

방송통신정책연구
09-진흥-다-13

방송·통신시장 사후규제 교육프로그램 개발

(Education program on Ex-post regulation
in Broadcasting & Communication Market)

2009. 11. 30

연구기관 : 한국전파진흥원



1. 본 연구보고서는 방송통신위원회의 출연금 등으로 수행한 방송통신정책연구용역사업의 연구결과입니다.
2. 본 연구보고서의 내용을 발표할 때에는 반드시 방송통신위원회 방송통신정책연구용역사업의 연구결과임을 밝혀야 합니다.

방송통신정책연구

09-진흥-다-13

방송·통신시장 사후규제 교육프로그램 개발

(Education program on Ex-post regulation in
Broadcasting & Communication Market)

2009. 11. 30.

연구기관 : 한국전파진흥원 ↵

총괄책임자 : 장 태 식(한국전파진흥원)

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『방송·통신시장 사후규제 교육프로그램 개발』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2009. 12. 22

연구기관 : 한국전파진흥원

총괄책임자 : 장태식 (한국전파진흥원)

참여연구원 : 임석진 (한국전파진흥원)

요 약 문

1. 제목

방송·통신시장 사후규제 교육프로그램 개발

2. 연구의 목적 및 중요성

최근에는 IT부문의 기술발전이 가속화되어 DMB, IPTV, WiBro 등 다양한 뉴미디어가 지속적으로 출현하고 있으며, 이를 기반으로 방송과 통신이 서로 융합 되는 새로운 IT 서비스 환경이 창출되고 있다. 이러한 환경에서 다양한 신규서비스의 등장으로 위법행위의 복잡성과 그에 대한 판단의 난이도가 증가하고 있으며, 또한 방송·통신서비스 사업자 쪽에서는 대형 로펌 등을 통해 전문적으로 대응하는 추세이다. 이에 효과적으로 대응하기 위해 조사(감사)업무를 수행하는 국내·외 전문 규제기관의 교육체계 및 프로그램에 대한 조사, 방송통신위원회 조사관 교육 수요조사 및 시범교육을 통해, 방송통신위원회에서 사후규제 업무를 담당하는 조사관들의 직무역량 강화를 위한 효과적인 교육프로그램을 마련하여 2010년부터 지속적인 조사관 전문교육을 통해, 향후 방송·통신 및 융합시장의 복잡한 환경에서 방송통신시장의 사후규제와 관련하여 전문적 대응체제를 구축하는데 그 목적이 있다.

3. 연구의 구성 및 범위

본 연구는 조사(감사)업무를 수행하는 국내·외 규제기관의 교육체계 및 교육프로그램 조사와 방송통신위원회의 협조하에 방송통신시장 사후규제 업무를 담당하고 있는 이용자보호국과 중앙전파관리소 조사관들을 대상으로 한 교육수요조사, 이를 근거로 조사입문과정, 조사전문과정 2개 과정의 시범교육 실시, 시범교육 결과분석과 산·학·연·관의 전문가로 구성된 운영위원회의 자문을 거쳐 방송통신시장 사후규제 교육프로그램을 개발하여 방송통신시장의 사후규제 업무를 담당하는 조사관들의 효과적인 역량강화방안을 제시하였다.

4. 연구내용 및 결과

가. 방송통신시장의 사후규제 관련 실태조사

(1) 사후규제 교육수요조사

- 기간 : 2009. 4. 6 ~ 4. 10 (5일간)
- 인원 : 방송통신위원회 이용자보호국 및 중앙전파관리소 조사관 40명
- 주요내용
 - 직무능력 향상을 위한 전문교육의 필요성은 절대 다수가 공감(92.5%)
 - 필요한 교육내용은 조사실무교육(38%), 컴퓨터 포렌식(19%), 사업자서비스에 대한 전문교육(17%), 법령교육(14%) 등
 - 조사업무 수행 중 애로사항은 전문지식 부족(38%), 조사대상의 면밀해진 대응(35%), 촉박한 일정(16%) 순
- ▶ 시사점
 - 방송통신위원회만의 독자적인 “사후규제 교육프로그램”을 개발하여 활용할 필요

(2) 조사(감사)업무를 수행하는 국내·외 규제기관의 교육체계 및 교육프로그램 조사

- 기간 : 2009. 4월 ~ 5월
- 대상
 - 국내 : 공정거래위원회, 대검찰청, 감사원
 - 국외 : 미국의 FCC, 영국의 Ofcom
- 주요내용

△ 공정거래위원회

공정위 조사관 직무역량강화교육은 입문과정, 기본과정, 심화과정, 고급과정 등 크게 네 가지로 분류 할 수 있음

▶ 시사점

- 공정거래위원회의 조사관을 대상으로 한 체계적인 교육프로그램 부재
 - 신규 및 전입 조사관들은 입문과정을 통해 공통교육형식으로 조직 구성이나 전반적인 업무숙지에는 도움이 될 수 있으나, 소관부서에서 실질적으로 필요한 기초전문분야에 대한 교육과정은 없는 실정

- 또한 기존 조사관 대상 전문교육은 심화과정과 고급과정으로 볼 수 있는데, 이것 또한 필요시 특정주제에 한해 일회성 교육으로 실시
- o 현재 공정거래위원회의 조사관들은 경험이 많은 조사관들에게 개인적으로 혹은 필요시 부서별 미팅을 통해 경험요소를 전수받는 형식으로 직무역량강화
- o 이를 개선하기위해 공정거래위원회에서는 선진적인 인재양성 시스템 구축을 위해 공정거래진흥원 설립을 추진하였으나 실현되지 못하고, 대신 산하기관인 공정거래조정원을 활용하여 직원 대상 전문교육프로그램을 개발하고 교육하는 기능을 부여하여 공정거래 전문가 양성을 추진할 계획을 가지고 있음

△ 대검찰청

- o 대검찰청 수사관 직무역량강화교육은 법무연수원의 다양하고 체계적인 집합교육과 사이버교육으로 운영
- ▶ 시사점
- o 대검찰청 교육과정은 방송통신위원회 사후규제 교육프로그램개발과는 거리가 있음
 - 대검찰청의 다양하고 체계적인 교육시스템은 우수하나
 - 대검찰청 수사관들은 강제수사에 초점을 맞추지만, 방송통신위원회 조사관들은 임의조사방식으로 업무수행을 하기 때문에, 대검찰청의 수사관 교육과정을 방송통신위원회 사후규제 교육프로그램에 적용하는 것은 무리

△ 감사원

- o 감사원 감사관 직무역량강화교육은 감사교육원을 통해 기본교육과 전문교육으로 다양하고 체계적인 교육과정으로 운영
- ▶ 시사점
- o 방송통신위원회 사후규제 교육프로그램개발에 감사원 교육과정중 일부

과정은 참조할 필요

- 신규 및 전입자를 대상으로 실시하는 대화 및 설득기법, 감사관으로서의 자세 등 감사기본교육과정과
- IT·통계활용감사, 회계업무교육 등 감사전문교육과정을 사후규제 교육프로그램개발에 참조

△ 미국의 FCC

- o 경험이 많은 직원들을 통한 OJT(On the Job Training)와 직원 미팅(Staff Meeting)을 통해 경험을 전수하거나 공유
- ▶ 시사점
- o FCC 사후규제 조사관 채용형태가 방송통신위원회와 달라 별도의 교육훈련 프로그램 불필요
- 채용 시부터 유경험자를 선발함으로써 바로 현업에 투입이 가능
- o FCC 사후규제 조사관 교육은 자체에서 해결
- OJT(On the Job Training)와 직원 미팅(Staff Meeting)을 활용
- 업무 성격상 외부에서 지원하는데 한계가 있고 또한 보안유지 가능

△ 영국의 Ofcom

- o Ofcom은 “Ofcom Graduate Programme”이라는 체계적인 교육훈련 프로그램을 통해 조사관 직무역량강화교육을 실시
- ▶ 시사점
- o 현실적으로 Ofcom 교육과정은 방송통신위원회 사후규제 교육프로그램개발과는 거리가 있음
- 방송통신위원회의 인력충원시스템이 Ofcom과는 달라, Ofcom 교육과정을 방송통신위원회 조사관들에 적용하기는 다소 무리
- o 그러나 장기적인 관점에서 이러한 교육훈련시스템을 벤치마킹할 필요가 있음
- 향후 방송통신위원회 신규조사관의 경우, 최소 1개월 정도 “조사관 교육훈련프로그램”을 이수한 후 특정부서에 배치할 필요

나. 조사관 시범교육 실시

(1) 시범교육 준비

- 시범교육과정 선정 : 조사입문과정과 조사전문과정 (각 3일, 21시간)
- 실습장비 확보 : 1식(컴퓨터포렌식 H/W장비)
- 교재개발 : 2종 (조사입문과정, 조사전문과정)

(2) 시범교육 실시

- 기 간 : - '09. 8.26 ~ 8.28 (입문과정)
 - '09. 9. 2 ~ 9. 4 (전문과정)
 ※ 각 과정 당 3일간 21시간, 비합숙으로 진행
- 인 원 : 41명 (입문과정 20명 , 전문과정 21명)
 ※ 대상 : 입문과정(조사관 임용 2년 미만), 전문과정(조사관 임용 2년 이상)
- 장 소 : IT인재개발교육원(강남구 역삼동)
- 주요 교육내용
 - o 입문 과정
 - 행동장령 등 KCC 조사관으로서 기본적으로 갖춰야 할 기본 소양교육
 - 현재 운용되고 있는 방송·통신 사업자 서비스 및 연관된 기술교육과 정책 동향
 - 금지행위 유형별 위법성 요건 및 사례 등 조사 관련 법령교육
 - 실제 조사현장에서 필요한 조사기법 등 기초 조사실무교육
 - o 전문 과정
 - 방송·통신 사업자 서비스 망 및 연관된 기술교육
 - 금지행위 유형별 위법성 요건 및 심결사례 등 조사 관련 법령교육
 - 조사사례 심층 분석을 통한 토론 형식의 전문조사기법 연구
 - 회계분리제도현황 등 방송·전기통신사업 회계제도 교육
 - 컴퓨터포렌식 조사기법 교육(실습 포함)을 통해 과학적 조사기법 소개

다. 방송·통신시장 사후규제 교육프로그램 개발

(1) 교육프로그램 개발 과정

- 조사(감사)업무를 수행하는 국내·외 전문 규제기관의 교육체계 및 프로그램

램 분석

- 방송통신위원회 조사관 교육수요조사 분석
- 시범교육 결과 분석
- 산·학·연·관의 전문가로 구성된 운영위원회의 자문
- 위 4개 과정을 거쳐 방송·통신시장 사후규제 교육프로그램 개발

(2) 방송·통신시장 사후규제 교육프로그램 개발(안)

- 사후규제 교육프로그램 대분류
 - o 본 사후규제 교육프로그램은 크게 6개 분야의 교육과정으로 대분류
 - 기본 소양교육 : 방송통신위원회 조사관으로서 기본적으로 갖춰야 할 기초 소양 교육
 - 방송·통신 사업자서비스 및 기술 교육 : 현재 운용되고 있는 방송·통신 사업자 서비스와 연관된 기술 분야 및 시장 동향 교육
 - 법령 교육 : 방송·통신 관련 법령교육
 - 조사(수사)실무 교육 : 실제 조사현장에서 필요한 조사기법 등 관련교육
 - 컴퓨터 포렌식 교육 : 하드 디스크 등 컴퓨터저장매체에 들어있는 디지털 데이터를 대상으로 복구, 검색, 증거채집 및 분석과정을 통해 조사하는 과학적 조사기법 교육
 - 특강 : 딱딱하기 쉬운 교육과정이지만, 교육효과를 극대화 할 수 있는 유익하고도 재미있는 과정으로 구성된 특강형식의 교육
- 사후규제 교육프로그램 소분류
 - o 본 사후규제 교육프로그램은 6개 분야를 총 19개 모듈로 소분류
 - 기본 소양교육 : 커뮤니케이션 능력배양 등 2개 모듈로 구성
 - 방송·통신 사업자서비스 및 기술 교육 : 방송·통신 사업자서비스 기술교육 등 3개 모듈로 구성
 - 법령 교육 : 경쟁법 및 소비자법 등 3개 모듈로 구성
 - 조사(수사)실무 교육 : 조사 기초 실무 등 5개 모듈로 구성
 - 컴퓨터 포렌식 교육 : 컴퓨터 포렌식 조사기법(이론) 등 4개 모듈로 구성
 - 특강 : 웃음과 유머 등 2개 모듈로 구성

- 2010년도 사후규제 교육프로그램
 - o 2010년도 사후규제 교육프로그램은 **입문과정, 전문과정 및 컴퓨터포렌식기초과정 등 3개 과정**으로 구성하고, 각 과정 당 교육기간은 3일간 21시간으로 편성
 - 조사입문과정 : 방송통신위원회 신규 및 전입 조사관을 대상으로 하는 조사관 기초과정으로 조사관으로서 현장에서 필요한 실무중심의 교육과정
 - 조사전문과정 : 조사관 심화과정으로 사례분석을 통한 토론위주 교육과정
 - 컴퓨터포렌식 기초과정 : 컴퓨터포렌식의 개념 이해 및 기본 실습 교육과정

5. 정책적 활용내용

본 연구는 방송통신위원회 이용자보호국 및 중앙전파관리소의 방송통신시장 사후규제 조사관들의 직무역량강화를 위한 정책연구용역사업으로 진행되었으며, 본 연구 결과는 방송통신시장에서 사후규제 조사역량 강화기반 정책수립을 위한 방향성 및 장기적 비전과 정책적 대안까지 제시하였으며, 또한 이 연구과정 및 결과는 방송통신위원회 타 실·국 뿐 만 아니라, 타 정부 부처의 전문분야별 직무역량강화를 위한 교육프로그램 개발 정책에도 효과적으로 활용될 수 있을 것으로 사료된다.

6. 기대효과

본 연구를 통해 방송통신시장 사후규제 교육프로그램을 개발하여, 2010년부터 지속적인 조사관 전문교육을 실시하여 방송통신위원회 조사관들이 실제 조사현장에서 필요한 전문지식을 습득하게 하여, 향후 방송·통신 및 융합시장의 복잡한 환경에서 사후규제 관련 전문적 대응체제를 구축함으로써, 방송통신위원회의 대국민 신뢰도를 제고하고, 방송통신시장에서 이용자보호와 공정거래 환경을 조성하는데 기여할 것으로 기대된다.

SUMMARY

1. Title

Education program on Ex-post Regulation in Broadcasting & Communication Market

2. Objective and Importance of Research

This research aims to study educational systems and programs of some professional regulation organizations inside and outside of country carrying out investigation and to make effective educational programs for enhance of KCC investigator's job capability through the survey for getting at educational needs. And this aims also to make professional countermeasure system on the ex-post regulation in complex environment of broadcasting and communication market through continuous professional education for investigators from 2010.

3. Contents and Scope of the Research

Prior to fixing curriculum of ex-post education, the survey for getting at educational needs of investigators in KCC and CRMO was operated for understanding of professional knowledge and current situation of educational system of ex-post regulation. Based on this survey, curriculums were built and two example courses were developed finally. By analyzing the results of the example course and advice of a steering committee composed of some experts, the education program on ex-post regulation in broadcasting & communication market was developed and an effective way for enhance of job-capability was made.

4. Research Results

This research has been in progress through 3 phases all.

- a. study on current situation of the ex-post regulation of broadcasting and communication market

- a survey for getting at educational needs of receiving end of the education
- a study on educational systems and programs of some professional regulation organizations of other countries carrying out investigation
- b. operation of two example courses (Introductory Course of Investigation, Advanced Course of Investigation)
- e. development of formal education programs on ex-post regulation of broadcasting and communication market in 2010 (Introductory Course of Investigation, Advanced Course of Investigation, Introductory Course of Forensic, Advanced Course of Forensic)

5. Policy Suggestions for Practical Use

This research is performed for development of educational courses for enhance of investigators' job capability related with ex-post regulation in broadcasting and communication industry. The procedure and results of this research can be helpful for them to develop education programs for enhance of job-capability of members in the relevant authorities as well as in other departments of KCC.

6. Expectations

This research is performed for development of educational courses for enhance of investigators' job capability related with ex-post regulation in broadcasting and communication industry. As this, investigators of KCC can get professional information needed in real investigational situation. As a result, this research will be helpful for them to make professional countermeasure system on the ex-post regulation in broadcasting and communication market through continuous professional education for investigators from 2010. It will contribute to make fare trade environment in broadcasting and communication market.

- 목 차 -

요약문

제1장. 서 론 1

제1절. 연구 배경 1

제2절. 연구 목표 및 주요 내용 1

제2장. 국내 방송·통신시장 동향 3

제1절. 방송서비스 시장 동향 3

제2절. 통신서비스 시장 동향 18

제3절. 방송·통신 융합서비스 시장 동향 30

제3장. 해외 방송·통신 규제기관의 사후규제 동향 45

제1절. 미국의 방송통신분야 사후규제 현황과 동향 45

제2절. 영국의 방송통신분야 사후규제 현황과 동향 59

제3절. 일본의 방송통신분야 사후규제 현황과 동향 74

제4장. 국내 규제기관 교육프로그램 현황 88

제1절. 공정거래위원회 88

제2절. 대검찰청 90

제3절. 감사원 111

제5장. 해외 규제기관 교육프로그램 현황 115

제1절. 미국의 FCC 115

제2절. 영국의 Ofcom 116

제6장. 방송·통신시장 사후규제 교육프로그램 개발 118

제1절. 국내 규제기관 교육프로그램 분석 118

제2절. 해외 규제기관 교육프로그램 분석	120
제3절. 방송통신위원회 조사관 대상 교육수요조사 결과분석	121
제4절. 시범교육 결과분석	131
제5절. 운영위원회 결과분석	157
제6절. 방송·통신시장 사후규제 교육프로그램 개발(안)	161

제7장. 결 론 164

제1절. 시사점	164
제2절. 사후규제 조사관 역량강화 방안 및 제언	166

참고 문헌 169

[별첨1] 시범교육 조사입문과정 세부일정	171
[별첨2] 시범교육 조사전문과정 세부일정	172
[별첨3] 사후규제 교육프로그램 분류	173
[별첨4] 2010년도 조사입문과정 세부일정	174
[별첨5] 2010년도 조사전문과정 세부일정	175
[별첨6] 2010년도 컴퓨터포렌식 기초과정 세부일정	176
[별첨7] 컴퓨터포렌식 심화과정 세부일정	177
[별첨8] 방송통신위원회 조사관 대상 교육수요조사 설문지	178
[별첨9] 방송통신위원회 조사관 대상 시범교육결과 설문지	180
[별첨10] 시범교육 수료자 대상 2010년도 사후규제 교육과정 선정을 위한 설문지	186

– Contents –

Summary

Chapter 1. Introduction	1
Verse 1. Background of research	1
Verse 2. Aims and main contents of research	1
 Chapter 2. A domestic trend of broadcasting and communication market	 3
Verse 1. A trend of broadcasting service	3
Verse 2. A trend of communication service	18
Verse 3. A trend of broadcasting and communication convergence service	30
 Chapter 3. Overseas trend of broadcasting and communication market	 45
Verse 1. A trend of ex-post regulation in broadcasting and communication – U.S.A.	45
Verse 2. A trend of ex-post regulation in broadcasting and communication – G.B. ...	59
Verse 3. A trend of ex-post regulation in broadcasting and communication – JAPAN	74
 Chapter 4. A domestic situation of educational program of regulation organization	 88
Verse 1. Fair Trade Commission	88
Verse 2. The Supreme Public Prosecutor's Office	90
Verse 3. The Board of Audit and Inspection of Korea	111
 Chapter 5. Overseas situation of educational program of regulation organization	 115
Verse 1. FCC of U.S.A.	115
Verse 2. Ofcom of G.B.	116
 Chapter 6. Education program on Ex-post Regulation in Broadcasting & Communication Market	 118
Verse 1. An analysis of education program of domestic regulation organization	118
Verse 2. An analysis of education program of overseas regulation organization	120
Verse 3. An analysis of the survey of KCC investigators for educational needs	121

Verse 4. An analysis result of the example courses	131
Verse 5. An analysis result of the steering committee	157
Verse 6. Education program on Ex-post Regulation in Broadcasting & Communication Market	161
Chapter 7. Conclusion	164
Verse 1. Implications	164
Verse 2. Methods for enhance of the ex-post investigators of KCC and suggestions	166
Bibliography	169
[attachment 1] Timetable of Introductory example Course of Investigation	171
[attachment 2] Timetable of Introductory example Course of Investigation	172
[attachment 3] Classification of ex-post education program	173
[attachment 4] Timetable of Introductory Course of Investigation in 2010	174
[attachment 5] Timetable of Advanced Course of Investigation in 2010	175
[attachment 6] Timetable of Introductory Course of Forensic in 2010	176
[attachment 7] Timetable of Advanced Course of Forensic	177
[attachment 8] The survey of KCC investigators for educational needs	178
[attachment 9] The survey of KCC investigators for results of the example course	180
[attachment 10] The survey for production of ex-post education program in 2010	186

- 표 목 차 -

<표 2-1> MSO 매출액 현황 및 시장점유율 현황	9
<표 2-2> DMB 시장 매출액 현황	13
<표 2-3> 주요 MPP 매출액 추이	17
<표 2-4> 유선통신서비스 부문별 매출액 현황	20
<표 2-5> 초고속인터넷 사업자별 가입자 수 추이	22
<표 2-6> 주요 유선통신서비스 사업자 매출액 추이	23
<표 2-7> 이동통신서비스 매출액 현황	24
<표 2-8> 이동통신서비스 가입자 현황	25
<표 2-9> 인터넷 전화 서비스 제공 방식에 따른 유형 분류	29
<표 2-10> 방송사업자에 대한 소유지분 제한 규제 개정 사항	38
<표 2-11> 아날로그방송과 디지털방송과의 차이점	41
<표 3-1> 미국 통신법의 서비스 규제 분류	45
<표 3-2> 1934년 통신법의 구조 (1996년 통신법에 의한 수정 반영)	48
<표 3-3> Computer Inquiries 주요 내용	49
<표 3-4> FCC조직도(과 이하)	52
<표 3-5> 조직개편에 따른 변화('02년 이전과 대비)	53
<표 3-6> FCC의 국별 기능	54
<표 3-7> 영국의 방송통신 규제체계	60
<표 3-8> 영국 통신법의 구성	61
<표 3-9> 영국 통신법의 네트워크 규제관련 주요 규정	63
<표 3-10> Ofomm의 규제부와 권한규정	67
<표 3-11> 영국 통신법의 공동관할권 규제조항(통신법 제371조)	69
<표 3-12> 공동관할권에 관한 규제 (The Competition Act 1998 (Concurrency) Regulations 2004)	72
<표 3-13> 영국 경쟁법(1988)의 'Chapter1 금지행위' 및 'Chapter2 금지행위'	73
<표 3-14> 일본 전기통신사업법의 구성	75
<표 3-15> 총무성의 통신분야 담당 조직도	77
<표 3-16> 전기통신사업법의 목적과 정의	79
<표 3-17> 일본 통신사업에서의 사후규제 관련 규정	80

<표 4-1> 2009년도 공정위원회 교육훈련 세부프로그램 현황	89
<표 4-2> 2009년도 대검찰청 집합교육 세부프로그램 현황	91
<표 4-3> 2009년도 대검찰청 사이버교육 세부프로그램 현황	100
<표 4-4> 2009년도 감사원 교육훈련 세부프로그램 현황	112
<표 6-1> 교육수요조사 질문 항목별 답변 내용	122
<표 6-2> 조사업무분야 근무 기간	151
<표 6-3> 시범교육 수료과정	151
<표 6-4> 교육기간에 대한 의견	152
<표 6-5> 과정별 교육과목에 대한 의견(조사입문과정)	153
<표 6-6> 과정별 교육과목에 대한 의견(조사전문과정)	154
<표 6-7> 제1차 운영위원회 참석인원	157
<표 6-8> 제2차 운영위원회 참석인원	158
<표 6-9> 제3차 운영위원회 참석인원	159

- 그 립 목 차 -

<그림 2-1> 지상파 매출액 추이	5
<그림 2-2> 종합유선방송 매출액 및 성장률 추이	7
<그림 2-3> 케이블방송 가입단자 추이	8
<그림 2-4> 위성방송 매출액 추이	10
<그림 2-5> 위성방송 가입자 추세	11
<그림 2-6 > IPTV 사업자별 가입자 수 추이	12
<그림 2-7> 지상파DMB 단말기 보급대수 추이	14
<그림 2-8> 위성DMB 가입자 추이	15
<그림 2-9> 방송채널사용사업자 매출액 구성 내역	16
<그림 2-10> 유선통신서비스 매출액 추이	20
<그림 2-11> 시내전화 가입자 수 추이	21
<그림 2-12> 무선통신서비스 시장 매출액 추이	24
<그림 2-13> 사업자별 이동전화 서비스 가입자 추이	26
<그림 2-14> 인터넷 전화 개념도	29
<그림 2-15> 국내 지상파방송사의 프로그램 유통·판매 구조	35
<그림 2-16> 디지털TV 방송의 특징	41
<그림 3-1> FCC 조직도(국 이상)	51
<그림 3-2> Ofcom의 조직도	67
<그림 3-3> 전기통신사업분쟁처리위원회 조직	78
<그림 6-1> 직무교육 수강 경험여부	123
<그림 6-2> 직무교육 정보입수 방법	124
<그림 6-3> 직무교육의 필요 여부	124
<그림 6-4> 필요한 직무교육의 종류	125
<그림 6-5> 조사업무 시 애로사항	126
<그림 6-6> 조사업무 시 애로사항에 대한 개선책	126
<그림 6-7> 실습 교육용 장비(틀)	127
<그림 6-8> 적정 교육기간	128
<그림 6-9> 신입조사관에 대한 교육과정 추천	128
<그림 6-10> 조사업무 분야 근무기간	129

<그림 6-11> 건의사항	130
<그림 6-12> 조사업무분야 근속기간	134
<그림 6-13> 관심분야	134
<그림 6-14> 교육기간의 적정성	135
<그림 6-15> 교육내용의 이해도	135
<그림 6-16> 시범교육 이수 후 직무 활용도	136
<그림 6-17> 시범교육 세부교과목 및 내용에 대한 만족도	136
<그림 6-18> 강의시설 및 편의시설에 대한 만족도	137
<그림 6-19> 강사의 전문성 및 강의기법에 대한 만족도	137
<그림 6-20> 교육운영 및 방식에 대한 만족도	138
<그림 6-21> 본 교육과정 이수관련 가장 큰 애로사항	138
<그림 6-22> 본 교육과정 동료추천 의향	139
<그림 6-23> 교과목별 담당 강사 평가	139
<그림 6-24> 사후규제 조사관 교육과정 편성	140
<그림 6-25> 조사업무분야 근속기간	142
<그림 6-26> 관심분야	142
<그림 6-27> 교육기간의 적정성	143
<그림 6-28> 교육내용 이해도	143
<그림 6-29> 시범교육 이수 후 직무 활용도	144
<그림 6-30> 시범교육 세부교과목 및 내용에 대한 만족도	144
<그림 6-31> 강의시설 및 편의시설에 대한 만족도	145
<그림 6-32> 강사의 전문성 및 강의기법에 대한 만족도	145
<그림 6-33> 교육운영 및 방식에 대한 만족도	146
<그림 6-34> 본 교육과정 이수관련 가장 큰 애로사항	146
<그림 6-35> 본 교육과정 동료추천 의향	147
<그림 6-36> 교과목별 담당 강사 평가	147
<그림 6-37> 사후규제 조사관 교육과정 편성	148
<그림 6-38> 조사업무분야 근속기간	151
<그림 6-39> 시범교육 수료과정	152
<그림 6-40> 교육기간에 대한 의견	152
<그림 6-41> 과정별 교과과목에 대한 의견(조사입문과정)	153
<그림 6-42> 과정별 교과과목에 대한 의견(조사전문과정)	154

제1장. 서 론

제1절. 연구배경

최근에는 IT부문의 기술발전이 가속화되어 DMB, IPTV, WiBro 등 다양한 뉴미디어가 지속적으로 출현하고 있으며, 이를 기반으로 방송과 통신이 서로 융합되는 새로운 IT 서비스 환경이 창출되고 있음

- 이러한 방송·통신 융합이라는 새로운 환경에 적극적으로 대처하기 위해 국내·외 규제기관들은 사후규제업무 역량강화를 위해 어떤 교육 체계와 교육프로그램을 운영하고 있는지 분석이 필요한 시점임

- 또한 최근 방송·통신 융합 환경에서 다양한 신규 서비스 등장으로 위법행위의 복잡성과 판단의 난이도가 증가하여 대형 로펌 등을 통해 전문적으로 대응하는 추세임

- 이에 효과적으로 대응하기 위해 조사업무 관련 각종 법령, 전문지식 등 방송·통신 시장의 사후규제에 필요한 전문교육 프로그램 개발 및 운영 필요

제2절. 연구 목표 및 주요 내용

- 조사(감사) 업무를 수행하는 국내·외 전문규제기관의 교육체계 및 프로그램 조사, 방송통신위원회 조사관 교육수요조사 및 시범교육을 통해 방송통신위원회 조사관 역량 강화를 위한 효과적인 교육프로그램을 마련하여, 2010년부터 지속적인 조사관 전문교육을 통해, 향후 방송, 통신 및 융합시장의 복잡한 환경에서 사후규제 관련 전문적 대응체제를 구축하는 것을 연구목표로 함

- 제2장에서는 국내 방송통신서비스 및 융합서비스 시장 동향 정리

- 지상파, 종합유선방송, 위성방송 등 방송서비스와 유선, 무선 등 통신서비스 그리고 IPTV 등 융합서비스 시장 동향과 융합환경에서의 규제환경 변화 정리

- 제3장에서는 해외 방송·통신 규제기관의 사후규제 동향을 정리

- 미국의 FCC, 영국의 Ofcom, 일본의 총무성

- 제4장에서는 국내 규제기관들의 교육프로그램 현황을 정리하고 시사점을 도출

- 공정거래위원회, 대검찰청, 감사원

- 제5장에서는 해외 규제기관들의 교육프로그램 현황을 정리하고 시사점을 도출

- 미국의 FCC, 영국의 Ofcom
- o 제6장에서는 방송통신시장 사후규제 교육프로그램 개발(안) 제시
 - 국내·외 규제기관 교육프로그램 분석, KCC 조사관 교육수요조사 결과 분석, 시범교육결과분석 및 운영위원회 자문 등을 통해 사후규제 교육프로그램 개발
- o 제7장에서는 국내·외 규제기관 교육프로그램 현황분석과 방송통신위원회 조사관 설문조사 결과분석을 종합하여 시사점을 도출하고 방송통신위원회 조사관 맞춤형 교육프로그램에 의한 지속적인 교육 등을 포함하여 조사관들의 역량 강화를 위한 효과적인 개선방안을 제시

제2장. 국내 방송·통신시장 동향 1)

제1절. 방송서비스 시장 동향

1. 방송서비스의 정의 2)

방송은 방송사가 채널 및 사업주체로서 시청자에게 단방향의 프로그램을 제공하는 서비스로서 일반적으로 대부분의 국가에서 채택하고 있는 방송의 규제이념은 ‘공익성’이다. 방송의 ‘공익성’이란 과거 희소한 전파자원에서 이론적 근거를 찾을 수 있다. 즉, 한정된 주파수를 이용하는 방송이 한 개인의 이익이 아니라 사회 전체의 이익에 기여해야 한다는 것이다. 이러한 방송의 공익성 이념은 공영방송 이념을 강조하는 영국을 비롯한 유럽국가에서 이념적 틀이 완성되었다.

