소득층), DTV 구매보조 등 시청자를 지원하고 '11.7월 지상파 아날로그 방송을 종료
 - 종료 이후, '12.7월까지 디지털방송 주파수 재배치, '15년까지 아날로그 케이블방송의 디지털 전환과 DTV보급 확대 등 단계적으로 추진

□ 향후 디지털전환 계획 : 단계적 추진

◆ 방송의 디지털 전환은 아날로그 TV방송을 차질없이 종료하고 디지털방송 활성화를 지속 추진하는 2단계 과정으로 추진

<1단계 : '12.12월까지 아날로그 TV방송을 성공적으로 종료>

- 아날로그 TV방송 종료와 그에 따른 피해 가구 최소화에 중점 노력
 - ※ 아날로그 방송 종료후에도 모든 국민이 지상파 방송을 볼 수 있도록 컨버터 등 지원
- 해외사례 등을 바탕으로 성공적인 아날로그 방송 종료를 위한 추진계획을 보완하고, 정부지원 대상 범위 확대 추진
- 방송사 측면에서 아날로그 방송 종료 준비를 차질없이 추진하는 한편, '11년부터 시청자 지원에 중점을 두어 지원 및 홍보를 강화

<2단계 : '13년초부터 디지털 방송 활성화 지속 추진>

- 전국민이 디지털HD 방송의 혜택을 누릴 수 있도록 유료방송·라디오 방송의 디지털화, DTV 보급, HD편성비율 확대 등을 추진
 - ※ 아날로그 방송종료 시에도 디지털HD 방송을 시청할 수 있는 가구(DTV보유)는 70% 수준
- 많은 시청자(70% 이상)가 이용하는 케이블TV에 대한 디지털 전환이 완료되어야 TV방송의 디지털전환 완성 가능('11.6월 디지털케이블 가입자 25%)
- 가용 주파수 확보 및 CD 수준의 고품질 라디오 구현 등을 위해 FM라디오 방송의 디지털화도 필요

◇ 3D스마트 TV등 다양한 서비스를 활성화하고 선진방송을 구현할 수 있도록 아날로그 방송 종료와 디지털방송 활성화를 지속 추진

- ⑥8 디지털방송 수신환경 개선 ⑥9 시청자 지원 강화
- ⑦0 케이블방송의 디지털전환 추진 ⑦1 라디오방송의 디지털화 추진
- ⑦2 방송장비 산업 육성

□ 개요

- 자발적인 디지털 전환이 어려운 농어촌 지역, 저소득층의 공공임대 공동주택에 대해 수신환경 개선 등으로 아날로그 방송 종료기반 마련

□ 주요 추진내용

- (디지털 TV방송 수신환경 분석) DTV 방송보조국 설치 지역을 대상으로 DTV수신환경을 조사·분석('12년말까지 1만개 지점 조사)
 - DTV 수신율, 난시청 지역을 도출하여 난시청 해소 자료로 활용하고 지역별 DTV 수신정보를 국민들에게 제공
- ※ '11.6월 현재 8,723지점 조사 (수신율 89.3%)
- (농어촌·도심의 난시청 해소) 농어촌 및 도시의 자연적, 인위적 난시청 해소를 위해 소출력 중계기, 공시청시설 구축·운영

<마을공시청시설 및 소출력중계기 구축 사업 현황>

구 분		~'10년	'11년	'12년	계	비 고
마을공시청설비 개선	개소	158	100	124	382	방통위, KBS
	가구	17,274	13,000	16,120	46,394	
소출력 중계기 설치	개소	14	30	100	144	방통위, KBS
	가구	28,021	9,000	30,000	67,021	

- 도시의 건축물 등에 의한 인위적 난시청이 발생하는 지역에 대한 원인을 정밀 분석하여, 도시형 난시청 해소방안 마련('12~'14년)
- (공동주택 공시청설비 개선) 공공임대 공동주택 등 공시청설비 개보수를 지원하여 지상파 TV방송을 깨끗하게 시청할 수 있도록 수신환경을 개선

< 수신환경 개선 사업 현황 >

구 분		~'09년	'10년	'11년	'12년	계	비 고
공공임대주택	단지	188	61	62	55	366	방통위, LH·SH공사
	세대	179,443	40,518	42,160	37,400	299,521	
민영공동주택	단지	665	218	200	900	1,983	KBS, 건축주
	세대	542,206	121,173	88,000	396,000	1,147,379	
저소득층 세대 (단독/다세대)	건	-	241	400	400	1,041	KBS
	세대	-	716	800	800	2,316	

- 전국 공동주택의 공시청설비 실태조사를 통해 디지털 전환 준비를 위한 홍보, 교육 등 개선방안 마련

□ 향후일정

- DTV 수신환경 조사·분석 (계속) : '11년~'13년
- 마을 공시청 설비 개선 등 난시청 해소 : '11년~'12년
- 공공임대 공동주택 및 공동주택 공시청설비 개선 : '11년~'12년
- 지상파TV 아날로그 방송 종료 : '12. 12월
- 도심의 인위적 난시청 정밀조사 : '12년~'14년

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분(기금)	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ DTV수신환경분석 및 정보제공	4.5	1.2	1.2	6.9
○ DTV난시청 해소	9.5	25.0	25.0	59.5
○ DTV수신환경 개선	6.8	6.8	6.8	20.4
○ 도심의 인위적 난시청 정밀조사	-	7.0	7.0	14.0
계	20.8	40.0	40.0	100.8

- 협조기관** : KBS·MBC·SBS등 14개 지상파 방송사, LH, SH공사

□ 개요

- '12년 성공적인 아날로그 방송 종료 및 기초수급권자 등 경제적 취약 계층의 TV시청권 확보를 위해 DTV 구매보조 등 정부지원을 실시
- 시청자 지원 확대를 위한 보완계획을 수립하고 대국민 홍보 강화

□ 주요 추진내용

- (취약계층 지원) 기초생활수급자 등 경제적 취약계층에게 디지털 컨버터 무상 지원(1대) 또는 DTV 구매보조(10만원) 중 선택 지원
 - '11.7월 서울부터 취약계층 지원 시작, 8월 인천·경기, 11월 전국으로 확대하여 실시
- (지원센터 구축·운영) 경제적 취약계층 지원을 위하여 광역지방자치단체에 디지털방송 전환 지원센터 구축·운영
 - DTV 구매보조, 컨버터 설치 및 안테나 개보수 등 관련민원 처리
- (디지털전환 보완계획 수립) 제주 시범사업 결과 등을 바탕으로 성공적인 아날로그 방송 종료를 위한 시청자 지원 보완계획 수립('11년)
 - 현행 취약계층 중심의 정부지원 범위를 일반 직접수신가구로 확대하는 방안을 지속적으로 추진하고, '12년 상반기 중 정부지원 사업의 조기 종료 방안을 중점 검토
- (대국민 홍보) 직접수신 취약계층·서민가구의 정부지원 인지 및 일반 국민들의 정책 이해도 향상을 위해 TV 등을 활용한 홍보 강화
 - 직접수신 가구를 대상으로 자막고지방송·가상종료를 실시하여 자발적인 디지털 전환 유도

- TV, 신문, 인터넷, 전광판, 버스음성광고 등 다양한 미디어를 통한 대국민 홍보로 사회적 공감대 및 디지털 전환 준비의식 확산
- 정보접근 취약계층 및 지역을 대상으로 한 찾아가는 면대면 홍보, 교육·설명회 등을 통해 디지털전환 사각지대 발생 방지
- (채널재설정 지원 후속조치) 디지털전환 후 주파수 재배치에 따라 시청자가 TV를 못 보는 일이 없도록 주택유형별 대책 마련, 지원
 - 콜센터, 지원센터를 지속 운영하여 시청자 민원에 대응하고, 노인·장애인을 대상으로 채널재설정 및 안테나 조정 관련 방문지원 제공

□ 향후일정

- 취약계층 지원사업 전국 확대 : '11.11월~
- 전국 디지털방송 전환지원센터 구축 : '11. 1월 ~ 12월
- 지상파TV 아날로그 방송 종료 : '12. 12월
- 채널재설정 지원 등 후속조치 : '13년 ~

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분(기금)	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 디지털전환 취약계층 지원	103	777.2	60	940.2
○ 디지털전환에 따른 시청자지원	35	58.6	15	108.6
계	138	835.8	75	1,048.8

- **협조기관** : 15개 광역단체(취약계층 지원 접수), 보건복지부·국가보훈처 (취약계층 대상 확인), 문화체육관광부·행정안전부(대국민 홍보)

□ 개요

- 케이블TV 총 가입자(1,500만) 중 디지털케이블 가입자는 약 25%(382만)에 불과한 만큼 적극적 디지털전환 추진을 통해 '디지털방송 시대' 조기달성

< 케이블방송의 디지털전환율 >

구분	'09년	'10. 6월	'10. 12월	'11. 6월
디지털전환율	17.5%	20.3%	22.7%	25.5%

※ 디지털 전환율 : 전체 케이블TV 가입자 수 대비 디지털 케이블TV 가입자 수

□ 주요 추진내용

- (재허가 등 연계) 케이블TV의 디지털전환 촉진을 위해 재허가 시 디지털 전환 실적 및 계획을 적극 심사하고 다양한 디지털상품 출시를 유도
※ 종합유선방송사업자 재허가 시 디지털전환 계획 이행을 조건으로 부과('11년~)
- (재정 지원) 케이블 방송망 업그레이드, HD방송 서비스기반 확충, 셋톱박스 호환성 확보 기술개발을 위해 융자 등 재정지원 사업 추진

<종합유선방송사업자에 대한 융자실적>

(단위 : 억원)

구분	~'08년	'09년	'10년	소계
○ 디지털방송전환 융자금액	597	146	156	899

- (홍보 강화 등) 대국민 홍보강화를 통해 디지털케이블방송에 대한 대국민 인지도 제고

□ 향후일정

- 재허가 등을 통한 디지털전환 촉진과 상품다양화 유도 : '11. 9월 ~
※ 디지털전환 관련 위탁연구과제(한국정보화진흥원, '11. 12월 종료) 등을 참고하여 추진
- 융자 등 재정지원 대책 마련 및 대국민 홍보계획 수립 : '11. 하반기

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 케이블TV 고도화 기반조성(기금)	220	170	30	420

※ '11년과 '12년 소요재원은 융자지원 예산

□ 개요

- FM 방송용 가용 주파수를 확보하고, CD 수준의 고품질 음질을 제공하기 위해 FM라디오방송의 디지털화 추진

□ 주요 추진내용

- (방송방식 검토) 산·학·연·방송사 등 관계 전문가로 '디지털라디오 추진협의회'를 구성하여 각 방식의 장·단점 분석 및 공청회 개최

※ 디지털라디오방송방식 : 유럽식(DAB, DAB+, DRM+), 미국식(HD-Radio), 한국식(T-DMB Audio)]

- (방송방식 선정) 방송방식별 장·단점, 산업·경제적 파급효과, 의견 수렴 및 공청회 결과 등을 종합적으로 분석하여 국내 방송환경에 적합한 방송방식 선정
- (도입계획 마련) 시험방송 실시, 도입 시기 및 전환일정, 관련 법령 정비 등 효율적인 디지털라디오 도입을 위한 계획 마련

□ 향후일정

- 디지털라디오 방송방식 검토 : '11년
- 디지털라디오 방송방식 선정 : '12년
- 시험방송, 전환방법 등 도입 계획 마련 : '13년

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 디지털라디오 시험방송 지원(기금)	-	-	30	30

□ 법령개정 : 방송법 및 무선설비규칙 개정

□ 개요

- IT 분야에서 세계적 경쟁력을 보유하고 있음에도 불구하고, 방송장비 분야는 해외의존도가 높고, 경쟁력이 낮아 전략적 육성 필요

□ 주요 추진내용

- (장비 신뢰성 확보) 장비 품질·성능 향상을 위하여 방송장비 인증센터를 통해 인증서비스 및 제품 개발시 성능시험, 테스트베드 등 제공
 - 인증 품목 지속 확대('11년 3D장비→'12년 AT-DMB장비→'13년 UHD장비) 및 해외 인증기관 교류, 전시회 출품 등 TTA 인증 홍보 강화
- (수요 확대) 방송사의 중소기업제품 구매를 촉진하고, 방송사-장비 업체간 협력을 통해 공동규격 개발 등을 추진하는 파트너십 유도
 - 비방송부문 수요자-업체간 연계를 위하여 온라인 정보제공 및 유통 지원, 중소기업체 시연회·설명회, 현장 기술지도 등 추진
- (기술경쟁력 확보) IT기반의 방송시스템 발전에 따른 Tape-less 환경의 보편화에 따라 방송장비와 연계된 S/W시스템 경쟁력 기반 마련 지원
 - ※ 방송콘텐츠의 촬영·편집·송출·저장 등 각 단계별 장비를 운영하는 솔루션을 통합 운영하는 CMS(Contents Management System) 등 S/W 중요성 증가

□ 향후일정

- 인증센터 신규 인증대상 규격개발 및 서비스 제공 : '11년 하반기
- 방송장비 시연회 지원 및 설명회 개최 : 연중 3~4회

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 방송장비 인증 인프라 조성(기금)	24	24	24	72