미국의 경우는 초기부터 상업방송으로 출발하였으며, 상업방송을 중심으로 발전해왔다. 이후 1967년 공공방송법의 제정에 따라 공영방송 PBS (Public Broadcasting Service)가 등장하여 사적 영역에서의 이윤극대화를 목표로 하는 상업방송이 수행하기 힘든 공익을 위한 기능을 별도로 수행하도록 하였다. 이처럼 미국의 방송이 상업방송을 중심으로 발전된 것은 전적으로 시장경제원리에 의한 것이라기보다는 언론자유에 대한 해석을 바탕으로 한 것이라고 할 수 있다. 미국은 헌법에 명시되어 있는 ‘언론의 자유’에 대한 개념을 ‘정부 간섭으로부터 자유로울 수 있는 개인들의 정당한 방어적 권리’로 보았다. 따라서 미국은 방송에 대해서도 정부가 규제를 하지 않거나 불가피한 경우 최소한으로 줄이는 방향으로 발전하였다. 즉, 미국의 방송에 대한 이념 틀은 시장 질서를 보장하기 위한 최소한의 견제장치를 만드는 것이다. 그러나 미국에서도 희소한 주파수 자원의 할당을 정당화하기 위해서는 공익적 측면에 대한 고려가 불가피하였다. 다시 말해, 미국이 상업방송을 주축으로 하고 있지만, 방송의 공익성을 무시하거나 부정할 수는 없었던 것이다. 이는 1934년 통신법(Communication Act of 1934)에서 모든 방송국은 ‘공공의 이익, 편의 및 필요’를 위해 운영되어야 한다는 조항에도 잘 나타나 있다.

영국의 경우 최초의 (라디오) 방송은 상업방송으로 시작되었다. 그러나 영국은

1) 방송통신위원회(2009), 미디어 환경변화에 따른 방송통신 인력양성 정책연구 재인용

2) 한국전파진흥원 IT인재개발교육원(2009), 사후규제 조사입문과정 교재 재인용

미국의 경우와 달리 방송에 대한 사회적 영향력의 중요성을 인식하고, 상업방송의 폐해를 경계하였다. 구체적으로 사이크스위원회(The Sykes Committee)는 누가 방송의 운영 주체가 되어야 하는가에 대한 근본적 문제를 제기하여, 오늘날 BBC가 세계의 공영방송 모델로 성장하는 데 철학적 기반을 마련하였다.

한편 극히 최근까지도 우리나라 법제에 영향을 많이 준 일본은 방송정책의 근본이념을 ‘공공의 복지증진’으로 삼고 있다. 일본 방송법 제1조에는 i) 방송의 최대한 보급과 그 효용성의 보장, ii) 방송의 불편부당, 진실 및 자율의 보장에 의한 표현의 자유 확보, iii) 방송종사자의 직책을 명확히 하고, 방송을 ‘공공의 복지’에 적합하도록 규정하여 그 건전한 발달을 도모하는 것을 목적으로 한다고 규정하고 있다. 전파법 역시 공공의 복지증진을 목적으로 전파의 공평하고 능률적인 이용을 확보하고 있으며(전파법 제1조), 유선 텔레비전 방송법에서도 우선 텔레비전 방송의 시설설치 및 운용을 적정하게 함으로써 유선 텔레비전 방송 수신자의 이익을 보호하고, 유선 텔레비전 방송의 건전한 발달을 도모함으로써 공공의 복지 증진에 기여하는 것을 목적으로 하고 있다(유선 텔레비전 방송법 제1조).

일본과 유사하게 우리나라의 방송이념은 전파의 공공성과 희소성, 방송의 사회적 영향력을 근거로 방송이 다양한 사회적 가치와 의견을 매개하고, 국민의 이익을 위해 봉사해야 한다는 공공성과 공익성을 강조하고 있다. 전파의 공공성은 국민의 재산인 주파수 자원의 사용에 대해 정부가 국민을 대신하여 허가과 규제를 할 수 있다는 논리이며, 이는 무선 주파수를 사용하는 지상파 방송뿐만 아니라 케이블 TV와 같이 유선망을 이용하는 방송에도 적용된다. 전파의 희소성 또한 정부가 국민을 대신하여 제한된 주파수를 사용할 수 있는 권리를 부여할 수 있으며, 방송사업의 허가를 취득한 사업자는 국민 다수의 이익을 추구해야 할 공적 의무를 갖는다는 것이다.

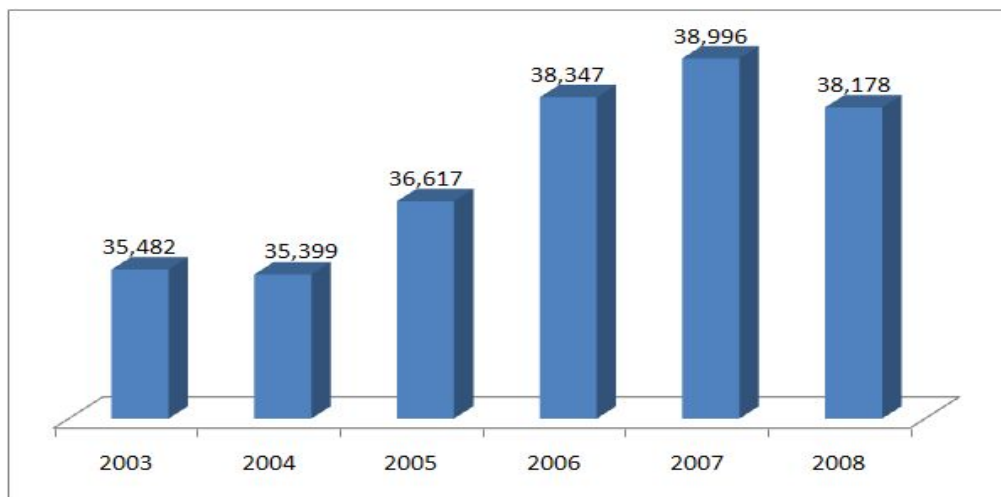
정보통신기술의 발전으로 인한 방송·통신의 융합은 방송을 둘러싼 다양한 하부구조의 변화를 요구하고 있다. 그리고 이른바 희소 주파수의 논리는 변하고 있다. 그럼에도 불구하고, 방송이 추구해야 할 이념적 가치로서 공익성의 실현이라는 목표는 변함이 없다. 단지 공익성에 대한 새로운 이해와 이를 실현하는 수단이 변화할 뿐이다.

2. 지상파 방송

2008년을 기준으로 볼 때 지상파방송 시장에는 KBS, MBC, SBS, EBS 4개 사업자와 지방 MBC 19개사, 지역 민영방송 12개사, 특수방송 12개사 등 총 47개의 사업자가 서비스를 실시하고 있다. 이들 사업자들의 2008년 총 매출액 규모는 3조 8,178억 원으로 전년 대비 1.9% 감소한 것으로 나타났다. 지상파방송 시장은 2002년 이후 매출액이 정체된 모습을 보이다가 2006년부터 매출액이 다시 성장하였으나 최근 경기침체의 여파로 2008년에는 다시 전년대비 매출액 규모가 감소한 모습을 보였다. 이에 따라 방송시장³⁾에서 차지하는 비중 또한 매년 감소하고 있는데, 2003년 50.2%에 이르던 방송시장 점유율이 2008년의 경우 34.1%로 5년 만에 16%포인트 가까이 줄어든 것으로 나타났다.

<그림 2-1> 지상파 매출액 추이

(단위: 억 원)



출처: 방송위원회(2004-2007), 방송통신위원회(2008-2009)

KBS, MBC, SBS, 그리고 EBS 등 지상파 4사의 매출액은 2조8,078억 원(전년

3) 지상파방송, 종합유선방송, 위성방송, DMB, 방송채널사용사업 시장을 의미함.

대비 2.5% 감소)으로 전체 지상파 매출의 73.5%를 차지하고 있었으며, 지방 MBC 19개사의 매출은 4,247억 원(전년 대비 4.0% 감소)으로 전체의 11.1%를 차지했다. 한편, 지역민방 12개사 및 특수방송은 5,852억 원(전년 대비 1.6% 증가)의 매출을 보여 지상파 시장의 15.3%를 차지한 것으로 나타났다.

지상파방송사의 매출액 중 가장 높은 비용을 차지한 부문은 광고수익이다. 2008년의 경우 2조1,998억 원의 광고수익을 올렸지만 그 규모는 전년 대비 8.7% 감소한 것이다. 여전히 광고수익이 가장 높은 매출 비중을 차지하고 있지만, 그 비중은 감소하는 추세다. 2000년 광고수익 비중은 74.8%에서 이르렀지만 2008년의 경우 57.6%로 크게 감소했다. 이외 방송 수신료 수익은 5,646억 원으로 전체 매출액의 14.8%를 차지했으며, 기타 방송 수입은 6,327억 원으로 16.5%를 차지했다.

방송사별로 살펴볼 때, 지상파 4사 중 EBS를 제외한 KBS, MBC(지방 MBC 제외), SBS는 전년 대비 매출액이 감소한 것으로 나타났다. KBS의 경우 전년 대비 2.0% 감소한 1조2,741억 원, SBS는 전년 대비 4.4% 감소한 6,072억 원을 기록해 두 방송사 모두 2년 연속 하락세를 나타냈다. 2007년에는 전년 대비 7.7% 매출액 성장을 보인 MBC의 경우에도 2008년에는 전년 대비 3.0% 감소한 7,541억 원의 매출을 기록했다. 반면, EBS의 경우 2007년 대비 3.0% 증가한 1,724억 원 매출을 기록해 2년 연속 성장세를 이어갔다.

지상파 방송은 유료 방송과의 경쟁 심화로 인한 지속적인 시청률 하락과 이에 따른 방송광고 수입 감소의 문제에 직면해 있다. 실제로 2008년 기준 KBS, MBC, SBS 방송 3사 모두 당기순이익이 크게 하락한 것으로 나타나고 있다. KBS의 경우 2007년에 이어 2008에도 당기순손실을 기록했으며 그 규모는 765억 원으로 2007년에 비해 3배 가까이 늘어났다. MBC와 SBS의 경우 당기순손실을 기록하지는 않았지만 당기순이익 규모가 전년 대비 각각 97.5%, 85.8%나 하락했다. 이에 따라 지상파 방송사들은 비상 경영 체제를 선언하며 제작비 절감을 비롯해 인력 감축 등의 구조조정 방안을 내놓고 있는 상태다.

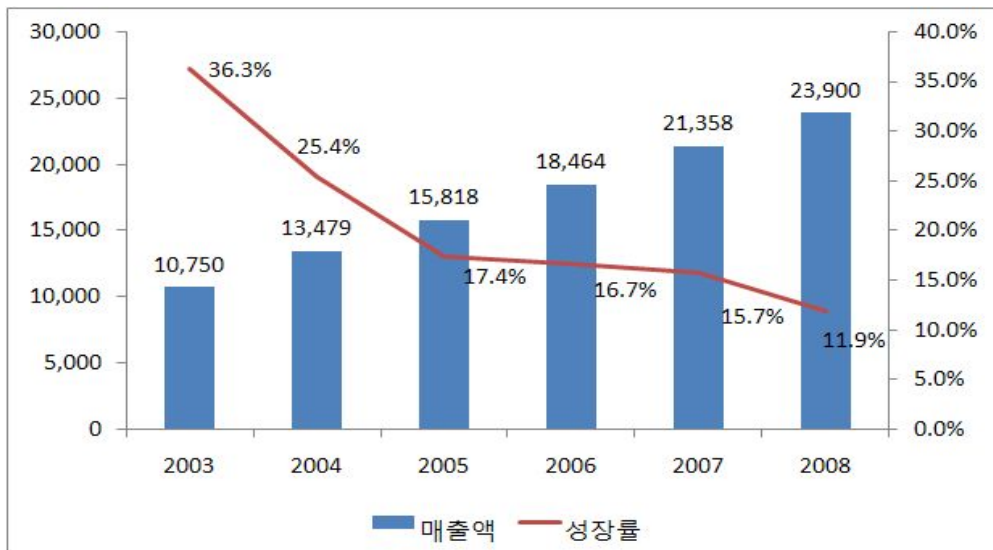
3. 종합유선 방송

2008년 말 기준, 종합유선 방송시장의 사업자수는 2007년과 동일한 103개 사업

자수를 기록하고 있다. 2003년 119개 사업자를 기록한 것을 정점으로 사업자수는 감소하고 있는 추세다. 2008년 종합유선방송 시장의 총 매출액은 2조3,900억 원으로 전년 대비 11.8% 증가했다. 1998년 이후 연평균 28.2%라는 높은 성장률을 기록한 종합유선방송 시장은 최근 IPTV 등의 등장으로 인해 성장률이 다소 감소한 것으로 나타났다.

<그림 2-2> 종합유선방송 매출액 및 성장률 추이

(단위: 억 원, %)



출처: 방송위원회(2004-2007), 방송통신위원회(2008-2009)

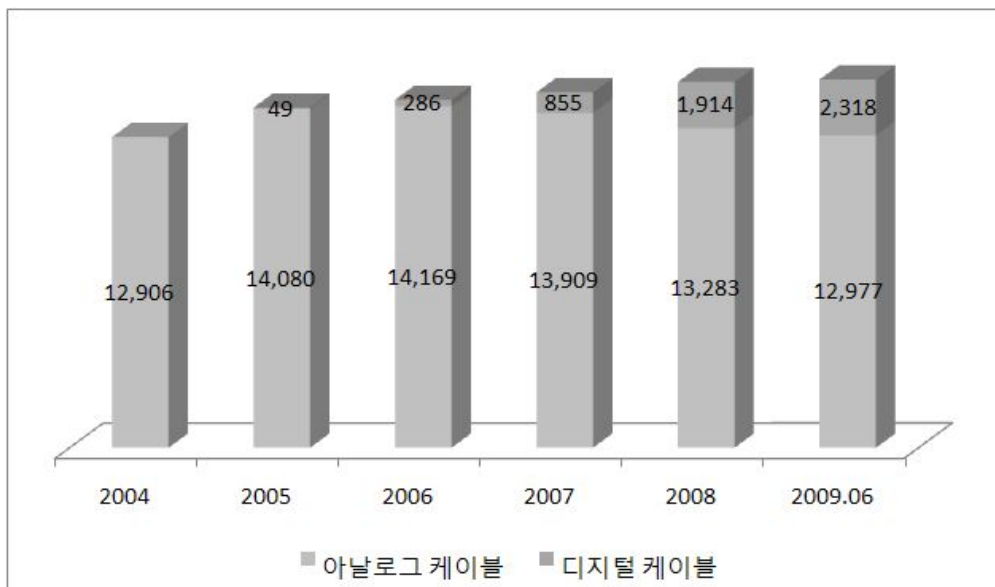
종합유선방송의 매출액 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것은 수신료 수익으로 1조726억 원(44.9%)을 기록했다. 이어 기타 사업매출이 1,219억 원으로 30.2%를 차지하고 있으며, 광고 수익이 1,170억 원으로 전체 매출의 4.9%를 차지했다. 매출액 중 수신료 수익이 여전히 가장 큰 비중을 차지하고 있지만, 과거에 비해 그 수치는 크게 줄어든 것으로 향후 수익구조의 개선 및 변화가 필요한 것으로 지적되고 있다. 1997년 수신료 수익 비중은 72.6%에 달했으나, 2008년에는 44.9%로 10년 사이에 27.7%가 감소했다. 당기순수익의 경우, 2007년(2,332억 원)에 비해 31.7% 감소한 1,593억 원을 기록했다. 디지털 전환비용 투자를 비롯해 최근 유료

방송시장의 경쟁이 심화되면서 이에 따른 마케팅 비용 증가 등이 그 원인으로 대두되고 있다.

2009년 6월 현재 종합유선방송의 가입자 수는 아날로그 1,300만, 디지털 232만 대로 총 1,532만 대를 기록하고 있다. 최근 주요 MSO의 디지털 보급 노력에 따라 디지털케이블 가입자 수가 빠르게 증가하고 있으나, 전체 케이블 가입자 중 디지털케이블이 차지하는 비중은 15.1%로 낮은 수준이다. 한편, MSO들의 가입자 수는 2009년 6월 기준, 총 1,182만 대로 전체 케이블방송 가입자 수의 77.2%를 차지하는 것으로 나타났으며, 디지털케이블 가입자 수중 이들이 차지하는 비중은 94.4%에 이르고 있다.

<그림 2-3> 케이블방송 가입단자 추이

(단위: 천 대)



자료: 한국케이블TV협회

2008년 기준, MSO 사업자⁴⁾들이 전체 종합유선방송시장에서 차지하는 비중은 전년 대비 1.3% 증가한 82.6%를 기록해 점유율 증가 추세를 유지했다. MSO 사업자들의 2008년 매출액은 전년 대비 13.7% 상승한 1조9,736억 원을 기록했다. 종합유

4) 2008년 12월 현재, MSO 사업자로는 티브로드, C&M, CJ헬로비전, 큐릭스, HCN, CMB, GS홈쇼핑, 그리고 온미디어가 있으며, 이들 사업자들이 보유하고 있는 SO 개수는 총 79개사

선방송시장에서의 MSO 집중 현상은 심화되고 있다고 볼 수 있는데, 매출액 상위 3개 사업자인 티브로드, C&M, 그리고 CJ헬로비전은 전체 매출의 59.8%를 차지해 시장 점유율이 2007년에 비해 2.6% 증가한 것으로 나타났다. 1위 사업자인 티브로드는 2009년 초 큐릭스를 인수함으로써 매출액 1위 사업자의 지위를 당분간 유지할 것으로 보인다.

<표 2-1 > MSO 매출액 현황 및 시장점유율 현황

	매출액(억 원)			점유율(%)		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
티브로드	4,020	4,534	5,474	22.0	21.2	22.9
C&M	2,967	3,828	4,160	16.2	17.9	17.4
CJ헬로비전	2,373	3,858	4,652	13.0	18.1	19.5
큐릭스	940	1,123	1,202	5.1	5.3	5.0
HCN	795	1,517	1,655	4.3	7.1	6.9
CMB	777	1,067	1,026	4.2	5.0	4.3
GS홈쇼핑	805	874	637	4.4	4.1	4.0
온미디어	488	564	624	2.7	2.6	2.6
합계	13,165	17,365	19,736	72.0	81.3	82.6
SO 전체	18,464	21,358	23,900	100	100	100

* 매출액은 천만 단위에서 반올림

자료: 방송통신위원회(2008-2009)

4. 위성 방송

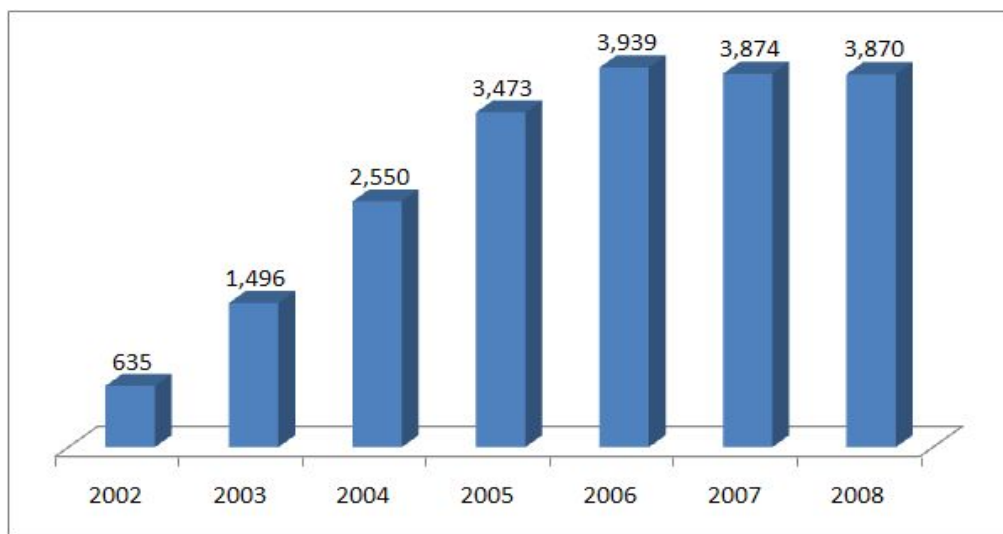
위성방송(스카이라이프)은 2008년 말 기준, 전년 대비 0.1% 감소한 3,870억 원의 매출을 기록했다. 서비스 출범 이후 꾸준한 매출액 증가를 보였지만 2006년을 정점으로 최근에는 매출액이 정체된 모습을 보이고 있다. 2002년 이후 2006년까지의 매출액 연평균 성장률은 57.8%에 달했지만 2006년 이후 2008년까지는 연평균 매출액이 0.9% 하락하는 모습을 보이고 있다.

매출액 구성내역을 살펴보면, 방송수신료 수익의 비중이 79.1%로 가장 크며, 기타 방송사업 수익(10%), 기타수익(7%), 홈쇼핑 송출수수료 수익(4%) 등의 순으

로 매출을 구성하고 있다. 실제 규모는 방송수신료 수익이 전년 대비 0.7% 증가한 2,944억 원, 기타방송사업 수익이 전년 대비 12.2% 증가한 376억 원, 기타사업 수익은 전년 대비 12.7% 감소한 261억 원이었다. 광고 수익은 97억 원으로 전년 대비 17.9% 감소한 것으로 나타났다.

<그림 2-4> 위성방송 매출액 추이

(단위: 억 원)

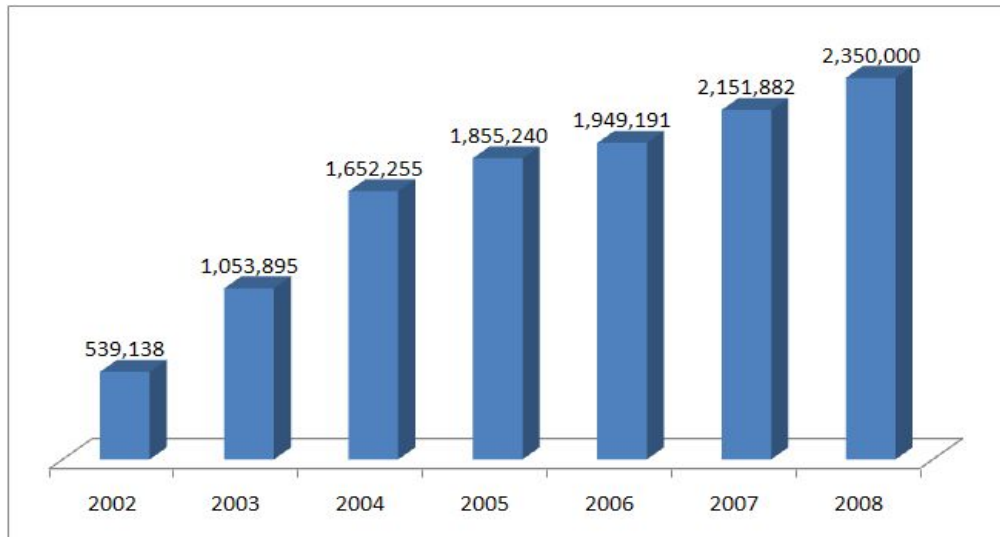


자료: 한국디지털위성방송

위성방송 가입자 수는 2008년 말 기준 약 235만 명으로 집계되어 전년 대비 9.2% 증가했다. 2005년 이후 가입자 수 증가세가 정체된 모습을 보였지만 2006년을 정점으로 최근 몇 년간 가입자 증가세가 10% 안팎으로 나타나고 있다. 위성방송은 현재 높은 고객충성도를 보이고 있는 HD 다채널 서비스와 곧 출시할 위성방송과 IPTV를 결합한 하이브리드 방송 서비스로 가입자 증가폭을 늘린다는 계획이다. 8월부터 가입자 모집에 들어간 하이브리드 방송의 경우 올해 30만 가입자를 유치하겠다는 공격적 목표를 세웠으며, 공시청(MATV) 규칙 개정으로 인해 공동주택 가입자가 안테나 없이 위성방송을 이용할 수 있게 됨에 따라 새로운 사업 기획을 모색하고 있다.

<그림 2-5> 위성방송 가입자 추세

(단위: 명)



자료: 방송위원회(2002-2007), 방송통신위원회(2008), 한국디지털위성방송(2009)

5. IPTV 방송

현재 IPTV를 서비스하고 있는 사업자는 SK브로드밴드(브로드엔TV), KT(쿱TV), LG데이콤(myLGTV) 등 3개 사업자가 있다. SK브로드밴드(구 하나로텔레콤)가 지난 2006년 7월 Pre-IPTV 형식의 ‘하나TV(현 브로드엔TV)’를 최초로 선보였으며, KT는 2007년 6월, LG데이콤은 2007년 12월에 VOD서비스를 시작했다. 이후 2008년 11월 쿱TV(구 메가TV)가 실시간 서비스를 최초로 시작하였고, 브로드엔TV와 myLGTV 역시 2009년 1월부터 실시간 서비스를 시작해 현재 3사 모두 실시간 지상파 방송을 포함한 IPTV 서비스를 제공하고 있다.

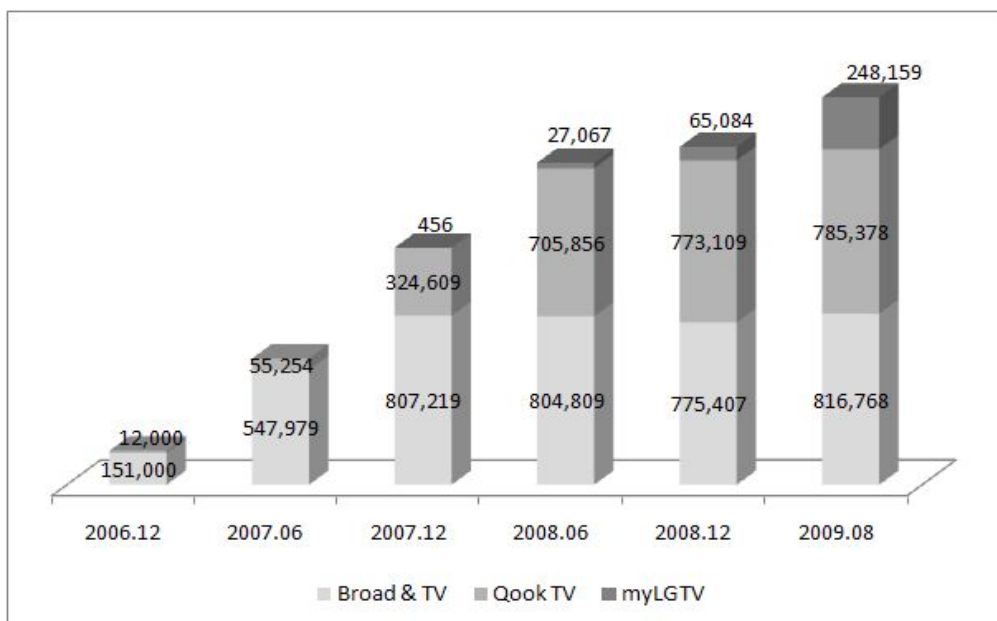
2009년 8월 현재, VOD 및 실시간 IPTV 서비스를 이용하고 있는 가입자 수는 185만 명으로 집계되고 있다. 2006년 말 pre-IPTV 서비스 개시 이후 빠른 속도로 가입자 수를 늘려왔지만 2008년 4월 이후 가입자 증가세가 정체된 모습을 보이고 있으며, 2008년 10월 168만여 명의 가입자 수를 정점으로 이후 가입자 수 감소세를 보이기도 했다. 최근 가입자 수는 다시 증가 추세로 돌아선 상태다.

사업자별로 살펴보면, 2009년 8월 기준 브로드엔TV 가입자 수가 81만6,768명

으로 전체 시장의 44.1%를 차지하고 있으며, 쿡TV 가입자 수가 78만5,378명(42.4%), myLGtv 가입자 수가 24만8,519명(13.4%)을 나타내고 있다. 브로드앤TV보다 늦게 pre-IPTV 전국 상용화를 시작한 KT는 단기간 내에 가입자 유치에 성공하며 한때 브로드앤TV 가입자 수를 넘어서는 등 빠른 속도로 성장했으며, 최근에는 myLGTV가 빠른 가입자 증가세를 보이며 선전하고 있다.

<그림 2-6 > IPTV 사업자별 가입자 수 추이

(단위: 명)



자료: 각사 홈페이지

한편, 2009년 9월 13일 현재, IPTV 실시간 가입자 수는 80만 명을 넘어선 것으로 보고되고 있다. 사업자별로 살펴볼 때, KT가 38만5,944명으로 가장 많았고 LG데이콤이 22만6,606명, SK브로드밴드가 18만7,869명이었다. 8월 말 가입자 수와 비교할 때, 전체 가입자 중 실시간 가입자 비율이 가장 높은 곳은 단연 LG데이콤(91.3%)이었고, KT가 49.1%로 다음을 이었으며, 가입자 수가 가장 많은 SK브로드밴드의 경우 실시간 가입자 비율은 23.0%에 그치는 것으로 나타났다. 또한 VOD 가입자 수는 점차 줄어들고 있어 실시간 IPTV 가입자가 대부분 VOD에서 옮겨온 전환가입자일 가능성이 높은 것으로 파악되고 있다.

6. DMB

현재 DMB 시장에는 지상파DMB 18개 사업자와 위성 DMB 1개 사업자 등 총 19개 사업자가 존재하고 있다. 지상파 DMB는 수도권 사업자(KBS, MBC, SBS, YTN, 한국DMB, U1 미디어 등 6개)와 비수도권 사업자(13개)로 구분할 수 있으며⁵⁾, 위성DMB 영역에는 TU미디어 1개 사업자가 있다.

2008년 말 기준 KBS, MBS, SBS 3사를 제외한 지상파DMB 시장(YTN DMB, 한국 DMB, U1media) 규모는 171억 원으로 2007년에 비해 크게 증가(78.3% 증가)한 것으로 보고되고 있다. 수신료가 없는 지상파DMB 시장의 경우 협찬 수익이 매출액의 가장 큰 부분(36.0%)을 차지했으며, 이어 기타 방송 사업수익(29.6%), 광고수익(23.8%), 기타 사업수익(6.5%) 등의 순으로 나타났다. 현재 지상파DMB 시장은 꾸준한 매출액 증가를 보이고 있지만, 해마다 당기순손실을 기록해 자본 잠식 가능성이 대두될 규모의 누적적자를 기록하고 있다. 하지만 매년 당기순손실 규모가 점차 줄어들고 있는 상황이다.

<표 2-2> DMB 시장 매출액 현황

(단위: 억 원)

	매출액		증감률(%)
	2007	2008	
YTN DMB	25.3	52.3	106.3%
한국 DMB	23.1	43.3	87.2%
U1media	47.4	75.4	59.1%
지상파DMB 소계	95.8	171.0	78.3%
TU미디어	1,197	1,193	-0.3%
위성DMB소계	1,197	1,193	-0.3%

자료: 방송통신위원회(2008-2009)

위성DMB 시장의 경우 2008년 전년 대비 0.3% 감소한 1,193억 원의 매출을 기록했으며, 방송수신료 수익이 전체 매출의 93.1%를 차지하고 있다. 하지만 방송수신료수익 비중은 해마다 감소하고 있는 추세이며, 대신 광고수익이 크게 증가하고

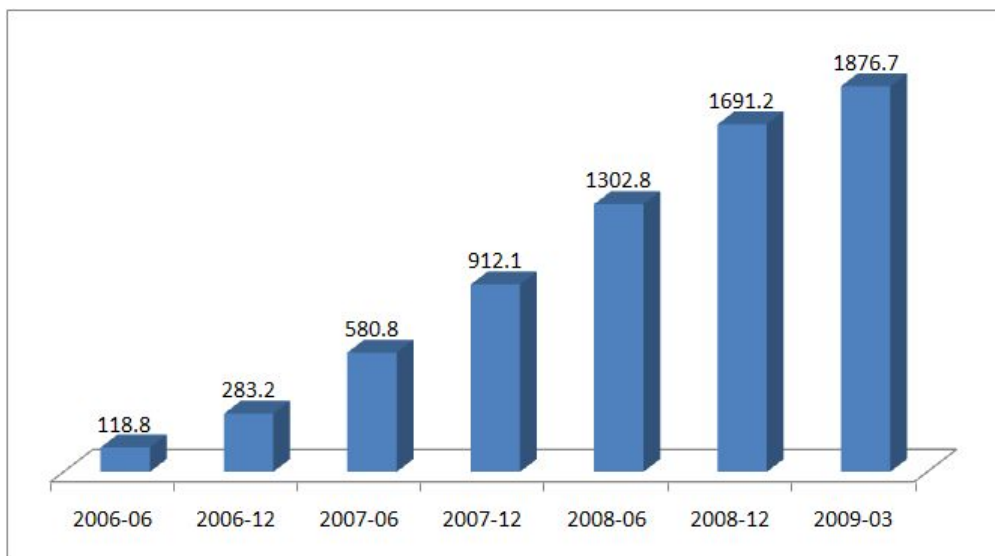
5) KBS의 경우 수도권 비수도권 구분 없이 단일권역으로 운영되므로 전체 지상파DMB 사업자수는 18개사로 볼 수 있다.