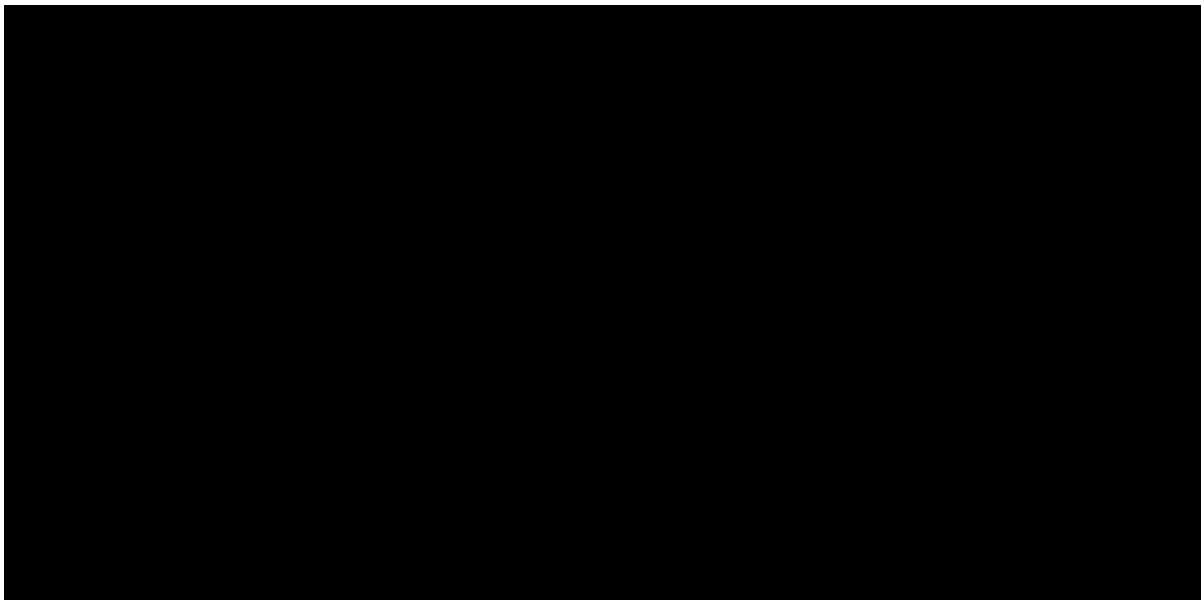
▷ 방송장비 인증 인프라 조성 예산은 13번 과제 차세대 원천기술 개발사업 예산에 포함

□ 협조기관 : 지경부 공동협력(방송장비 고도화 추진단)

□ 방송의 사회적 역할에 대한 중요성 대두

- 소유규제 완화 등 방송법령 개정을 통한 산업적 발전 기반 마련은 기존의 공익성 위주의 방송시장에 본격적인 경쟁개념을 도입
 - 인터넷 미디어의 등장과 종합편성PP 신규 승인 등 새로운 매체의 등장 또한 방송의 산업화를 한층 가속화시키는 계기로 작용
- 반면, 이와 같은 상황은 방송시장이 제공하지 못하는 방송의 공익적 측면에 대한 확실한 안전망 확보와 같은 사회적 요구를 증대
 - 공영방송의 활성화 및 공영방송 제도의 보완 등 방송의 공익적 측면에 대한 강화 필요

< 공영방송에 관한 언론학자 설문조사 결과(모 일간신문사, %, '11.8.4) >



- 방송의 공적 책임은 변함없이 존중되어야 가치로서, 고품격 방송 프로그램을 통해 건전한 방송문화 확립 필요

□ **취약매체 활성화를 통한 방송의 다양성·지역성 확보**

- 지역방송은 콘텐츠 자체 제작 및 유통역량이 낮고 미디어랩 도입, 종편PP 출범 등 미디어 환경 변화에 따라 경쟁력이 더욱 약화될 전망
 - 지역방송 콘텐츠 품질 향상 및 유통구조 개선, 경영효율성 제고 등 지역방송 활성화를 유도할 필요
- 공동체라디오방송은 작은 규모(7개 사업자)와 낮은 출력(1W)으로 인해 방송의 다양성·지역성 구현에 한계가 있어 신규사업자 허가 추진, 출력 증강 검토 등 활성화 방안 마련 필요
 - ※ 미국, 영국, 일본, 호주 등 주요 선진국의 경우 200여개 이상의 소규모 지역 방송국을 통한 지역공동체 활성화 도모
 - 미국 867개('10), 영국 214개('09), 일본 242개('10), 호주 358개('10)

□ **공익채널 선정 및 운영실적 평가관련 법제도 개선**

- 방송의 다양성 확보 및 공익채널 제도의 예측 가능성 제고를 위하여 공익채널 기본계획 법제화 필요
 - ※ '11년도에 3개 공익성 방송분야(사회복지, 과학문화진흥, 교육지원)별로 3개의 공익채널을 선정(총 9개)
 - 구체적인 절차 및 방법을 방송통신위원회 규칙에 반영할 필요
- 공익채널 운용실적 점검평가 시스템 개선 및 관련 제도개선 필요

◇ **공영방송이 품격 있고 가치 있는 문화제공자이자 청정방송으로 발전할 수 있는 제반 여건 조성 추진**

- ⑦③ 공영방송 재정기반 선진화 및 공적기능 제고
- ⑦④ 방송프로그램의 품격 제고 ⑦⑤ 지역방송 활성화 유도
- ⑦⑥ 공동체라디오 방송 활성화 ⑦⑦ 공익채널 제도 개선

□ 개요

- 수신료 현실화(2,500원→3,500원, '11.2.22 국회 제출)를 통해 공영방송 재정기반을 선진화하여 공영방송 발전의 기틀 마련
- KBS의 경영효율성 제고 등 공영방송 관련 제도를 개선하여, 공영방송의 공적기능 제고방안 모색

□ 주요 추진내용

- 국회가 수신료 인상안을 승인할 경우에 대비, 수신료 인상분의 사용처에 대한 KBS 시행계획 마련
 - 공적책무 확대, 방송프로그램 제작비 확대, 광고 축소, 추가적인 자구노력 시행 및 채널별 회계분리 실시 방안 등
- ※ <2010년도 KBS 재허가조건('10.11.26)> 국회에서 수신료 인상안을 확정할 경우, 방통위가 국회에 제출한 의견을 고려하여 제시하는 시행계획을 준수할 것
- 현행 경영평가제도의 문제점 분석, 해외 공영방송 연구 등을 통해 공영방송의 공적기능을 제고할 수 있는 제도 개선방안 마련

□ 향후일정

- 수신료 감면대상 범위 확대, 수신료 제도의 미비점 보완 및 주요 민원제기사항 등에 대해 제도개선 추진(수신료 인상안 승인시)
- 공영방송 제도 개선방안 마련 : '12년

□ 법령개정

- 방송법 및 동법 시행령 개정(필요시)

□ 개요

- 어린이·청소년 보호 등 건전한 방송문화를 형성하고 품격 있는 방송을 유도하기 위해 사업자 자율규제 및 사후제재 강화 등 추진

□ 주요 추진내용

- (민간 자율규제 강화) 종합편성 PP 등 방송사업자의 자율심의 기능 강화
 - 새로 출범하는 종합편성 PP 등의 자율심의 기능 정착을 유도하고, 방송심의책임자 선임·공표 등을 통해 자율심의 기능을 강화
- (공정한 선거방송 실시) '12년 국회의원 및 대통령 선거 등에 따른 공정한 선거방송 환경을 조성하고, 미래지향적 선거문화 확산 노력
- (심의위원회 사후심의 강화) '10.12월 심의위원회가 마련한 방송언어 가이드라인을 엄격 적용하고,
 - 막말방송 등에 대해 시청자 사과 등 명예적 제재 보다는 위법의 경중을 고려하여 과징금 부과
- (방송언어 순화) 언어순화 자막고지, 특집프로그램 편성, 공익광고 등을 지속적으로 추진하여 방송언어 순화의 사회적 분위기 조성
 - '바른 방송언어상' 정착, PD·작가·기자 등 방송종사자 교육 강화

□ 향후일정

- 종합편성PP 자율심의 현황 점검 : '12. 상반기
- 방송종사자 언어교육, 공익광고·특집프로그램 방영 : 매년

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 방송심의 활동 강화(기금)	88.6	92.5	90	271.1

□ 개요

- 미디어 환경 변화에 대응하여 지역방송의 경쟁력 향상 방안을 마련하고 지역성 강화 및 지역방송 활성화 유도

□ 주요 추진내용

- (지역 콘텐츠 품질 향상) 재허가 시 조건으로 부과한 매출액 대비 프로그램 제작비 비율 준수 여부에 대한 점검 등을 통해 지역방송의 콘텐츠 품질 향상 유도
- (지역방송발전방안 마련) 미디어랩 도입 등 방송환경 변화에 대응하고 지역방송을 활성화를 위한 지역방송 발전정책 수립
 - 미디어랩 도입에 따른 지역방송 지원방안, 지역방송 콘텐츠 유통 활성화방안, 자체편성 의무비율 등 편성 규제 개선방안 검토
- (지역방송발전위원회 운영 활성화) 지역방송 관련 주요정책 결정 시 지역방송발전위원회의 적극적인 의견수렴 등 추진

□ 향후일정

- 지역방송 프로그램 제작 관련 재허가 조건 이행 점검 : '11. 하반기~
- 지역방송발전방안 마련 : '12년

□ 개요

- 지역중심의 소규모 매체를 통한 방송의 다양성·지역성 및 참여성을 제고하기 위해 신규사업자 허가 추진 등 활성화 방안 마련·시행

※ 공동체라디오 : FM 주파수 대역에서 1와트의 소출력으로 시·군·구 단위의 소규모 지역을 대상으로 음악, 문화, 지역 정보 등을 제공하는 라디오

□ 주요 추진내용

- (신규사업자 허가) 희망 수요, 가용주파수 상황, 지역 안배 등을 종합적으로 고려하여 신규사업자 허가방안 마련

- 현 사업자의 사업운영 실적과 재허가 심사결과 등을 종합적으로 고려

- (출력 증강) 현행 1와트 출력을 10와트 이내에서 지역 조건 등을 고려하여 적정 출력으로 증강 허용 검토

※ 현행 방송법상 허용 출력은 10와트 이하이며, 방송국 허가 시 1와트로 허가 ('09.8월)

- (주파수 대역 지정) 주파수 자원의 효율적인 관리·운용을 위해 공동체라디오방송용 주파수 대역 별도 지정 검토

□ 향후일정

- 공동체라디오방송 정책방안 마련 : '12. 상반기

□ 개요

- 방송의 다양성 확보 및 공익채널 제도의 예측 가능성 제고를 위하여 운용실적 점검평가 시스템 개선 및 공익채널 기본계획의 법제화 추진

□ 주요 추진내용

- (공익채널 기본계획 법제화) 공익채널 제도의 예측 가능성 제고를 위하여 공익채널 선정에 필요한 구체적인 절차 및 방법을 방송법 시행에 관한 방송통신위원회규칙에 반영

※ 방송법 시행령 제56조제5항 : 제1항부터 제4항까지에 규정된 것 외에 공익채널 선정에 필요한 구체적인 절차 및 방법 등에 필요한 사항은 방송통신위원회규칙으로 정한다.

- (공익채널 평가체계 개선) 방송의 다양성 및 공익성 증진을 위하여 공익채널 운영실적 점검·평가 기준(전문편성 및 본방 인정기준) 마련

※ '11년도 공익채널 현황 : 3개 분야(사회복지, 과학문화진흥, 교육지원) 9개 채널

□ 향후일정

- 공익채널 선정심사결과 발표 : '11. 11월
- 방송법 시행에 관한 방송통신위원회규칙 개정 : '11. 12월
- 공익채널 운용실적 점검평가 체계 개선 : '12년

핵심과제 4

**방송통신 이용자 복지 및
정보보호 강화**

- ICT가 국민생활에 내재화되고 인터넷 생활 비중이 커짐에 따라 방송통신이 개인생활 및 국가경제에 미치는 영향이 증대
 - 일평균 TV 시청 140분('10), 인터넷 이용 126분('10), 이동전화 가입 5,175만명(인구대비 106%, '11.6) 등 방송통신 이용이 보편화
- 대다수 국민들이 방송통신 서비스를 일상적으로 이용함에 따라 서민 가계의 요금부담이 커지고, 지역간·계층간 정보격차도 증가
 - 특히, 장애인·노인·다문화가정 등 소외계층의 경우 방송 시청이나 스마트폰 활용 등 다양한 서비스 활용에 어려움을 겪고 있음
- 아울러, 인터넷 침해사고, 해킹, 개인정보 유출 등 역기능에 의한 피해 사례가 늘어나고 있으며, 악성댓글 등 사이버 폭력 현상도 증가
- ➡ 소외 받는 사람 없이 국민 누구나 안전하고 편리하게 방송통신의 혜택을 누릴 수 있도록 방송통신 이용자 복지 강화 필요

방송통신 이용자 복지 및 정보보호 강화를 위한 세부과제 추진

- 16 통신서비스 요금부담 완화
- 17 저소득층·소외계층 지원 강화
- 18 방송통신서비스 이용자 권익증진
- 19 인터넷 문화선진국 구현
- 20 사이버 세상 보안기반 강화

□ 가계통신비 지출 증가

- 국민의 통신비 부담 경감을 위해 '08년 이후 통신요금 인하 노력 추진

< 그간의 통신요금 인하 추진 경과 >

- '08년 : 이동전화 요금할인(문자요금 등), 저소득층 요금감면 확대 등
- '09년 : 가입비 인하, 선불요금 인하, 무선데이터 요금 인하 등
- '10년 : 초당과금 시행, 발신자번호표시(CID)요금 무료화, 데이터 무제한요금 등
- '11년 : 기본료 1천원 인하, 문자 50건 무료 제공, 스마트폰 선택요금제 출시 등