있는 것으로 나타났다. 2008년 광고수익은 41억 원으로 2007년 비해 91.6% 증가했다. TU미디어 역시 서비스 출범이후 줄곧 당기순손실을 기록, 현재 3,000억 원이 넘는 누적적자를 기록하고 있다. 지상파DMB와 마찬가지로 해마다 당기순손실 폭을 줄여나가고 있지만 최근에는 매출액까지 정체된 모습을 보이고 있어 어려운 경영환경에 놓여있다.

2009년 1분기 기준 지상파DMB 단말기의 누적 보급대수는 1,877만 대에 이르며, 90%에 가까운 단말기가 휴대폰 또는 차량탑재용인 것으로 나타났다. 휴대폰용 단말기가 1,089만 대로 전체 지상파DMB의 58%를 차지하고 있었으며, 차량 탑재용이 559만대로 29.8%를 차지하였다. 이 밖에 DMB 복합기 즉, PMP나 PDA 등의 수신기가 170만대로 9.1%를 차지하고 있었으며, 기타로는 PC용 수신기와 노트북이 각각 50만 대(2.7%), 8만 대(0.4%) 보급되었다.

<그림 2-7> 지상파DMB 단말기 보급대수 추이

(단위: 만 대)



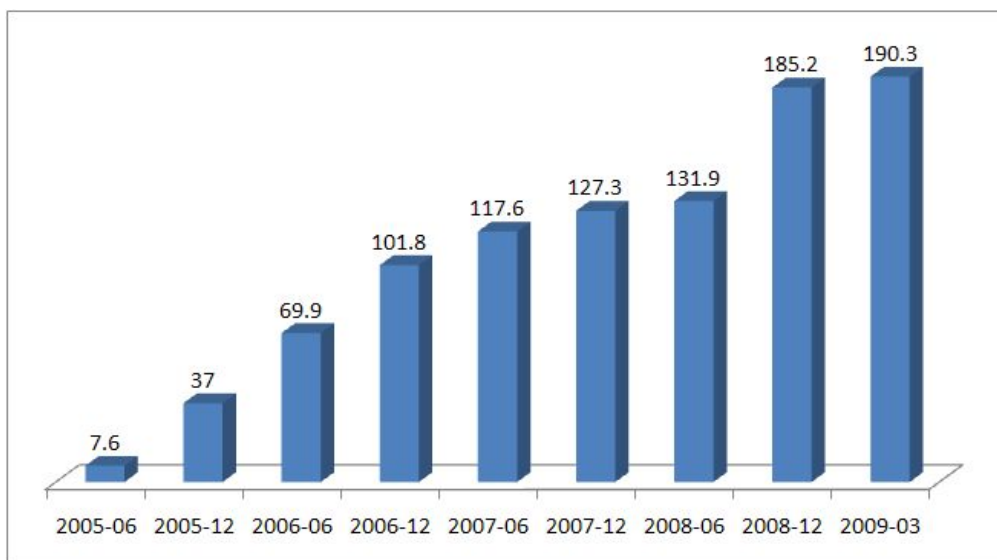
자료: 한국전파진흥협회

DMB의 경우 현재 21개의 방송채널과 16개의 오디오채널을 서비스하고 있다. TU미디어는 현재 4개의 요금제를 실시하고 있는데, 일반요금은 월 6,000원에서 1

만1,000원 사이로 책정되어 있으며 이용 채널에 따라 4,200원에서 7,700원의 추가 요금을 내도록 하고 있다. 2009년 1분기 기준, 위성DMB 가입자 수는 190만 명으로, 휴대폰 가입자 수가 180만8,000명으로 전체 가입자의 95.0%를 차지하고 있다. 차량용 가입자 수는 9만5,000명으로 전체 가입자의 5.0%를 차지한다.

<그림 2-8> 위성DMB 가입자 추이

(단위: 만 명)



자료: 한국전파진흥협회, TU미디어

7. 방송채널사용사업

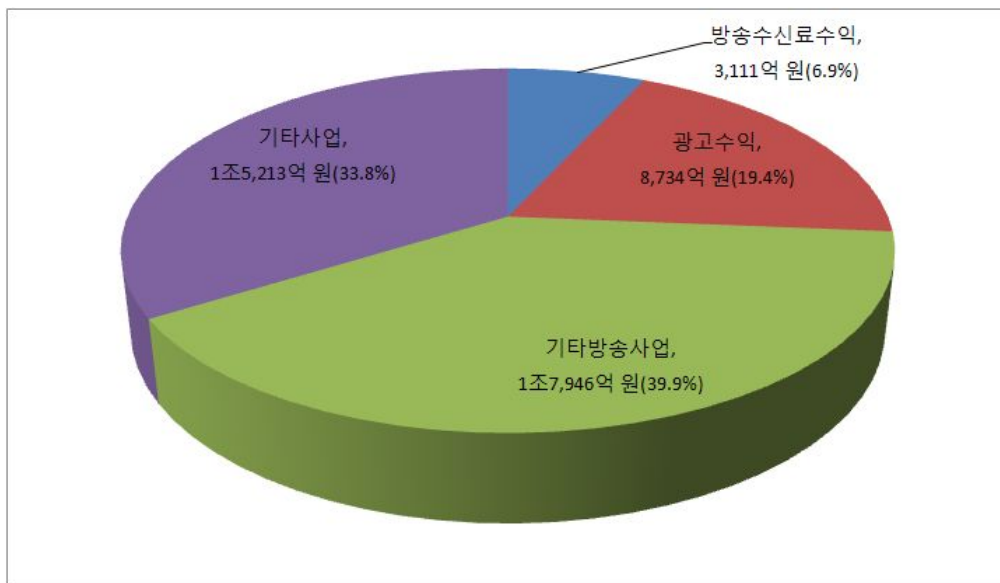
2009년 7월 현재, 국내 방송채널사용사업자수(등록 법인기준)는 총 243개이며, 이들이 운영하는 채널수는 총 371개로 나타나고 있다.⁶⁾ 이들 방송채널사용사업자⁷⁾의 총 매출액은 4조5,004억 원으로 전년 대비 15.9% 증가했으며, 홈쇼핑방송 매출 수익(2조1,009억 원)이 전체 매출의 46.7%를 차지해 여전히 큰 비중을 차지

6) 방송통신위원회(2009). 방송채널사용사업자 현황(2009년 7월 29일 기준)

7) 방송통신위원회에 재산상황 자료를 제출한 179개 사업자들을 대상으로 함. 사업총매출액과 당기순이익 등의 손익현황은 방송채널사용사업자로 등록은 되어있으나 방송수신료 매출이 발생하지 않은 사업자를 제외한 대신 홈쇼핑채널 사업자 매출은 포함함(통신사업자의 경우 방송수신료 수입이 있는 알티캐스트만 포함됨)

하고 있는 것으로 나타났다. 매출액 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 부문은 기타방송사업 수익(1조7,946억 원)으로 전체 매출의 39.9%를 차지했다. 이어 기타사업수익(1조5,213억 원)이 33.8%를 차지하고 있었으며, 광고 수익이 8,734억 원으로 전체 매출의 19.4%를 차지했다. 방송수신료수익은 3,111억 원으로 6.9%를 차지했다.

<그림 2-9> 방송채널사용사업자 매출액 구성 내역



자료: 방송통신위원회(2009)

홈쇼핑 사업자를 제외할 경우에도 기타사업 수익이 40.6%로 가장 높은 비중을 차지했으며, 이어 광고 수익이 36.3%, 방송수신료 수익이 13.0%를 차지했다. 그리고 기타 방송사업 수익은 10.1%를 차지하는 것으로 나타났다. 2007년과 비교해 광고 수익 비중은 8% 가량 감소한 반면, 기타사업수익 비중은 3.5%포인트, 기타방송사업 수익은 3.1%포인트 증가했다.

지상파계열 및 주요 MPP 사업자의 매출액을 살펴보면, 2008년 기준 KBS계열 822억 원(전년 대비 38.6% 증가), MBC계열 1,660억 원(전년 대비 12.4% 증가), SBS계열 1,437억 원(전년 대비 2.3% 증가), CJ계열(CJ홈쇼핑 제외) 3,672억 원(전

년 대비 25.9% 증가), 온미디어계열 2,938억 원(전년 대비 3.4% 감소) 등으로 나타났다. 따라서 이들 MPP가 전체 시장(방송수신료수익이 있는 PP시장, 홈쇼핑사업자 제외)에서 차지하는 비중은 43%에 이르는 것으로 나타났다. 한편, 시청점유율의 경우, 2008년 기준 온미디어(16.8%), CJ(18.8%), KBS 계열(9.3%), MBC(14.29%), SBS(8.5%) 등 이들 MPP가 전체 시청률 중 약 67.7% 점유하고 있는 것으로 나타났다.

<표 2-3> 주요 MPP 매출액 추이

(단위: 억 원)

	2007	2008	증감률	시장 점유율
CJ미디어*	3,113	3,672	18.0%	15.0%
온미디어	3,285	2,938	-10.6%	12.0%
MBC	1,478	1,660	12.3%	6.8%
SBS**	1,419	1,437	1.3%	5.9%
KBS	593	822	38.6%	3.4%
소계	9,888	10,529	6.5%	43.0%
수신료 수익 있는 PP시장	19,934	24,448	22.6%	100.0%

* CJ홈쇼핑 제외, ** sbsi 제외

자료: 방송통신위원회(2008-2009)

주요 MPP의 2008년 당기순손익 현황을 살펴보면, 전반적으로 수익성이 하락한 것으로 나타났는데, 특히 온미디어 계열은 당기순손익 규모가 2007년에 이어 1위를 차지했지만 전년 대비 71.9% 감소한 규모였다. CJ미디어 계열 역시 2007년에 이어 당기순손실을 기록했으며, 규모 또한 전년 대비 73.7% 늘어나 적자 폭이 크게 증가했다. 지상파계열의 MPP 역시 2007년에 비해 당기순손익 규모가 하락하였는데, 특히 MBC는 전년 대비 77.2% 하락한 44억 원의 당기순손익을 기록했으며, SBS는 전년 대비 42.3% 하락한 168억 원의 당기순손익을 나타냈다.

주요 MPP의 매출액 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 부문은 광고수익으로 2008년의 경우 총 5,854억 원의 광고수익을 올려 전체 매출의 55.9%를 차지했다. 이어 방송수신료수익과 기타방송수익이 각각 16.5%(1,733억 원), 16.3%(1,705억 원)를 차지했으며, 기타사업수익은 1,184억 원으로 전체 매출의 11.3%를 차지했다. 2007년과 비교해 광고 수익의 비중이 4.9%포인트, 기타사업수익이 2.7%포인트씩 줄어

든 반면, 방송수신료수익과 기타방송수익의 비중은 각각 2.1%포인트, 5.5%포인트 증가한 것으로 나타났다.

제2절. 통신서비스 시장 동향

1. 통신서비스의 정의 ⁸⁾

통신서비스는 통신사업자가 서비스별로 특화된 네트워크 및 통신 인프라를 구축하고 가입자를 기반으로 수익모델을 창출하는 서비스로서, 통신은 초창기부터 개인적 차원에서 복지의 이념에 존재의 근거를 두고 있다. 대표적으로 전화기는 청각장애인을 위해 음성정보를 시각적으로 전환해주는 기기를 발명하려는 시도의 부산물이었다.

한편 전화가 발명된 지 불과 30여 년이 지난 1907년부터 ‘보편적 서비스’ 이념이 이미 주창되었고, 1934년 미국 연방통신법에 의해 통신정책의 기본이념으로서 법제화되기에 이르렀다. 이러한 보편적 서비스는 일반적으로 “모든 국민이 언제 어디서나 적절한(affordable) 가격에 제공받을 수 있는 기본적 정보통신서비스”를 지칭하는 것으로 정의된다. ‘보편적 서비스’라는 규범적 이념이 기본적으로 저렴한 가격으로 유선전화를 누구나 사용할 수 있게 하는 기본권적 통신권 확보를 추구한 것이지만, 통신산업이 지니고 있는 경제적 특성, 다시 말해서 ‘네트워크 외부성’을 전제로 하여 최대한의 경제적 효율을 달성하는 것과 관계가 있다. 즉, 통신산업은 ‘수요의 상호의존성’과 공급면의 ‘규모의 경제’ 등 수급 양면에서 ‘네트워크 외부효과’를 갖는 산업이다. 따라서 인구의 대부분을 통신망에 포괄하는 일정 수준까지는 이용자 수가 많을수록 경제적으로 효율적이다. 저소득층에 전화기 가격 및 전화 서비스 이용요금을 감면해주고, 지역이용량이용구간 등에 따른 가격차별을 억제함으로써 이용자를 확대하는 것은 복지향상 뿐 아니라 통신망 전체의 효율성을 높이하고자 하는 경제합리성에 기초한 이념이라고 할 수 있다.

오늘날 정보통신기술의 급격한 발달에 따라 다양한 단말기 (전화기, 휴대전화기, PC, TV, FAX, PDA 등)와 디지털 정보통신망(전화선, ISDN, 유무선통신망,

8) 한국전파진흥원 IT인재개발교육원(2009), 사후규제 조사입문과정 교재 재인용

인터넷, 위성망 등)을 기반으로 하여, 다기능의 정보 및 통신서비스(음성문자 영상 정보검색 등)가 가능하게 되었다. 다가오고 있는 고도 정보사회의 사회적 삶에서는 정보통신에의 접근이 의사소통 뿐 아니라 정보획득과 기회획득, 나아가 직접적 행위(전자거래, 전자결제, 원격교육 등)로 연결된다. 따라서 정보통신에의 접근에서 배제되었을 때 초래되는 결과는 단순히 전화를 이용한 전기통신에서의 그것에 비해 훨씬 심각할 것이다. 정보통신에의 접근에서부터 배제된다는 것은 사회적 참여 그 자체로부터 배제된다는 것을 의미하기 때문이다. 따라서 보편적 서비스의 수준이 단순히 음성전화 수준을 넘어 고도 정보서비스로 올라가야 한다는 필요성에 직면해 있다.

앞서 방송과 통신의 이념을 통해 볼 때, 서비스 측면에서 방송의 경우는 접근 방식이 '1:다수', 그리고 통신은 '1:1'의 특징을 지닌다. 따라서 방송의 경우는 제공되는 메시지에 대한 영향력의 고려 혹은 최소한 전파자원의 효율적 배분이라는 측면에서 제공되는 전파의 질에 초점을 두고 있는 반면, 통신의 경우는 네트워크의 외부효과를 전제로 한 망의 기능에 초점을 둔다고 할 수 있다. 그러므로 방송은 사회적 규범논리가, 통신은 경제적 규범논리가 강하게 작용하는 상이한 사회하부 시스템으로 발달했다.

3G Evolution 시스템은 현재 사용되고 있는 CDMA2000, HSDPA를 포함한 WCDMA계열의 3G 이동통신 시스템의 Rel. 6 이후의 시스템으로서 기존 시스템에 비해 주파수 효율 및 고속의 멀티미디어 기반의 서비스의 효율적인 이용을 위한 IP 네트워크로 진화되는 이동통신 시스템을 의미한다.

IMT-Advanced 이동통신 기술은 고속이동 환경에서 최대 100 Mbps, 고정 또는 저속이동 환경에서 최대 1 Gbps의 데이터 전송속도로 비대칭/대칭적 패킷 서비스와 방송 서비스를 포함한 다양한 서비스를 IP기반으로 통합 제공하는 기술을 의미하며, 다양한 무선통신 시스템과 통합되는 형태로 실현될 것으로 예상된다.

2. 유선통신서비스

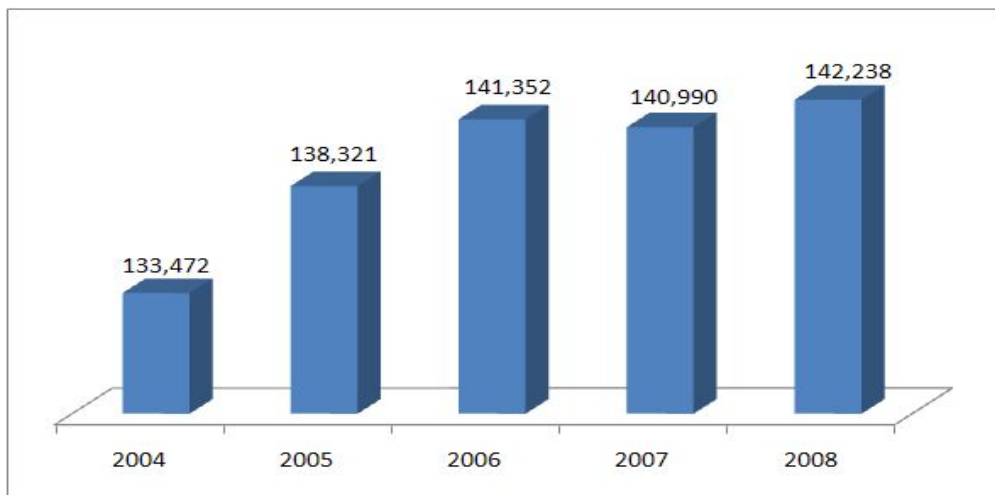
2008년 유선통신서비스⁹⁾ 시장은 전년 대비 1.6% 증가한 14조2,238억 원의 매출

9) 유선통신서비스 시장은 크게 음성통신서비스(시내전화, 시외전화, 국제전화, 인터넷전화)와 데이터 통신서비스(전화회선, 초고속인터넷 서비스 등)로 구분할 수 있다.

을 기록했다. 2000년 유선통신서비스 전체 시장 매출의 75.9%를 차지하던 전화 서비스는 2008년의 경우 그 비중이 48%로 줄어들었다. 즉, 전화 서비스 부문이 여전히 유선통신서비스 시장에서 가장 큰 매출 비중을 기록하고 있으나, 그 비중은 지속적으로 감소하는 추세다. 반면, 초고속망서비스 부문은 2004년 이후 연평균 4.6%의 매출 성장률을 기록하며 비중이 점차 확대되고 있다. 2000년에는 초고속망서비스가 전체 유선통신서비스 시장에서 차지하는 비중은 8.6%에 불과했으나 2008년에는 32.6%까지 증가했다.

<그림 2-10> 유선통신서비스 매출액 추이

(단위: 억 원)



자료: 정보통신산업협회(2009)

<표 2-4> 유선통신서비스 부문별 매출액 현황

(단위: 억 원)

	2004	2005	2006	2007	2008
전화서비스	73,776	73,206	70,619	67,695	68,259
전용회선서비스	20,640	25,335	26,148	27,451	27,038
초고속망서비스	38,768	39,468	43,105	44,939	46,362
전신·전보	200	156	152	135	106
기타유선통신서비스	88	156	1,328	770	474
합계	133,472	138,321	141,352	140,990	142,238
(성장률)	-0.4%	3.6%	2.2%	-0.3%	0.9%

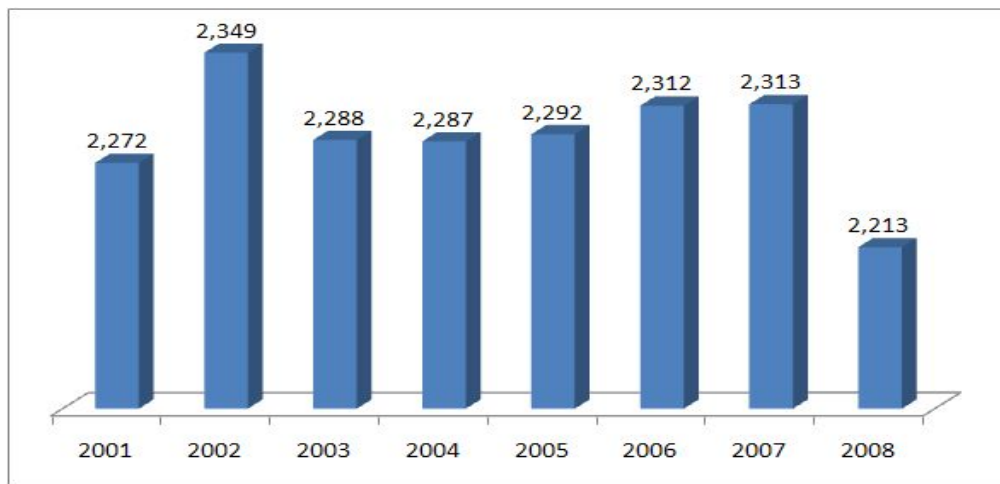
자료: 정보통신산업협회(2009)

2008년 말 시내전화 가입자 수는 전년 대비 4.3% 감소한 2,210만 명 수준이다. 2000년 이후부터 2002년까지는 매년 3% 대의 가입자 증가세를 기록했지만 2003년부터 마이너스 가입자 증가세를 나타낸 이후 시내전화 가입자 수는 정체기에 들어섰다. 하지만 최근 인터넷전화 번호이동 실시 이후 다시 감소추세를 돌아서 2008년 경우 전년 대비 4.3% 감소했다.

사업자별로 살펴보면, KT의 시내전화 가입자 수가 2008년 말 기준 1,987만 명으로 전체 시장의 89.8%를 점유하고 있으며, SK브로드밴드 가입자 수는 총 193만 명으로 8.7%를 차지하고 있다. LG데이콤 가입자 수는 33만 명으로 시장 점유율은 1.5%에 그치고 있다. 국내 시내전화 시장은 1999년에 하나로통신(현 SK브로드밴드)이 진입하면서 KT독점체제에서 경쟁체제로 바뀌었고, 이후 LG데이콤까지 서비스에 나섰지만 실질적으로 KT의 독점체제가 유지되어 왔다. 하지만 2004년 시내전화 번호이동성이 전국적으로 확대됨에 따라 후발사업자들이 조금씩 시장 점유율을 늘려가고 있는 상황이다.

<그림 2-11> 시내전화 가입자 수 추이

(단위: 만 명)



자료: 정보통신산업협회(2009)

한편, 초고속인터넷 서비스 부문은 가입자 증가로 인해 2008년의 경우 전년 대비 5.0% 증가한 1,542만 명 수준이며, 가구대비 보급률은 97.3%에 이르는 것으로

보고 있다. 초고속인터넷 상위 3개 사업자의 시장 점유율이 84.8%를 차지하고 있으며, KT가 43.4%(671만 명)로 1위, SK브로드밴드가 22.9%(354만 명)로 2위, 방송사업자가 18.4%(285만 명)로 3위로 나타났다. 이 밖에 LG파워콤이 14.1%(218만 명), LG데이콤이 0.2%(29만 명), 별정통신사업자가 1.0%(135만 명) 등으로 보고되고 있다.

최근의 가입자 수 추이를 살펴보면, 초고속인터넷 서비스 1-2위 사업자인 KT와 SK브로드밴드의 경우 가입자 수 정체기에 놓여있다. 2004년 KT의 초고속인터넷 시장 점유율은 51.0%에 이르렀지만 최근에는 8% 가까이 점유율이 하락했다. SK브로드밴드의 경우에는 2004년 시장점유율 23.1%에서 최근까지 지속적으로 정체된 모습을 보이고 있다. 반면, LG파워콤은 높은 가입자 증가세를 보이며 초고속인터넷 시장에서 빠르게 성장하고 있다. 2005년 초고속인터넷 서비스를 개시한 LG파워콤은 2005년 이후 연평균 102.7%라는 높은 가입자 증가세를 기록하고 있다.

<표 2-5> 초고속인터넷 사업자별 가입자 수 추이

(단위: 천 명)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
KT	3,858	4,922	5,589	6,078	6,242	6,353	6,516	6,712
SK브로드밴드	2,060	2,872	2,726	2,749	2,773	3,613	3,658	3,544
두루넷	1,303	1,302	1,293	1,288	837	-	-	-
온세텔레콤	206	452	423	391	353	220	-	-
드림라인	178	170	150	134	100	28	2	-
LG데이콤	126	146	202	206	213	112	68	29
LG파워콤					262	1,204	1,721	2,182
SO/RO/NO		367	619	857	1,943	2,333	2,581	2,850
별정		174	177	218	285	180	164	135
합계	7,775	10,405	11,178	11,921	13,008	14,043	14,710	15,452

자료: 방송통신위원회 홈페이지

주요 유선통신사업자의 매출액 추이를 살펴보면, 1-2위 사업자인 KT와 SK브로드밴드는 최근 매출액이 정체된 모습을 보이고 있다. KT의 2008년 매출액은 전년 대비 1.3% 감소한 11조7,850억 원, SK브로드밴드 역시 전년 대비 0.4% 감소한

1조8,610억 원을 기록했다. 하지만 LG데이콤과 LG파워콤은 전년 대비 각각 21.7%, 14.8% 성장한 1조6,470억 원, 1조2,740억 원의 매출을 올린 것으로 나타나 1-2위 사업자와 대조적인 모습을 보였다.

<표 2-6> 주요 유선통신서비스 사업자 매출액 추이

(단위: 십억 원)

		2005	2006	2007	2008
KT	전체	11,877	11,856	11,936	11,785
	전화수익	4,397	4,247	4,185	3,985
	초고속인터넷	2,529	2,430	2,119	2,130
	기타부문	4,951	5,179	7,751	5,670
SK 브로드 밴드	전체	1,444	1,723	1,868	1,861
	초고속인터넷	938	1,091	1,106	1,048
	전화	375	464	531	559
LG 데이콤	전체	1,134	1,236	1,353	1,647
	전화	480	455	477	532
LG 파워콤	전체	638	856	1,110	1,274
	초고속인터넷	13	246	497	603

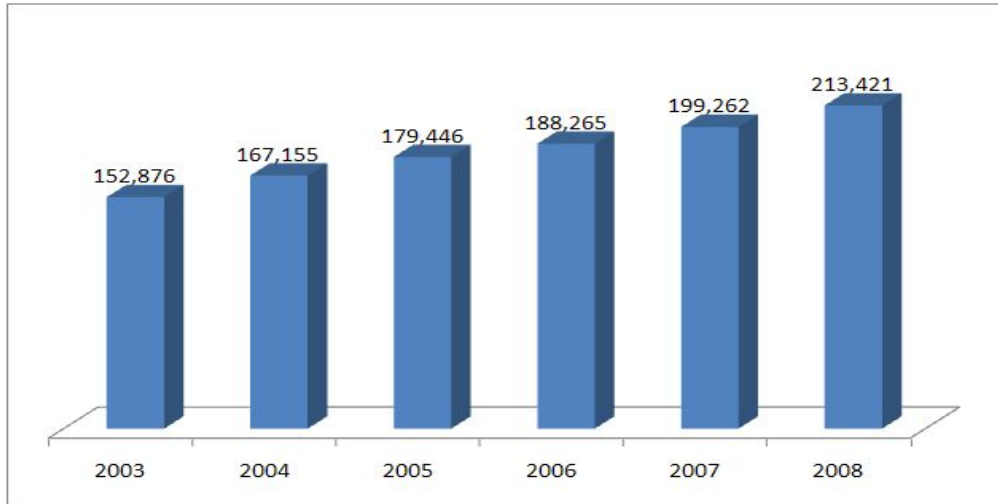
자료: 각사 자료, 방송통신위원회

3. 무선통신서비스

2008년 기준, 무선통신서비스 시장은 21조3,421억 원으로 전년 대비 7.1% 성장하였다. 2003년 무선통신서비스 시장은 유선통신서비스와 비슷한 시장 규모를 나타냈지만 시장 정체기에 있는 유선통신서비스와 달리 꾸준히 시장 규모를 확대해 2008년에는 유선통신서비스 시장의 1.5배 수준의 시장을 형성했다. 무선통신서비스 시장은 이동통신서비스, 무선고정통신서비스 및 위성서비스로 구분할 수 있는데, 이 중 이동통신서비스 부문이 전체 무선통신 시장의 99.4%를 차지하고 있다.

<그림 2-12> 무선통신서비스 시장 매출액 추이

(단위: 억 원)



자료: IT통계포털

이동통신서비스 중에서는 이동전화서비스의 매출액이 21조916억 원으로 이동통신 시장 매출의 99.4%를 차지하고 있다. 다음으로 주파수공용통신 시장이 1,104억 원(0.5%)의 시장을 형성하고 있었으며, 이 밖에 무선데이터통신(114억 원), 무선폭출(34억 원), 기타이동통신서비스(1억 원) 등이 차지하는 비중은 아주 미미한 것으로 나타났다.

<표 2-7> 이동통신서비스 매출액 현황

(단위: 억 원)

	2004	2005	2006	2007	2008
이동전화	164,676	176,996	185,838	196,943	210,916
주파수 공용통신	940	907	853	970	1,104
무선데이터 통신	180	171	161	133	114
무선폭출	50	46	34	29	34
기타이동통신서비스	5	3	5	6	1
합계	165,852	178,124	186,891	198,081	212,169
성장률	-	7.4%	4.9%	6.0%	7.1%

자료: 정보통신산업협회(2009)

이동통신서비스 가입자 현황을 살펴보면, 2008년 말 기준 총 4,609만 명이 이동통신서비스에 가입한 것으로 보고되고 있으며, 이 중 이동전화서비스 가입자가 4,560만 명으로 98.9%를 차지하고 있다. 이동전화서비스 가입자는 매년 4% 이상 꾸준히 증가하고 있는데, 2008년의 경우 전년 대비 4.8% 증가하였다. 주파수공용통신 및 무선호출 서비스 가입자도 각각 전년 대비 6.2%, 4.5% 증가한 반면, 무선데이터통신 서비스 가입자는 전년 대비 9.3% 감소한 것으로 나타났다.

<표 2-8> 이동통신서비스 가입자 현황

(단위: 천 명)

	2004	2005	2006	2007	2008
이동전화	36,586	38,342	40,197	43,498	45,607
주파수 공용통신	312	323	321	333	353
무선데이터 통신	111	111	97	100	91
무선호출	46	42	43	39	41
기타이동통신서비스			1	1	
합계	37,054	38,819	40,659	43,971	46,092
성장률	-	4.8%	4.8%	8.2%	4.8%

자료: 방송통신위원회

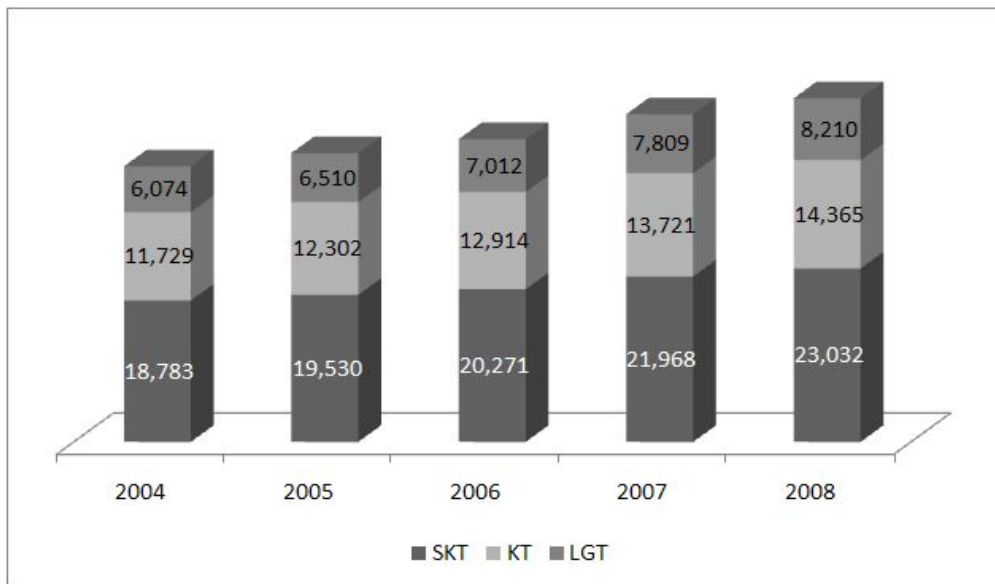
현재 이동전화 서비스 시장에서는 SK텔레콤, KT, LG텔레콤 등 3개 사업자가 경쟁하고 있다. 가입자를 기준으로 이들 사업자의 시장점유율을 살펴보면, SK텔레콤이 50.5%, KT가 31.5%, LG텔레콤이 18.0%를 차지하고 있는 것으로 나타났는데, 이는 2007년 말 시장점유율과 동일하다. 이는 2004년과 비교했을 때, SK텔레콤과 KT의 경우는 시장점유율이 각각 0.8%포인트, 0.6%포인트 감소한 반면, LG텔레콤은 1.4% 증가한 것을 알 수 있다. LG텔레콤의 선전은 2007년에 두드러졌는데, 실속형 요금할인 등의 차별화된 마케팅으로 전년 대비 가입자 수를 11.4%(79만6,355명)나 늘리며 시장 점유율을 0.6%포인트 증가시켰다.

2008년 말 국내 주민등록인구수 및 외국인등록인구수는 총 5,039만 명에 이른다. 따라서 국내 이동전화보급률은 90%를 넘어선 셈이다. 그럼에도 2009년 현재 이동전화 가입자는 꾸준히 증가하고 있으며, 2009년 6월 말을 기준으로 4,700만 대

를 넘어섰다. 이와 같은 증가추세는 노인 및 어린이, 청소년, 그리고 외국인들의 이동전화 가입이 증가하고 있는 것과 자동차나 무선단말 등간의 통신을 위한 가입이 점차 늘어나고 있는 것에 따른 것으로 분석되고 있다.

<그림 2-13> 사업자별 이동전화 서비스 가입자 추이

(단위: 천 명)



자료: 방송통신위원회

4. 통신서비스시장의 새로운 동향 10)

가. 결합판매 추세

정부는 '07년 「통신규제정책 로드맵」의 일환으로 통신서비스간 결합판매를 활성화하기로 결정하고, 그동안 실질적으로 제한되어 왔던 지배적 사업자에 의한 결합상품 판매에 대한 규제를 완화하였다. '07년 5월 「전기통신사업법상」 인가역무 결합판매 이용약관에 대한 인가심사기준 및 절차」가 제정되고 「결합판매 금지행위 세부유형과 심사기준」이 고시됨에 따라, '07년 7월, 시장지배적 사업자인 KT와 SKT는 이용약관 인가대상역무를 포함하는 결합상품 제공이 가능해지게 되었다. 다만 지배력 전이와 가격압착 등의 불공정행위를 방지하기 위하여 요금적정성 및

10) 한국전파진흥원 IT인재개발교육원(2009), 사후규제 조사입문과정 교재 재인용

동등접근성 등을 만족하는지에 대하여 인가를 받아야 하도록 규정하였다. 그러나 10% 이내의 할인율에 한해서는 요금적정성에 대한 심사는 면제하고 동등접근성만을 검토하면 되도록 결합상품 인가심사를 간소화함으로써, 결합상품 제공을 통한 경쟁을 활성화하고자 하였다. 이후 방송통신위는 '08년 5월 인가역무 사업자에 대한 결합상품 '요금적정성 심사 면제 할인율'을 기존 10%이하에서 20%이하로 확대하는 추가적인 결합상품 규제완화를 실시하였고, '09년 5월에는 결합상품 '요금적정성 심사 면제 할인율'을 20%에서 30%로 더욱 확대한다고 발표하였다.

이러한 규제완화를 통하여 이용약관 인가대상 역무인 시내전화(KT)와 이동전화(SKT)를 포함한 결합상품을 출시할 수 있게 된 KT와 SKT는 물론, 대부분의 주요 사업자들이 다양한 결합상품을 출시하여 경쟁하고 있다. 예를 들어 KT는 2007년 7월 메가팩스+(3G, 메가TV, 보험)을 결합한 DPS 3종을 출시한 데 이어, 2008년 12월말 기준으로 총 34종의 결합상품을 제공하고 있는 것으로 파악된다. 구체적으로 보면 DPS 13종, TPS 9종, QPS 7종, 5PS 이상이 5종 등이다. SKT도 초고속인터넷-이동전화 간 다회선 결합상품을 중심으로 DPS 4종을 제공중이고, SKB는 DPS 4종, TPS 6종, QPS 4종, 5PS 이상이 1종 등을 출시하고 있다.

'08년 5월 규제완화(10%→20%) 이후 결합판매 평균할인율이 7.95%에서 9.27%로 증가하고 결합상품 수도 20개에서 42개로 2배 이상 증가하였으며, 결합상품 가입자는 '08년 2월 233만 명에서 '09년 2월 562만 명으로 2.4배 증가하고 결합상품 가입에 따른 월별 통신요금 감면 규모는 75억 원에서 286억 원으로 4배 정도 증가한 것으로 파악되기도 하였다.¹¹⁾ 결합상품이 보다 확산될 경우 기존의 단품 중심의 시장 경쟁구도에 미치는 영향도 증가할 것이다. 단품서비스와 그 서비스를 포함한 결합상품 간의 시장획정 문제도 보다 중요시 될 수 있고, 그와 함께 시장의 경쟁상황에도 영향이 있을 수 있다. 단품중심의 사업자도 결합상품 경쟁에 참여할 수 있도록 하는 도매제공 제도 도입시의 영향도 주목할 만한 이슈라고 할 수 있다. 결론적으로, 결합상품의 활성화가 통신시장 전반에 걸쳐 경쟁을 활성화하고 요금인하 등 이용자편익을 증대시킬 것인지에 대한 지속적 관찰과 정책적 기반마련이 요구되는 시점이라 하겠다.

11) 전자신문('09.5.18.) 참조.

나. 인터넷전화의 확산

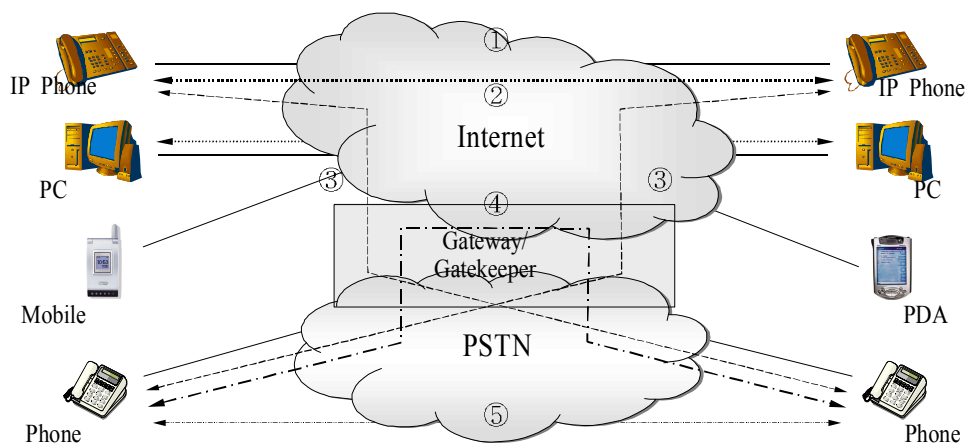
인터넷전화(VoIP: Voice over Internet Protocol)는 인터넷을 이용해서 전화를 할 수 있도록 하는 서비스로 사람의 음성신호를 패킷데이터로 변환하여 전송하는 기술을 이용한다. 인터넷전화 서비스의 장점은 저렴한 요금으로 전화서비스를 이용하는 동시에 화상통화를 이용한 원격교육, 원격회의와 홈쇼핑, 온라인게임 등의 다양한 인터넷 서비스와 연동하여 고부가가치를 창출할 수 있다는 데에 있다. 2004년 10월 1일 (구)정보통신부장관 고시 제2004-45호 및 제53호에 의거, 기간통신역무로 신설되었는데, 전기통신사업 회계분리기준에서는 전기통신설비를 이용하여 인터넷을 통하여 음성 등을 송신하거나 수신하게 하는 전기통신 역무라고 정의하되, 다만 동일한 인터넷사이트에 가입한 회원 간에 컴퓨터를 이용하여 음성 등을 송신하거나 수신하는 것을 제외한다고 규정하고 있다.

인터넷전화는 국내에 첫선을 보였던 것은 1999년 새롭기술이 PC를 이용해 전화를 거는 다이얼패드를 시장에 내놓으면서부터인데, 현재 단말기, 이용형태 등에 따라 서비스 유형이 매우 다양하다. 즉, 하드폰(IP Phone)/소프트폰, 착발신용(070 식별번호 사용 또는 자체 착신번호 사용)/발신전용 등 다양한 방식으로 서비스가 제공되는 추세이다. 종래에는 별정통신사업자 위주로 시장이 형성되어 있었으나, 최근에는 결합상품이 활성화 되면서 기간통신사업자도 적극적인 마케팅 경쟁을 벌이고 있다. 포털·메신저사업자 등의 별정통신사업자는 주로 기간통신사업자의 VoIP 솔루션을 제공받아 자사 가입자의 Communication을 강화하기 위한 보조수단으로 활용하는 소프트폰 방식의 인터넷전화서비스 제공이 주를 이루고 있다. 최근에 기간통신사업자가 제공하는 서비스는 주로 IP폰 방식의 인터넷전화서비스이다. <표 6>은 다양한 서비스 유형을 구분하여 정리하고 있다. 또한 <그림 13>은 인터넷전화의 망구성을 보여준다.

<표 2-9> 인터넷 전화 서비스 제공 방식에 따른 유형 분류

	착발신용 인터넷전화	발신전용 인터넷전화
IP폰 제공방식	착신을 위한 070 번호를 부여받거나 시내전화에서 인터넷전화로의 번호이동을 통하여 컴퓨터와는 별도의 단말기를 설치하여 인터넷 전화 서비스를 이용하는 경우. 상대적으로 가정용 수요가 많은 편임	컴퓨터와는 별도의 전용단말기를 통하여 인터넷전화 서비스를 이용하되, 착신번호를 부여받지 않고 발신전용으로만 이용하는 경우로서, 초기의 인터넷전화 제공방식이며 현재는 주로 기업용 수요가 많음
소프트폰 제공방식	네이버폰(LG데이콤), 네이트온폰(SK텔링크) 등 인터넷전화서비스를 제공하는 웹 Site에 접속하여 동일한 웹 사이트에 가입한 회원간에 착/발신서비스를 이용하는 경우로서, 가입자 수 규모도 미미하며 매출액도 거의 발생하지 않고 있는 유형임	별도의 단말기를 설치하지 않고 컴퓨터와 헤드셋을 통하여 인터넷 전화를 이용하되, 이를 위해서는 반드시 컴퓨터를 켜고 인터넷전화 서비스를 제공하는 웹 사이트에 접속해야 한다는 한계가 있음. 역시 기업용 수요가 많음

<그림 2-14> 인터넷전화 개념도



인터넷전화는 초기의 품질문제 등으로 확산되지 못하다가, 품질의 지속적 개선, '05년 7월과 '07년 12월에 걸친 상호접속기준 및 망이용 대가의 정책결정이 이루어졌고, '07년도에는 070 식별번호가 부여되었으며 2008년 10월에는 시내전화와의 번호이동성이 시행되면서 본격적으로 활성화되기 시작하고 있다. 2008년 12월 기준, 인터넷전화를 제공하고 있는 사업자는 기간통신사업자 9개사와 별정통신사업자 333개사에 이르고 있다. (별정 1호 31개, 별정2호 305개) 인터넷전화의 가입자 규모는 IP폰 방식과 소프트폰 방식을 합하여 '08년 말 기준 140여만 명 수준이며, LG데이콤이 점유율 1위이고 이어서 KT가 2위인 것으로 파악되고 있다.

인터넷전화는 기본적으로 인터넷 망을 기반으로 하기 때문에 기존 PSTN 전화와는 달리 시내외 통화권의 구매를 받지 않으며, 따라서 시외전화요금이 시내전화와 동일한 수준으로 책정되어있다. 또한 PSTN보다 낮은 비용구조로 인하여 국제전화요금도 저렴하게 책정될 수 있으며, 음성 위주의 서비스를 넘어서 스크린을 통한 영상, 문자, 각종 정보와 데이터 위주의 멀티미디어 기능을 지원하는 SoIP(Service over Internet Protocol) 개념으로 발전할 수 있다. 따라서 향후 기존 유선전화서비스에 대한 대체효과가 어떻게 나타날 것인지에 따라 유선 통신시장의 경쟁에 다양한 영향을 미칠 것으로 예상된다.

제3절. 방송·통신 융합서비스 시장 동향

1. 방송·통신 융합과 시장환경 변화

현재 방송환경이나 통신환경은 급격한 속도로 변화를 겪고 있다. 정보통신기술의 진화는 시간과 공간을 초월한 데이터 및 영상물의 흐름 주도하고 있다. 그러한 변화는 특히, 국내에서 지난 2002년 3월 1일 디지털 위성방송의 개시로 그 속도가 점점 빨라지고 있다. 이러한 변화의 요인 가운데 가장 두드러진 것은 디지털화로써 기존의 아날로그 방식에 비해 훨씬 많은 정보(방송영상물을 포함하여 음성, 신호, 텍스트 등)를 신속, 정확하게 여러 사람에게 제공할 수 있다는 장점을 지니고 있다.

디지털기술이 방송매체에 도입되면서 방송은 일 대 다수 형식의 단방향성 매

체가 아닌 일 대 일 또는 다수 대 다수의 양방향성 매체로 변화하고 있다. 망의 기능적 특성에 기초한 통신의 장점인 양방향성이 방송에서도 도입되었고, 역으로 기능적 측면을 이용한 통신을 통한 방송 프로그램의 전달 가능성 혹은 현실화에 의해 ‘방송’과 ‘통신’이라는 이분법적 서비스 영역의 경계가 점점 무너지고 있다.

방송과 통신의 융합은 기술적 측면에서 망의 융합, 산업적 측면에서 서비스와 관련 산업의 융합으로 인한 경계 영역적 서비스의 출현이라는 방송환경의 전반적 구조변화를 가져오는 현상이다. 이러한 현상은 이제 방송에 대한 새로운 개념규정과 규제환경, 그리고 법제도의 변화를 동시에 요구하고 있다. 다시 말해 방송통신의 융합이라는 방송환경의 변화와 방송시장의 개방화 국제화 추세에 따라 앞으로 방송산업에 대한 적절한 전망과 함께, 기존의 제도나 정책으로는 적용할 수 없는 부분에 대한 새로운 제도와 정책의 틀이 요구된다는 것이다.

디지털 기술의 발전으로 야기되는 방송과 통신의 융합 현상은 체계적 접근이 이뤄지지 않으면 새로운 서비스에 대한 중복규제 혹은 무규제를 야기하게 되어 사회적 효율성을 저하시키게 된다.

가. 융합현상의 진전에 따른 융합 패러다임의 변화

과거 2000년대 초반까지의 융합(Convergence)은 기술 의존적이었으며 단일 시장 내에서 단계적 및 독립적인 융합현상에 초점을 맞추어 진행되고 논의되어 왔다. 2000년대 초반 융합에 대한 논의가 시작되었던 태동기에는 ‘네트워크 융합’, ‘서비스 융합’, ‘사업자 융합’, ‘규제 융합’으로 구분하여 단계적 융합의 진전을 예상하였다(Ovum 2001; 이종관, 2001; Gilbert Tobin Lawyers, 2001). 즉, 네트워크 융합이 모든 융합의 배경으로 해석되었으며 융합현상 그 자체의 내생적 진화가 아니라 기술 발전을 융합의 작동 기제로 해석하여 기술 의존적인 관점이 지배적이었다.

그러나 최근의 융합현상은 단계적 진행이 아닌 포괄적 진행이 이루어지며 시장 융합으로 확산되고 있어 융합 현상에 대한 재고찰이 필요하다. 과거의 융합이 통신서비스 시장 내에서의 부분적 융합이었다면 최근의 융합은 시장 간 융합, 정보통신과 비(非)정보통신 간의 융합으로 그 범위가 확대되고 있다. 정보통신서비

스 시장에서는 융합이 ‘현상’이 아닌 ‘일상’이 되고 있으며, 현재에는 방송과 통신의 시장 간 융합이 주요 추세라고 할 수 있다. 방송통신 융합의 일반적 정의는 “기술발전으로 인해 기존의 방송 및 통신 부문의 경계가 사라지고 상호 유사 속성을 가진 서비스가 등장”하는 현상을 말한다. 이를 통해 방송 및 통신사업자의 상대 시장 진입이 발생하고 방송의 쌍방향화, 통신의 방송화가 동시에 진행되며, 기존 통신 네트워크 및 단말기를 통해 방송서비스가 이용 가능하고 동시에 방송 플랫폼 및 단말에서 통신서비스의 이용이 가능해져 결과적으로는 양 시장 간의 경계가 소멸되는 현상이 발생한다. 이러한 방송통신 융합은 시장 중심의 통신과 공익 중심의 방송이 결합됨으로 인해 규제의 충돌 및 규제의 모순성이 대두되는 양상을 보이는데, 예를 들어 경제적 이익을 추구하는 통신 부문의 사익과 공적 이익을 중시하는 방송 부문의 공익 간에 충돌(시장모델과 공익모델의 충돌)의 문제가 발생한다. 한편, 시장 경계의 소멸로 인해 과거 시장 내 경쟁에서 시장 간 경쟁(inter-modal competition)으로 경쟁의 범위가 확산되는 모습을 보인다. 예를 들어 IPTV가 대표적인데 IPTV의 등장으로 인해 케이블TV를 중심으로 하는 유료방송 시장에 통신사업자 중심의 IPTV서비스가 등장하여 전통적인 방송사업자와 통신사업자 간에 경쟁이 발생하게 되었다.

네트워크 관점에서 보는 방송통신융합의 진전은 네트워크의 속성에 따라 분류되던 기존 체계의 붕괴를 의미하며, 융합 환경 하에서는 네트워크의 속성이 그리 중요하지 않게 된다. 대신 콘텐츠의 속성이 중요하게 되는데, 과거에는 네트워크 속성에 따라 - 네트워크에 의존적으로 - 콘텐츠가 사전에 확정되었으나, 융합 환경 하에서는 콘텐츠가 방송 혹은 통신 중 어떤 네트워크를 통해 전송되는지 여부는 중요하지 않기 때문에 네트워크와 콘텐츠는 실질적으로 분리되고 있다. 그리고 이와 같은 배경이 2000년대 중반부터 논의되기 시작한 계층 규제 이론의 토대가 되었다.

나. 방송통신 융합에 따른 인터넷과 신규 미디어의 성장

디지털기술 및 인터넷의 발달로 미디어산업의 시장영역 및 환경이 급속하게 변화되면서 다양한 디지털 콘텐츠가 인터넷을 통해 유통되고 있다. 이로 인해 기

존의 전통적인 방송플랫폼과 통신플랫폼이 인터넷을 매개로 융합되고 있으며, 인접 산업 간의 장벽이 소멸되고 있다. 즉, 과거 통신 네트워크 또는 서비스로 인식되어 왔던 인터넷을 통해 방송 서비스 및 콘텐츠가 전송 및 제공되면서 인터넷을 활용한 신규 미디어가 등장하게 되었다. 또한 전통적 매체들의 영역 구분이 점점 모호해지는 등 ‘미디어 스كر램블’ 현상이 뚜렷해지고 있다. 이용자 측면에서도 과거 TV와 인터넷으로 구분되어 있던 이용자 단말 및 이용환경이 복합화 되고 PC라는 단말이 새로운 스크린으로 비중이 확대되고 있다. 따라서 기존 매체사들은 자신의 영역 외에 모든 플랫폼에 콘텐츠를 제공하는 종합 미디어기업으로 변신을 도모하면서 콘텐츠 유통경로로서의 인터넷의 비중이 확대되고 있는 것이다.

실제 지난 10년간 기존 미디어시장이 위축되거나 정체된 것에 반해 인터넷 시장은 이용률은 물론 광고시장 점유율도 크게 상승했으며, 이에 따라 영향력 강화와 규모의 경쟁력 확보가 가능해졌다. 통신 및 IT업체 등 대형업체들과의 경쟁이 본격화되면 고객기반, 자본력, 그리고 사업 포트폴리오 등에서 ‘규모의 경쟁력’ 확보가 매우 중요하게 되었으며 미디어 사업자들은 인터넷을 어떻게 활용하는지 여부가 과거 시장 확산의 문제에서 생존의 문제를 해결할 수 있는 중요한 이슈가 된 것이다. 우리나라의 인터넷 서비스 시장 규모를 살펴보면, 2008년 인터넷 이용자가 3,536만 여명에 달하고 있으며, 최근 자료를 보면 우리나라의 이용률이 최초로 80%를 넘어섰다. 또한 2007년 기준 인터넷 기반의 온라인 광고시장은 전체 광고시장의 12.8%를 차지해 TV, 신문에 이어 3위를 기록할 정도로 급성장하였다. 인터넷 시장이 향후 생존을 위한 중요한 시장으로 등장하기 시작한 것이다.

또한 인터넷은 기존 통신사업자들과 방송사업자들 간에 경쟁의 접점이 되는 시장으로 다양한 신규 서비스 및 사업 모델의 적용이 가능한 시장이다. 이동통신 서비스에 있어서도 WiBro 서비스의 도입, 풀브라우징(full browsing)등 유선 콘텐츠를 이용할 수 있는 기반이 구축되었는데, 이것이 시사하는 바는 이용자들이 이용환경에 구애받지 않고 인터넷이 전방위적으로 확산되고 있음을 의미한다. 전통적인 TV 중심의 미디어에 있어서도 통신사업자들은 IPTV 서비스를 통해 IP 기반의 방송서비스를 제공하는 한편, 유료방송사를 중심으로 Web 기반의 방송서비스(Web TV)의 도입이 가시화되고 있다. 예를 들어 해외의 Hulu, Joost와 같은 Web

TV 서비스 외에 Fancast(Comcast가 제공)와 같은 CATV 사업자들의 Web TV 진출이 활발한 상황이다. 국내에서도 SBS는 NeTV라는 인터넷 서비스를 강화하고 있으며, 다수의 유료방송사업자들이 Web TV 서비스 시장 진입을 검토 중인 것으로 알려져 있다.

방송통신 융합의 관점에서는 인터넷이 1차적인 융합의 접점이자 매개가 될 전망이다. 이에 대응하는 전략 수립이 필요하다. 특히 기존 초고속인터넷 사업자의 경우 자사의 네트워크 우위를 활용하여 새로운 부가가치를 창출할 수 있는 시장 개척에 앞장서고 있으며, SO 역시 자신의 네트워크를 활용하여 새로운 부가가치를 창출할 수 있는 전략을 수립 중이다. 자본력에서 우위를 보이고 있는 통신사업자들의 경우 인터넷 기반의 콘텐츠 사업을 인수하거나 진출하고 있는데, SK텔레콤은 iHQ, 로엔엔터테인먼트(구 서울음반), 싸이월드, TU미디어 등 미디어 사업 부문을 적극 활용할 계획이라고 알려져 있다. 따라서 융합환경에 적극 대응하기 위해서는 방송 또는 통신 부문에 국한된 전문가가 아니라 양쪽 부문을 통합적으로 활용 가능한 전문가 양성이 반드시 필요하다.

다. 미디어 이용환경 및 서비스 환경의 변화

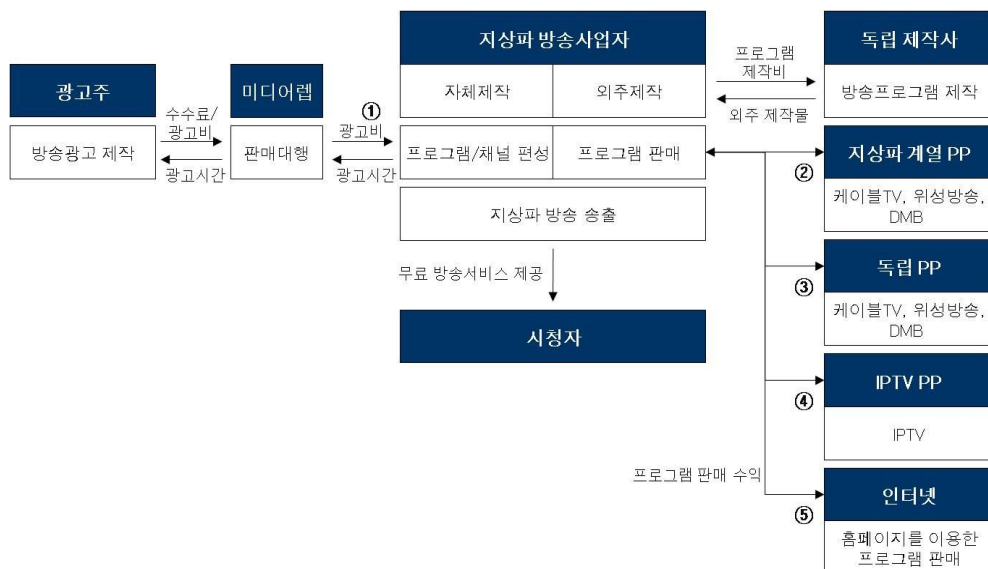
기존에는 각각의 시장 내에서 양질의 상품(콘텐츠)을 생산하는 것이 중시되었으나, 최근에는 원소스멀티유즈(OSMU: One Source Multi Use)와 같은 다양한 분야의 상품을 동시에 개발하는 추세로 전환하고 있다. 미디어 산업에서는 콘텐츠의 디지털화로 미디어와 콘텐츠가 분리되면서 콘텐츠의 재이용과 융·복합화가 가속화되면서 원소스멀티유즈가 확대되고 있다. 멀티유즈 추세의 강화는 다양한 신규 서비스 개발을 전제로 하고 있기 때문에 콘텐츠라는 상품의 판매 창구 다변화로도 적용될 수 있다.

OSMU 추세는 전술한 바와 같이 인터넷 및 모바일 등 콘텐츠를 이용하는 플랫폼의 다변화에 기인하며 이는 다매체, 복합 플랫폼의 등장에 따라 플랫폼 계층에서의 경쟁이 심화됨을 의미한다. 과거 단일 또는 독점적 플랫폼인 경우 콘텐츠 사업자와 플랫폼 사업자는 싱글호밍(single homing)의 관계였으나, 최근에는 멀티호밍(multi homing)으로 전환되고 있으며, 네트워크와 콘텐츠의 분리 멀티유즈 추

세에 의해 추가적인 부가가치의 창출은 콘텐츠로부터 발생할 가능성이 높아진다. 이러한 멀티유즈는 이용자가 어떤 콘텐츠에 접근할 수 있는 경로가 다양해짐을 의미함과 동시에 인기 콘텐츠의 영향력은 더 강화될 수 있음을 의미한다.

예를 들어 국내 지상파 방송사의 콘텐츠 유통 사례가 원소스멀티유즈 추세와 유사한데 지상파 방송사가 다채널 유료방송시장 및 PP 시장에 시장력이 미치는 경로는 주로 프로그램이 매개가 된다. 지상파TV의 프로그램 제작 및 유통·판매 경로를 살펴보면 지상파 방송사는 단일 프로그램을 이용하여 총 다섯 가지 형태의 수익을 얻을 수 있다. 플랫폼별로는 지상파, 케이블TV, 위성방송, 위성 및 지상파 DMB, IPTV, 인터넷(홈페이지)으로 콘텐츠를 공급한다. 즉, 지상파 방송사가 보유한 자체 플랫폼 외에 비지상파 플랫폼을 통해서도 콘텐츠를 제공하지만, 동시에 우월한 지상파 콘텐츠를 매개로 시장 영향력을 확보하고 있다. 지상파 계열 PP의 경우 각 플랫폼 및 방송법에서 규정한 PP 등록 구분에 따라 모두 PP로 등록한 상태이므로 실질적으로 지상파 계열 PP는 모든 플랫폼 및 서비스에 프로그램을 공급하는 것이다.

<그림 2-15> 국내 지상파방송사의 프로그램 유통·판매 구조



위의 그림에서 보듯이 지상파 방송사는 방송사 자신과 계열 PP를 활용하여 총 5가지 형태의 프로그램 판매 수익을 창출한다. 즉, 광고수익, 계열 PP를 통한 프로그램 수신료 수익, 독립 PP에 대한 프로그램 판매 수입, IPTV PP를 통한 프로그램 재전송 및 판매 수입, 끝으로 지상파 방송사의 자체 홈페이지를 통한 이용요금 수입 등이 그것이다.

위와 같은 사례를 볼 때 원소스멀티유즈의 미디어 이용환경 변화는 플랫폼에서 콘텐츠 중심으로 그 중심축이 이동하고 있음을 의미한다. 따라서 향후 이러한 환경 변화에 대응하기 위해서는 콘텐츠를 어떻게 육성할 것인지, 나아가 경쟁력 있는 콘텐츠 제작을 위해 콘텐츠 관련 인력을 어떻게 육성하여야 하는지가 핵심 이슈가 된다.

라. 융합 환경 하에서의 시장 구조 변화

전술한 바와 같이 과거 단일 시장 또는 역무 내에서 제한적으로 이루어지던 융합현상이 시장 간, 역무 간 융합으로 확산·진전되면서 범 시장적인 환경변화가 발생하고 있다. 기존의 역무 내 경쟁에서 IPTV와 같이 역무 간 또는 시장 간 경쟁(inter-modal competition)으로 변화하고 있으며, 또한 통신서비스 사업자가 융합서비스 제공을 통해 방송서비스 시장에 진입하며, 방송서비스 사업자는 통신 네트워크 및 서비스를 이용하여 방송서비스를 제공하는 등 다차원적 경쟁으로 진화하고 있다. 시장 환경의 변화는 필연적으로 규제환경의 변화를 수반하는데, 융합현상의 심화는 '수평적 규제체계'로의 규제 체계 전환을 견인하고 있다. 이에 따라 우리나라뿐만 아니라 해외 주요국에서도 법체계 및 규제체계 개선을 추진 중에 있다. 예컨대 영국의 통합법 추진(Communications Act 2006), 우리나라의 방송통신위원회 출범 및 방송통신기본법 및 사업법 제정 추진 등이 이러한 환경 변화에 대응하기 위한 법체계와 규제체계를 개선하기 위한 정책들이라고 볼 수 있다.

또한 방송통신 융합 진전에 따른 통신사업자들의 방송서비스 시장 진출이 가시화되고 있는데, 융합현상의 심화에 따라 방송과 통신부문의 경계가 희박해지고 시장 간 교차진입이 가능해짐에 따라 융합서비스를 중심으로 기존 거대 통신서비스 사업자들의 미디어시장 진입이 활발해질 전망이다. 또한, 통신사업자들은 과거

단순한 정보 또는 신호의 전달·전송에서 정보 및 콘텐츠의 생산 영역에도 진출하고 있다. 이러한 추세는 포화된 기존 서비스 중심의 단면적·약탈적 경쟁에서 다양한 신규 서비스를 통해 신규 시장을 선점하고 타 시장 진출이라는 다면적 경쟁으로 이행 중임을 뜻한다. 방송통신 융합의 심화가 이러한 다면적 경쟁을 촉진함과 동시에 이용자 측면에서는 단말 융합을 촉진시키는 계기가 된다. 예를 들어 모바일 방송의 등장 및 활성화는 통신 및 방송 단말이 통합된 이동 단말 활성화의 배경이 되고 있다. 즉, 이는 유·무선 통합 현상이 유·무선 방송서비스의 통합의 형태로 발생하고 있음을 의미한다. 이러한 현상은 경쟁정책 측면에서 단말에 기반을 둔 경쟁 서비스의 사전적 배제가 가능하게 되었음을 뜻하며 융합 현상은 다차원적인 경쟁을 촉진함과 동시에 규제 측면에서 역시 다차원적인 경쟁 관련 규제가 마련되어야 함을 의미한다. 방송 및 통신서비스 산업은 전통적인 규제산업이며 융합에도 불구하고 규제의 필요성은 계속 존재할 전망이다기 때문에 융합에 대응하는 규제 방향은 ‘수평 규제’, ‘망중립성’과 같은 새로운 규제체계의 도입을 모색하고 있음과 동시에 ‘공정경쟁’에 초점을 맞추고 있는 것이다.