- 그 결과 통신 요금수준*과 가계통신비 비중은 감소하고 있으나,
 - 최근 스마트폰 확산, 이동전화 가입자 수 증가 등으로 가계통신비 지출이 증가하고 있으므로 지속적인 요금 인하 노력 필요

* 요금수준인 통신 물가지수는 '10년 93.3('05년=100, '10년 전체물가지수는 117.8)으로 감소

< 통신서비스 비용 추이(2인 이상 도시근로자 가구, 통계청 자료) >

구 분	'07	'08	'09	'10	'11. 상반기
통신서비스 비용 (원)	133,067	135,710	133,833	140,442	141,448
소비지출에서 차지하는 비중	6.15%	5.88%	5.79%	5.77%	5.60%

□ 통신시장 경쟁 확대를 통한 요금 경쟁 촉발

- 3강 중심의 통신시장 구조 고착화를 방지하고, 요금 경쟁이 촉발될 수 있도록 경쟁 활성화 환경 조성 필요
 - MVNO 활성화 및 역량 있는 신규 사업자의 통신시장 진입을 유인하는 등 통신시장에 새로운 활력을 부여
 - 이동전화서비스 번호이동 대상 확대로 이용자가 자유롭게 저렴한 서비스로 전환할 수 있도록 하여 사업자간 서비스 경쟁을 촉진

□ 이용자 중심의 이동통신 요금제 개선

- 대부분의 스마트폰 이용자가 가입하고 있는 스마트폰 전용 정액 요금제를 이용자의 스마트폰 이용패턴 등을 고려하여 개선 필요

※ 스마트폰 가입자는 대부분 전용 정액요금제에 가입(84.3%, '11.1월)하는 추세이며, 특히 55,000원 이상 정액요금제 가입 비율이 크게 증가(67.2%, '11.1월)

- 선불요금제는 기본료가 부과되지 않아 소량이용자의 요금 부담 완화에 기여할 수 있으나,

- 우리나라의 선불요금제 가입자는 76.5만명(전체 이동전화가입자의 1.5%, '10년 기준)에 불과한 상황으로 활성화 방안 모색 필요

※ '10년 OECD 국가 평균 선불요금제 가입 비율은 전체 가입자의 47% 수준 (멕시코 91%, 이탈리아 83%, 독일 59%, 미국 23%, 일본 2%)

□ 단말기 유통구조 개선

- 우리나라의 단말기 유통은 이통사에 종속되어 이통사 유통망에서 서비스 가입뿐만 아니라 단말기 판매까지 동시에 이루어지는 구조

- 단말기 유통구조가 다양화될 수 있는 환경을 조성하여 이용자의 단말기 선택권을 확대하고 단말기 유통 및 판매경쟁 촉진 필요

◇ 서민생활 부담 경감과 이용자 편익이 제고될 수 있도록 저렴한 비용의 통신서비스 이용 환경 조성 추진

⑦⑧ 통신시장 요금경쟁 촉발 ⑦⑨ 통신요금 부담 경감

⑧⑩ 단말기 유통구조 개선 ⑧⑪ 이동전화서비스의 번호이동성 확대

⑧② 전기통신설비의 공동구축 활성화

□ 개요

- MVNO 활성화 및 역량 있는 신규 사업자의 통신시장 진입 촉진 환경을 조성하여 사업자간 경쟁 확대 및 요금경쟁 촉발

□ 주요 추진내용

- (MVNO 활성화) MVNO 서비스의 조기 안착을 지원하여 서비스 기반 경쟁을 활성화
 - MNO(망 보유 사업자), MVNO 사업자, 연구기관 등으로 전담반을 구성하여 MVNO 활성화 방안을 마련
 - ※ MVNO 가이드라인을 마련하여 최대 6%의 다량구매 할인제도 및 기존 데이터 도매대가 대비 50%를 추가 할인하는 데이터 전용 도매대가 산정기준 도입('11.7)
 - 이통사의 IMEI 관리방식을 개선(화이트리스트 → 블랙리스트)하여 MVNO 등 신규사업자가 단말수급 부담 없이 요금 및 서비스 경쟁을 할 수 있는 환경 조성
 - ※ IMEI(International Mobile Equipment Identity) : 단말기 고유 식별번호
- (신규 기간통신사업자 허가) 통신시장 과점구조를 완화하고 요금 경쟁을 활성화하기 위해 역량 있는 신규사업자의 시장진입 유도
 - 기간통신사업(WiBro) 허가 신청에 대한 공정하고 객관적인 심사 추진

□ 향후일정

- 기간통신사업(WiBro) 허가심사 : '11년말
- MVNO 활성화 방안 마련 : '12. 상반기

□ 개요

- 물가안정 및 서민생활 부담 경감을 위해 지속적으로 통신요금 인하를 유도

□ 주요 추진내용

- (통신요금 인하 유도) 기업들이 투자활력을 잃지 않는 선에서 가입비 등 통신요금을 단계적으로 인하 유도

- 최근 급증하고 있는 스마트폰 이용자의 요금 부담 완화를 위해 선택형 요금제 출시* 등 스마트폰 요금제 개선 유도

* 스마트폰 이용자가 음성·데이터·문자 요금제를 자신의 사용패턴에 맞게 각각 선택하여 사용할 수 있는 요금제

- 일반 스마트폰 요금제에 비해 기본료 등이 저렴한 노인층 대상의 스마트폰 실버 요금제 출시 유도

- (군 입대자 일시정지 이용요금 면제) 병역의무의 특수성을 감안하여 군 입대자의 이동전화 일시정지 이용요금 면제 추진

* 21개월의 군복무 기간을 감안할 때 1인당 57,000~72,000원의 면제혜택이 있고, 군 입대자 전체적으로는 연간 최대 175억원 경감

- (요금제 간소화) 이동전화 요금제가 너무 다양하여 이용자에게 혼란을 줄 수 있는 우려가 있으므로,

- 유사요금제 통·폐합 등을 통해 지속적으로 요금제 간소화 추진

※ 요금제 종류('11.9월) : 총 187개(KT 80개, SKT 61개, LGU+ 46개)

- (선불요금제 활성화) 기본료가 없거나 저렴해 소량이용자에게 유리하고 계획적인 통신 소비를 유도할 수 있는 선불요금제 활성화 추진
 - 선불요금제 가입 및 충전방식 다양화, 이용 서비스 확대(음성→데이터), 선불 데이터 정액제 등 이용자 수요에 부합하는 요금제 출시 유도
 - 사용하던 번호 그대로 선불요금제를 이용할 수 있도록 번호이동성 도입을 추진하고 이용자 인식 제고를 위한 홍보 추진
- (통신비 개념 재정립) 음성에서 데이터 위주로 변화하는 통신서비스 이용행태와 통신의 다양한 편익을 고려하여 통신비 개념을 확장
 - 통신비 지출과 통신서비스 이용으로 인한 사회문화적 편익에 대한 비교·분석 추진
- (통신요금 종합정보 제공 사이트 구축) 요금제, 위약금, 미환급액 등 통신요금과 관련된 정보를 체계적으로 제공하기 위한 시스템 구축
 - 포털, Social Media 및 스마트폰 앱 등을 활용하여 정보 접근성 강화

□ 향후일정

- 이동전화 선불요금제 활성화 계획 수립 : '11. 4분기
- 통신서비스 이용의 사회문화적 편익 도출 및 분석 : '11. 4분기
- 통신요금 종합정보 제공 사이트 구축 : '12. 2분기
- 스마트폰 요금제 개선 등 통신요금 인하 유도 : 계속

□ 협조기관

- 통신 3사, 기획재정부(요금인가 협의), 통계청(가계통신비 통계)

□ 개요

- 이통사는 자사가 유통한 단말기의 IMEI를 관리하면서 IMEI 미등록 단말기는 통화를 차단하는 등 이통사 중심의 단말기 유통구조 형성
- 단말기 유통 경로 다양화, 이용자의 다양한 단말기 선택권 보장, MVNO 활성화 등을 위해 IMEI 관리방식의 개선이 필요

※ IMEI(International Mobile Equipment Identity) : 3G 단말기에 부여된 단말기 고유번호

□ 주요 추진내용

- (IMEI 관리방식 개선) IMEI 미등록 단말기도 통화를 허용하되, 분실/도난된 단말기는 통화를 차단하도록 이통사의 IMEI 관리방식 개선
- (분실/도난 신고 단말기 관리 강화) 분실/도난 신고가 된 단말기의 IMEI(블랙리스트)를 이통사가 실시간으로 공유할 수 있도록 블랙리스트 통합관리센터 구축
- (단말기 유통망 다양화) 이통사의 유통망 이외에서 구입한 단말기나 중고 단말기도 요금할인을 받을 수 있는 요금제 출시를 유도하는 등 다양한 유통망이 등장하여 경쟁이 활성화되는 환경 조성
- (MMS 호환성 확보) USIM을 이용하여 단말기를 변경하더라도 MMS (멀티미디어 메시지 서비스)를 이용할 수 있도록 MMS 규격 표준화

※ USIM(Universal Subscriber Identity Module) : 범용 가입자 식별 모듈

□ 향후일정

- 이통사의 IMEI 관리방식 개선 시행 : '12. 2분기

□ 개요

- 사업자간 경쟁 활성화를 통한 요금인하와 서비스 품질향상 및 이용자 편익증진을 위해 이동전화서비스 번호이동 대상 확대 추진

※ 번호이동성(Number Portability)이란 가입자가 기존 전화번호를 유지하면서 요금이 저렴한 사업자로 변경할 수 있도록 하는 제도로, 이동전화와 유선전화 등에서 시행중

□ 주요 추진내용

- (MVNO 번호이동) MVNO 활성화를 통해 이용자들이 저렴한 요금으로 이동전화를 이용할 수 있도록 기존 서비스와 MVNO 서비스 간 번호이동 허용

- (선불전화 번호이동) 후불전화와 선불전화간 번호이동을 허용하여 이용자가 선불 또는 후불전화를 제약 없이 선택할 수 있도록 제도 개선('12. 하반기)

※ 선불전화 : 이용자가 전화요금을 미리 지불한 후 통화할 때마다 사용요금이 지불된 금액에서 차감되며, 가입비와 기본료가 없어 소량 이용자에게 유리

- (WiBro 번호이동) 기존 이동전화와 WiBro 전화간 번호이동을 허용하여 WiBro서비스의 경쟁력 제고(신규사업자 진입 시)

※ WiBro 전화에 대한 '010' 번호 부여는 방송통신위원회에서 기 의결('08.12월)

□ 향후일정

- 이동전화 번호이동성 확대 방안 마련 : '11. 하반기
- 번호이동성 관련 고시 개정 : '12. 상반기

□ 법령개정 : 이동전화서비스 번호이동성 시행 등에 관한 기준(고시)

□ 개요

- 통신설비의 중복투자 방지 및 효율적 활용을 촉진하기 위하여 기간통신사업자간의 전기통신설비 공동구축 활성화 추진

※ 현행 전기통신사업법에서는 공동구축 협의 및 시행을 사업자 자율에 맡기고 있어 공동구축 실적이 저조한 상황

□ 주요 추진내용

- (공동구축 협의 의무화) 사업자 자율에 의해 이루어지고 있는 공동구축 협의를 의무화하기 위해 전기통신사업법 개정을 추진하고,
 - 협의 의무 대상 사업자, 대상 지역 및 설비 등을 하위법령에서 구체화
- (전문기관 기능 확대) 공동구축 전문기관(한국통신사업자연합회)의 기능을 기존의 공동구축에 필요한 자료 조사에서, 사업자간 공동구축 관련 협의 및 시행 지원 기능 전반으로 확대
- (공동구축 정보관리 시스템 구축) 기간통신사업자의 공동구축 정보 및 국토해양부 건축행정정보 등을 통합 수집·관리할 수 있는 정보관리시스템 구축

□ 향후일정

- 전기통신사업법 개정안 국회 제출 : '11. 하반기
- 전기통신설비 공동구축 정보관리 시스템 구축 : '12. 상반기

□ 법령개정 : 전기통신사업법

□ 다매체 다채널 시대의 방송통신 접근권 보장

- 다매체 다채널 시대 도래, 스마트기기 대중화 등에 따라 다양한 콘텐츠와 정보가 생산되고 있으나 장애인이 향유할 여건은 미비한 실정
- 매년 청각장애인수가 10% 이상 증가하는 등 지원대상이 증가하는 상황에서 장애인방송 수신기 보급의 제도화, 통신중계 지원 등 방송통신 소외계층 접근권 보장 대책 필요
- 스마트폰, 스마트TV 등 스마트기기 등장에도 불구하고 초기 장애인용 UI/UX 개발에는 소홀하여 장애인 이용에 불편을 초래

□ 보편적 방송통신 서비스 강화

- '10년 올림픽과 월드컵 경기에 대한 독점중계로 불거진 지상파 방송사업자 간의 분쟁을 계기로 방송법상 보편적 시청권 규정을 보다 명확히 하여 국민관심행사에 대한 일반국민의 시청권 보장을 강화
- 최근 통신시장의 환경변화에 따라 PSTN(Public Switched Telephone Network) 기반 음성 서비스를 중심으로 설계된 통신 분야의 보편적 서비스 제도 개편 필요성 대두
- IP망을 통해 제공되고 있는 인터넷전화는 요금 및 품질 등 여러 측면에서 보편적 서비스인 PSTN과 대체 · 보완재 역할을 수행하고 있어 보편적 통신서비스로 확대 검토 필요