2. 방송·통신 융합과 규제환경 변화

방송통신 융합에 의한 시장 환경의 변화는 전술한 바와 같이 필연적으로 규제 환경의 변화를 수반하게 된다. 이에 따라 방송통신 융합의 촉진과 방송시장 선진화를 위해 최근 다양한 규제체계의 개편이 진행되고 있다. 예를 들어 최근 개정된 미디어법(방송법 등)에 따라 방송부문의 소유규제 및 진입규제 개선, 방송광고 판매제도 개선, 종합편성 PP의 도입 등 기존 미디어 시장에 혁신적 변화가 일어날 전망이다. 또한 시장구조 및 사전적 규제체계 개편의 후속 조치로 사후적 규제체계의 개편이 예상되는 상황이나, 현 시점에서는 세부 규제제도의 변화에 대해서는 다소불확실성이 존재한다.

금년에 개정된 방송법의 핵심 개정 사항은 첫째, 소유 지분 제한 규제의 완화이다. 신문 및 대기업의 지상파, 종합편성, 보도전문 채널 소유 지분을 현행 금지에서 지상파 10%, 중편 30%, 보도전문 채널 30%로 확대하였으며, 1인 지분 상한

을 현행 30%에서 40%로 상향 조정하였다. 특히 신문 및 대기업 별도로 40% 지분 제한 규정이 적용되어 신문과 대기업 합산 지분은 최대 60%까지 가능하게 되었다. 이것이 뜻하는 바는 과거 별개의 시장으로 획정되어 별도의 시장으로 인식되고 별도의 규제가 적용되던 방송시장에 실질적인 경쟁을 도입할 수 있는 계기가 되었다는 의미가 있다.

<표 2-10> 방송사업자에 대한 소유지분 제한 규제 개정 사항

	지상파		종합편성 채널		보도전문 채널	
	현행	개정	현행	개정	현행	개정
신문	금지	10%	금지	30%	금지	30%
대기업	금지	10%	금지	30%	금지	30%
1인	30%	40%	30%	40%	30%	40%

한편, 금번 방송법 개정에서는 사전규제 완화를 중심으로 하는 방송법 개정에 따른 여론 독과점을 억제하기 위하여 사전 및 사후규제 보완책이 마련되었다. 우선 사전규제의 핵심은 첫째, 신문사의 신문 발행부수, 유가 판매 부수 정보 등을 방송통신위원회에 의무적으로 보고하고, 둘째, 일간 신문 구독률(전체 가구 중 일정기간 동안 특정 일간신문을 유료로 구독하는 가구가 차지하는 비율) 20% 이상에 해당 하는 신문사의 방송사업 참여를 제한하며, 셋째, 대기업 및 신문사는 2012년 12월 31일까지 최대 주주 지위 획득 또는 경영권 행사가 불가하도록 규정하였다. 한편, 사후규제의 핵심은 첫째, 방송사업자의 시청점유율(전체 텔레비전 방송에 대한 시청자의 총 시청시간 중 특정 방송채널에 대한 시청시간이 차지하는 비율)이 30%를 초과할 수 없도록 제한하며, 방송사업자의 시청점유율은 해당 방송사업자의 시청점유율에 특수 관계자 등의 시청점유율(해당 방송사업자의 특수 관계자의 시청점유율 및 해당 방송 사업자가 주식 또는 지분을 소유하고 있는 다른 방송사업자의 시청점유율)을 합산하여 산정하고, 셋째, 신문사가 방송 사업을 겸영하거나 주식 또는 지분을 소유하는 경우 해당 신문의 구독률을 10% 안의 범위에서 시청점유율로 환산하여 해당 방송사업자의 시청점유율에 합산하며, 넷째, 시청

점유율 초과 사업자에 대하여 방송통신위원회가 방송사업 소유제한, 방송광고시간 제한, 방송시간의 일부 양도 등 필요한 조치를 명할 수 있도록 규정하였다.

방송법 외에 IPTV법 역시 개정되었는데, 핵심 개정 사항은 IPTV의 종합편성 및 보도 PP에 대한 대기업 및 신문(뉴스통신 포함)의 소유 지분 제한 및 해당 PP들의 외국인 소유 지분 제한을 완화한 것이다. 즉, 대기업, 신문, 뉴스통신이 종합편성 또는 보도에 관한 전문 편성을 하는 IPTV 방송 콘텐츠사업자의 주식 또는 지분 총수의 49%까지 소유가 가능하게 되었고, 외국자본이 종합편성 또는 보도에 관한 전문 편성을 하는 IPTV 콘텐츠사업자의 주식 또는 지분 총수의 20%까지 소유하는 것을 허용하였다. 방송법 개정 내용과 IPTV법의 개정 내용을 비교하면 기본적으로 IPTV 법이 특별법으로 ‘특별법 우선원칙’에 따라 IPTV에 진입하는 경우 49%까지의 지분획득이 가능하게 되었다는 것이다. 이는 규제 수준이 상대적으로 낮은 IPTV 법의 규정에 따라 IPTV를 활성화할 수 있을 것으로 기대된다.

법 개정에 의한 후속조치로는 방송통신위원회를 중심으로 6개의 주요 후속 조치 및 시행령 개정 작업이 이루어질 전망이다. 첫째로, 종합편성과 보도전문 채널 사업자 선정이 연내에 이루어질 것으로 알려져 있다. 현재까지의 논의로는 종합편성 채널은 2개, 보도 채널도 1-2개의 사업자가 선정될 전망이다. 둘째, 작년 헌법재판소의 헌법불합치 판결에 따라 한국방송광고공사의 독점적 미디어랩 체제에 경쟁이 도입될 전망이다. 지상파 방송광고 판매대행 시장에 민영미디어랩이 도입되어 경쟁체제로의 전환이 이루어질 전망이다, 다만 경쟁 유형이 완전경쟁 또는 제한 경쟁 체제 중 어떤 것으로 이루어지게 될 것인지는 불투명하다. 셋째, 지상파 방송과 종합유선방송사업자(SO)의 상호진입에 대한 규정이 마련될 전망이다. 특히 원소스 멀티유즈 시대의 도래에 따라 콘텐츠의 판매경로로서 플랫폼의 비중이 확대되기 때문에 콘텐츠 판매 촉진을 위한 우호 플랫폼 확보 차원에서 이루어질 전망이다. 넷째, 규제완화 차원에서 SO 및 승인 대상 프로그램공급사업자(PP)의 허가·승인 유효기간이 5년에서 7년으로 확대될 것으로 알려져 있다. 다섯째, 광고 중단, 허가유효 기간 단축 등의 명령기준과 절차 마련이 이루어질 전망이다. 언론에 대한 독과점 폐해를 막기 위해서 행정절차 상의 세부 규제조항을 마련하여 실효성 있는 규제가 되도록 하기 위함이다.

이러한 미디어법 개정에 의한 영향은 방송시장에 경쟁체제를 도입하여 생산성 제고와 더불어 새로운 부가가치 창출을 통해 고용증대와 방송시장의 성장을 도모할 수 있다는 것이다. 다만, 논쟁이 되는 것은 이러한 고용증대 및 성장이 내부적인 자원의 재배분이 될 것인지, 또는 새로운 추가성장을 이루어낼 것인지 여부이다. 그러나 인력의 재배분이든 또는 추가 고용이든 간에 별개의 영역으로 간주되던 시장에서의 배분이라도 하더라도 방송계에서의 노동 생산성 증대를 위해서는 규제 환경 변화에 대응하는 인력의 재교육(재배분의 경우) 또는 양성(신규 고용 창출) 정책의 마련이 필요하다.

3. 방송·통신 융합 추진¹²⁾

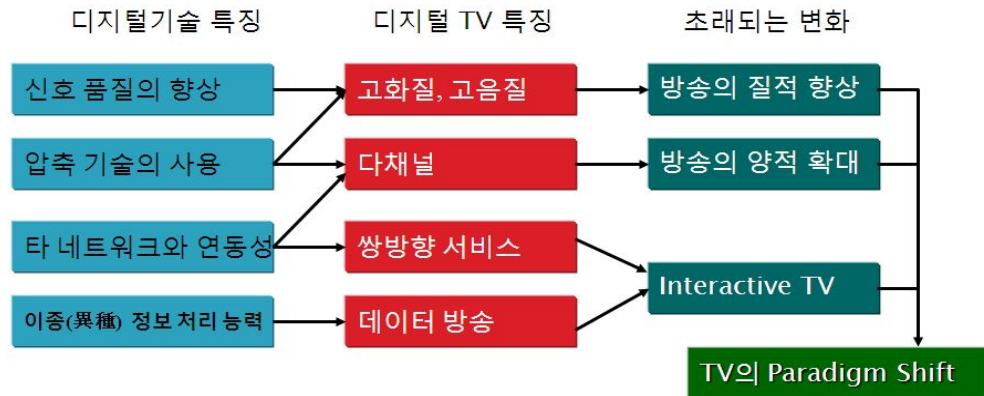
가. 방송·통신 발전에 관한 기본법 제정 공청회

2008년 11월21일 방송통신위원회가 방송과 통신의 융합 환경에 대응하기 위해 기존 방송법, 전기통신기본법 등에 분산되어 있던 방송통신의 기본적 사항들을 통합하는 내용을 담은 ‘방송통신발전에 관한 기본법’ 제정 공청회를 열었다. 이날 공청회에서는 방송통신기본법이 방송의 특수성을 반영하지 않은 방송법과 통신법의 기계적 결합이라는 지적과 함께 방통위가 여론 수렴 없이 서둘러 법 제정을 추진한다는 비판이 제기됐다.

방송통신위원회(이하 방통위)는 방송법, 전기통신기본법 등으로 나뉘진 방송과 통신 관련법을 2008년부터 2010년 이후까지 ▶기본법인 방송통신기본법 제정 ▶개별법인 방송통신사업법 제정 ▶기타 개별법의 통합법제 포함 등의 3단계를 거쳐 방송통신 통합법 체계로 전환할 예정이다. 방통위는 그 첫 번째 작업으로 2008년 11월21일 서울 효창동 백범기념관 대회의실에서 ‘방송통신발전에 관한 기본법’(이하 방송통신기본법) 제정 공청회를 열었다. 방송통신기본법은 방송통신의 정의·목적, 설비·기술 기준, 기금 관리 및 방송통신 진흥 등과 같은 방송통신의 기본 사항과 진흥 정책을 주 내용으로 한다. 이날 공청회에서는 방통위의 방송통신 기본법 제정에 대한 주요내용 발표와 학계, 방송·통신·인터넷·광고 업계에서 나온 패널들의 토론과 활발한 질의응답으로 진행됐다.

12) 한국전파진흥원 IT인재개발교육원(2009), 사후규제 조사입문과정 교재 재인용

<그림 2-16> 디지털TV 방송의 특징



나. 기본법+사업법 체계로 3단계 전환

방통위는 전기통신사업법과 방송법은 존치하면서 2008년도에 ‘방송통신기본법’을 입법하고, 2009년도에 전기통신기본법을 전기통신사업법과 전파법에 흡수시킬 예정이다. 2010년 이후 전기통신사업법, IPTV법, 방송법 일부를 흡수해 방송통신의 서비스 분류, 사업자 인허가, 경쟁촉진, 동일 서비스 동일 규제 및 사업자와 이용자의 권리·의무와 관련된 진흥·규제 사항을 담은 ‘방송통신 사업법’을 제정할 방침이다. 방송법은 지상파 방송 등의 특수성을 고려해 국회 등 각계 논의를 거쳐 방송통신 사업법 이외의 별도 법으로 나누고, 2010년 이후에는 전파법과 망법 등을 방송통신기본법이나 방송통신사업법에 편입할 계획이다. 방통위 관계자는 “방통위가 출범했지만, 방송과 통신의 개념이 이원화돼 새로운 융합환경에 대응하는 데 한계가 있고, 방송과 통신을 엄격히 구분하는 현행 법 제도로는 새로운 서비스를 규율하는 것이 어렵다”며 통합 이유를 밝혔다.

<표 2-11> 아날로그방송과 디지털방송과의 차이점

구분	아날로그방송	디지털방송
전송방식	VSB	QAM
영상품질	기존TV화질	고품질 화질
음성품질	기존FM수준	CD수준의 고품질
데이터저장	VCR	PVR (Hard Disk)
잡음	반사파, Ghost 현상	양자화 잡음
멀티미디어 서비스 호환성	곤란	가능

다. 방송·통신 개념 정의 및 방송통신위원회 역할 강화

방송통신기본법은 ‘방송’과 ‘통신’이 합쳐진 ‘방송통신’을 ‘유선·무선·광선 및 기타 전자적 방식에 의해 방송통신 콘텐츠를 송신하거나 수신하기 위한 일련의 활동과 수단’으로, ‘방송통신 콘텐츠’를 ‘유선·무선·광선 및 기타 전자적 방식에 의해 송신하거나 수신되는 부호·문자·음성·음향 및 영상’으로 정의한다. ‘방송통신 서비스’는 방송통신 설비를 이용해 방송통신을 할 수 있게 하거나, 이를 위해 방송통신 설비를 타인에게 제공하는 것으로 규정했다. 방송통신기본법은 사회적 공동체 형성, 건전한 방송통신 문화 창달, 기본적 방송통신 서비스 제공, 권익보호, 시청자·이용자 편익 증대 등 방송통신 정책의 기본방향을 담고 있다.

방송통신기본법에 따르면 방통위의 권한은 현재보다 넓어진다. 방통위는 매년 방송통신 관련 규제 합리화에 대한 계획을 수립·공표해야 하고(9조), 방송통신 산업 발전, 방송통신 콘텐츠, 방송통신 기술진흥, 이용자 보호, 방송의 공익성·공공성 등의 내용을 포함하는 방송통신기본계획을 수립하고(13조), 공정경쟁을 위해 방송통신 시장의 경쟁상황을 평가할 수 있다(17조).

방통위는 방송통신 콘텐츠 관련 기초기술 개발, 제작지원, 유통구조 개선, 건전한 이용 유도 등이 포함된 ‘방송통신콘텐츠 진흥계획’을 수립·시행해야 하고(20조), 방송통신발전기금을 설치해 방송 사업자로부터 매출의 6%와 통신사업자로부터 매출의 1%를 징수할 수 있다.

라. 방송에 대한 고려가 부족한 통신법

통신업계를 제외한 패널리 다수는 방송통신기본법에 대해 “방송의 특수성을 반영하지 않은 방송법과 통신법의 기계적 결합”이라고 비판했다. KBS 정책기획센터 관계자는 “언론으로서의 방송을 기술집약적 통신에 물리적으로 막연하게 집어 넣었다”며 “방송통신 정의도 기존 전기통신기본법의 통신의 정의에 방송이라는 단어를 추가한 수준으로, 방송의 핵심 개념인 편성과 공중(시청자)의 개념, 지상파의 공익성·공공성과 방송의 자유·독립 보장이 빠져 있다”고 지적했다. 그는 “방송 사업자와 통신 사업자를 ‘방송통신 사업자’로 규정해 통신 사업자에 대한 각종 규제가 거의 예외 없이 방송 사업자에게 전이돼 방송규제 강화는 물론 언론 자유 침

해의 소지가 있다”며 “49조 설비 보고·검사 조항은 전기통신사업법에서 통신 사업자에게 적용되던 것이다. 이를 그대로 적용하면 방통위 직원이 방송사에 들어와 서류를 검사할 수 있는데, 이는 언론에 대한 정부의 지나친 간섭으로 비취질 수 있다”고 지적했다.

케이블TV방송협회의 관계자도 “사업법의 모태가 되는 기본법의 너무 많은 부분이 기술 부분에 할애되어 있다. 지금도 정보통신부 시절처럼 설비경쟁을 계속해야 한다는 것인지, 방송과 통신 발전의 측면에서 서비스와 콘텐츠 진흥에 대한 애기는 없고 기술에만 초점이 맞춰져 있다”고 지적했다.

학계에서도 이런 의견에 동의를 표시했다. 한림대 언론정보학 교수는 “정책이념과 우선순위 설정에서 철학적 고려가 부족하다. 기존 방송법과 전기통신사업법이 규정하고 있는 정책이념을 포괄적으로 계승할 필요가 있고, 방송통신의 공익성이 분명하게 제시될 필요가 있다”고 말했다. 서강대 법학과 교수는 “통신보다 방송에 특이한 변수가 많은데 그 부분이 명시적으로 드러나지 않아 문제”라고 전제한 후, “방송통신기본법의 방송통신 콘텐츠는 전기통신기본법의 ‘유선·무선·광선 및 기타의 전자적 방식에 의해 부호·문언·음향 또는 영상을 송신하거나 수신하는 것’이라는 ‘전기통신’ 개념을 그대로 가져온 것이다. 콘텐츠는 방송에 익숙한 개념으로 부호들로 구성된 내용인데, 법안에 따르면 내용이 없는 사적 커뮤니케이션인 음성도 콘텐츠에 포함되므로 이 부분은 빼야 한다. EU나 영국은 수평규제를 하지만 음성 통신을 포괄하는 콘텐츠의 개념은 쓰지 않는다”고 밝혔다.

반면, 명지대 디지털미디어학과 교수는 “공공성 같은 방송의 특수성은 고려되어야 하지만 공익성·공공성의 개념이 약해지고 있고, 민간 사업자가 많아지는 상황에서 방송의 특수성을 다 반영하면 시장주의 질서와 양립하기 어려울 수 있다”고 말했다.

방송통신발전기금의 징수 범위를 통신 사업자(매출액 1%)보다 방송 사업자(매출액 6%)를 높게 책정한 것에 대한 문제제기도 이어졌다. KBS 관계자는 “지상파보다 매출 규모가 10배 많은 통신 사업자에게 적은 기금을 징수하는 것은 상식적으로 이해가 안 된다”며 “발전기금 징수의 취지는 초과이익 회수의 성격이 강한데, 지상파의 경영상황이 악화되고 2012년까지 디지털로 전환해야 하는 상황에서 적자가 발생할 경우 기금 징수를 유예하거나 면제하는 것을 검토할 필요가 있다”고 제안했다. 협회

사무직원도 “방송 사업자와 통신 사업자가 징수 기준이 다른 것은 불공정하다”며 “기준이 무엇인지 분명히 해야 한다”고 말했다.

마. 법 추진 시 충분한 의견 수렴

방송통신기본법 제정은 방송통신 체계를 바꾸는 중요한 과정임에도 다양한 의견 수렴 없이 법안이 급하게 추진되는 것에 대한 지적도 많았다. 방통위는 이날 공청회를 열 때까지 ‘기본법 TF’를 구성해 비공개로 논의했을 뿐 외부의 의견을 구하지 않고, 법안을 국회에 제출하였다. 한국인터넷기업협회 관계자는 “방송통신 기본법은 대단히 중요한데, 지나치게 서둘러 빨리 진행하고 있다”고 우려했고, KBS 관계자도 “초안이 나오고 공청회를 할 때까지 사업자들에게 아무런 통보도 없었고, 다양한 의견을 수렴해야 하는데 법을 검토할 시간이 부족해 유감이다”고 말했다.

최근에 국회에서 멀티미디어법(방송법, 통신법 등)이 가까스로 통과되었다. 아직 부족한 점이 많지만 더 이상 방송통신 융합 시대에 지체만하고 있을 수는 없기 때문에 이제부터 발전을 위한 서로의 양보와 이해가 필요한 시기이다.

제3장. 해외 방송·통신시장 규제기관의 사후규제 동향¹³⁾

제1절. 미국의 방송통신 분야 사후규제 현황과 동향¹⁴⁾

일반산업에 대하여 사업자의 불공정행위나 경쟁 제한적 행위를 규제하는 사후규제를 담당하는 기관은 일반적으로 각국의 공정거래위원회 등 경쟁규제기관들이다. 그러나 방송통신시장에 대한 사후규제는 그 산업의 특수성 때문에 대부분의 주요국가에서 전문규제기관이 주도적 역할을 담당하고 있다. 따라서 주요 외국의 방송통신분야 사후규제 동향을 살펴보기 위해서는 우선 각국의 전반적 규제체계가 어떠한지에 대해서 먼저 알아볼 필요가 있다. 여기에서는 미국, 영국, 일본 등 3개 국가에 대하여 방송통신분야의 전반적 규제체계를 시작으로 사후규제 담당 전문규제기관의 현황, 부서별 담당기능, 최근 동향 등을 살펴보기로 한다.

1. 미국 연방통신법의 특성과 최근동향

미국 연방통신법은 수직적인 규제구조를 가지고 있는데, 이는 어떠한 서비스는 그 서비스가 전송되는 물리적 네트워크와 일대일로 대응관계였던 특성에 따라, 일정한 네트워크와 서비스의 묶음에 대하여 다른 묶음과 구분되는 별도의 규제체계를 적용해왔음을 의미한다. 이는 <표 1>과 같이 미국 통신법의 구조가 별도의 서비스분야를 규제하는 Title이 별도로 분리되어 있는 것에서 볼 수 있다.¹⁵⁾

<표 3-1> 미국 통신법의 서비스 규제 분류

규제분류	Title II	Title III	Title VI
서비스	음성(voice)	음성(voice)	TV
물리망	유선	무선	케이블

13) 한국전파진흥원 IT인재개발교육원(2009), 사후규제 조사입문과정 교재 재인용

14) 김형찬외(2008)을 기초로 작성되었다.

15) 이상우 외(2007a) 43면 이하 참고

이후 무선전화서비스가 유선전화서비스를 대체하는 등의 현상이 발생하면서, 유사한 서비스가 서로 다른 규제 하에 놓이게 되는 문제가 발생하기 시작하였다. 따라서 최근에는 IP 환경이 도래함에 따라 동일한 서비스의 경우에도 제공하는 네트워크에 따라 규제정도가 달라진다는 것은 불합리하다는 문제의식이 제기되면서, 기존 수직적 규제체계의 한계를 극복하려는 시도가 나타나고 있다.

연방통신법의 Title 별 주요내용을 살펴보기로 한다. 먼저 Title I은 통신법 총칙에 해당하는 규정을 담고 있다. 예를 들어 어떠한 규제나 법규정의 집행이 피규제자에 대한 공정, 타당, 비차별을 보장함에 있어 불필요하거나 소비자 보호를 위해 필수적이지 않거나 그 적용을 보류하는 것이 공익에 부합하는 경우, 그러한 규제나 법규정의 적용을 보류한다고 규정함으로써 규제적용의 면제(Forbearance)를 명문화하고 있다. (제10조) 또 매 2년마다 모든 규제를 재검토하고 사업자간 의미 있는 경쟁의 결과 공익을 위해 규제가 더 이상 불필요하다고 판단되는 경우에는 해당 규제를 폐지 또는 변경한다는 규제개혁(Regulatory Reform)을 규정하였다. (제11조)

다음으로 Title II는 공중통신사업자에 대한 규제근거를 규정하고 있다. 그 주요내용을 살펴보면, 우선 모든 통신사업자에 대하여 상호접속의무를 부과하고, 기존시내전화사업자(ILECs)에게 재판매와 세분화된 망요소(UNE)의 제공을 의무화하고 있다. (제251, 252조) 또한 제253조에서 통신서비스의 제공을 금지하는 모든 주(State)와 지방정부의 법령이나 법적 의무를 무효로 규정함으로써, 각 주(State) 별로 보유되어왔던 주내 통신 진입규제 권한을 폐지함에 따라 장거리전화사업자 및 케이블사업자의 시내전화시장 진입이 가능해지게 되었다. 한편 BOC의 사업영역제한을 조건부로 철폐하여, 시내전화시장의 경쟁활성화와 관련한 14개 경쟁점검목록이 충족된 사업자에 한하여 독립된 자회사를 통하여 자신의 서비스 지역 내 장거리전화서비스를 제공 가능하도록 규정하였다. (제271조~제276조) 또한 공공서비스사업자가 케이블사업자에게 제공하는 전주, 도관, 관로 등의 설비를 통신사업자에게도 공정하고 비차별적으로 제공하도록 의무화함으로써 공동사용을 규정하였으며 (제224조), 보편적 서비스의 개념을 명시적으로 규정하고, 기금(USF)을 통한 보편적 서비스 지원의 메커니즘을 제도화함으로써 보편적 서비스를 명문화하였다. (제254조)

Title III은 무선과 관련된 FCC의 규제권한을 규정하고 있다. 무선국 분류와 면허체계, 주파수 대역 배분 등에 관한 FCC의 권한을 규정(제303조)하였으며, 무선국 시설 배분 및 면허기간 등 진입규제 관련 규정(제307조), 방송국 면허, 건설 허가 취소사유 규정(제312조) 등이 주요내용이다. 또한 Title IV에서는 절차 및 집행 규정을 담고 있는데, 통신법 및 FCC 명령집행에 대한 FCC의 관할권 및 FCC의 각종 행정명령 절차를 규정하고 있으며, (제401조, 제402조) FCC 결정에 대한 재심청구 관련 절차규정을 마련(제405조)하였다. Title V는 과징금 부과 등 벌칙과 관련된 사후규제 근거규정을 담고 있다. 통신법 위반에 대한 형벌, 벌금 및 몰수, FCC 규칙과 명령 위반에 대한 벌금 및 과징금 관련 규정(제501조~제504조)이 있다. 마지막으로 Title VI는 케이블TV사업자에 대한 요금규제 등 케이블사업자에 대한 규제근거를 제시하고 있는데, 케이블TV의 요금규제 규정을 개정하여 유효경쟁 지역에 대한 지역별 요금차별 금지규정을 완화하고, 유효경쟁이 달성되지 않은 지역에서는 다가구 주거지역에 대한 대량구매할인(bulk discounts)에 대한 약탈적 요금 금지규정을 신설하였다.(제623조) 또한 통신서비스사업자 등 기간통신사업자가 비디오 서비스를 전송(transmission)하는 경우 케이블 규제가 아닌 기간통신사업자 규제를 적용(제651조)하고, 시내전화사업자 및 그 계열사는 동일서비스 지역 내 케이블사업자의 지분을 10% 이상 직/간접적으로 보유할 수 없다는 케이블사업자-시내전화사업자간 상호지분보유/투자제한을 규정(제652조)하고 있다.

아래 <표2>는 이와 같은 Title별 주요내용을 정리하고 있다.

<표 3-2> 1934년 통신법의 구조 (1996년 통신법에 의한 수정 반영)

Title		내용		조항
I	총칙	목적 및 정의조항		Sec.1~ Sec.11
II	공중통신사업자 (Common Carriers)	Part I	공중통신사업자에 대한 규제	Sec.201~Sec.230
		Part II	경쟁시장의 형성	Sec.251~Sec.261
		Part III	BOCs에 대한 특칙	Sec.271~Sec.276
III	무선(Radio)	Part I	총칙	Sec.301~Sec.336
		Part II	선박의 무선장비와 무선국 운영	Sec.351~Sec.365
		Part III	상업 여객선의 무선설비	Sec.381~Sec.386
		Part IV	공중 정보통신설비에 대한 지원, 통신시범사업, 공공방송회사	Sec.390~Sec.399B
IV	절차 및 집행규정			Sec.401~Sec.416
V	벌칙			Sec.501~Sec.510
VI	케이블통신	Part I	총칙	Sec.601~Sec.602
		Part II	케이블채널의 사용과 케이블소유제한	Sec.611~Sec.617
		Part III	프랜차이징과 규제	Sec.621~Sec.629
		Part IV	보칙	Sec.631~Sec.641
		Part V	전화회사가 제공하는 비디오 프로그래밍 서비스	Sec.651~Sec.653
VII	보칙			Sec.701~Sec.714

수직적 규제체계의 문제점이 나타나면서, 미국에서도 이러한 문제를 해결하려는 노력이 있어왔다. 대표적으로 FCC의 컴퓨터 조사(Computer Inquiries) 사례를 들 수 있다.¹⁶⁾ 즉 FCC는 Computer Inquiry I, II, III를 통해 기본서비스(basic service)와 부가서비스(enhanced service)로의 분류체계를 만들어 낸 바 있는데, 이는 전송네트워크를 서비스로부터 구분함으로써 소위 수평적 규제 또는 계층규제(layered regulation)를 적용한 최초의 사례로 평가된다. 이미 살펴본 바와 같이 컴퓨터 프로시딩(proceeding) 이전의 미국 통신법은 수직적 규제체계에 따라 네트워크와 전송, 콘텐츠 부문에 대한 계층구분이 없었으나, 부가서비스가 등장함에 따라 이를 통신서비스와 구분하기 위해 계층이라는 개념을 도입하게 되었다. Computer Inquiries I 은 1996년 통신법 개정 이전에 통신산업과 데이터 산업간의 관계설정

16) 이상우 외(2007a) 44면~46면 참고

을 위해 FCC가 채택한 명령으로서, 데이터 서비스를 제공하는 사업자도 통신사업자와 동일한 규제를 따라야 하는지, 데이터 서비스만 제공하는 사업자와 데이터 서비스를 제공하는 통신사업자를 구분하여 차별적으로 규제를 적용해야 하는지를 중점적으로 논의하였다. 이어서 Computer Inquiries II은 부가통신사업자의 성장 촉진을 위해 기본서비스와 부가서비스를 구분하여 부가서비스의 탈규제를 시도하였다. 이어진 Computer Inquiries III은 Computer Inquiries II의 일부 의무를 완화하거나 확대하였다.

<표 3-3> Computer Inquiries 주요 내용

구 분	주요 내용
Computer Inquiries I	· Telecommunications Act 1996 제정 이전에 통신산업과 데이터산업의 관계를 설정하기 위해 FCC가 채택한 명령 · 데이터사업자의 통신사업자 규제, 데이터서비스사업자와 데이터서비스를 제공하는 통신사업자의 차별적 규제에 대한 논의가 중심
Computer Inquiries II	· 부가통신산업의 성장촉진을 위해 기본서비스와 부가서비스를 구분: 부가서비스의 탈규제 접근 시도 · 전화사업자의 부가서비스 진입을 허용하는 반면, 모든 부가서비스 사업자에게 비차별적으로 통신서비스를 판매할 의무를 부여함
Computer Inquiries III	· Computer Inquiries II의 일부 의무를 완화하거나 확대함 · 전화사업자의 부가서비스 진입을 원활하게 하기 위한 구조적 분리의무 철폐: 동등접속, 개방형 통신망 구조 · ONA(open network access)를 통한 지배적 전화사업자의 부가서비스 진입과 타 사업자와의 차별방지를 통한 공정경쟁환경 보장

다음으로 보다 최근에는 FCC의 VoIP 정책사례¹⁷⁾를 보면 수평적 규제체계의 시도동향을 엿볼 수 있다. 즉 인터넷 전화와 같이 IP 기반의 서비스(IP-enabled service)가 통신서비스(Title II 적용)로 분류되어야 하는가 아니면 정보서비스(Title I 적용)로 분류되어야 하는가의 문제이다. 수직적 규제체계에서는 서비스가 기능적으로 동일하더라도 기반이 되는 네트워크가 상이하면 각 서비스가 상호 독립적이라고 인식하고 상이한 규제체계의 적용을 받게 된다. 그러나 수평적 규제체계 하에서는 같은 서비스계층에 속하는 서비스는 기반이 되는 네트워크와 무관하

17) 이상우 외(2007a) 47면 이하 참고

게 동일한 규제체계의 적용을 받는 것이다. FCC도 동일서비스 동일규제라는 측면에서, 통신사업자가 제공하는 인터넷전화서비스와 인터넷서비스 사업자가 제공하는 인터넷전화서비스는 궁극적으로 동일한 서비스이기 때문에 동일한 수준의 규제를 받아야 한다는 입장을 나타냈다.

2. 방송·통신 사후규제 담당기관 및 역할

가. 방송·통신사후규제 담당기관

연방통신위원회(FCC)는 통신법에 의거, 유선과 무선을 이용한 통신에 있어 모든 주권 및 국제 통상을 규제할 광범위한 권한을 위임 받고 있다. FCC 내 집행국과 소비자보호국에서 방송통신시장에 대한 사후규제를 담당한다. 집행국(Enforcement Bureau)은 통신법, FCC 규칙, 명령 및 무선국 면허 약관조항의 집행 뿐만 아니라, 사업자에 대한 조사 및 분쟁해결이나 소비자 보호 등을 담당하는 가장 중요한 사후규제 조직이다. 또한 소비자보호국(Bureau of Consumer Protection)의 주요 업무는 사업자의 부당하고, 현혹적/기만적인 행위로부터 소비자를 보호하는 것으로, 법을 위반한 기업이나 개인을 조사 및 기소하고 소비자 보호를 위한 규칙을 제정하며 소비자 및 기업들에 대해 권리와 의무를 교육시키는 일을 담당하고 있다.

연방거래위원회(FTC) 경쟁국과 법무부 반독점국도 사후규제의 일정부분을 담당¹⁸⁾하기는 하나, 연방경쟁위원회법(Federal Trade Commission Act) 제45조에 따르면 오직 FCC만이 사실상의 통신영역 대부분을 차지하는 기간통신사업자(common carriers)를 규제할 수 있다. FCC와 FTC 간에 관할권 갈등이 있는 경우, 법원이 방향을 정해주거나 의회에서 입법을 통해 해소하는데, 미 법원은 DOJ와 FCC의 결정이 충돌하는 경우, FCC에 우선적 관할권(primary jurisdiction)을 부여하고 있다.¹⁹⁾ 그러나 통신사업자 중 가장 큰 비중을 차지하는 기간통신사업자와 관련된 쟁점은 FCC만이 처리하고 있어, 현실적으로 FCC와 FTC 간의 갈등소지는 매우 제한적이다. 예를 들어 최근의 Trinko 판결(2004)²⁰⁾에서 미연방대법원

18) 김정현 외(2007), 350면 참고

19) Case No. 00-0973-CV-W-5, Sprint Spectrum LP v. AT&T

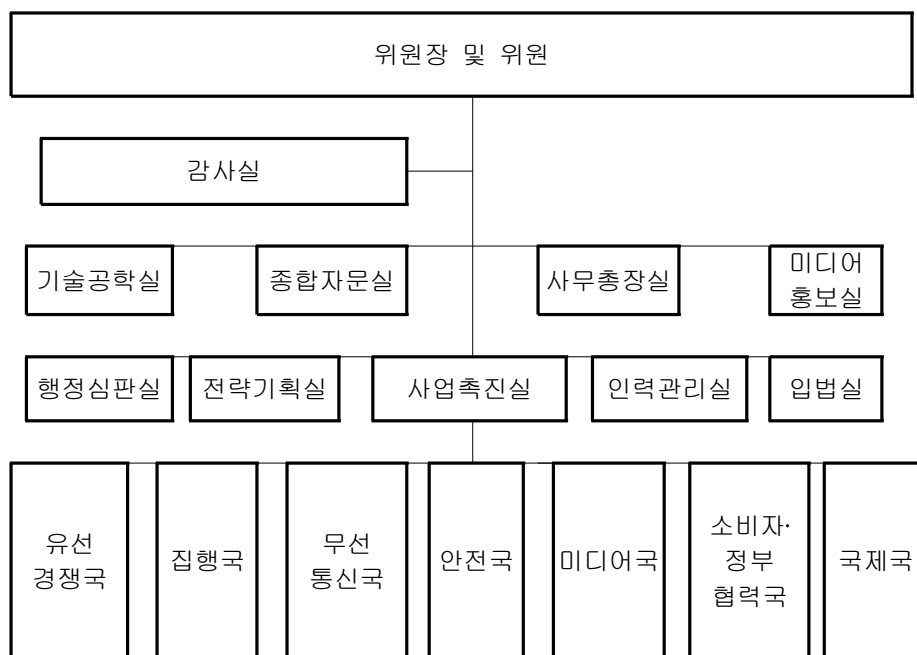
은 이미 망 개방 제도가 존재하고 있는 통신시장에 대하여는 반독점법상의 필수 설비원칙이 적용되지 않는다고 판시한 바 있기도 하다.

다음으로 미국의 각 주(state)에는 주 내(intra-state)의 전기통신설비 요율 및 서비스를 규제하기 위한 주공익위원회(PUC)가 존재한다. 통신법 제151조는 FCC가 주 간(interstate) 유무선 통신을 규제할 권한을 가지지만, 주 내의 통신서비스에 대한 규제권한은 PUC가 보유함을 규정하고 있다.

나. FCC의 조직구성과 부서별 기능

FCC는 <그림 3-1> 및 <표 3-4>와 같이, 위원회(Commission) 산하에 10개 실(office), 7개 국(bureau)이 있고, 각 실·국 별로 과(division)를 설치하고 있다.

<그림 3-1> FCC 조직도(국 이상)



20) Verizon Communications, Inc. v. Law Offices of Curtis V. Trinko, LLP (2004)

<표 3-4> FCC조직도(과 이하)

국(bureau)	과(division)
유선경쟁국	- 경쟁정책과, 요금정책과, 통신 액세스 정책과, 산업분석 및 기술과
무선경쟁국	- 경매 및 주파수 액세스과, 광대역과, 이동성과(mobility div.), 주파수 및 경쟁정책과, 주파수 관리자원 및 기술과
미디어국	- 방송면허정책실(비디오과, 오디오과), (방송)정책과, 산업분석과, 기술정책과
국제국	- 정책과, 위성과, 전략분석 및 협상과
소비자 및 정부업무국	- 정부간 업무실, 장애인권리실(disability right office), 소비자정책과, 소비자 조사 및 민원과, 소비자교육과(consumer affairs & outreach div.)
집행국	- 조사 및 청문회과, 분쟁조정과, 주파수집행과, 통신이용자과, 지역및 분야별 사무소
안전국	- 통신시스템 분석과, 정책과, 공중통신보급(outreach)및 운영과

자료: FCC 홈페이지

FCC에는 2002년 대규모 조직개편이 있었다. 2001년 3월 경영계획의 일환으로 조직 정비 방안을 추진하였으며, 2002년 3월 6국, 10실로 조직을 개편하였는데, 이는 국간 조직구조 표준화, 기능 분류에 따른 조직재편, 규제 및 업무량 변화 고려, 산업의 급속한 변화추세 등을 반영한 것이라고 발표되었다.²¹⁾ 조직 개편에 따른 주요 변화는 다음과 같다. 첫째, 대중매체국과 유선방송국을 통합하여 미디어국을 신설하여 이전 보다 1개국이 감소²²⁾되었다. 또 소비자 보호 기능을 소비자 및 정부업무국으로 통합하였으며, 각

21) Mary Beth Richards(Special Counsel to the Chairman), Report on FCC Reform, 2001.9.13. 이 보고서에서 다음과 같은 조직개편 원칙 언급

1. Develop a standardized organizational structure across the bureaus
2. Identify a principal deputy in each bureau
3. Move toward a functional alignment
4. Reflect changes in regulation and workload
5. Recognize that dynamic industry change will continue
6. Be able to adapt quickly to future changes
7. Minimize disruption to the agency doing its work, and
8. Use the reorganization to improve the technical and economic analysis in the decision making process

22) '06. 9. 25일자로 공공안전 및 국토안보국(Public Safety & Homeland Security Bureau)을 신설하여 공공안전서비스, 국토보안, 재난관리 등의 업무를 담당

국 내의 기능을 통합하여 과를 단순화하였다. 이에 따른 변화내용은 <표 6>과 같다.

<표 3-5> 조직개편에 따른 변화('02년 이전과 대비)

변경 전	변경 후
대중매체국(mass media bureau) Audio Services Div. / Enforcement Div. / Policy & Rules Div. / Video Services Div.	미디어국(Media bureau) - 방송면허정책실(비디오과, 오디오과), (방송)정책과, 산업분석과, 기술정책과, 통신 및 산업정보실
유선방송국 Consumer Protection & Competition Div. / Engineering & Technical Services Div. / Financial Analysis & Compliance Div. / Policy & Rules Div. / Government & Public Outreach Staff	
공중통신국(common carrier bureau) Enforcement Div. / Competitive Pricing Div. / Accounting Policy Div. / Accounting Safeguards Div. / Network Services Div. / Policy & Program Planning Div. / Industry Analysis Div./ Management Staff	유선경쟁국 (wireline competition bureau) - 경쟁정책과, 요금정책과, 통신 액세스 정책과, 산업분석 및 기술과
소비자 정보국: Consumer info. network Division/ Reference Information Center/ Consumer Education Office/ Strategic Information Office/ Disabled Rights Office/	소비자 및 정부 업무국(Consumer & Governmental Affairs Bureau) - 정부간 업무실, 장애인 권리실 (disability right office), 소비자정책과, 소비자 조사 및 민원과, 소비자교육과 (consumer affairs & outreach div.)

주: 각 부서의 과(division) 중에서 일반관리 기능 부서는 표시하지 않음

자료: FCC 홈페이지

CFR의 관련조항을 통하여 조직 구성의 특징을 볼 수 있는데, FCC에는 방송/통신의 영역별로 관련 정책/규제를 전담하는 부서를 두는 수직적 조직구분과, 소비자 등 이슈를 영역과 무관하게 종합적으로 전담하는 기능적 분류가 혼재되고 있다고 볼 수 있다. 즉 규제영역상 유선통신, 무선통신, 방송을 별도 국에서 담당하고 있되, 규제기능상으로는 집행국, 소비자국, 안보국, 국제국 및 각 실(office)로 구분되고 있다고 볼 수 있다. 특히 분쟁 및 민원처리(집행국), 이용자보호(소비자

및 정부업무국), 기술, 법률, 회계 등의 기능은 통합하여 별도 부서들이 담당하고 있음을 볼 수 있다. 이용자 민원처리와 관련하여 공식절차를 밟는 민원은 집행국이, 비공식 절차를 밟는 민원은 소비자 및 정부업무국이 1차 관할권을 가지며, 유선, 무선, 미디어국은 사안별로 이들 부서를 지원한다. <표 7>에서 보는 바와 같이 기능별 부서들이 담당하는 통신법 조항을 CFR에서 구체적으로 언급하고 부서간 업무관할권을 명시하고 있다.

<표3-6> FCC의 국별 기능

국(Bureau)	기능(functions)
WCB (유선경쟁국)	- CC 인허가 및 규제, 기타 관련 사항 일체 (무선 사업자 제외) 담당 - 위원회의 유선통신 부문 규칙제정 및 심결시 policy goals, objectives, programs and plans 등 개발 및 권고 - 규칙의 해석 및 유예 요청 처리 - 통신법 CC 관련 조항 집행(주간, 국제 통신서비스를 제공하는 CC의 요금, 행위, 분류 및 규제 등) - 서비스 및 설비 인허가(RBOC 장거리 진입허가 포함) - ILEC 회계 규칙 및 정책방향 수립 및 집행 - Advanced telecommunications capability의 보급수준 검토 및 보급 촉진 정책 수립 - 유관기관과의 협력; 이용자의 비공식적 민원 처리 및 기타 일반적인 이용자 inquiries 관련 이슈 발생시 소비자국(Consumer & Gov. affairs bureau) 지원 - 통신법에 위원회 기능으로 규정된 사항(§0.331항의 유예 조항 제외) 수행 - 유선통신시장에 영향을 미치는 다른 office/bureau의 명령제정, 정책결정 등에 대한 검토, 협력 - 공공안전, 국토 방위, 재난 관리 등과 관련하여 Public safety and Homeland security Bureau와 협력
WTB (무선통신국)	- 모든 국내 무선통신서비스 사업자 및 사업권자(위성사업자 제외) 규제 - 위원회 활동지원(무선통신 부문의 인허가 및 규제관련, 무선통신사업자의 행위가 유선부문에 영향을 미치는 경의 WCB와 협의 등) - 무선통신 인허가 및 규제, 기타 관련 사항 일체 - 위원회의 유선통신 부문 규칙제정 및 심결시 policy goals, objectives, programs and plans 등 개발 및 권고 - 주파수 관리(주파수 경매 주관부서) 및 경매 이슈에 관하여 타 부서 지원 - 무선통신서비스 관련 규제 집행, CMRS 및 PMRS(Private Mobile Radio Services)관련 policies, programs and rules for regulation

	- 무선통신 관련 법, 규제, 관할권 관련 질의 등에 대한 응답 - 이용자의 비공식적 민원 및 기타 일반적인 이용자 inquiries 관련 이슈 발생시 소비자국(Consumer & Gov. affairs bureau) 지원 - 무선 안테나 구조물 관련 CFR part 13 및 17 관리 - 무선 통신에 관한 조약체결 및 국제 컨퍼런스 개최시 국제국과 협력 - 공공안전, 국토 방위, 재난 관리 등과 관련하여 Public safety and Homeland security Bureau와 협력
미디어국 (Media Bureau)	- 미국 내 미디어서비스(지상파, 케이블, 라디오, 위성 서비스, MVPD) 정책 및 규제 집행 - 미디어 서비스 면허 부여, 이전, 갱신 관리(AM, FM, TV, 케이블 및 기타 서비스), 규칙제정, 조사/분석 등 - 다음과 같은 규칙 및 정책의 관리 및 집행 1) 라디오, TV 방송 2) 케이블 TV 시스템, 사업자, 서비스 (요금, 기술표준, 소유, 케이블 시스템간 경쟁, 재전송, PAR, 채널 거래, 연방/주/자치정부 간의관계 등 3) Open video systems 4) 위성, MMDS(Multichannel Multipoint Distribution Service), 공중파 tv 수신장비의 수신제한 규제 5) 장애인에 대한 비디오 프로그램 접근 6) 위성 이용자 방송서비스(DBS, DTH, DARS)의 사후 면허부여(post-licensing) - 이용자의 비공식적 민원 처리 및 기타 일반적인 이용자 inquiries 관련 이슈 발생시 소비자국(Consumer & Gov. affairs bureau) 지원 - 통신법에 위원회 기능으로 규정된 사항(\$0.283항의 유예 조항 제외) 수행
소비자국 (Consumer and Government Affairs Bureau)	- FCC 활동에 대한 일반의 이해증진 및 유관기관과의 협력: 이용자 교육 정책 및 절차 관련 규칙제정 권한을 보유하고, 대중의 FCC 활동 참여와 관련된 모든 활동의 1차적인 권한(primary responsibility) 보유 - 위원회 활동 지원 (이용자 및 정부관련 사안의 정책개발, 협력, 규칙 제정 등) - 이용자 이슈에 관하여 연방, 주, 자치 정부 및 업계와 협력 - 이용자 및 정부관련 사안 발생시 타부서 지원 - 업계, 타부서, 언론 및 소비자국 내부의 비공식 이용자 민원 자료 등에 나타난 이용자 관련 정보 수집 및 분석 - 이용자에게 FCC 규칙, 제안, 행사에 관련된 정보 제공 및 FCC 규칙제정 과정에 이용자 참여 촉진 - 비공식적 이용자 민원에 대한 - FCC 규제 프로그램에 대한 이용자 교육 - FCC 기록에 대한 공식적인 관리

집행국 (Enforcement bureau)	- 통신법, 기타 통신관련법, FCC 규칙, 명령, 인허가 등을 집행하는 부서 - 통신법 제208조에 근거한 CC(유선, 무선, 국제사업자)에 대한 소 (訴, complaints) 처리 * Consumer & Gov. affairs bureau가 1) CC(유선, 무선, 국제)에 대한 이용자의 비공식적 불만처리, 2) 무선사업자 면허, 3) 장애인 이용자의 통신 서비스 또는 장비 접근에 대한 비공식적 민원 관련 사안에 대한 1차적인 권한(primary responsibility)을 보유함 * 국제국(International Bureau)가 국제정산 규칙 및 정책에 대한 1차적인 권한을 보유함 - 통신법 title II에 규정된 FCC의 관할권과 관련된 non-CC 행위에 대한 소 처리 * Consumer & Gov. affairs bureau가 non-CC에 대한 이용자의 비공식 민원 처리에 대한 1차적인 관할권(primary responsibility) 가짐 - 통신법 225조 및 255조 관련 장애인의 통신 서비스 및 설비 접근 관련 공식 소 처리 - 통신법 제302조 및 333조 관련 무선 인터페이스, 무선 장비 및 단말장치 관련 소 처리 * Office of Engineering and Technology가 무선 장비 및 단말장치 관련 사안에 대한 관할권 공유 - FCC 관할하의 외설적 통신(indecent telecommunications)에 관한 법/규칙 조항관련 소 처리 - 통신법 303조(q)의 무선 전송 철탑(tower)관련 소 처리 * 무선국은 철탑 등록 프로그램 담당 - 어린이 텔레비전법(Children's Television Act) 제102조와 관련된 공중파 및 케이블의 아동용 프로그램 commercial limits에 관한 소 처리 * 미디어국에서 지상파tv renewal시 관련 사항 집행 권한 보유 - 통신법 제301조 위반을 포함한 허가받지 않은 설비의 구축 및 운영 관련 소 처리 - 통신법 제325(a) false distress signal 관련 소 처리 - 통신법 title III 면허 및 인가 관련 소 처리 * 미디어국이 공중파, 케이블, 기타 MVPD 사업자들의 어린이 tv 프로그램 관련 의무, 정치성 관련 사항, 고용평등 관련 사항 등에 관한 소 처리의 1차적인 관할권(primary responsibility)을 보유함 - 통신법 제224조 pole attachment 관련 소 처리 - FCC 규칙 part76의 multichannel video 및 케이블 tv 서비스 관련 소 처리
-----------------------------	--

자료; 47CFR Ch.1 해당부분

3. 사후규제 근거법규 현황

앞서 언급한 바와 같이, 통신법 제403조에 의거, FCC는 통신사업자의 법령 준

수 여부에 관한 조사를 주도할 수 있는 광범위한 권한을 가진다.²³⁾ FCC는 통신법에 의거하여 내려진 모든 명령을 고의로 이행하지 않거나 준수하지 않는 모든 통신사업자, 공무원, 대표자, 통신사업자 대리인 또는 수신자, 위임자, 임차인 또는 이들의 대리인에게 매 위반 시마다 US \$12,000의 벌금을 부과할 수 있다. 또한 연방거래위원회법(FTC Act, 1914) 제45조²⁴⁾에 따르면 통신시장의 대부분을 차지하는 기간통신사업자(common carriers)²⁵⁾에 대한 규제권한은 FCC에 부여되어 있다. M&A 사안은 FCC와 FTC가 공동의 규제권한을 가지나, 통신사에 대한 최종적인 M&A 승인 권한은 FCC의 관할에 속한다.²⁶⁾ 특히 FTC는 경쟁에 미치는 영향을 심사하지만, FCC는 그보다 넓은 범위에서 공익(public interest)에 미치는 영향을 심사하게 된다. 이하에서는 연방통신법상 사후규제 관련 조항의 상세내용을 정리하고자 한다.

첫째로, FCC의 사후규제 관할권에 대해서는 다음과 같이 규정되어있다.

제401조 [47 U.S.C. 401] 법 및 연방통신위원회 명령을 집행하는 관할권

(a) 누군가가 이 법 규정을 준수하지 못하였거나 위반하였음을 주장하는 연 방통신위원회의 요청에 따라 미국 법무부장관이 신청을 하면, 미국 연방 지방법원은 그러한 자에게 이 법 규정을 준수할 것을 명령하는 직무명령장(writ of mandamus)을 발할 관할권을 가진다.

(b) 연방통신위원회의 명령이 유효할 때 누구든지 금전의 지급 이외에 이를 준수하지 못하거나 무시하는 경우, 그에 의해 손해를 입은 자, 연방통신위원회 또는 법무부장관에 의한 연방정부는 그러한 명령의 집행을 위하여 미국 연방의 적절한 지방법원에 제소할 수 있다. 청문회 후 법원이 그러한 명령이 정상적으로 이루어졌고 적법하게 송달되었으며 그러한 자가 그러한 명령을 준수하지 않고 있다고 판단하는 경우, 법원은 그러한 자나 그 자의 임직원, 대리인이 더 이상 그러한 명령 위반을 하지 말고 명령을 준수하도록 하는 금지명령(writ of injunction) 내지 기타 강제적 또는 적절한 명령을 집행하여야 한다.

(c) 연방통신위원회의 요청이 있을 때 연방통신위원회가 신청할 수 있는 관할의 연방 지방검사가 연방 법무부장관의 지휘를 받으며 이 법 규정의 집행과 그 위반의 처벌을 위하여 적절한 법원에 모든 필요한 절차를 시작하고 기소할 의무가 있으며, 그러한 기소의 모든 비용은 연방 법원의 비용으로 배정된 예산에서 충당되어야 한다.

23) 김희수 외(2007b) 187면 이하 참고

24) 연방거래위원회 법 제45조 (위법한 경쟁의 불공정한 수단) (2) 연방거래위원회는 본 법 제57a(f)(3)조에서 기술한 은행, 수여신기관, 연방신용기관, 통상을 규제하는 법의 적용을 받는 기간통신사업자, Title 49의 subtitle VII part A 에서 규정한 국내외 항공을 제외하고 개인이나 파트너십 또는 기업이 경쟁에 있어 불공정한 수단을 사용하거나, 불공정하고 기만적인 행위를 하는 것을 금지시키기 위한 권한을 받아 지시할 수 있다.

25) 통신법은 “기간통신사업자”의 개념을 따로 정의하고 있지 않으나, 법원이 이 용어를 ‘약관에 따라 모든 이해당사자에게 서비스를 제공할 수 있는 것을 자체적으로 보유한 개체’로 해석하고 있음(Ovum 2007, 163면)

26) 김희수 외(2007b) 69면 참고

두 번째로, FCC의 조사권과 통신사업자간 분쟁해결권한에 관해서는 다음과 같이 규정되어있다. FCC에게 연방통신법 규정의 집행에 관한 어떠한 사건이나 사안에 대하여서도 언제든지 스스로 조사를 할 수 있게 함으로써, 매우 포괄적이고 강한 규제권한을 부여하고 있다.

제403조 [47 U.S.C. 403] 연방통신위원회의 자발적인 조사

- 연방통신위원회는 이 법에 의하여 연방통신위원회에 이의제기가 허용되거나, 또는 이 법 규정에 의하여 문제가 제기될 수 있거나, 또는 이 법 규정의 집행에 관한 어떠한 사건이나 사안에 대하여서도 언제든지 스스로 조사를 할 권한을 가진다. 연방통신위원회는 금전의 지급명령을 제외하고는 조사가 이루어지는 사안에 대하여 명령을 내리고 이를 집행할 권한을 포함하여, 이 법 규정에 의하여 이의신청이 제기된 것과 마찬가지로의 권한을 가지고 자발적인 조사 절차를 진행할 수 있다.

제208조 [47 U.S.C. 208] 연방통신위원회에 대한 신고

- (a) 누구든지, 어느 정치적 또는 지방조직, 주 위원회라도 이 법의 적용을 받는 어느 기간통신사업자가 이 법 규정을 위반하여 어떤 것을 하였거나 하지 아니한 사실을 간략히 기술하여 연방통신위원회에 신고할 수 있다. 연방통신위원회가 신고 내용을 해당 사업자에게 송부하면 사업자는 연방통신위원회가 지정한 합리적 기간 내에 위 신고내용을 충족하든지 아니면 서면으로 동 신고에 응답해야 한다. 이 기간통신사업자가 주어진 기간 내에 발생하였다고 주장되는 손해에 배상을 할지라도 사업자는 신고의 대상이 된 특정 법 위반에 대하여서만 신고인에 대한 책임으로부터 면제된다. 그 사업자가 주어진 기간 내에 신고를 만족시키지 못하거나 신고내용을 조사할 합리적 사유가 있는 것으로 보이는 경우에, 연방통신위원회는 적절하다고 판단하는 방법과 수단으로 신고 내용을 조사할 의무가 있다. 신고자에 대하여 직접 손해가 없다는 이유만으로 신고는 기각되지 아니한다.
- (b) (1) (2)에 규정된 경우를 제외하고는, 연방통신위원회는 동 조에 의한 요금, 분류, 규칙, 운영의 조사와 관련하여 신고일로부터 5개월 내에 조사를 종결하는 명령을 내려야 한다.
- (2) 이 항의 시행일 이전에 개시된 조사와 관련하여 연방통신위원회는 동 시행일 후 12개월 이내에 조사를 종결하는 명령을 내려야 한다.
- (3) (1) 또는 (2)에 의하여 조사를 종결하는 명령은 최종적이고 제402조 (a)항에 따라 재심을 청구할 수 있다.

FCC는 또한 504조에 의거하여 다음과 같이 과징금을 부과할 권한을 보유하고 있다.

제504조 [47 U.S.C. 504] 과징금 관련 규정

- (a) 이 법에 규정된 과징금은 연방의 국고에 산입되며, 이 법 제503조 (b)항 (3)호에 의하여 결정되는 과징금에 대하여 달리 규정한 경우를 제외하고는 해당자 또는 사업자가 주사무소를 두거나 그 사업자의 회선이나 시스템이 통과하는 연방의 지방 관할에서 연방의 이름으로 민사소송(civil suit)에 의하여 징수될 수 있다. 단, 이 법 규정에 따라 부과된 과징금의 징수를 위한 소송은 처음부터 다시 시작되는 재판이어야 한다. 또한 선박물수의 경우에는 그 선박이 도착 또는 출항하는 지역의 관할에서 해사사건(libel)으로 징수될 수 있다. 그러한 과징금은 여타 일반 또는 특별 벌칙에 추가적인 것이다. 이 법에 의한 과징금의 징수를 위하여 연방 법무부장관의 지휘 하에 기소하는 것은 각급의 지방 검사의 의무이다. 그러한 기소의 비용은 연방법원의 배정예산에서 지급되어야 한다.
- (b) 이 법 Title II, Title III의 Part II, Part III, 제503조 (b)항에 적용을 받아 부과된 과징금은 타당한 사실 확인 방법과 관련 규칙에 의해서 연방통신위원회에 의하여 면제나 경감될 수 있으며, 이미 소송이 제기된 경우 연방통신위원회의 요청에 따라 법무부장관은 그러한 과징금을 징수하기 위한 기소의 중지를 지시해야 한다. 단, 관할권 있는 법원이 결정한 후에는 과징금의 면제 또는 경감은 허용되지 아니한다.
- (c) 연방통신위원회가 이 법에 의하여 과징금을 부과하는 명백한 책임통지를 발령하였을 경우, 그러한 사실은 연방통신위원회에서 이루어지는 어떤 절차에서 그러한 통지가 발급된 자에게 불리하게 사용될 수 없다. 단, (i) 과징금이 이미 납부되었거나 또는 (ii) 관할권 있는 법원이 과징금의 납부를 명하였고 그러한 명령이 확정된 경우에는 예외로 한다.

제2절. 영국의 방송통신 분야 사후규제 현황과 동향

1. 영국 방송·통신 규제체계의 동향

영국은 2003년 7월 통신법(Communication Act 2003)을 개정하고 동년 12월 통합 규제기관인 Ofcom을 설립하여 EU국가 중에서 가장 먼저 방송통신 분야의 수평적 규제체계를 마련하였다. 2003년 통신법 제정 이전까지 통신법(1984)-방송법(1990 및 1996)의 양분된 법체에 따라 수직적 규제를 적용하였으나, 2003년 통신법 개정으로 콘텐츠를 제공하는 모든 네트워크를 전자통신네트워크²⁷⁾ 개념으로

27) 통신법(2003)은 방송과 통신의 구분 없이 네트워크 부문을 전자통신네트워크(Electronic Communications Networks), 전자통신서비스(Electronic Communications Service), 관련설비(Associated Facilities)로 구분하였다. 개념상 '전자커뮤니케이션 네트워크'는 전송정보유형과 무관하게 망을 통한 기본적인 전송서비스를 의미하고, '전자커뮤니케이션 서비스'는 전자커뮤니케이션 네트워크를 통하여 신호를 전송하는 전송계층에 해당하는 서비스를 의미하며 콘텐츠 범주는

포괄하고 콘텐츠 계층은 별도 분리하는 방식으로 방송과 통신을 네트워크-콘텐츠 계층의 수평적 구조로 분리하여 계층별 규제로 단일화한 것이다. 다만 통신법(2003)은 네트워크 부문의 진입 및 경쟁관계, 방송서비스의 전송관련 사항을 규율하는데 중점을 두고 있고, 내용규제에 관한 사항은 기존 방송법을 적용하고 있다.

통합규제기관인 Ofcom은 통신법 및 방송법에 근거하여 방송통신의 전송 및 콘텐츠와 관련된 사전-사후규제 전반을 관할한다.

<표 3-7> 영국의 방송통신 규제체계

서비스		통신	방송통신 융합	방송
기존법령		통신법(1984)	-	방송법(1990, 1996)
융합법	콘텐츠	-		방송법
	네트워크	통신법(2003)		
정책기구		통상산업부(DTI)		문화미디어체육부(DCMS)
규제기구		OFCOM		

자료: 김희수 외(2007) p.154

Ofcom의 방송통신 시장 규제는 EU 규제체계에 맞추어 시장을 확정하고 경쟁 상황을 평가하고, 시장지배력(SMP)이 존재하는 시장에 한하여 추가적인 사전규제 의무를 부과하는 방식을 적용하고 있다.²⁸⁾ 네트워크 사업자에 대한 규제 의무는 사업자 허가조건의 형태로 부과되는데, 허가조건은 모든 전송사업자에게 부과되는 일반허가조건(general condition)과 SMP 사업자에 부과되는 SMP조건 (SMP condition)으로 구분된다. 일반허가조건에는 통신법 제51조~제75조의 접근제공, 보편적 서비스 제공, 소비자 권익보호 등이 포함되어 있고, SMP 허가조건에는 일반 조건에 추가하여 통신법 제78조~제93조의 네트워크 접속제공의무, 네트워크 접속료 의무, 소비자보호 의무 등에서 강화된 의무를 부과한다.²⁹⁾ Ofcom은 이들 통신법 규정에서 정한 권한과 절차에 따라 구체적인 개별 규제방안을 제정할 수 있다.

또한 Ofcom은 통신법(2003) 제3부에 근거하여 방송분야에 대한 규제권한도 행

제외한다. ‘관련설비’는 전자통신 네트워크 및 서비스를 제공하거나 정보사회서비스 또는 콘텐츠 서비스를 지원하는 서비스를 의미함. 자세한 사항은 이상우(2007a) pp.121-127 참조

28) EU의 시장획정 권고안, 시장획정 및 SMP 가이드라인을 준용한다.

29) 이상우 외(2007a) p.120.

사한다. 통신법(2003) 제3부는 방송서비스를 ‘불특정 다수에게 TV, 라디오 프로그램을 송신하는 서비스’로 정의하고³⁰⁾, 공영방송(BBC)과 독립TV서비스(independent television service)를 구분하여 사업자 분류, 면허부여, 관련 의무 등을 규정하고 있다. 독립TV서비스는 다시 i) 전파를 이용하여 전송+콘텐츠 형태로 제공되는 전통적인 방송서비스 그룹, ii) 순수 콘텐츠에 해당하는 서비스, iii) TV 관련 전송서비스 등 7개의 세부 서비스로 구분된다.³¹⁾ 이전까지 ‘TV 방송’이라는 용어가 TV라는 플랫폼을 통해 전달되는 콘텐츠만을 가리키는 개념이었다면 통신법(2003)에서는 케이블, 위성, 브로드밴드 등 새로운 기술에 의해 제공되는 콘텐츠 계층의 유사TV(TV-like) 서비스 규제를 위해 다양한 전송플랫폼에 콘텐츠를 제공하는 텔레비전 서비스에 신규 면허를 도입한 것이 특징이다.³²⁾

영국 통신법은 <표 3-8>에서와 같이 6부 411개 조항 및 19개 부칙(총 590쪽)으로 구성되어있다.