◇ 스마트시대에도 국민 누구나가 방송통신서비스를 향유할 수 있도록 다음 과제 중점 추진

- | | |
|--------------------|------------------|
| ⑧3 장애인 방송통신 접근성 제고 | ⑧4 장애인용 UI/UX 개발 |
| ⑧5 농어촌 광대역통합망 구축 | ⑧6 시청자 미디어센터 활성화 |
| ⑧7 보편적 시청권 강화 | ⑧8 보편적 통신서비스 확대 |

□ 개요

- 장애인이 차별 없이 방송통신서비스를 누릴 수 있도록 프로그램 제작에서 수신장비 보급까지 다양한 지원책 추진

□ 주요 추진내용

- (장애인방송 제작 지원) 방송사의 자막·수화·화면해설 등 장애인 방송 제작비 지원 확대
- (장애인방송 세부기준 마련) 방송법 개정('11.7월)으로 장애인방송이 의무화됨에 따라 편성 대상·목표·시기 관련 시행령 및 고시 마련
 - 자막방송 편성비율을 중앙지상파는 '13년, 지역지상파는 '15년, 보도·중편PP는 '16년까지 100% 달성 추진
- (방송수신기 보급) 장애인의 시청 여건 확보를 위해 장애인방송(자막, 화면해설) 수신기 성능 개선 및 보급 확대
- (통신중계 지원) 청각·언어장애인에 대한 통화지원을 위해 장애인 간 또는 장애인-비장애인 간 실시간 통신중계 서비스 제공
 - 통신중계 센터*를 구축하고, 통신중계서비스 제공 관련 고시를 제정하여 통화품질 기준, 중계사 자격요건 등을 마련

* 현재 행정안전부(한국정보화진흥원)에서 시범 운영 중인 통신중계센터를 방송통신위원회로 이관 예정

< 통신중계서비스 제공 체계도 >



□ **향후일정**

- 장애인방송 제작·편성에 관한 고시 제정 : '11.11월
- 장애인방송 편성실적 점검(매년 반기별 점검) : '12년 ~
- 통신중계서비스 제공 관련 고시 제정 : '12. 1분기
- 통신중계센터의 방통위 이관 및 서비스 개시 : '12. 2분기

□ **소요재원**

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 방송소외계층 방송접근권 보장(기금)	29.2	30.7	40	99.9
○ 장애인방송 제작지원(기금)	33.1	34.6	42	109.7
○ 통신중계센터 운영(일반)	-	-	15	15

□ **법령개정** : 방송법 시행령 개정 및 고시 제정

□ **협조기관** : 통신중계서비스 지원을 위해 행정안전부, 기획재정부, 보건복지부 등과 공동협력 필요

□ 개요

- 스마트폰, 스마트TV, 스마트패드 등 기기의 스마트화에도 불구하고, 활동에 제약이 있는 장애인 및 노인을 위한 편리한 UI/UX는 미흡

※ 주로 장애인을 위한 제품은 독서확대기, 점자단말기 등이 주를 이루며, 스마트단말에 대한 장애인용 UI 인식 부족

- 편리한 UI/UX기술을 개발하여 사회적 소외 계층에 대한 정보 접근권 향상을 통해 복지 사회 구현에 기여 필요

※ UI(User Interface)/UX(User Experience)

□ 주요 추진내용

- (기술수요 파악) 시민단체 등을 통해 생활 속의 불편함을 해소하기 위한 UI/UX의 수요 조사
- (기술 검토) UI/UX에 대한 기술 수준, 경쟁력 등 국내외 기술동향 등을 조사·분석하여 집중 투자 분야 선정 및 기술 개발 추진

구분	주요 기술개발 동향
시선추적 기술	○ 눈 깜박임, 시선을 인식하여 문자인식, 마우스 클릭 등을 할 수 있는 수준
뇌파 기반 기술	○ 뇌파를 통한 키보드제어, 휠체어 작동 등을 할 수 있는 수준
제스처 기반 기술	○ 제스처인식을 통한 수화 인식기, 문자→음성 번역기 개발중

□ 향후일정

- 과제기획 및 기술 선정 : '11. 12월
- 과제 수행기관 선정 : '12. 1월

□ 소요재원 : 방송통신 R&D 기술기획과 연계하여 재원 배분

□ **개요**

- 도·농간 정보격차 해소 및 농어촌 경제활성화를 위해 농어촌에서도 도시와 같은 인터넷 이용환경을 조성하고 농어촌 특화서비스 확산

< 도·농간 광대역통합망(BcN) 가입률 비교 >

구분	2007년	2008년	2009년	2010년
농어촌	44%	56%	63%	76%
도 시	61%	74%	83%	90%

□ **주요 추진내용**

- (광대역통합망 구축) '15년 농어촌을 포함한 전국 100M급 광대역망 완성을 목표로 50가구 미만 규모의 13,000여 행정리에 망 구축지원
 - ※ 50가구 이상 행정리의 경우 저리 용자 등 사업자 투자 촉진으로 '12년까지 광대역망 완성
- (특화서비스 발굴·적용) 농작물 원격 모니터링, 농업기술, 의료, 교육 영상컨설팅, 환경관제 등 농어촌 생활밀착형 서비스 제공
- (농어촌 스마트인프라 추진협의회) 광대역망 기반 농어촌 스마트 라이프 구현을 위해 지자체, 통신사가 참여하는 협의회 운영
 - ※ 효율적 네트워크 구축, 농어촌 스마트 서비스 이용활성화 방안 등 논의

□ **향후일정**

- 네트워크 기반 농어촌 특화서비스 제공 : 매년 3,4분기
- 농어촌지역 광대역망 구축 완료 : '15년

□ **소요재원**

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 농어촌 광대역가입자망 구축 활성화(일반)	36	34.4	34.2	104.6

□ 개요

- 시청자 미디어센터(現 부산, 광주 설치)를 전국적 미디어 교육·체험·활용 시설로 발전시키기 위해 운영 개선 및 인프라 확장 추진

□ 주요 추진내용

- (중장기 발전방안 마련) 시청자미디어센터가 기술발전에 따라 등장하는 스마트 미디어 격차를 해소하는 지역센터의 역할을 수행할 수 있도록 중장기 발전방안 마련
 - ※ 센터 이용대상자가 ‘시청자’에서 ‘미디어이용자’로 확대
- (설치·운영근거 마련) 방송법 개정을 통해 시청자권익증진 사업을 추진하기 위한 기관으로 시청자미디어센터를 설립·운영하도록 법적근거 마련
- (전국적인 인프라 구축) 전국 광역권별 시청자미디어센터 구축을 위해 미설치 지역에 추가 설치 추진

□ 향후일정

- 시청자미디어센터 중장기발전방안 마련 : '11. 11월
- 시청자미디어센터 관련 법률 개정 및 추가건립 컨설팅 : '12년
- 시청자미디어센터 착공 : '13년

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 시청자 미디어센터운영(일반)	41.4	35.3	515	591.7

□ 법령개정 : 방송법(설치 근거규정) 개정

□ 개요

- 현행 보편적시청권 보장제도의 미비점을 개선함으로써 올림픽 · 월드컵 등 국민관심행사에 대한 일반국민의 시청권 보장을 강화

□ 주요 추진내용

- (정의 구체화) 정의에 '추가비용 부담 없이'를 추가하여, 기존 시청수단에 더해 별도의 비용을 지불하지 않도록 규정
- (중계 가능 방송사 사전 고시) 불필요한 방송커버리지 논란 불식을 위해 중계방송 사업자의 요건을 규정하고, 이를 만족하는 방송사를 고시
- (가시청 가구비율 강화) 가시청 가구비율이 75%(아시안게임 · WBC 등), 90%(월드컵, 올림픽)로 양분화 되어있던 것을 90%로 단일화
- (금지행위 신설) 정의 개정 등에 따라 관련 금지행위 신설
 - ① 국민 전체 가구중 90/100 이상이 추가비용 부담없이 시청할 수 있는 방송수단을 확보할 것(사전 확인된 방송사업자를 중계방송권자에 포함하는 경우에는 방송수단을 확보한 것으로 판단)
 - ② 국민관심 행사를 전체 방송시간의 50/100 이상 편성하지 않을 것

□ 향후일정

- 방송법 개정안 국회 제출 : '11. 11월
- 방송법 시행령 개정 및 고시 개정 : '12. 상반기 (법 개정 후)

□ 법령개정 : 방송법, 방송법 시행령, 고시 개정

□ 개요

- 최근 시내전화가 인터넷전화로 빠르게 대체됨에 따라 장애인, 저소득층 등 취약계층에 대한 인터넷전화 서비스 요금감면 추진

※ 인터넷전화 가입자 : '08년 248만명, '09년 666만명, '10년 914만명, '11.6월 1,010만명

□ 주요 추진내용

- (법령 개정) 인터넷전화 서비스 요금감면을 위한 법적 근거 마련을 위해 전기통신사업법 시행령 및 고시 개정 추진

※ 현행 제도 : 유선전화, 이동전화, 초고속인터넷, 번호안내 서비스만 감면 적용

- (요금감면 기준 설정) 현행 요금감면 대상 서비스의 요금수준, 감면기준과 인터넷전화 사업자의 수익성 등을 종합적으로 고려하여 인터넷전화 서비스 요금감면 기준 설정

※ 인터넷전화사업자(총 10개사) 영업이익은 '09년 3,991억원 적자에서 '10년 1,302억원 적자로 개선되었으며, '11년부터는 흑자 전환이 예상

- (요금감면 시스템 구축) 인터넷전화 요금감면 대상(취약계층 중 유선전화 요금감면을 받지 않고 있는 경우) 여부 확인 등을 위한 시스템 구축

□ 향후일정

- 인터넷전화 서비스 요금감면 기준 설정 : '11. 4분기
- 관련 법령 개정 및 인터넷전화 요금감면 시스템 구축 : '12. 상반기
- 인터넷전화 서비스 요금감면 시행 : '12. 상반기

□ 법령개정 : 전기통신사업법 시행령 및 고시 개정

□ 복잡한 방송통신 시장환경에서 '정보 비대칭성' 존재

- 신규서비스 등장, 시장경쟁 심화 등으로 이용자들의 선택의 폭은 확대되는 반면, 합리적 선택은 보다 어려워지고 있는 상황
 - 결합상품 확대, 복잡·다양한 요금제 등으로 이용자들은 서비스 가입이나 전환 시 적절한 의사결정을 하기 곤란
 - 특히, 첨단 서비스에 대한 정보접근이 취약한 중장년층, 주부층 등이 상대적으로 비싼 가격에 서비스를 이용하는 등의 불이익을 감수
- 민원발생시 사례별로 규제기관이 해결을 주도하던 접근에서 사전에 피해발생을 최소화하려는 사전적·능동적 접근으로 전환하는 것이 세계적 추세
 - 이용자가 서비스에 대한 충분한 정보를 제공받고 합리적 선택 (informed choice)을 할 수 있도록 하여 이용자 선택권 강화 필요

□ 이용자피해 초기 대응의 중요성

- 다수 피해자를 양산할 수 있는 방송통신서비스 특성상 초기 대응에 따라 피해 예방 및 구제 가능성이 높아짐
 - 이용자가 자신의 피해 사실을 쉽게 인지할 수 있도록 하고, 소수의 피해구제가 다수에게도 적용될 수 있도록 하는 등 피해의 초기 확산 방지를 위한 제도적 개선방안 마련 필요

□ 방송통신사업자의 자율적 이용자보호

- 방송통신서비스에 대한 공적규제는 빠르게 변화하는 방송통신 서비스 및 기술적 특성을 반영하는 데 한계 노정
- 방송통신사업자들이 자율적으로 이용자를 보호하기 위해 경쟁하고, 방송통신 이용환경을 개선토록 유도할 수 있는 제도 강구 필요

□ 전자파에 대한 국민 우려 증대

- 다양한 무선기기 출현, 통신이용 증가 등으로 전자파의 역기능에 대한 국민 우려가 증대
- 휴대폰, 기지국 등의 전자파로 인한 인체 유해성에 대한 논란 증대
 - ※ 2011.5월, 세계보건기구(WHO) 산하 국제암연구소는 휴대전화 전자파를 암유발 가능 등급으로 분류한다고 발표
- 전자파에 의한 방송통신서비스 수신장애 및 전자기기의 오작동 발생
 - ※ 대형전광판의 전자파에 의한 DMB 수신장애, 전기철도로부터 방출되는 전자파로 인한 DTV 수신 장애 등의 사례 발생
- 태양폭발로 인한 전력망 및 통신선로 손상 등 재난·재해 우려 증가
 - ※ 1989~1991년, 태양활동 극대기 시 캐나다 퀘벡주 정전사태 발생, 미국 메인주 핵발전소 변압기 파손에 따른 정전사태 발생

◇ 정확한 정보제공, 신속한 피해구제 등을 통해 방송통신서비스 이용자의 권익증진에 기여

- ⑧9 이용자 알 권리 제고 및 피해구제 강화
- ⑨0 방송통신서비스 이용환경 개선 ⑨1 발신전화번호 표시제도 개선
- ⑨2 전자파 대응체계 강화 ⑨3 3D 시청 안전성 제고
- ⑨4 방송통신 재난대응 강화

□ 개요

- 이용자들이 획득하기 어렵거나 간과하기 쉬운 방송통신서비스 관련 정보 제공을 통해 이용자 선택권 강화 및 편익 증진 도모
- 이용자 피해 확산을 방지할 수 있도록 피해구제 제도 보완 및 선제적 대응방안 마련