<표 3-8> 영국 통신법의 구성

제1부 Ofcom 역할(1-31조)
제2부 네트워크, 서비스, 그리고 전파
제1장 전자커뮤니케이션 네트워크와비(32-151조)
제2장 주파수의 이용(152조-184조)
제3장 분쟁과 항소(185조-197조)
제3부 텔레비전 및 라디오 서비스
제1장 BBC, C4C, 웨일즈 위원회와 게일어 미디어 서비스(198조-210조)
제2장 독립 텔레비전 서비스에 대한 규제구조 (211-244조)
제3장 독립 라디오 서비스를 위한 규제기구 (245-262조)
제4장 규제조항 (263조-347조)
제5장 미디어 소유와 감독 (348-357조)
제6장 텔레비전과 라디오 서비스에 대한 기타 조항(358-362조)
제4부 텔레비전 수신 면허 부여 (363-368조)
제5부 커뮤니케이션 시장에서의 경쟁
제1장 경쟁법령에 의거한 OFCOM의 역할 (369-372조)
제2장 미디어의 합병 (373-389조)
제6 부 기타 조항과 추가 조항(390-411조)

30) 영국 통신법(2003) 제32조(7항)은 콘텐츠 서비스를 ‘전자통신망을 통해 전송되는 신호로 구성된 자료의 제공 및 편집 등을 포함하는 서비스’로 정의함

31) 전통적인 방송서비스에는 텔레비전방송서비스(television broadcasting service), 제한된 텔레비전 서비스(restricted television service)등이 포함되며, tv관련 순수 콘텐츠 서비스(또는 1그룹 서비스)는 TLCS(Television Licensable Contents Service), 디지털텔레비전프로그램서비스(digital television programme service), 디지털추가 텔레비전 서비스(digital additional television service) 등을 포함함. 마지막으로 tv 관련 전송서비스(2그룹 서비스)는 추가적인 tv 서비스(additional television service), TV 멀티플렉스서비스(television multiplex service)로 구분됨. 이상우 외(2007a) pp.121-127.

32) 이상우 외(2007a) pp.126-127.

통신법 제1부는 규제기관인 Ofcom의 일반 의무와 권한, 콘텐츠위원회 (Contents Board)의 구성, 기타 규제수행에 있어 Ofcom의 규제권한과 집행기준 등을 아래와 같이 규정하고 있다. 특별히 Ofcom의 주요 의무로서 커뮤니케이션 사안과 관련하여 시민의 권익을 증대하는 것과 경쟁을 장려함이 적절한 경우, 관련 시장의 소비자 권익을 증대하는 것 등 두 가지를 들고 있음을 볼 수 있다.

※ 영국 통신법 제3조 OFCOM의 일반적 의무

(1) OFCOM의 역할 수행에 있어, 다음은 OFCOM의 주된 의무이다.

- (a) 커뮤니케이션 사안과 관련하여 시민의 권익을 증대하는 것,
- (b) 경쟁을 장려함이 적절한 경우, 관련 시장의 소비자 권익을 증대하는 것

(2) 소항 (1)에 따라 OFCOM이, 그 역할을 수행함에 있어, 보장해야 하는 것들에는 특별히 다음이 포함된다.

- (a) 전자기 스펙트럼 (electro-magnetic spectrum)의 무선전신사용의 최적화,
- (b) 영연방 전역에 걸친, 전파 커뮤니케이션 서비스의 폭 넓은이용 가능성,
- (c) 영연방 전역에 걸친, 높은 품질을 가지며 다양한 흥미와 취향에 호소할 만한, 텔레비전과 라디오 서비스의 폭 넓은 이용 가능성,
- (d) 서로 다른 텔레비전과 라디오 서비스 제공자를 위한 다원성의 충분한 유지,
- (e) 텔레비전과 라디오 서비스의 경우에 있어, 공공의 구성원에게 그와 같은 서비스가 제공하는 유해하고 무례한 내용에 대해 적절한 보호를 제공하는 표준 적용
- (f) 텔레비전과 라디오 서비스의 경우에 있어, 공공의 구성원과 모든 사람에게 다음에 대해 적절한 보호를 제공하는 표준 적용
 - (i) 그와 같은 서비스에 포함되는 프로그램에 존재하는 부당한 처우
 - (ii) 그와 같은 서비스를 위해 수행되는 활동의 결과로 발생하는 부당한 사생활 침해

다음으로 제2부(‘네트워크, 서비스, 그리고 주파수’)는 방송·통신 네트워크에 대한 단일한 액세스 규칙을 규정하며, 이는 모든 네트워크에 수평적으로 적용된다. 이 규정은 EU 신규제체계의 규정을 반영하여 모든 방송통신 네트워크를 전자커뮤니케이션 네트워크 및 서비스로 구분하고(제32조), 관련 규제사항, 규제의 적용절차 및 대상, 적용시 고려사항 등을 아래와 같이 상세히 기술하고 있다.

※ 영국 통신법 제32조 전파 커뮤니케이션 네트워크와 서비스 개념

(1) 본 법에서 “전파 커뮤니케이션 네트워크”는 다음을 의미한다.

- (a) 전기, 자기, 혹은 전자 에너지를 이용하거나, 모든 종류의 신호를 이용 수단으로 하는 전송 시스템, 그리고
- (b) 그와 같은 시스템을 제공하거나 그것과 관련을 갖는 개인이, 신호의 전송을 위하여 사용하는,
 - (i) 시스템을 구성하는 장치,
 - (ii) 신호의 변환과 송신을 위해 사용되는 장치,

(iii) 소프트웨어와 저장된 데이터 (2) 본 법에서 “전파 커뮤니케이션 서비스”는 전파 커뮤니케이션 네트워크를 수단으로 하는 신호의 전송으로 이루어진, 혹은 그것이 주요 기능인, 서비스를 의미한다. 다만, 콘텐츠 서비스는 제외한다. (3) 본 법에서 “관련 설비”는 다음의 설비를 의미한다. (a) (설비를 사용 가능하도록 하는 개인에 의해 제공됨과 상관없이) 전파 커뮤니케이션 네트워크나 전파 커뮤니케이션서비스의 이용과 관련하여 사용 가능한 설비, 그리고 (b) 다음을 위한 설비, 즉 (i) 네트워크 혹은 서비스의 제공을 가능하게 하는, (ii) 네트워크 혹은 서비스를 수단으로 하는 기타 서비스의 제공을 가능하게 하는, (iii) 그와 같은 기타 서비스를 뒷받침하는 설비 (4) 본 법에서, (a) 전파 커뮤니케이션 네트워크의 제공이라 함에는 그것의 설립, 유지, 그리고 운영이 포함된다. (b) 한 명 혹은 그 이상의 개인이 또 다른 개인의 지휘와 통제하에 네트워크 혹은 서비스의 제공을 위해 고용되거나 관여하는 경우, 전파 커뮤니케이션 네트워크 혹은 전파 커뮤니케이션 서비스를 제공하기 위해 고용되거나 관여하는 개인이라 함은, 지휘와 통제를 하는 다른 개인으로 한정된다. (c) 한 명 혹은 그 이상의 개인이 또 다른 개인의 지휘와 통제하에 설비 등을 이용 가능하도록 하기 위해 고용되거나 관여하는 경우, 관련 설비 등을 이용 가능하도록 하기 위해 고용되거나 관여하는 개인이라 함은, 지휘와 통제를 하는 다른 개인으로 한정된다. (7) 소항 (2)에서 “콘텐츠 서비스”는 다음의 하나 혹은 모두로 구성되는 서비스만을 의미한다. (a) 전파 커뮤니케이션 네트워크를 수단으로 전송되는 신호를 구성하는 내용의 제공 (b) 그와 같은 네트워크를 수단으로 전송되는 신호의 내용에 대한 편집 통제의 행사
--

또한 네트워크 관련 규정은 일반규정, 접근관련 규정, 보편적서비스 규정, SMP 규정, 집행 규정 등을 포함하고 있는데, 그 주요 규정은 다음 <표 3-9>와 같다.

<표 3-9> 영국 통신법의 네트워크 규제관련 주요 규정

일반 규정: 내용 51. 일반 규정에 관련될 수 있는 사안 일반 규정: 소비자 권익 52. 소비자 권익 관련 규정 53. 항 52의 취지를 위한 실행 규약의 승인 54. 항 52의 취지를 위한 분쟁 절차의 승인 55. 항 52에 부재하는 규정에 대한 OFCOM의 명령 일반 규정: 전화번호

56.	전국 전화번호부여 계획
57.	전화번호에 대한 접근을 보장하는 규정
58.	번호의 할당과 채택에 대한 규정
59.	비제공자를 구속하는 전화번호부여 규정
60.	번호부여 규정에 위임된 문서의 수정
61.	전화번호 할당의 철회
62.	번호부여의 재편
63.	전화번호 부여 역할에 대한 일반 의무
일반 규정: 의무 전송의 책무	
64.	의무 전송의 책무
보편적 서비스 규정	
65.	보편적 서비스 조건에 의해 보장되어야 하는 책무
66.	보편적 서비스 제공자의 선정
67.	보편적 서비스 규정의 내용
68.	보편적 서비스 요금 등
69.	인명록과 인명록 검색 설비
70.	준수 비용의 검토
71.	보편적 서비스 책무에 따른 부담의 분담
72.	분담 계획에 대한 보고서
접근 관련 규정	
73.	접근관련 규정에 허락된 내용
74.	접근 관련 조건의 구체적인 종류
75.	조건적 접근 시스템과 디지털 서비스 접근
76.	항 75에 의거하여 부과된 규정의 수정과 폐지
특권을 가진 공급자 규정	
77.	특권을 가진 공급자 규정의 부과
SMP 규정: 절차	
78.	SMP 규정을 정하기 위해 요구되는 상황
79.	시장 영향력 판결
80.	시장 고지와 시장 영향력 판결에 대한 제안
81.	항 79와 80에 의거한 고지문의 전달
82.	제안에 대한 유럽위원회의 권한
83.	잠정적 시장을 위한 특별 규칙
84.	서비스 시장 고지와 판결에 대한 검토
85.	장치 시장 고지와 판결에 대한 검토
86.	검토가 요구되는 경우
SMP 서비스 규정: 내용	
87.	네트워크 접근 등에 대한 규정
88.	네트워크 접근 가격결정 등에 관한 조건
89.	예외적 경우에 있어서의 네트워크 접근에 대한 규정
90.	캐리어(carrier) 선택과 사전 선택(pre-selection)에 대한 규정
91.	최종 이용자에 대한 서비스 규제에 대한 규정
92.	임차 통신선에 대한 규정
SMP 장치 규정: 내용	
93.	장치 공급에 대한 규정
규정의 집행	

94. 규정 위반의 고지
95. 규정 위반에 대한 고지의 집행·
96. 규정 위반에 대한 범칙금
97. 항 96에 의거한 범칙금 액수
98. 긴급상황 처리 권한
99. 항 98에 의거한 지시의가
100. 규정 위반에 대한 서비스 정지 규정
101. 규정 위반에 대한 장치 공급 정지 규정
102. 항 100과 101에 의거한 지시의 절차
103. 항 98, 100과 101에 의거한 지시의 집행
104. 규정 혹은 집행고지 불이행에 대한 민사적 책임

통신법의 제5부는 커뮤니케이션 시장에 공통적으로 적용되는 경쟁규제 원칙을 규정하고 있다. 특히 통신법 제369조는 아래와 같이 전자커뮤니케이션 네트워크 및 서비스의 제공과 이용, 방송 관련 사안 등의 경쟁 촉진과 관련된 사안이 Ofcom의 경쟁촉진 역할에 해당한다고 규정하여, 방송통신시장에 대한 Ofcom의 경쟁정책 규제권한을 인정하고 있다.

※ 영국 통신법 제369조 Ofcom의 경쟁촉진 역할과 관련된 사안

- (1) 본 장에서 커뮤니케이션 사안이라 함은 다음의 하나 혹은 그 이상을 말한다.
 - (a) 전자 커뮤니케이션 네트워크의 제공,
 - (b) 전자 커뮤니케이션 서비스의 제공,
 - (c) 다음을 수단으로 또는 그것과 관련하여, 혹은 다음을 촉진할 목적으로, 제공되거나 이용 가능하도록 하는 서비스나 설비 의 제공 혹은 이용 가능하게 함,
 - (i) 전파 커뮤니케이션 네트워크나 전파 커뮤니케이션 서비스, 혹은
 - (ii) (동일한 개인에 의하든 또 다른 개인에 의하든) 그 와 같은 네트워크나 서비스의 이용
 - (d) 상기의 단락에서 언급된 어떠한 것을 제공하거나 이용 가능 하도록 하기 위해 이용되는 장치
 - (e) 방송, 그리고 관련 사안

또한 동법 제371조에서는 1998년 경쟁법을 공정거래청(OFT)과 동등한 수준으로 관할 할 수 있다는 ‘공동관할권(concurrent jurisdiction)’을 규정하고 있다.

※ 영국 통신법 제371조의 상세 내용

- (1) 소항 (2)가 적용되는 역할은 OFCOM과 공정거래청 (the Office of Fair Trading) 공통의 역할이 된다.
- (2) 본 소항은, 다음과 관련을 갖는 한, (항 38(1)에서 (6), 그리고 항51을 제외한) 1998년 경쟁법의 제1부의 조항들에 의거하는 공정거래청의 역할에 적용된다.
- (a) 해당 법의 항 2(1) (거래에 영향을 주는, 또한 경쟁의 금지, 제한 혹은 왜곡의 목적과 효력을 갖는 동의, 결정, 혹은 관례)에서 언급된 종류의 동의, 결정, 혹은 합의된 관례, 그리고 커뮤니케이션 사안에 연계되는 동의, 결정, 혹은 합의된 관례,
- (b) 해당 법의 항 18(1) (우세한 지위를 남용하는 행위)에서 언급된 종류의 행위, 그리고 그와 같은 활동과 관련하는 행위

2. 방송통신 사후규제 담당기관 및 역할

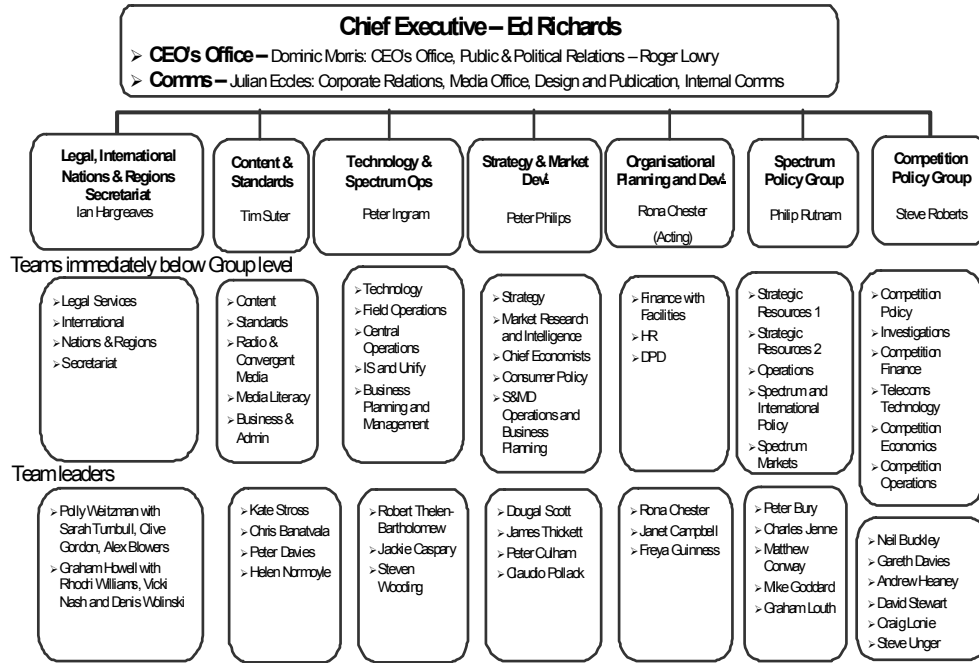
영국 방송통신분야의 사후규제를 담당하는 Ofcom은 통신법에 근거하여 개별 방송통신사업자가 준수해야할 규제 의무를 허가조건으로 부과하고 이를 위반하는 경우 사후적인 조사를 거쳐 제재하는 방식으로 사후규제를 집행하고 있다. 또한 Ofcom은 EC의 경쟁법과 영국 경쟁법(1998)에서 규정하고 있는 규정을 적용하여 불공정행위도 규제하고 있다.

Ofcom은 아래 <그림 3-2>와 같이 이사회(Main board)를 중심으로 집행국(Executive), 자문위원회(advisory bodies, committees)로 구성된다. 먼저 집행국(Executive)은 정책(policy), 운영(operation) 및 대외교섭(external) 기능을 수행한다. 집행국은 7개의 그룹으로 구성되며, 경쟁정책그룹(Competition Policy Group), 전략 및 시장 개발그룹(Strategic & Market Developments Group, S&MD), 콘텐츠 및 표준 그룹(Content & Standards)이 핵심적인 기능을 담당하고 있다.

먼저 경쟁정책그룹은 조사, 번호관리, 규제관련 자금관리(regulatory finance)등을 포함하여 통신과 방송부분내 모든 경쟁정책과 경제적 규제를 담당하고 있다. 또한 전략 및 시장개발그룹은 방송통신부문의 장기적인 전략적 의사결정, 규제제도 개편에 대한 기능을 수행하는 그룹이다. 이 그룹 내의 소비자정책팀은 소비자 보호와 정보접근, 디지털 inclusion 등 다양한 소비자이슈도 담당하고 있다. 콘텐츠 및 표준 그룹은 Tier 1 방송규제, 공공서비스방송 및 라디오 포맷, 소비자 정책 및 미디어를 담당한다. Ofcom에서의 팀 구분방식을 보면, 예컨대 경쟁규제를 총괄하는 경쟁정책그룹의 경우 정책수립, 민원 등의 조사, 경쟁분석 등의 기능단위로

팀을 구분하고 있는 것을 볼 수 있다.

<그림 3-2> Ofcom의 조직도



자료: Ovum(2007) p. 8 재인용

3. 사후규제 근거 법 규정

Ofcom은 통신법 제45조에 의거, 전자통신 네트워크 및 서비스와 관련하여 통신법 제51~93조의 접속, 보편, 이용자 보호 등에 관한 규제 의무를 허가조건에 부과할 수 있고, 허가조건 위반시 통신법 제94~104조 규정에 따라 사후규제를 집행할 수 있게 규정되어 있다. 이와 관련된 조항은 다음 <표 11>에서 보는 바와 같다.

<표 3-10> Ofcom의 규제부와 권한규정

45. 규제 의무를 부과할 수 있는 OFCOM의 권한
- (1) 본 항에 의거하여, OFCOM은 항 46에 따라 OFCOM에 신청한 개인들에게 의무를 지우는 규정을 설정할 권한을 갖는다.
 - (2) 본 항에 의거하여 OFCOM이 설정하는 규정은 다음 중 하나가 된다.
 - (a) 일반 규정, 혹은,

- (b) 다음 종류 중 하나인 규정
 - (i) 보편적 서비스 규정,
 - (ii) 접근 관련 (access-related) 규정,
 - (iii) 특권을 가진 공급자 규정 (privileged supplier conditions)
 - (iv) 상당한 시장 영향력 (a significant market power) 규정 (“SMP” 규정)
- (3) 일반 규정은 오직 항 51, 52, 57, 58과 64 중 하나 혹은 그 이상에 의해 위임되거나 요구되는 조항을 담고 있는 규정이다.
- (4) 보편적 서비스 규정은 오직 항 67에 의해 위임되거나 요구되는 조항을 담고 있는 규정이다.
- (5) 접근 관련 규정은 오직 항 73에 의해 위임되거나 요구되는 조항을 담고 있는 규정이다.
- (6) 특권을 가진 공급자 규정은 오직 항 77에 의해 위임되거나 요구되는 조항을 담고 있는 규정이다.
- (7) SMP 규정은 다음 중 하나에 해당하는 규정이다.
 - (a) SMP 서비스 규정, 혹은
 - (b) SMP 장치 규정
- (8) SMP 서비스 규정은 다음의 조항을 담고 있는 규정이다.
 - (a) 항 87에서 92 중에서 하나 혹은 그 이상에 의해 위임되거나 요구되는 조항, 혹은
 - (b) 항 46(8)(b)에 해당하는 개인에게 적용되는 규정의 경우, 항 87에서 89 중 하나 혹은 그 이상에 의해 위임되거나 요구되는 조항에 부합하는 규정
- (9) SMP 장치 규정은 오직 항 93에 의해 위임되거나 요구되는 조항을 담고 있는 규정이다.
- (10) 본 장에 의해 위임되거나 요구되는 조항을 제정하는 본 항에 의거하여, 규정을 설정하는 OFCOM의 권한에는 다음의 각각이 포함된다.
 - (a) 규정이 적용되는 개인 등에게, OFCOM 혹은 해당 규정에 명기된 제3자에 의해, 해당 개인 등에게 수시로 부과되는 규정과 관련하는 사안에 대한 지시를 해당 개인 등이 준수하도록, 요구조건을 부과하는 권한,
 - (b) OFCOM에 의한, 혹은 그와 같이 명기된 제3자에 의한, 승낙, 동의, 혹은 추천에 대한 언급에 의하거나 그와 같은 것을 조건으로 하는 언급에 의해 구성된 사안에 대해 책무를 부과하는 권한,
 - (c) 상기의 두 단락 중 하나를 근거로 제정되는 조항의 취지를 위해, OFCOM이나, 해당 규정을 통해 명기된, 혹은 해당 규정에 포함된 조항에 따라 정해진, 제3자에 의해 수시로 행사될 수 있는 자유재량을 부여하는 권한,
 - (d) (영연방의 서로 다른 지역에 대한 서로 다른 규정을 포함하여) 각기 다른 사례에 대해 서로 다른 규정을 (항 51(3)을 조건으로 하여) 설정하는 권한, 그리고
 - (e) 잠정적으로 시행되는 그와 같은 규정을 취소하거나 수정하는 권한
- (11) 소항 (10)에 근거하여 위임될 수 있는 지시에는 개인에게 다음을 이행하도록 부여된 권한을 철회하거나, 정지하거나, 혹은 제한하는 지시가 포함되지 않는다.
 - (a) 어떠한 전파 커뮤니케이션 네트워크나 전파 커뮤니케이션 서비스 전부 혹은 일부의 제공, 혹은
 - (b) 어떠한 관련 설비의 전부 혹은 일부를 이용 가능하게 하는 것

영국 통신법의 사후규제 관련 조항은 규정 위반에 대한 고지(제95조), 규정 위반에 대한 범칙금 (제96조, 제97조), 관련 절차 규정(제102조 및 제103조), 사업자간 분쟁조정(제105조) 등이 포함된다. 또한 앞에서 본 통신법 제45조는 Ofcom의 이용자보호 관련 사항을 허가조건에 부과하도록 규정하고 있다. 한편 영국에서 주요한 사후규제수단이 되는 사업자 일반 허가조건에는 이용자 이용계약관련 규정(제9조), 요금 등 정보공개(제10조), 과금(metering & billing)규정(제11조), 상세청구서(itemised bill) 규정(제12조), 미납금 규정(제13조) 및 이용자 민원처리절차제정(제14조) 등의 규정을 두고 있다. 참고로 영국에서는 융합형 서비스인 IPTV에도 여타의 전송 및 방송 서비스와 동등한 방식으로 수평적 사후규제가 적용되고 있다.

앞에서 언급한 바와 같이, 경쟁법 관련 사안에 대해서도 Ofcom이 경쟁법 규정을 적용하여 직접 사후규제를 집행한다. 영국 통신법(2003) 제371조(1998년 경쟁법에 근거한 Ofcom 기능)는 <표 12>에서 상세히 볼 수 있는 바와 같이, ‘공정거래위원회(OFT)와 Ofcom은 통신산업 관련 국내 및 EU 경쟁법을 집행할 수 있는 동시관할권(concurrent jurisdiction)을 보유한다’고 규정하고, 경쟁법 제18조의 지배력 남용행위 및 경쟁법 제2조의 경쟁제한행위에 대한 Ofcom의 집행권한을 부여하고 있는 것이다.³³⁾ 동시에 영국은 2004년 5월 경쟁법 제54조를 개정하여 Ofcom 등 산업별 규제기구(National Regulatory Authority: NRA)가 EC경쟁법(EU조약 제81,82조)과 영국 경쟁법을 경쟁당국(OFT)과 동등한 위치에서 집행할 수 있는 권한(Concurrent Jurisdiction)을 부여하였다.

<표 3-11> 영국 통신법의 공동관할권 규제조항(통신법 제371조)

371. 1998년 경쟁법에 근거한 OFCOM의 기능 (1) 소항 (2)가 적용되는 역할은 OFCOM과 공정거래청 (the Office of Fair Trading) 공통의 역할이 된다. (2) 본 소항은, 다음과 관련을 갖는 한, (항 38(1)에서 (6), 그리고 항51을 제외한) 1998년 경쟁법의 제1부의 조항들에 의거하는 공정거래청의 역할에 적용된다. (a) 해당 법의 항 2(1) (거래에 영향을 주는, 또한 경쟁의 금지, 제한 혹은 왜곡의 목적과 효력을 갖는 동의, 결정, 혹은 관례)에서 언급된 종류의 동의, 결정, 혹은
--

33) 동조 제2항은 경쟁법(1998) part 1 규정에 따른 Ofc 기능 중에서 a) 경쟁법 제2조1항에서 언급된 유형의 협정, 결정 또는 합의(교역에 영향을 주고, 목적 또는 효과에 있어 경쟁을 금지, 제한, 왜곡하는 협정, 결정 또는 행위)이고 방송통신 관련 행위, (b) 경쟁법 제18조1항(지배력 남용행위)의 행위로서 통신과 관련된 행위로 권한의 범위를 명시함

- 합의된 관례, 그리고 커뮤니케이션 사안에 연계되는 동의, 결정, 혹은 합의된 관례,
- (b) 해당 법의 항 18(1) (우세한 지위를 남용하는 행위)에서 언급된 종류의 행위, 그리고 그와 같은 활동과 관련하는 행위
- (3) 소항 (1)과 (2) 조항의 취지를 위하여, 혹은 그것들과 연계하는 한, 1998년 경쟁법의 제1부에서 공정거래청에 대한 언급은, 다음에서 예외로, OFCOM에 대한 언급이 포함되는 것으로 해석되어야 한다.
- (a) 항 38(1)에서 (6), 항 51, 항 52(6)과 (8), 그리고 항 54, 그리고
- (b) 예외가 요구되는 문맥에서
- (4) 소항 (2)에서 커뮤니케이션 사안에 연계되는 활동이라 함에는, 그것 이 항 369(1)의 단락 (d)에 해당하는 어떠한 장치와 연계되는 활동을 언급하는 한, 다음을 말하는 것이다.
- (a) 그와 같은 어떠한 장치의 공급과 수출, 그리고
- (b) 공급과 수출을 위한, 그와 같은 어떠한 장치의 생산 혹은 취득
- (5) 1998년 경쟁법의 항 54에서,
- (a) 소항 (1) (해당 법의 제1부의 취지를 위한, “규제자”의 정의)의 단락 (a)는 다음으로 대체된다.
- “(a) 커뮤니케이션청;”
- (b) 소항 (4) (공정거래청과 관할 규제자 공통의 역할에 대한 규칙을 정하는 권한)에서, “혹은 2000년 운송법 (the Transport Act 2000)의 제1부의 제V장에 의해”는 “본 법에 대해, 2000년 운송법의 제1부의 제5장에 의해, 혹은 2003년 커뮤니케이션법의 항 371에 의해”로 대체된다.
- (6) 1998년 경쟁법에 대한 부칙 2의 단락 5 (제1장 금지로부터 제외되는 1990년 법에 의거하는 네트워킹 계획 목록의 발표)에서,
- (a) 소단락 (2)에서, “독립텔레비전위원회 (The Independent Television Commission, ITC)”는 “OFCOM”으로 대체되며, 그리고
- (b) 소단락 (3)에서, “독립텔레비전위원회”는 “OFCOM”으로 대체된다.
- (7) 1998년 경쟁법의 항 59(1) (제1부의 해석)에서, “정부 각료”의 정의뒤에 다음이 삽입된다.
- “‘OFCOM’은 커뮤니케이션청을 의미한다.”
- (8) OFCOM은, 커뮤니케이션 사안에 연계되는 활동에 대해 그리고 공정거래청과 공통으로 연계되는 활동에 대해, 1998년 경쟁법에 대한 부칙 13 (잠정적 조항)의 단락 3, 7, 19(3), 그리고 36에서 39 중 어느 단락이든 그것에 의거하는 역할을 수행할 수 있다.
- (9) 만일 어떠한 특별한 경우와 관련하여, 어떠한 역할이 OFCOM에 의해 수행되어야 하는지 혹은 수행될 수 있는지 여부에 대한 판단이 본 항에 의거하여 요구될 때, 그에 대한 판단은 장관에게 위임되며, 장관이 결정한다.
- (10) 1998년 경쟁법 (c. 41)에 의거하여 이루어진 어떠한 것이, 그것이 공정거래청에 의해 혹은 공정거래청과 관련하여 이루어져야만 한다는 이유로, OFCOM에 의해 혹은 OFCOM과 관련하여 이루어짐에 대해 이의를 제기해서는 안된다.
- (11) 소항 (12)를 조건으로, 항 3은, 본 항에 의거하는 역할을 수행하는 과정에서 OFCOM에 의해 이루어진 어떠한 것과 관련하여 적용되지 않는다.

(12) 본 항에 의거하는 어떠한 역할을 수행함에 있어, 그럼에도 불구하고, 공정거래청이 그와 같은 역할을 수행함에 있어 고려하도록 되어 있는 사안이라면, OFCOM은 항 3(1)에서 (4)에 의해 부과된 의무에 관한 사안의 모든 것을 고려해야 한다.

이에 근거하여 <표3-12>과 같은 "1998년 경쟁법에 대한 동시 관할권 지침 (Concurrency Regulation 2004)"을 마련하여, 실제 경쟁법 관련 불공정행위 관련 사안이 발생하는 경우 규제관할 기관 선정은 공동관할권 지침의 절차(concurrency procedure)에서 정한 기준에 따라 담당기관을 선정한다. 동 지침은 전문성, 관련 규제경험, 해당 사안의 영향 범위 등의 기준³⁴⁾에 따라 경쟁당국인 Oft가 선정하는 형식을 취하지만 실제 해당 기관과의 긴밀한 사전(비공식) 협의를 진행하되, 실질적으로 경쟁법의 금지행위(아래에서 설명되는 Ch. 1 금지행위와 Ch. 2 금지행위) 중에서 방송통신관련 사안은 Ofcom이 담당한다.

34) 여기에는 i) 규제기관의 부문에 대한 전문성과 지식, ii) 해당 사안이 한 가지 규제 받는 부문을 넘어서서 영향을 미치는가 여부, iii) 당사자 또는 민원 제기자와 규제기관 또는 OFT간 사전 접촉 여부, iv) 연관 업무(undertaking)와 유사한 쟁점을 처리한 최근 경험 등이 포함됨

<표 3-12> 공동관할권에 관한 규제 (The Competition Act 1998 (Concurrency) Regulations 2004)

분쟁 조정(disputes) Regulation 5.-(1) 관련기관들(competent persons)이 적정 시한내에 regulation 4(2)에서 정한 합의에 이르지 못하는 경우 OFT는 서면으로 국무장관에게 이 사실을 보고해야함 (2) 관련기관 중 누구라도 (1)항의 합의 실패 사실에 대하여 OFT가 보고하고 난 이후에는 국무장관에게 서면 당해 사실을 서면으로 진술할 수 있음 (3) 국무장관은 OFT의 보고서를 받은 후 8영업일 이내에, (a) 어느 기관이 당해 사안에 대해 관할권을 행사할지를 결정하고, 당해 사안이 해당 기관에 이관되록 지시하며, (b) 서면으로 모든 관계기관들에게 당해 사안에 대한 그 기관의 관할권 행사 및 이관 일자 등을 통보함 (4) 3(a)에 따라 결정함에 있어 국무장관은 (2)항의 진술을 고려해야함 업무이관(Transfer) Regulation 7.-(1) (2)항 및 (4)항에 따라 당해 사안에 관한 Part 1기능을 행사해왔던 기관("the transferor")은 Part 1기능에 대해 공동관할권을 갖는 기관("the transferee")과 당해 사안의 이관에관하여 협의할 수 있음 (2) (4)에 의거, transferor와 transferee가 (1)에 따라 사건의 이관에 관한 제안을 협의하는 경우, transferor는 서면으로 당해 사안의 관련 사업자들에게 이 사실을 통보해야하며, 통지후 7일 이내에 당해 협의에 대한 서면 의견서 제출을 요청해야함 (3) (4)항에 의거, (1)항에 따라 사건의 이관이 합의된 경우, transferor는 사업자에게 서면으로 이관 합의한 날로부터 transferee가 당해 사안에 관한 관할권을 행사한다는 사실과 이관 사유에 관한 정보를 제공해야함 (4) transferor는 (2)항 및 (3)항과 관련하여 다음 사항에 해당하는 경우 통지 및 정보 제공 의무를 지지 않음 (a) 당해 이관이 regulation 4 (2)항에 따른 합의에 이르기 전에 발생한 경우 또는 regulation 5(3)(a)에 의거 당해 사안의 주관기관이 결정된 경우 (b) transferor가 동 사안에 대해 Part 1 기능을 수행해 왔음을 당해 사업자에게 통지한 사실이 없는 경우 통지 서비스(Service of notices) Regulation 9. regulation 7에 따라 이루어지는 모든 통지는 우편으로 제공될 수 있으며, 수령인의 주소지가 영국 내의 등록된 사무실, 최근 거주지 또는 사업장인 경우 통지문이 정확한 주소에 전달되어야 함

이와 같은 동시관할권 규제지침은 규제기관간 협력 규정을 통해 규제상충, 이중규제, 규제기관간 공동규제 등의 문제를 원천적으로 해결할 수 있는 방안이다. OFT와 Ofcom은 항상 공동의 권한을 가진 사안에 대해 행동을 취하기 전에 항상 상대방에게 통지해야 하고(regulation 5), 둘 또는 그 이상의 경쟁기관이 하나의

사안에 대해 동시 관할권을 가진 경우 어떤 경쟁기관도 합의가 이루어지거나 어느 기관이 해당 사안에 대한 처리기능을 수행할 지에 대한 결정이 이루어지기 전에 해당사안에 대한 처리 기능을 수행할 수 없다(regulation 7)고 규정하고 있기 때문이다.