□ 주요 추진내용

< 이용자 알 권리 제고 >

- (이용자 교육 강화) 웹페이지 등을 활용한 서비스 가입·이용관련 정보 제공 및 이용자 역량제고(consumer empowerment)를 위한 교육 강화
- (품질평가) 스마트폰 음성통화 등 주요 통신서비스에 대하여 품질 평가를 매년 실시하고 그 결과를 공개
 - ※ 평가대상 서비스 및 지역은 매년 품질평가 계획 수립 시 결정
- (요금고지서 개선) 이용계약 해지를 어렵게 하는 위약금을 포함하는 해지비용 등 유용한 정보가 요금고지서에 기재되도록 관련 고시* 개정
 - ※ 전기통신서비스 요금고지서 관련 금지행위의 세부 유형 및 심사기준('10.10월 제정)
- (통신사 미환급금 관리감독) '유·무선 미환급액 통합 조회' 사이트를 구축하고 이용자 환급 편의성을 강화하기 위한 제도개선 추진
 - ※ 정보통신진흥협회(KAIT)를 중심으로 안내·홍보활동을 강화하여 통신사 미환급금 환급실적 제고

< 이용자 피해구제 강화 >

- (피해구제 제도개선) 사업자의 자율적인 이용자 피해구제를 촉진하는 방안을 마련하고 효율적인 분쟁조정제도 도입 추진

- 이용자 피해에 대한 사업자의 통지의무(서면, 홈페이지 게시 등) 및 다수 이용자 피해에 대한 집단분쟁조정 제도 도입 등 검토
- (통신장애 관련 피해구제 강화) 통신장애 발생 시 손해배상 관련 이용약관 개선방안 마련
- (모바일상품권 관리감독 강화) 모바일 상품권에 대한 관리·감독을 강화하고 이통 3사와 협의하여 환불 관련 개선방안 마련
- (신유형 피해 대응) 신규 피해유형에 대한 분석·조치를 통해 이용자 피해 최소화
- 결합서비스, 3DTV, 스마트TV 등으로 인한 피해를 분석하고 피해 확산이 예상되는 경우 적시 민원예보 발령

□ 향후일정

- 이용자 교육 및 통신서비스 품질평가 실시 : 매년
- 요금고지서 관련 고시 개정 : '11.12월
- 이용자 피해구제 관련 법령 제·개정 : '12년
- 신규 불만유형 분석(적시 민원예보 발령) : '12. 1월~
- 유·무선 미환급액 통합 조회 사이트 구축 : '12.2월

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 통신서비스 품질평가(일반)	8	7	7.6	22.6
○ 방송통신서비스 이용자 피해예방 및 보호	6.6	7.1	10	23.7

□ 법령개정

- 요금고지서 관련 고시 개정
- 전기통신사업법령 등 개정

□ 개요

- 방송통신사업자의 자율적 이용자보호 및 서비스 제공환경 개선을 유도할 수 있는 제도적 방안 추진

□ 주요 추진내용

- (이용자보호수준 평가) 자율적인 서비스만족 경쟁을 유도하기 위해 방송통신 사업자의 이용자보호수준 평가에 대한 법적 근거 마련
 - 통신사업자 및 유료방송사업자를 대상으로 자체 이용자보호관리 체계, 불만예방 활동 및 이용자 만족도 등을 지표화하여 평가
- (서비스 이용 편의성 제고) 사업자가 서비스 이용계약 해지를 가입 절차와 동일하거나 보다 쉬운 방법으로 개선토록 관련제도 정비
 - 통신서비스의 가입·해지절차에 대한 전반적인 현황 분석 및 이용약관 등 개정

□ 향후일정

- 통신 서비스별 가입·해지 절차 현황분석 및 약관 등 개정 : '12년
- 방송통신사업자 이용자보호수준 평가 법적 근거 마련 : '12년
- 방송통신사업자 이용자보호수준 평가 실시 : '13년~

□ 개요

- 발신전화번호를 공공기관 등으로 허위 표시하는 방식의 전화금융사기(보이스피싱)가 지속되고 있어 관련 번호제도를 개선하여 이용자 피해를 예방

※ 보이스피싱(Voice Phishing)이란 음성(Voice)과 개인정보(Private Data) 및 낚시(Fishing)를 합성한 용어로 전화를 이용해 개인정보를 빼내거나 자금이체를 유도해 편취하는 사기행위

□ 주요 추진내용

- (발신전화번호의 변작 방지) 사업자는 발신통화에 사용된 전화번호가 임의로 변작되었는지 여부를 확인하여,
 - 변작된 번호는 정당하게 표시하도록 하고, 공공기관으로 사칭된 전화는 수신인에게 연결되지 못하도록 차단
- (국제전화 식별정보 제공) 이동전화 등과 동일하게 인터넷전화도 수신자에게 '국제전화 식별번호 표시서비스'를 제공하도록 하고,
 - 국제전화가 연결되기 전 수신자에게 국제전화가 연결된다는 내용의 '음성안내서비스' 제공을 추진
- (번호변경 허용범위 제한) 사업자의 발신번호변경서비스 범위를 범죄신고(112), 화재·조난신고(119), 대표번호(1588 등) 등으로 엄격히 제한

□ 향후일정

- 발신번호 변작방지대책(안) 마련 : '11. 4분기

□ 법령개정 : 전기통신사업법 개정

□ 개요

- 전자파가 인체, 기기 등에 미치는 영향을 최소화하고, 안전한 전파 환경을 조성하기 위해 종합적인 보호대책 수립·시행

□ 주요 추진내용

- (인체보호 강화) 인체보호 강화를 위해 현행 휴대폰에만 적용하고 있는 전자파 제한 규제를 인체에 근접 사용하는 무선기기로 확대
 - 기기 확대(휴대폰→인체 근접 무선기기), 기준세분화(머리→머리·몸통·팔다리)
 - 전자파 측정대상기기의 전자파 측정값을 인터넷 홈페이지에 공개
- (기기보호 강화) 현행 기기단위 전자파적합 인증 대상을 대형 복합 설비로 확대하는 전자파 엔지니어링 제도 도입
 - ※ 전자파 엔지니어링 : 대형설비 구축시 전자파 영향을 고려하여 설계·시공·감리하는 제도
- (인체영향 연구 및 홍보) 객관성·신뢰성이 높은 중장기 연구 중점 추진 및 어린이 등 취약계층 중심 연구 확대
 - 인체영향 연구결과 등 전자파 관련 정보를 적극적으로 투명하게 공개
 - 어린이·청소년의 휴대전화 이용 가이드 마련 및 홍보
 - 전자파 인체영향 연구와 대국민 교육·홍보 등을 전담할 (가칭) 한국전자파문화재단 설립
- (우주전파 예·경보 체계 강화) 태양흑점 폭발 등 우주전파 관측과 예·경보를 전담할 우주전파센터를 중심으로 우주전파 재난 대응 매뉴얼 마련 및 범부처 협력체계 구축

□ 향후일정

- 전자파 인체보호기준 개정 및 우주전파센터 개소 : '11. 하반기
- 임산부, 어린이 등 전자파 취약계층에 대한 인체영향 연구 확대 : '12~'15년
- (가칭)한국전자파문화재단 설립 등 전자파 홍보체계 마련 : '12. 상반기
- 어린이 휴대전화 이용 가이드 마련 및 생활제품 전자파 조사 : '12. 하반기
- 전자파 엔지니어링 제도 도입 : '13. 하반기

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 인체보호 강화(기금)	9	15	15	39
○ 기기보호 강화(기금)	3	12	20	35
○ 기술지원 및 개발(기금)	12	12	15	39
○ 인체영향 연구 및 홍보(기금)	6	20	25	51

▷ 인체보호 강화, 기기보호 강화, 인체영향 연구 및 홍보 관련 예산은 13년 과제 차세대 원천기술 개발사업 예산에 포함

□ 법령개정 : 전파법령 및 관련 고시

- (한국전자파문화재단 설립) 한국전자파문화재단의 설립목적, 업무 범위, 운영재원 등에 관한 근거 규정('11년 개정)
- (전자파 엔지니어링 제도) 전자파 엔지니어링 대상 복합설비의 범위, 설비 책임자의 의무, 인증 절차, 인증 기준 등 규정(13년 개정)

□ 개요

- 국민에게 편안하고 안전한 3D 방송 시청 환경을 제공하고 동시에 3DTV 산업 활성화를 위해 시청 권고안 마련 및 콘텐츠 품질 제고

□ 주요 추진내용

- (대상별 가이드라인 마련) 3D 시청 시 나타날 수 있는 생체적 불편감 (눈의 피로, 두통, 어지러움 등)에 대해 지속적인 임상 연구를 통해 편안하고 안전한 시청을 위한 가이드라인 제시
 - 정상인, 어린이, 취약계층(안과적 질환자, 뇌질환자, 임산부) 등 대상별 연구
- (콘텐츠제작 가이드라인 제정) 3D 좌우영상의 시차 최적화, 동일화 (동기, 초점, 색상) 등을 통해 고품질의 3D 콘텐츠가 방송이 될 수 있도록 3D 촬영·편집·장비세팅에 대한 가이드라인 마련
- (콘텐츠 품질 등급제 도입) 시청자가 3D 콘텐츠 품질 정보를 확인하고 기호 및 신체특성에 따라 골라볼 수 있도록 3D 콘텐츠에 대한 분석 (입체감, 물체 움직임, 카메라 모션, 양안 비대칭 등)을 바탕으로 품질 등급제 시행

□ 향후일정

- 대상별 가이드라인 및 콘텐츠제작 가이드라인 : '11. 4분기
- 콘텐츠 품질 등급제 도입 : '13. 1분기

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 3D 방송 시청 안전 가이드라인 개발(기금)	7	7	7	21

▷ 3D 방송 시청 안전 가이드라인 개발 예산은 13번 과제 차세대 원천기술 개발사업 예산에 포함

□ 개요

- 기상이변에 따라 급격히 증가하는 각종 재난에 대응하여 방송통신 시설의 피해를 예방하고, 재난 발생 시 신속한 대응체계 구축

□ 주요 추진내용

- (방송통신재난관리기본계획 수립) 방송통신서비스에 대한 재난의 발생을 예방하고, 재난 발생 시 신속한 피해 복구계획 마련
 - 중요 방송통신시설 지정·관리 및 안전관리실태 점검 등 시설 보호
 - 정부와 방송통신사업자간 피해복구 상황관리 체계 강화
- (재난방송 협력체계 구축) 효율적인 재난방송을 위해 정부-방송사간 협력체계를 구축하여 국민의 생명 보호 및 피해 최소화
 - 정부와 방송사간 협의회 구축으로 재난대응 협력체계 확립
 - 재난방송체계의 효율적 운영과 정보교류를 위한 재난방송컨퍼런스 개최
- (재난관리시스템 강화) 각종 재해·재난 발생 시 신속한 상황 전파를 통해 대국민 피해 최소화
 - 통합재난관리시스템 개선 및 유지보수를 통한 재난관리체계 강화
 - 고품질 화면의 재난방송 제공과 개인맞춤형 재난방송 기술개발

□ 향후일정

- 방송통신재난관리기본계획 수립 : 매년 3분기
- 재난방송컨퍼런스 개최 : 매년 하반기

□ 소요재원

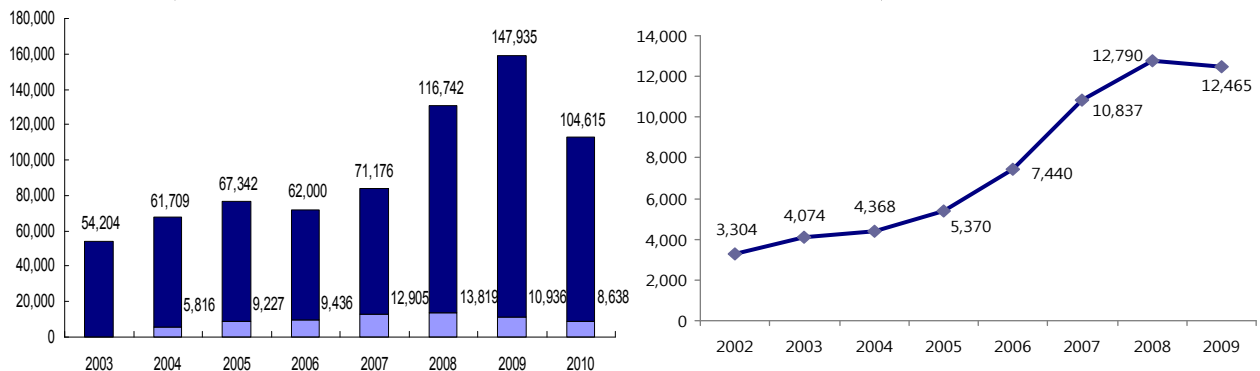
(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 방송통신재난관리 위탁사업(일반)	4.4	3.6	5.0	13.0

□ 인터넷 역기능의 심화

- 인터넷을 통한 허위사실 유포, 명예훼손, 사생활 침해, 범죄정보 유통은 단순한 개인의 피해를 넘어 자살사고, 폭발물 범죄 등 사회적 문제로 확산

< 일반 사이버 및 사이버 폭력 범죄 현황 > < 정보통신망법 위반 범죄 발생 현황 >
('03~'10, 경찰청 사이버테러대응센터) ('02~'09, 형사정책연구원)



- 스마트폰 및 SNS 사용 증가로 사생활 노출 가능성이 커지고 개인정보 유출 시 급속하게 확산되어 치명적 피해 유발 가능

※ 마이크로블로그(트위터 등) 이용자의 70% 이상이 개인정보 및 사생활 침해(76.3%), 명예훼손(72.3%) 등의 역기능을 우려하고, 61.2%가 불건전 정보 노출(43.3%), 언어폭력·모욕(27.9%) 등의 역기능을 경험('10.12월, 한국인터넷진흥원)

□ 인터넷 이용자에 의한 자율규제 중요성 부각

- SNS, 소셜댓글과 같이 급변하는 인터넷 서비스 환경에 맞는 유연한 규제 모델로서 인터넷 자율규제 필요성 부각

< 인터넷 자율규제의 타당성과 활성화 방안 >

Q1. 건전한 인터넷 이용문화 조성을 위해 필요한 것 Q2. 이용자 자체적인 자정 기능 여부



출처 : '10.3월, 전자신문 미래기술연구센터

□ 인터넷 불법유해 정보 유통 만연

- 인터넷 기반의 새로운 기기(스마트 폰) 및 서비스(앱 등)가 증가하고, 접근성은 더욱 향상되면서, 이용자의 건강한 인격형성을 저해하는 음란, 도박, 범죄서 위반 정보도 함께 증가

< 방송통신심의위원회 시정요구 현황 >

연도	음란·선정	사행심조장	법 질서위반	계
2009년	5,057	6,495	4,861	16,413
2010년	8,712	14,324	17,530	40,566
증 감(%)	3,655(72.2%)	7,829(120.5%)	12,669(260.6%)	24,153(147.2%)

□ 불법스팸 전송경로 다양화 및 스팸수신량 감소 추세 둔화

- 불법스팸의 전송경로가 기존 이메일, 휴대전화에서 인터넷전화(VoIP), 팩스, 홈페이지, 블로그 및 게시판 등으로 다양해지고 있어 다각적인 전송경로에 대한 대응 필요
- 전송경로의 다양화와 수단의 지능화로 인해 이용자 1인당 일평균 스팸수신량 감소 추세 둔화



◇ 국민 모두가 인터넷을 건전하게 즐길 수 있도록 바람직한 인터넷 이용문화 확산 노력 전개

- ⑨5 선진 인터넷 이용문화 조성
- ⑨6 불법·유해정보 유통 차단 강화

□ 개요

- 인터넷이용자의 의식 개선 및 실천을 촉구하는 ‘아름다운 인터넷세상 만들기’ 범국민 운동 추진 및 다양한 계층을 대상으로 인터넷 윤리 교육 실시

□ 주요 추진내용

- (범국민 운동) 정부부처, 유관기관, 기업, 언론, 시민단체 등이 협력, ‘아름다운 인터넷 세상(아인세)’을 위한 범국민 운동 전개

- (아인세주간) 선포식, 토론회, 캠페인, 교육 등 다양한 온오프라인 문화행사를 개최, ‘아름다운 인터넷세상 만들기’ 운동에 대한 인지도 제고 및 국민 참여의 장 제공

※ 범국민협의회 회원사 ('11년 64개 → '13년 90개), 아인세 참여규모 ('11년 4만명 → '13년 8만명) 확대

- (공동캠페인) 범국민협의회 회원사간의 협력 강화 및 각 회원사의 기존 사업과 연계한 아인세 공동캠페인 추진으로 시너지 창출(연중 수시)

- (홍보전략 다변화) 방송프로그램 PPL, 극장용 광고, 포털, 모바일 앱, SNS 등을 활용한 대국민 홍보강화 및 국제 컨퍼런스 개최 등을 통해 인터넷 윤리문제를 글로벌 의제로 부각

※ 국제 컨퍼런스('12년) : 유관 학회와 연계, 인터넷 윤리에 대한 국제 학술교류 추진

- (인터넷윤리 교육) 스마트폰 보급 및 SNS 이용확대에 따른 新역기능에 대응, 범국민 인터넷 윤리 교육 프로그램 강화 및 교육 수혜자 확대

- (신규서비스 관련 교육 강화) 소셜미디어 등 신규서비스의 올바른 활용을 주제로 한 교육콘텐츠 추가 개발 및 보급 확대

※ 인터넷윤리교육 정보 사이트(nethics.kr)를 통해 교육콘텐츠 보급

- (대상별 맞춤형 교육 확대) 청소년 뿐 아니라 학부모, 교사, 유아, 군인 등 전 국민을 대상으로 한 맞춤형 교육 콘텐츠 개발 및 보급 확대

※ 각급학교, 지자체, 현역군인 등의 자체 교육시간을 활용하여 인터넷윤리교육 실시 유도

- (취약계층 대상 교육 실시) 장애 청소년 및 노인 등 취약계층을 대상으로 안전한 인터넷 활용법 등을 교육하고, 정보격차 해소 및 인터넷을 통한 사회참여 확대 유도

- (한국인터넷드림단 활동 강화) 청소년들을 건강한 미래 인터넷리더로 육성하기 위한 한국인터넷드림단 활동 강화 및 운영 내실화

※ 한국인터넷드림단원(초·중생) : '10년 제1기 831명 → '11년 제2기 2,853명

- (아름다운 인터넷 문화 선도) 선플달기 등 아인세 캠페인 참여, 인터넷을 통한 나눔 실천으로 청소년 세대의 아름다운 인터넷 문화 선도

- (미래지향적 동기 부여) 인터넷 관련 전문기관 탐방, 기자단 활동, 멘토링 등을 통해 청소년에게 인터넷분야 글로벌 리더의 비전 제시

- (지역별 활동 기반 구축) 드림단 지역 조직 체계 마련 및 '드림 서포터즈' 운영 등 구심점 구축을 통해 지역별 자율 활동 강화

※ 드림 서포터즈 : 인터넷드림단의 활동을 지원하기 위한 교사, 학부모 등의 모임

□ 향후일정

- 아름다운 인터넷세상 만들기 주간행사 : 매년 특정 주간
- 인터넷 윤리교육 사업계획 수립 : 매년 1월
- 인터넷 드림단원 발대식 : 매년 4월
- 드림서포터즈 구성 및 지역 조직체계 마련 : '12. 상반기

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분(일반)	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 바람직한 인터넷 이용환경 조성	45	39.6	39	123.6

□ 개요

- 음란물, 휴대전화 스팸 등 불법 · 유해 정보에 대한 유통방지를 강화하여 이용자 피해를 최소화

□ 주요 추진내용

- (심의 강화) 신규매체(SNS, 스마트폰 애플리케이션 등)상의 불법유해정보 모니터링 강화 및 신속성 제고를 위한 심의제도 개선
- (자율규제) 불법성이 명백한 정보에 대한 자율심의 강화, 지능형 스팸 차단 서비스의 보급 확대 등 사업자의 사회적 역할 강화
 - 스팸 신고접수 통계, 수신량 조사 결과 등을 분석하여 사업자(이통사, 유선사, 포털사)의 스팸 유통현황 발표
- (기술적 조치) 불법 유해정보의 필터링 S/W 보급 확대, 스팸 종합 모니터링 및 분석체계 구축 등 선제적 대응 강화

□ 향후일정

- 이통사 휴대전화 스팸 유통현황 분석 및 공개방안 마련 : '11.12월
- 방심위·사업자간 자율심의 협력시스템 구축 : '12.1월
- 스팸 종합 모니터링 및 분석체계 구축(고도화 포함) : '12년~

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 불법스팸대응체계 구축(일반)	27	29.6	35	91.6
○ 통신심의활동 강화(기금)	29.2	32.8	32.8	94.8

□ 사이버 보안 위협 및 개인정보 침해 증가

- 최근 국내·외 정부기관, 국제기구 및 민간기업을 대상으로 분산거부 공격(DDoS), 해킹, 개인정보 유출 등 사이버 침해사고가 잇따라 발생
 - 인터넷 침해사고 위협이 날로 고도화·지능화되고 있어, 그로 인한 경제적·사회적 피해가 지속적으로 증가할 전망
 - ※ '11년의 경우, 3.4 DDoS공격, 현대캐피탈 개인정보유출(4.8), 농협 전산망 장애(4.12), SK컴즈 3,500만명 개인정보유출(7.26) 등 침해사고 발생
 - ※ 어나니머스·룰즈섹(소니社, IMF, 美CIA, FBI 등), 위키리크스(美국무부) 등 해킹 집단에 의해 해외 민간기업의 고객정보, 정부 및 국제기구의 기밀이 다수 유출
- 인터넷 위협 양상이 개인 차원의 금전적 이득뿐만 아니라 사회 혼란 야기를 목적으로 공공재를 겨냥한 사이버테러 형태로 진화
 - ※ 이란, 중국 등에서 원자력 발전 등 주요 산업기반시설의 제어시스템에 오작동을 일으킬 수 있는 신종 악성코드(스턱스넷, Stuxnet) 출현 ('10. 6월)

□ 신규 IT서비스 확산에 따른 보안위협 증가

- 국내 스마트폰 가입자 수는 '11. 10월 기준 2,002만명으로, '12년 3천만명을 돌파하고 '14년 4천만명을 넘어설 것으로 전망
 - 스마트폰 이용자 증가에 따른 모바일 앱 및 클라우드 서비스 등 새로운 모바일 보안위협 증가에도 선제적 대응책 마련 필요
 - ※ 스마트폰이 악성코드에 감염 시 전화번호부, 메일, 사진 등 개인정보 유출, 전화 및 SMS 무단 송신을 통한 과금 유발 가능
 - ☞ '11년 상반기 현재, 전 세계적으로 모바일 악성코드 약 1,200여종 발견
- 클라우드, 스마트그리드 등 신규 IT 융·복합 서비스의 활성화 추진에 따라 사전 보안대책 마련 필요

- 이통사, 포털, 애플·구글 등 국내외 주요 업체들의 모바일 클라우드 서비스 확대와 전력, 운송시스템 등에 대한 보안위협 증가 예상

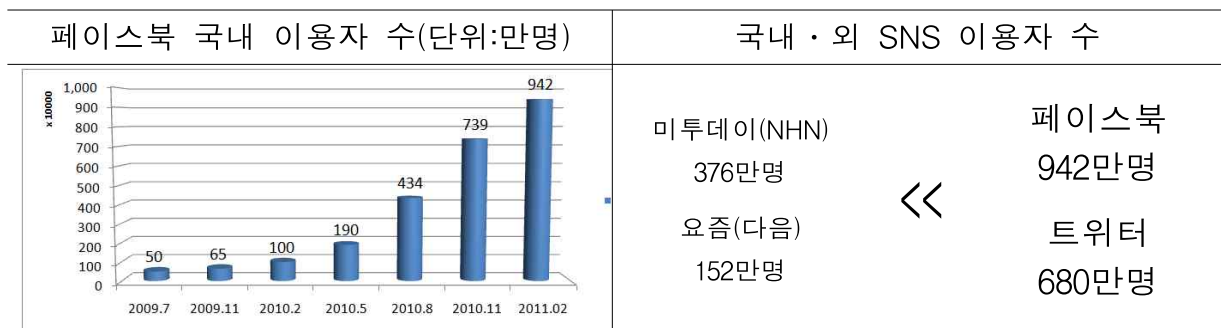
※ 클라우드 서비스 : 악성코드 감염, 단말분실에 의한 정보유출, 자원공유 및 집중화에 따른 서비스 장애 등의 위협에 대비한 보안대책 마련 필요

※ 스마트그리드 : 외부공격에 의한 단전, 개인정보 유출, 전력사용 통제권 상실 등에 대비하여 통신망, 전력망 등 이용자별 차등적 보안대책 적용 필요

□ 국가간 개인정보 유통 확산 및 글로벌 침해 이슈 증가

- o 트위터, 페이스북 등 글로벌 SNS, 외산 OS 스마트폰에 구동되는 해외 모바일 앱 등 해외 글로벌 서비스의 국내 이용이 증가
- 모바일 악성코드는 보안검증이 취약한 사설 및 오픈 모바일마켓을 통해 유포되고 최근 페이스북 단축URL과 QR코드의 감염사례 발견

< 글로벌 SNS 이용 추이 >



※ 앱스토어, 안드로이드마켓 등을 통한 국외 앱의 이용률이 26% 차지

☞ 이용률 상위 100대 앱의 국외 비율('11.7.5) : 애플 23%, 안드로이드 28%

- o 개인정보의 국외 이전이 높아짐에 따라 구글·애플 등 해외 글로벌 기업의 개인정보 침해 이슈가 지속적으로 발생

※ 주요 사례 : 구글 통신내역 무단수집('10.5월), 스마트폰 위치추적 논란('11.4월) 등

◇ 급변하는 IT 환경에서 국민들이 안심하고 편리하게 스마트 인터넷 시대를 살아갈 수 있도록 사이버 세상 보안기반 강화 추진

- ⑨⑦ 사이버 보안 대응체계 강화 ⑨⑧ 모바일 보안 위협 대응
- ⑨⑨ 개인정보 보호조치 강화 ⑩⑩ 사이버 보안 글로벌 리더십 확보

□ 개요

- 지능화·대형화 되고 있는 사이버 보안위협에 대응하여 관계부처 합동으로 국가 사이버안보 마스터플랜 수립 등 보안 대응 강화
- 방통위의 민간분야 사이버안전 컨트롤타워 역할을 빈틈없이 수행

□ 주요 추진내용

- (사이버 보안위협 예방 강화) 인터넷망을 통해 유포되는 악성코드 사전 탐지·차단을 강화하여 침해사고 피해를 사전에 예방
 - 인터넷 이상 징후 24시간 모니터링, 국내 180만개 홈페이지에 대한 실시간 보안점검, 영세업체에 대한 보안S/W 제공 및 취약점 점검
 - 악성코드 유포지로 악용되는 웹사이트(웹하드, P2P 등)에 대한 사전 탐지·차단 활동을 강화하고, 보안취약점 점검·보완 등 지원 확대
- (침해사고 신속 대응) 인터넷 침해사고에 따른 피해 확산 방지를 위해 사이버대피소 운영, 전용백신 보급 등 사이버치료체계 가동
 - 인터넷 연동구간 DDoS 공격 탐지·차단, 악성코드 분석역량 강화, 영세업체에 대한 'DDoS 사이버대피소' 서비스 제공
 - DDoS 공격에 이용되는 좀비PC 차단 및 신속한 감염치료를 위한 백신개발 보급 등 '좀비PC사이버 치료체계' 확대 운용
- (기업 보안강화) 기업의 정보보호최고책임자(CISO) 지정 제도화 및 보안수준을 평가하는 정보보호관리체계(ISMS) 인증을 확대
 - 기업 전산실 등의 'IT외주용역 보안관리 가이드' 개발·보급, 기업의 자체 보안점검 의무화, 보안 인력/예산 확대 등 보안강화 유도

- (보안기술 개발 및 보안역량 강화) 해킹·DDoS 기술이 지능화·고도화됨에 따라 침해사고 대응기술 개발 및 보안인력 교육 강화
 - 신규 IT서비스 보안기술(클라우드 보안, 스마트워크 보안, 스마트그리드 보안 등), 초경량·저전력 암호 등 보안 핵심기술, 침해사고 추적기술 개발
 - 정보보호기술 온라인학습장(www.sis.or.kr), 대학 정보보호 동아리 및 정보보호교육 지원 등을 통해 보안전문가 양성
 - ※ '11.8월 현재 : 온라인학습장 이용자 수(46,502명) 42개 대학 정보보호 동아리 지원
 - 인터넷서비스사업자(ISP), 백신업체, 이동사, 보안전문가 등이 참여하는 침해대응 민관 합동 모의훈련(연 4회)을 실시하고, 정보보호 관계자 간 정보공유 촉진
- (사이버보안 인식제고) '사이버안전의 날' 제정, 해킹방어대회 등 정보보호 행사를 활성화하여 사회적 경각심을 제고
 - 좀비PC 제거를 위한 전 국민 대상 내PC 점검운동 실시, 사회복지관·PC방 등 공용시설 PC점검 기술지원 등 클린인터넷 활동 강화
 - TV, 인터넷, 스마트폰 등을 통한 정보보호 홍보 활동 전개

□ 향후일정

- IT외주용역 보안관리 가이드 등 기업 보안 강화 : '11.11월~
- 웹하드·P2P 악성코드 사전탐지체계 구축, 사이버안전의 날 제정 : '12년

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 해킹바이러스 대응체계 고도화(일반)	173	168.3	187	528.3
○ 사이버 보안위협 예방체계 구축(일반)	0	30	10	40
○ 정보보호 대응능력 강화(일반)	33	29.3	32	94.3
○ 정보보호 R&D(기금)	124	124	135	383

▷ 정보보호 R&D 예산은 13년 과제 차세대 원천기술 개발사업 예산에 포함

□ 협조기관 : 행정안전부(사이버안전의 날 제정) 등

□ 법령개정 : 정보통신망법 개정(기업 보안 강화), 악성프로그램 확산 방지에 관한 법률 제정 등

□ 개요

- 스마트폰, 태블릿PC 등 신규 단말의 보급 확산과 함께 나타나는 새로운 모바일 보안위협에 선제적으로 대응

□ 주요 추진내용

- (스마트폰 보안) 스마트폰에 저장된 개인정보 유출, 무단 전화발신 등의 악성행위 여부를 탐지하는 ‘모바일 앱 악성행위 점검시스템’ 구축
 - 사설 및 오픈마켓을 통해 유통되는 모바일 앱에 대한 악성행위 여부의 사전 점검·차단 및 집중 모니터링을 통해 침해사고 예방 강화
 - ‘모바일 시큐리티 포럼, 민관합동대응반’ 등을 통해 민간 자문, 정보 공유 및 협력을 강화하여 모바일 침해사고 등에 신속하게 대응
- (WiFi 보안) 스마트폰, 태블릿PC 활성화에 따른 무선LAN 설치·이용 확산에 대응하여 보안대책 및 안전한 이용 홍보 강화
 - 무선랜 설치 및 보안운용 실태조사를 실시하여 보안취약점을 분석하고, 분야별(사업자, 제조사, 이용자) 보안대책 강구 및 홍보
- (모바일 보안기술) 모바일 인터넷망의 악성 트래픽 탐지 및 대응 기술, 모바일 클라우드 보안인증 및 표준화 기술, 저전력·고성능 암호기술 등 연구개발 추진

□ 향후일정

- 악성행위 앱 점검 시스템 구축 : ‘11~’12년
- 무선랜 보안설정이 쉬운 ‘원클릭 보안솔루션’ 개발·보급 : ‘12년
- 모바일 악성코드 탐지·분석 기술개발(‘11년) 및 시스템 구축 : ‘12년

□ 개요

- 개인정보유출 사고로 인한 이용자 피해방지를 위해 기업의 과도한 개인정보 수집행태 개선, 기업·이용자의 개인정보보호 역량 강화

□ 주요 추진내용

- (과도한 개인정보 수집 제한) 주민번호 유출·노출과 불법적 이용을 원천적으로 방지하기 위해 인터넷상 주민번호의 수집·이용을 제한
 - 주민번호 이용을 원칙적으로 제한하고 예외적으로 허용하도록 주민번호 수집·이용 제한 중장기 로드맵을 마련하고 정보통신망법 등 관련 법령 개정 추진
 - 기업이 최소한의 개인정보만을 수집·이용하도록 업종·서비스별로 개인정보 취급 표준가이드를 마련하고 점진 추진
 - 기업이 휴면 계정 등 불필요한 개인정보를 보관하지 않도록 개인정보 유효기간제 도입을 통해 개인정보의 보관을 최소화하고 유효기간이 지난 개인정보는 자동으로 삭제하는 방안 검토
- (기업의 개인정보 관리 강화) 기업의 자율적인 보호 역량 증대를 위한 사업자 지원 체계를 구축하여 개인정보 침해 사고 예방 활동을 강화
 - 기업의 개인정보보호 수준을 검증하는 개인정보보호 관리체계(PIMS) 인증을 금융·의료 등 전 분야로 확대하고 계열사 또는 협력사의 참여 유도
 - 중소기업에게 개인정보보호 자가진단 도구를 확대 보급하고, 보안 서버 구축과 암호화 저장 등 기술적 조치 사항에 대한 컨설팅 지원

- 인터넷 비즈니스 창업 시 필수적으로 개인정보보호 시스템을 구축하도록 웹페이지 개발자를 대상으로 개인정보보호 교육을 의무화하고 사업자를 대상으로 업종별·규모별 맞춤형 교육을 추진
- 개인정보 침해 사고 발생시 2차, 3차 추가 피해를 방지하기 위한 기업의 개인정보 침해 대응 매뉴얼 제작·배포
- **(개인정보 제공·파기 등 법규준수 점검 강화)** 보유·이용 기간이 초과했거나 수집 목적이 달성된 개인정보가 지체 없이 파기되는지 여부에 대해 중점 점검
 - 중앙전파관리소에 개인정보 침해 조사권을 부여함으로써 전국적인 조사체계를 구축하고 위반 업체에 대한 과징금 부과 등 법규 준수 점검 강화
- **(이용자의 자기정보 통제 강화)** 국내·외 웹사이트에 노출되어 있는 개인정보를 주기적으로 점검·삭제하고, 주민번호 대체수단(i-PIN)의 이용편의 개선
 - 한국인터넷진흥원내 개인정보침해신고센터와 주민번호 클린센터를 통해 피해상담, 회원탈퇴, 주민번호 삭제 등 국민고충 해결 지원
 - 이용자가 개인정보의 활용 내역을 정확히 알고 통제할 수 있도록 개인정보 활용 내역을 이용자에게 통지하는 방안 마련
 - 이용자의 개인정보 열람·정정·동의철회 절차 등을 표준화하여 이용자가 편리하게 자기정보를 통제할 수 있도록 개선
- **(개인정보보호 의식 제고)** 정부 주도의 홍보에서 탈피하여 사회적 공감대 형성과 사업자·이용자의 자율적인 참여를 유도하는 범사회적 문화운동으로 전환

- SNS 등 소셜미디어를 이용한 메시지 전파 및 개인정보보호 포털(www.i-privacy.kr)내 SNS 통합 창구를 마련하여 자발적 참여 유도
- 초·중·고 대상 “찾아가는 개인정보보호 교실”을 중·장년층과 노년층으로 확대 운영하고 일선학교 정보화 교사를 위한 개인정보 보호 교육과정 마련
- 클라우드 서비스, NFC(근거리통신) 등 신규서비스 이용자의 개인정보 침해방지 가이드라인을 마련하여 침해사고를 사전에 예방

□ 향후일정

- 개인정보보호 관리체계 인증 확대 : '11년 ~
- 주민번호 수집·이용 제한 중장기 로드맵 마련 : '11. 하반기
- 「개인정보의 기술적·관리적 보호조치 기준」 강화 추진 : '11. 하반기
- 전 국민 캠페인 및 이용자·사업자 개인정보보호 교육 실시 : 매년

□ 소요재원

(단위 : 억원)

구분	'11년	'12년(안)	'13년(안)	계
○ 개인정보보호 수준강화(일반)	27.6	27.6	55	110.2
○ 개인정보보호 인식제고(일반)	6.0	6.0	8	20.0
○ 개인정보 유출 대응체계 강화(일반)	27.5	27.5	50	105.0

- **협조기관** : 교육과학기술부(초·중·고생 교육), 지자체(소외 지역 교육) 공동협력

□ 개요

- 글로벌 서비스의 확산, 사이버위협에 적극 대응하기 위한 사이버 보안 국제 협력체계 구축 및 글로벌 리더십 확보

□ 주요 추진내용

- (국제 공조 강화) 국가간 사이버 공격, 개인정보유출 등 사이버 침해 사고에 대한 국제공조를 강화하여 신속대응 및 피해 최소화
 - 국제침해사고대응팀협의회(FIRST) 및 아태침해사고대응팀협의회(APCERT) 등을 통해 침해사고 정보공유 및 국제공동모의훈련 참가
 - ※ 국제공동모의훈련 : APCERT 회원(18개국 27개팀)들이 참가하여 매년 실시하는 사이버 침해사고 대응훈련으로, 우리나라가 처음 제안하여 '05, '06년 두차례 훈련 주도
 - APEC, APPA 등 국제기구를 통해 해외 개인정보보호 규제기관과 공조하여 글로벌 기업 등에 대한 규제 집행력 강화
 - ※ APPA(Asia Pacific Privacy Authorities, 아태개인정보보호감독기구) : 국가간 개인정보 보호이슈 공유 및 개인정보 국외이전 등 국가간 개인정보보호 이슈논의 기구
- (국제표준화 선도) 국내개발 정보보호기술과 관리체계의 국제표준화(ITU, ISO)를 추진하여 동 분야의 정책이슈 주도, 국산제품과 서비스의 해외진출 기반 조성
 - 국내 정보보안산업의 총 수출액은 319억원('08) → 440억원('09) → 520억원('10)으로 20~30% 정도 꾸준히 증가하고 있으나, 일본·중국·미국이 수출비중의 86%를 차지하고 있어 수출대상국 확대 필요
 - ※ 전 세계 정보보안 시장은 605억불('09)로 메모리 반도체(484억불)보다 크며, '13년에는 918억불로 성장할 전망 (출처 : IDC, '09.11)

- 국내 개발 기술의 국제표준화를 통해 글로벌 위상을 제고하고 관련 기업의 해외진출 가능성 확대
- (글로벌 정책 선도) 글로벌 사이버 위협에 대한 개도국의 관심제고 및 국가간 협력 증진
 - ‘OECD 정보보호 고위급 회의’ 등을 주도하여 국제사회에서의 사이버 분야 규범 논의 및 협력 강화
- ※ 방송통신위원회는 ‘11.6월 OECD 인터넷경제 고위급 회의’에서 OECD 등 국제기구와 공조하여 국제화되는 사이버보안 문제에 적극 대응할 것을 제안
- 사이버보안을 방송통신장관회의(WICS, World Information and Communications Summit, ‘12.5월)의 주요 의제로 채택하여, 개도국 정보보호 역량 강화에 기여
- (글로벌 기업 협력체계 구축) 구글, 애플, 페이스북 등 주요 글로벌 기업을 대상으로 법규 준수, 의견 교류 등을 위한 협의체 마련
- ※ 신규 서비스 운영 이전 국내법규 준수여부 사전 검토, 법규개선 의견수렴 등

□ 향후일정

- 글로벌 사업자 협력 체계 구축 : ‘11. 연중
- 중소기업을 위한 정보보호 가이드라인 표준화(ITU) : ‘12. 상반기
- 인터넷전화(VoIP) 관련 표준화 작업 참여(ITU) : ‘12. 상반기
- 봇넷 탐지 및 대응 프레임워크 표준화(ITU) : ‘12. 하반기
- 국제공동모의훈련 참가(APCERT) : ‘12. 2월경

VI 소요예산 및 기대효과

1 소요예산(추정)

(단위 : 억원)

구분		2011	2012(안)	2013(안)	계
정부	① 글로벌 ICT 허브 Korea 실현	1,823	1,922	2,913	6,658
	② 스마트 생태계 조성 및 신산업 창출	215	176	266	657
	③ 디지털 선진방송 구현	933	1,699	1,436	4,068
	④ 방송통신 이용자 복지 및 정보보호 강화	532	548	1,123	2,203
	소계	3,503	4,345	5,738	13,586
민간 투자	① 방송 분야	24,966	25,965	27,003	77,934
	② 통신 분야	64,159	64,306	64,454	192,919
	소계	89,125	90,271	91,457	270,853
계		92,628	94,616	97,195	284,439

- ▷ '12년 예산은 기재부 협의 완료 후 금액이며, '13년 예산은 기획재정부 협의 및 국회 심의 등을 거쳐 추후 확정
- ▷ 민간투자는 2007년~2010년 방송통신산업실태조사를 통해 파악된 방송통신사업자의 투자비 증가율을 고려하여 전망한 수치이며, 방송 분야는 디지털전환, 통신 분야는 LTE망 구축 등의 요인에 의해 전망치가 일부 변동 가능

방송통신의 발전을 통해 개인의 삶의 질 향상은 물론 기업과 국가 전반의 경쟁력이 세계 최고수준으로 높아집니다!

□ 세계 최고수준의 방송통신 경쟁력 확보

- (방송) 국민들이 즐기는 방송콘텐츠의 품격이 높아지고, 국내시장에서 경쟁력을 높인 미디어기업들의 해외시장 진출이 활발
- (통신) 10배 빠른 유·무선 인터넷 서비스 이용환경이 구축되고, 통신시장의 생태계 경쟁에서 앞서 나갈 수 있는 글로벌 경쟁력 확보
- (융합) 각종 융합서비스 확산으로 생활이 편리해지고 업무생산성이 높아지며, 스마트 신산업 분야의 창의적인 중소벤처기업 성장 기대

□ 국가 경제발전과 위상제고에 기여

- (생산증가) 방송통신 산업 생산은 153조원('10)에서 184조원('13)으로, 수출은 402억불('10)에서 513억불('13)로 지속적인 성장세 예상
- (고용확대) 방송통신 고용은 모바일 인터넷, 모바일 콘텐츠 등 벤처 창업 활성화로 젊은이들이 선호하는 창의적인 일자리 13,000개 창출 전망
- (IT경쟁력) OECD의 모바일 브로드밴드 보급률('10년 1위), ITU의 ICT 발전지수('10년 1위) 등 IT경쟁력 평가에서 세계 최고수준 유지

구분	2010년	2013년(전망)	연평균 성장
· 방송통신산업 생산	153조원	184조원	6.7%
· 방송통신산업 수출	402억불	513억불	9.2%
· 방송통신산업 고용	31.3만명	32.6만명	1.4%

□ 2013년에 달라지는 국민들의 삶의 모습

- 인터넷 속도가 현재보다 10배 빨라지고 전국 어디서나 4세대 이동통신서비스(LTE)를 이용할 수 있습니다.
- 전체 근로자의 30% 이상이(2015년) 스마트워킹을 통해 시간과 장소에 구애받지 않고 업무를 처리할 수 있게 됩니다.
- 근접통신(NFC) 인프라가 전국적으로 구축되어 백화점, 대형마트, 대중교통 등 이용 시 신용카드 없이 휴대폰만 있으면 결제가 가능한 모바일 지갑시대가 열립니다.
- 극장에서나 볼 수 있던 3D 실감 콘텐츠(영화, 스포츠 등)를 안방에서도 즐길 수 있게 됩니다.
- 「통신요금 종합정보 시스템」을 통해 요금제, 위약금, 미환급금 등 통신요금 관련 정보를 한 눈에 확인할 수 있습니다.
- 인터넷상에서 기업들의 주민번호 수집이 최소화되어 개인정보 유출이나 프라이버시 침해에 대한 국민들의 불안감이 줄어듭니다.
- 장애인·저소득층 등 취약계층이 인터넷전화 요금감면을 받을 수 있게 됩니다.
- 2012년 아날로그 방송이 종료되고 2013년부터 모든 국민이 고화질·고음질의 디지털방송을 시청할 수 있게 됩니다.
- 방송시간 제한이 폐지되어 시청자들이 심야시간대에도 지상파방송을 시청할 수 있게 됩니다.
- 방송통신서비스 해지절차가 간소화되어 서비스 해지가 쉬워지고, 요금 고지서가 개선되어 부당요금에 대한 신속한 이의제기가 가능합니다.

방송통신을 둘러싼 주요 10대 지표 전망



※ 2013년 수치는 KISDI · KAIT 및 관련전문가 등과 함께 달성 가능한 목표를 전망

※ KAIT : 한국정보통신진흥협회, RAPA : 한국전파진흥협회

VII

추진 체계

4대 핵심과제	20대 세부과제	소관
핵심과제 1 글로벌 ICT 허브 Korea 실현	① 지금보다 10배 빠른 네트워크 구축	통신정책국 네트워크정책국
	② 모바일 광개토 플랜 추진	전파기획관
	③ 미래 인터넷의 글로벌 허브로 도약	네트워크정책국
	④ 글로벌 신성장동력 기반 강화	융합정책관
	⑤ 인터넷기반사회 대응역량 강화	통신정책국 네트워크정책국
핵심과제 2 스마트 생태계 조성 및 신산업 창출	⑥ 7대 스마트 서비스 활성화	네트워크정책국 융합정책관
	⑦ 혁신적 생태계 및 벤처 인프라 조성	융합정책관 네트워크정책국
	⑧ 방송통신서비스 경쟁 촉진	방송정책국 통신정책국
	⑨ 공정한 경쟁원칙 확립	이용자보호국 통신정책국
	⑩ 방송통신 해외시장 진출 확대	국제협력관
핵심과제 3 디지털 선진방송 구현	⑪ 글로벌 미디어기업 성장기반 마련	방송정책국
	⑫ 방송통신 콘텐츠 글로벌 경쟁력 제고	융합정책관 방송진흥기획관
	⑬ 광고시장 확대를 미디어산업 견인	방송진흥기획관
	⑭ 방송의 디지털 전환 추진	방송진흥기획관 전파기획관 방송정책국
	⑮ 고품격 청정 공영방송 구현	방송정책국 방송진흥기획관
핵심과제 4 방송통신 이용자 복지 및 정보보호 강화	⑯ 통신서비스 요금부담 완화	통신정책국
	⑰ 저소득층·소외계층 지원 강화	이용자보호국 통신정책국
	⑱ 방송통신서비스 이용자 권익증진	이용자보호국 전파기획관
	⑲ 인터넷 문화선진국 구현	네트워크정책국
	⑳ 사이버 세상 보안기반 강화	네트워크정책국

[붙임] 4대 핵심과제 – 20대 세부과제 – 100대 실천과제 목록

4대 핵심과제	20대 세부과제 - 100대 실천과제
핵심과제 1 글로벌 ICT 허브 Korea 실현	① 지금보다 10배 빠른 네트워크 구축 ① 유선 네트워크 고도화 ② 차세대 이동통신망 구축 ③ 와이파이(WiFi) 확충 및 이용환경 개선
	② 모바일 광개토 플랜 추진 ④ 모바일 광대역 주파수 발굴 ⑤ 공공 주파수 이용 효율화 ⑥ 비면허 주파수 이용 활성화 ⑦ TV 유휴대역 활용 ⑧ 주파수 관리체계 선진화
	③ 미래 인터넷의 글로벌 허브로 도약 ⑨ 국내외 미래인터넷 테스트베드 구축 ⑩ 스마트 인터넷 기술경쟁력 강화 ⑪ 차세대 인터넷주소(IPv6) 전환 촉진 ⑫ 스마트워크 활성화 추진
	④ 글로벌 신성장동력 기반 강화 ⑬ 차세대 원천기술 개발 ⑭ 글로벌 표준 경쟁력 강화 ⑮ 녹색 방송통신 환경 조성 ⑯ 방송통신 융합서비스 확산 ⑰ 생활밀착형 전파산업 육성 ⑱ 방송통신기기 적합성평가체계 선진화
	⑤ 인터넷기반사회 대응역량 강화 ⑲ 인터넷의 사회전반에 대한 영향 대응 ⑳ 인터넷 이용환경 개선 ㉑ 인터넷 이용원칙 정립

4대 핵심과제	20대 세부과제 - 100대 실천과제
핵심과제 2 스마트 생태계 조성 및 신산업 창출	⑥ 7대 스마트 서비스 활성화 ②② 클라우드 서비스 활성화 ②③ 사물지능통신 서비스 기반 구축 ②④ 근접통신(NFC) 기반 산업 창출 ②⑤ 스마트TV 서비스 경쟁력 강화 ②⑥ TV 전자상거래 활성화 ②⑦ 위치정보(LBS) 기반 산업 활성화 ②⑧ 3D 방송서비스 활성화
	⑦ 혁신적 생태계 및 벤처 인프라 조성 ②⑨ 혁신적 스마트 생태계 조성 ③⑩ 벤처기업 성장 촉진 ③⑪ 벤처기업 기술력 제고 ③⑫ 대·중소기업 공생발전 지원 ③⑬ 홈쇼핑을 통한 중소기업 지원 강화
	⑧ 방송통신서비스 경쟁 촉진 ③④ 신규 방송 활성화 ③⑤ 유료방송 시장 개선 ③⑥ DMB 활성화 지원 ③⑦ 방송사업 허가·재허가 제도 선진화 ③⑧ 지상파 다채널방송서비스 정책방안 마련 ③⑨ IPTV 서비스의 견실한 성장 지원 ④① 통신시장의 건전한 경쟁 촉진 ④② 기간통신사업자 허가·M&A 제도 개선
	⑨ 공정한 경쟁원칙 확립 ④② 방송시장 공정경쟁 기반 조성 ④③ 통신시장의 공정한 거래질서 확립 ④④ 방송통신 분쟁해결 및 심결지원 체계화
	⑩ 방송통신 해외시장 진출 확대 ④⑤ 방송통신 서비스 해외진출 지원 ④⑥ 국제 ICT 협력활동 주도 ④⑦ 방송통신부문 통상협상 대응 ④⑧ 개도국 지원활동 전개 ④⑨ 전파방송 시스템 해외진출 지원 ④⑩ 방송통신 남북협력 추진

4대 핵심과제	20대 세부과제 - 100대 실천과제
핵심과제 3 디지털 선진방송 구현	[11] 글로벌 미디어기업 성장기반 마련 ⑤1 방송사업 소유·경영 규제 개선 ⑤2 방송법제 선진화 ⑤3 지상파방송 재송신 제도 개선 ⑤4 방송시장 경쟁상황 평가 ⑤5 시청점유율 조사·검증체계 확립 ⑤6 방송 편성 및 평가제도 개선 ⑤7 지상파방송TV 방송시간 규제 완화
	[12] 방송통신 콘텐츠 글로벌 경쟁력 제고 ⑤8 우수 방송콘텐츠 제작경쟁 촉진 ⑤9 방송콘텐츠 제작기반 지원 ⑥0 방송통신산업 전문인력 양성 ⑥1 방송통신 콘텐츠의 시장 활력 제고 ⑥2 외주제작사 역량 강화를 위한 방송제도 개선
	[13] 광고시장 확대로 미디어산업 견인 ⑥3 방송광고 판매시장 경쟁체제 도입 및 효율성 제고 ⑥4 중소방송 지원방안 마련 ⑥5 방송광고 편성·운영규제 개선 ⑥6 스마트광고 기반 조성 ⑥7 인터넷광고시장의 활성화 기반 조성
	[14] 방송의 디지털 전환 추진 ⑥8 디지털방송 수신환경 개선 ⑥9 시청자 지원 강화 ⑦0 케이블방송의 디지털전환 추진 ⑦1 라디오방송의 디지털화 추진 ⑦2 방송장비 산업 육성
	[15] 고품격 청정 공영방송 구현 ⑦3 공영방송 재정기반 선진화 및 공적기능 제고 ⑦4 방송프로그램의 품격 제고 ⑦5 지역방송 활성화 유도 ⑦6 공동체라디오 방송 활성화 ⑦7 공익채널 제도 개선

4대 핵심과제	20대 세부과제 - 100대 실천과제
핵심과제 4 방송통신 이용자 복지 및 정보보호 강화	[16] 통신서비스 요금부담 완화 ㉞ 통신시장 요금경쟁 촉발 ㉟ 통신요금 부담 경감 ㊱ 단말기 유통구조 개선 ㊲ 이동전화서비스의 번호이동성 확대 ㊳ 전기통신설비의 공동구축 활성화
	[17] 저소득층·소외계층 지원 강화 ㉜ 장애인 방송통신 접근성 제고 ㉝ 장애인용 UI/UX 개발 ㉞ 농어촌 광대역통합망 구축 ㉟ 시청자 미디어센터 활성화 ㊱ 보편적 시청권 강화 ㊲ 보편적 통신서비스 확대
	[18] 방송통신서비스 이용자 권익증진 ㉚ 이용자 알 권리 제고 및 피해구제 강화 ㉛ 방송통신서비스 이용환경 개선 ㉜ 발신전화번호 표시제도 개선 ㉝ 전자과 대응체계 강화 ㉞ 3D 시청 안전성 제고 ㉟ 방송통신 재난대응 강화
	[19] 인터넷 문화선진국 구현 ㉙ 선진 인터넷 이용문화 조성 ㉚ 불법·유해정보 유통 차단 강화
	[20] 사이버 세상 보안기반 강화 ㉛ 사이버 보안 대응체계 강화 ㉜ 모바일 보안 위협 대응 ㉝ 개인정보 보호조치 강화 ㉞ 사이버 보안 글로벌 리더십 확보