경쟁법을 이용해 제재할 수 있는 방송통신사업자의 금지행위는 크게 거래제한 행위(제2조, Ch.1 Prohibition)와 지배력 남용행위(제18조, Ch.2 Prohibition)로 구분된다. 전자는 “사업자(undertakings)간 합의, 사업자의 연합 결정 또는 공동행위가 (a) 영국내 거래에 영향을 줄 수 있고, (b) 영국내의 경쟁을 방해, 제한 또는 왜곡할 목적 또는 효과를 갖는 경우” 금지된다. 이러한 금지행위에는 재판매가격고정, 시장분할, 부당한 차별, 배타적 거래제한 행위 등이 포함된다. 이러한 내용을 포함하여 동 조에서 금지되는 합의 또는 결정은 자동적으로 무효가 된다. 한편 경쟁법 제2조의 거래제한 행위는 사업자간 협의 및 공동행위에도 적용 가능하다.

제18조의 지배력 남용행위는 “국내 거래에 영향을 줄 수 있는, 특정시장에서 하나 또는 그 이상의 사업자에 의한 지배적 지위의 남용을 금지”하는 것으로, 특히 불공정한 거래 조건의 직·간접적 부과, 소비자에게 불리하게 생산, 시장판로 또는 기술개발 제한, 동등한 거래에 상이한 조건을 적용하여 경쟁상 불이익을 주거나, 끼워팔기 등에 적용된다. 아래 <표 14>는 경쟁법상 Chapter1 금지행위 및 Chapter2 금지행위에 관한 규정들을 보여주고 있다.

<표 3-13> 영국 경쟁법(1988)의 ‘Chapter1 금지행위’ 및 ‘Chapter2 금지행위’

2조1항 3조에 의거, 다음과 같은 사업자(undertakings)간 합의, 사업자의 연합 결정 또는 공동행위는 이하의 규정에 따라 면제되지 않는 한, 금지된다. (a) 영국내 거래에 영향을 줄 수 있고, (b) 영국내의 경쟁을 방해, 제한 또는 왜곡할 목적 또는 효과를 갖는 경우 2항 위 1항은 특히 다음과 같은 행위들에 적용된다. (a) 직접 또는 간접적으로 구입이나 판매의 가격 또는 여타 거래 조건을 고정하는 것 (b) 생산, 시장판로, 기술개발, 또는 투자를 제한하거나 통제하는 것 (c) 시장 또는 공급원을 분점(share)하는 것 (d) 다른 거래당사자와의 동등한 거래에 상이한 조건(거래조건 차별)을 적용함으로써 동 거래당사자를 경쟁적으로 불이익에 처하게 하는 것 (e) 계약의 특질(성질) 또는 상관습에 비추어 계약의 목적과 관계가 없는 부가적 의무를 타방 당사자가 수락하는 것을 조건으로 계약을 체결하는 것 3항 1항은 영국내에서 시행되거나, 시행될 목적으로 만들어진 계약, 결정, 행위에만 적용됨

- 4항 본 조에 따라 금지되는 합의 또는 결정은 자동적으로 무효이어야 한다.
- 5항 본조에서 사업자간 계약에 적용하는 조항들은 동일하게 사업자간 협의 및 공동행위에도 적용될 수 있다.(그러나, 적절한 변경이 필요함)
- 6항 5항은 해당사항이 없는 경우에는 적용되지 않는다
- 7항 본 조에서 “the United Kingdom”이라 함은 본 조가 영국내 사업자간 협약 또는 영국내에서 사업을 희망하는 경우에만 적용됨을 의미한다.
- 8항 1항의 내용은 경쟁법에서 “Chapter 1 금지행위”로 칭한다

4조1항 장관은 다음의 경우에 2항의 ch.1 금지행위에 대한 면제(exemptions)를 인정할 수 있다.

- (a) 본 법 14조에 의거 계약의 일방이 면제를 요청한 경우
- (b) 본 법 9조가 적용될 수 있는 사안인 경우

2항 본조에 의한 면제는 개별면제라 칭한다.

3항 면제는

- (a) 장관이 부과하기에 적합하다고 고려한 의무나 조건에 한해서 부여될 수 있으며,
- (b) 장관이 적당하다고 고려한 기간까지 유효하다.

4항 그 기간은 해당면제의 부여시 정해져야 한다

5항 개별 면제는 면제부여보다 조기에 효과를 발하기 위해 부여될 수 있다.

제2장 지배적 지위의 남용(abuse of dominant position)

17조 경쟁법(1980)의 2조에서 10조(반경쟁행위의 통제)는 효력이 정지된다.

18조 금지

1항 19조에 의거, 영국내 거래에 영향을 줄 수 있는, 특정시장에서 하나 또는 그 이상의 사업자에 의한 지배적 지위의 남용은 금지된다.

2항 이러한 남용은 특히, 다음의 행위에 존재할 수 있다.

- (a) 불공정한 구매 또는 판매 가격 또는 다른 불공정한 거래 조건을 직접 또는 간접적으로 부과하는 것
- (b) 소비자에게 불리하게 생산, 시장판로 또는 기술개발을 제한하는 것
- (c) 다른 거래당사자와의 동등한 거래에 상이한 조건을 적용함으로써, 동 거래당사자를 경쟁적 불이익에 처하게 하는 것
- (d) 계약의 특질(성질) 또는 상관습에 비추어 계약의 주제와 관련없는 부가적 의무를 타방 당사자가 수락하는 조건으로 계약을 체결하는 것

3항 본조에서 “지배적 지위”라 함은 영국내에서의 지배적 지위를 의미하며, 영국 내라 함은 영국 및 그 부속령을 포함한다.

4항 1항의 금지행위는 “Chapter 2 금지행위”라 칭한다.

자료: 김희수외(2007) pp 157-158 재인용

제3절. 일본의 방송통신 분야 사후규제 현황과 동향

1. 일본 방송·통신 규제체계 현황 및 동향

일본의 통신과 방송은 각기 상이한 법제를 적용해 규제해왔다. 네트워크에 대

해서는 유선통신법과 전파법을 공히 적용해왔지만 서비스에 대해서는 각기 통신 관련법(전기통신사업법 등)과 방송관련법(방송법 등)으로 나누어 규제하는 수직적 규제체계를 유지해왔던 것이다. 그러나 일본은 통신과 방송의 이원화된 규제체계를 유지하면서도 융합서비스 도입 및 관련 법제 정비에 적극적인 자세를 보여 왔다. 기존 수직적 규제틀로는 통신과 방송산업을 규제하기 어려우며, 경쟁을 활성화하고 사업자의 자유로운 진입을 위해서는 관련법제의 통합이 필수적이라는 요구가 증가함에 따라, 2006년 6월 20일에 정부부처와 관계기관간 통신방송 규제체계에 대한 합의를 발표하고, 통신방송부문에 대한 종합적인 법체계를 구상하기 위한 조사에 착수하여 2010년에 최종결과를 제시할 예정이다.

일본의 통신분야를 규제하는 전기통신사업법은 아래 <표 15>에서와 같이 총 6장 193개 조문으로 구성되어있다.

<표 3-14> 일본 전기통신사업법의 구성

	내 용		조 문
제1장	총칙		제1조-제5조
제2장	전기통신사업		
	제1절	총칙	제6조-제8조
	제2절	사업의 등록 등	제9조-제18조
	제3절	업무	제19조-제40조
	전기통신설비		
	제4절	제1관 전기통신사업용으로 제공하는 전기통신설비	제41조-제51조
		제2관 단말설비의 접속 등	제52조-제73조
	지정시험기관등		
	제5절	제1관 지정시험기관	제74조-제85조
		제2관 등록인정기관	제86조-제103조
		제3관 승인인정기관	제104조-제105조
	제6절	기초적 전기통신역무지원기관	제106조-제116조
제3장	토지의 사용 등		
	제1절	사업의 인정	제117조-제127조
	제2절	토지의 사용	제128조-제143조
제4장	전기통신사업분쟁처리위원회		
	제1절	설치및조직	제144조-제153조
	제2절	알선및중재	제154조-제159조
	제3절	자문 등	제160조-제162조

제5장	잡칙	제 163조-제 176조
제6장	벌칙	제 177조-제 193조

2. 전기통신 사후규제 담당기관 및 역할

일본의 통신규제기관인 총무성은 그 업무영역이 광대한데, 통신뿐만 아니라, 행정 조직, 공무원 제도, 지방 재무 행정, 선거, 소방 방재 및 우정 사업 등을 포함하는 내각이다.³⁵⁾ 총무성 내 통신을 담당하는 조직은 정보통신정책국과 종합통신기반국으로 종합통신기반국은 3부 소속의 14개과가 있는데, 3부는 전기통신사업부, 전파부 및 국제부를 말한다.(<표 16> 참조) 이외에 통신산업의 공정경쟁촉진과 사업자간 분쟁해결을 목적으로 전기통신사업법 제4장 제144조에 의거하여 전기통신사업분쟁처리위원회(이하 “위원회”)를 설립하였다.

총무성은 중앙조직에 5, 091명의 직원과 소방재청에 172명의 직원이 있으며, 그 중 정보통신정책국과 종합통신기반국 직원은 각각 292명, 333명(2006년 기준)이다. 정보통신정책국은 통신정책과 표준 수립, 지역 정보화, 방송정책 수립, 디지털방송 등 촉진을 담당하며, 종합통신기반국은 통신서비스 요금, 유무선 서비스를 위한 네트워크, 주파수 관리, 긴급시 전기통신서비스 확보, 기능별 국제활동을 담당한다.

35) 총무성은 2004년에 부처 영문명을 Ministry of Public Management, Home Affairs, Posts and Telecommunications (MPHPT)에서 the Ministry of Internal Affairs and Communications (MIC)로 변경.

<표 3-15> 총무성의 통신분야 담당 조직도

정보통신정책국		종합통신기반국		
국	과	국	부	과
정보통신 정책국	총무과	종합통신 기반국	전기통신 사업부	사업정책과
	종합정책과			요금서비스과
	기술정책과			데이터통신과
	정보통신정책과			전기통신기술 시스템과
	정보통신이용촉진과			고도통신망진흥과
	정보유통진흥과			소비자행정과
	지역통신진흥과		전파부	전파정책과
	통신규격과			기간통신과
	우주통신정책과			이동통신과
	방송정책과			위성이동통신과
	방송기술과			전파환경과
	지상방송과		국제부	국제정책과
	위성방송과			국제경제과
	지역방송과			국제협력과
				총무과

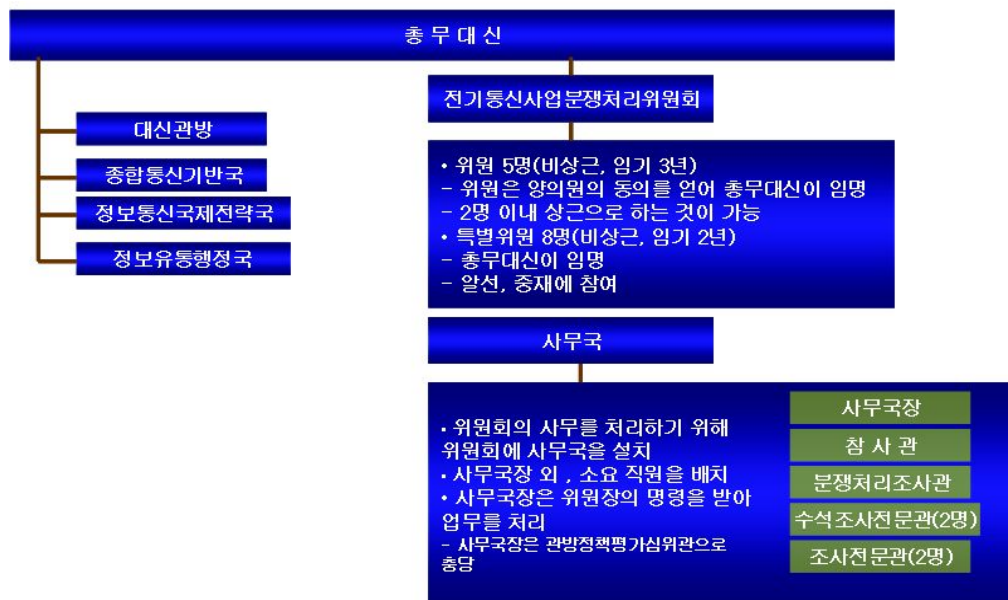
자료: 총무성

총무성의 통신 산업 내 사후규제는 사전규제위반 재재, 사업자간 분쟁조정 및 소비자보호로 구분된다. 전기통신사업법 제27조 내지 제30조까지는 소비자보호 또는 통신사업자간 분쟁해결을 규정, 통신산업 내 총무성의 사후규제관련 법적 근거를 규정하고 있다. 이중에서 특히 사업자간 분쟁 해결은 총무성 내 전기통신사업 분쟁처리위원회를 통해 이루어지고 있다.

전기통신사업분쟁처리위원회(이하 “위원회”)는 전기통신사업법 제4장 제144조에 의거하여 설립된 조직이며, 통신산업의 공정경쟁과 사업자간 분쟁해결을 목적으로, 상호접속 등에 대해 통신사업자간 분쟁을 알선 또는 중재, 상호접속 명령이나 조치와 같은 총무성 자문 요청에 대한 심의 및 분쟁해결에 있어 현재의 규칙 등의 개선을 위하여 총무성에 권고하는 등의 기능을 수행한다. 위원회의 구성은 아래 <그림 3>과 같다. 위원회는 5명의 위원과 8명의 실무자로 구성되며 위원들

은 비상근직으로 입법기관인 양의원의 동의를 얻어 총무대신이 임명하는 반면, 위원회에 소속된 실무자 8명 모두는 총무성 직원이다. 전기통신사업분쟁처리위원회는 정부와 독립적으로 과징금을 부과하거나 인허가를 취소하고 규제도입을 명할 수 있는 권한을 가지며, 위원회 권한의 범위는 상호접속과 설비병설(co-location)을 위한 공동이용권(right of way)에까지 확대되는데, 이론적으로 정부 관료들은 위원회의 판단을 번복하거나 수정할 수 없다.

<그림 3-3> 전기통신사업분쟁처리위원회 조직



자료 : 총무성

3. 사후규제 근거 법 규정

가. 전기통신사업법의 규정

일본의 전기통신사업법에 있어서 사후규제 관련 법규정을 좀 더 구체적으로 살펴보기로 한다. 먼저 제 1장 총칙은 법의 목적 및 정의를 아래와 같이 규정하고 있다. 즉, 전기통신사업 운영을 적정하고 합리적으로 하게 하며, 공정한 경쟁을 촉

진하고, 역무의 원활한 제공을 확보하며, 이용자의 이익을 보호함으로써 통신의 발전 및 공공복지 증진을 그 목적으로 하고 있다.

<표 3-16> 전기통신사업법의 목적과 정의

[목적] 제1조 이 법률은, 전기통신사업의 공공성을 감안하여, 그 운영을 적정하고 합리적인 것으로 함과 동시에, 그 공정한 경쟁을 촉진함으로써 전기통신역무의 원활한 제공을 확보함과 함께 그 이용자의 이익을 보호하여, 전기통신의 건전한 발달 및 국민의 편의의 확보를 도모해, 공공의 복지를 증진하는 것을 목적으로 한다. [정의] 제2조 이 법에서 다음 각 호로 내거는 용어의 의미는 당해 각 호에서 정하는 바에 의한다. 1. 전기통신 유선, 무선 그 외에 전자적 방식에 의해, 부호, 음향 또는 영상을 보내고, 전하거나 또는 받는 것을 말한다. 2. 전기통신설비 전기통신을 행하기 위한 기계, 기구, 선로 그 외의 전기적 설비를 말한다. 3. 전기통신역무 전기통신설비를 이용해 타인의 통신을 매개하고, 그 외 전기통신설비를 타인의 통신용으로 제공하는 것을 말한다. 4. 전기통신사업 전기통신역무를 타인의 수요에 응하기 위해서 제공하는 사업 (방송법 제52조의 10 제1항에서 규정하는 수탁방송역무, 유선라디오방송업무운용의규정에관한법률 제2조에서 규정하는 유선라디오방송, 유선방송전화에관한법률 제2조 제1항에서 규정하는 유선방송전화역무, 유선텔레비전방송 및 동법 제9조의 규정에 의한 유선텔레비전방송시설의 사용의 승낙과 관련되는 사업을 제외한다)을 말한다. 5. 전기통신사업자 전기통신사업을 영위하는 것에 대하여, 제9조의 등록을 받은 자 및 제16조 제1항의 규정에 의한 신고를 한 자를 말한다. 6. 전기통신역무 전기통신사업자가 실시하는 전기통신역무의 제공의 업무를 말한다.
--

다음으로 제2장 ‘전기통신사업’에서는 통신산업 내 총무성의 사후규제관련 법적 근거를 규정하고 있는데, 제1절 ‘총칙’에서는 전기통신사업자는 전기통신역무의 제공에 대해서 부당한 차별적 취급을 금지하는 규정을 명시하고, 제3절 ‘업무’에서는 제27조 내지 제30조까지 소비자보호 또는 통신사업자간 분쟁해결을 아래 <표 17>과 같이 규정하였다. 특기할 만한 것은, 일본의 사후규제 규정은 모든 전기통신사업자에 대한 업무개선명령(제29조) 규정과 지배적 사업자에게만 적용되는 금지행위(제30조)로 구분된다는 것이다. 제29조는 어떠한 전기통신사업자에 대해서라도

통신비밀, 부당한 차별, 주요통신 배려, 요금의 명확성, 부당한 경쟁, 접속 등의 차별 등에 관하여 이용자이익이나 공공의 이익 확보를 위하여 업무개선명령을 내릴 수 있게 하고 있다. 이에 더하여 제30조는 시장지배적 사업자로 지정된 사업자에 대해서는 정보유용, 부당한 차별이나 간섭 등에 대하여 행위정지 또는 변경을 명할 수 있게 하고 있다.

<표 3-17> 일본 통신사업에서의 사후규제 관련규정

[불평등의 처리] 제27조 전기 통신사업자는, 전조의 총무성령으로 정하는 전기 통신 의무와 관련되는 해당 전기 통신사업자의 업무의 방법 또는 해당 전기 통신사업자가 제공하는 동조의 총무성령으로 정하는 전기 통신 의무에 대한 이용자(전기 통신 의무의 제공을 받으려고 하는 사람을 포함해, 전기 통신사업자인 사람을 제외하다. 제29조 제2항에 대해 같다.)(으)로부터의 불평 및 문의에 대해서는, 적절하고 신속히 이것을 처리해야 한다. [업무의 정지등의 보고] 제28조 전기 통신사업자는, 제8조 제2항의 규정에 의해 전기 통신 업무의 일부를 정지했을 때, 또는 전기 통신 업무에 관계되어 통신의 비밀의 누설 그 외 총무성령으로 정하는 중대한 사고가 생겼을 때는, 그 취지를 그 이유 또는 원인과 함께, 지체 없고, 총무 대신에 보고하지 않으면 안 된다. [업무의 개선 명령] 제29조 (1) 총무 대신은, 다음의 각 호에 해당한다고 인정할 때는, 전기 통신사업자에 대해, 이용자의 이익 또는 공공의 이익을 확보하기 위해서 필요한 한도 범위에서, 업무 방법의 개선 그 외 조치를 취해야 할 일을 명할 수 있다. 1. 전기통신사업자의 업무의 방법에 관계되어 통신의 비밀의 확보에 지장이 있을 때 2. 전기통신사업자가 특정의 사람에 대해 부당한 차별적 취급을 행하였을 때 3. 전기통신사업자가 중요통신에 관한 사항에 대해 적절히 배려하고 있지 않을 때 4. 전기통신사업자가 제공하는 전기 통신 의무(기초적 전기 통신 의무 또는 지정 전기 통신 의무(보장 계약 약관에 정하는 요금 그 외의 제공 조건에 의해 제공되는 것에 한정한다.)(을)를 제외한다. 다음호로부터 제7호까지 같다.)에 관한 요금에 대해 그 금액의 산출 방법이 적정하거나 명확하지 않아, 이용자의 이익을 저해하고 있을 때 5. 전기통신사업자가 제공하는 전기 통신 의무에 관한 요금 그 외의 제공 조건이 다른 전기 통신사업자와의 사이에 부당한 경쟁을 일으키거나, 그 외 사회적, 경제적 사정에 비추어 현저하고 부적당하여 이용자의 이익을 저해하고 있을 때 6. 전기통신사업자가 제공하는 전기통신의무에 관한 제공 조건(요금을 제외하다. 다음 호에 대해 같다.)에 대해, 전기 통신사업자 및 그 이용자의 책임에 관한 사항 및 전기 통신설비의 설치의 공사 그 외의 공사에 관한 비용의 부담의 방법이 적정하거나 명확하지 않기 때문에, 이용자의 이익을 저해하고 있을 때. 7. 전기통신사업자가 제공하는 전기통신의무에 관한 제공 조건이 전기통신회선설비의 사용 방식을 부당하게 제한할 때. 8. 사고에 의해 전기통신의무의 제공에 지장이 생기고 있는 경우에 전기 통신사업
--

자가 그 지장을 제거하기 위해서 필요한 수리 그 외의 조치를 신속하게 실시하지 않을 때.

9. 전 각 호로 제시한 것 외, 전기통신사업자의 업무 방법이 적절하지 않아 이용자의 이익을 저해하고 있을 때.

10. 전기통신사업자가 국제 전기통신사업에 관한 조약 그 외의 국제 약속에 의해 부과된 의무를 성실하게 이행하고 있지 않아 공공의 이익이 현저하게 저해될 우려가 있을 때.

11. 전기통신사업자가 전기통신설비의 접속, 공용 또는 사전기통신역무(전기통신사업자의 전기통신사업용으로 제공하는 전기 통신 역무를 말한다. 이하 같다.) 제공에 대해 특정의 전기통신사업자에 대해 부당한 차별적 취급을 실시해 그 외 이러한 업무에 관계되어 부당한 운영을 행한 것으로 다른 전기통신사업자 적정한 업무 실시에 지장이 발생하여, 공공의 이익이 현저하게 저해될 우려가 있을 때.

12. 전기통신회선 설비를 설치하는 일 없이 전기통신역무를 제공하는 전기통신사업의 경영에 의해 이것과 전기통신역무와 관련되는 수요를 공통으로 하는 전기 통신회선 설비를 설치해 전기 통신 역무를 제공하는 전기 통신사업의 해당 수요와 관련되는 전기 통신회선 설비의 보관 유지가 경영상 곤란해지기 위해, 공공의 이익이 현저하게 저해될 우려가 있을 때.

(2) 총무 대신은, 전기통신사업자 등이 제26조 규정을 위반했을 때는 해당 전기통신사업자등에 대해, 또는 전기 통신사업자가 제27조의 규정에 위반했을 때는 해당 전기통신사업자에 대해, 이용자의 이익을 확보하기 위해서 필요한 한도에 대해, 업무의 방법 개선 그 외 조치를 취하도록 명할 수 있다.

[금지 행위등]

제30조 (1) 총무 대신은, 총무성령으로 정하는데 따라, 제34조 제2항에 규정하는 제2종 지정 전기 통신설비를 설치하는 전기통신사업자에게 대해서, 해당 제2종 지정 전기통신설비를 이용하는 전기 통신 역무의 제공의 업무와 관련되는 최근 1년간에 있어서의 수익금과, 해당 전기통신역무와 관련되는 업무 구역과 동일한 구역내에 있어서의 모든 동종의 전기 통신 역무의 제공의 업무와 관련되는 해당 1년간에 있어서의 수익금을 합산한 금액에 차지하는 비율이 총무성령으로 정하는 비율을 넘는 경우에 대하고, 해당 비율의 추이 그 외의 사정을 감안해 다른 전기통신사업자와의 사이의 적절한 경쟁 관계를 확보하기 위해 필요가 있다고 인정할 때는, 해당 제2종 지정 전기통신설비를 설치하는 전기통신사업자를 제3항으로부터 제 5 항까지의 규정의 적용을 받는 전기 통신사업자로서 지정할 수 있다.

(2) 총무 대신은, 전항의 규정에 의한 지정 필요가 없다고 인정할 때는, 해당 지정을 해제해야 한다.

(3) 제1항의 규정에 의해 지정된 전기통신사업자 및 제33조 제2항에 규정하는 제1종 지정 전기 통신설비를 설치하는 전기 통신사업자는, 다음에 열거하는 행위를 해서는 안 된다.

1. 다른 전기통신사업자의 전기통신설비와 접속 업무에 관해서 파악한 해당 다른 전기 통신사업자 및 그 이용자에 관한 정보를 해당 업무용으로 제공하는 목적 이외의 목적을 위해서 이용하거나 또는 제공하는 것

2. 그 전기통신업무에 대해서, 특정의 전기 통신사업자에 대해, 부당하게 우선적인 취급을 하거나, 혹은 이익을 주어 또는 부당하게 불리한 취급을 하거나, 혹은 불이익을 주는 것.

3. 다른 전기통신사업자(제164조 제1항 각 호에 열거한 전기통신사업을 영위하는 사람을 포함한다.) 또는 전기통신설비의 제조업자 혹은 판매업자에 대해 그 업무에

있어 부당하게 규율을 하거나, 또는 간섭을 하는 것

4. 총무 대신은, 전항의 규정에 위반하는 행위가 있다고 인정할 때는, 제1항의 규정에 의해 지정된 전기통신사업자 또는 제33조 제2항에 규정하는 제1종 지정 전기통신설비를 설치하는 전기통신사업자에 대해, 해당 행위의 정지 또는 변경을 명할 수 있다.

5. 제1항의 규정에 의해 지정된 전기통신사업자 및 제33조 제2항에 규정하는 제1종 지정 전기통신설비를 설치하는 전기통신사업자는 총무성령으로 정하는 계정과목의 분류 그 외 회계에 관한 수속에 따라, 그 회계를 정리해, 전기통신역무에 관한 수지의 상황 그 외 그 회계에 관계되어 총무성령으로 정하는 사항을 공표해야 한다.

제4장에서는 통신산업의 공정경쟁과 사업자간 분쟁해결을 목적으로 하는 전기통신사업분쟁처리위원회의 설치 및 조직과 알선 및 중재, 자문방법에 관하여 다음과 같이 규정하고 있다. 즉 전기통신사업자는 접속이나 다른 협정에 대해서 당사자 간의 협의가 성립되지 않을 때는, 앞서 언급되었던 ‘전기통신사업 분쟁처리 위원회’에 대해서 중재나 알선을 신청할 수 있다.

[설치 및 권한]

제144조 (1) 총무성에, 전기통신사업 분쟁처리 위원회(이하 「위원회」라고 한다)를 둔다.

(2) 위원회는, 이 법률의 규정에 의해 그 권한에 속한 사항을 처리한다.

[조직]

제145조 (1)위원회는 위원 5명으로 조직한다.

(2) 위원은 비상근으로 한다. 다만, 그 중 2명 이내는 상근으로 한다.

[전기통신설비의 접속에 관한 알선]

제154조 (1) 전기통신사업자간에 있어서, 그 일방이 전기통신설비의 접속에 관한 협정의 체결을 신청했음에도 불구하고 다른 일방이 그 협의에 응하지 않거나 혹은 당해 협의가 성립되지 않을 때, 또는 전기통신설비의 접속에 관한 협정의 체결에 관해 당사자가 취득하거나 혹은 부담해야 할 금액 혹은 접속 조건 기타 협정의 세목에 대해서 당사자 간의 협의가 성립되지 않을 때는, 당사자는 위원회에 대해서 알선을 신청할 수 있다. 다만, 당사자가 제35조 제1항 혹은 제2항의 신청, 동조 제3항의 규정에 의한 재정의 신청 또는 다음 조 제1항의 규정에 의한 중재의 신청을 한 후에는 그러하지 아니한다.

(2) 위원회는 사건이 그 성질상 알선을 하는데 적당하지 않다고 인정할 때, 또는 당사자가 부당한 목적으로 함부로 알선의 신청을 했다고 인정할 때를 제외하고, 알선을 행하는 것으로 한다.

(3) 위원회에 의한 알선은 위원회의 위원 기타의 직원(위원회가 미리 지정하는 자에게 한한다. 다음 조 제3항에 대해 같다.)중에서 위원회가 사건마다 지명하는 알선위원이 행한다.

(4) 알선위원 당사자 간을 알선하고, 쌍방의 주장의 요점을 확인해, 사건이 해결되도

록 노력하지 않으면 안 된다.

(5) 알선위원은 당사자로부터 의견을 청취하거나 또는 당사자에 대해 보고를 요구해, 사건의 해결에 필요한 알선 안을 작성해, 이를 당사자에게 제시할 수 있다.

(6) 알선위원은 알선중의 사건에 대해서 당사자가 제35조 제1항 혹은 제2항의 신청, 동조 제3항의 규정에 의한 재정의 신청 또는 다음 조 제1항의 규정에 의한 중재의 신청을 했을 때는 당해 알선을 중지한 것으로 한다.

[그 밖의 협정 등에 관한 알선 등]

제157조 (1) 전기통신사업자 간에서, 전기통신역무의 원활한 제공의 확보를 위하여 그 체결이 필요한 것으로 정령에서 정하는 협정 또는 계약(제3항에 대해 「협정 등」이라고 한다.)의 체결에 관해, 당사자가 취득하거나 혹은 부담해야 할 금액 또는 조건 기타 그 세목에 대해서 당사자 간의 협의가 성립되지 않을 때는, 당사자는 위원회에 대해서 알선을 신청할 수 있다.

(2) 제154조 제2항부터 제5항까지의 규정은 전항의 알선에 대해서 준용한다.

(3) 전기통신사업자 간에서, 협정 등의 체결에 관해 당사자가 취득하거나 혹은 부담해야 할 금액 또는 조건 기타 그 세목에 대해서 당사자 간의 협의가 성립되지 않을 때는, 당사자의 쌍방은 위원회에 대해 중재를 신청할 수 있다.

(4) 제155조 제2항부터 제4항까지의 규정은 전항의 중재에 대해 준용한다.

[전기통신설비의 접속에 관한 중재]

제155조 (1) 전기통신사업자 간에서 전기통신설비의 접속에 관한 협정의 체결에 관해, 당사자가 취득하거나 혹은 부담해야 할 금액 또는 접속조건 기타 협정의 세목에 대해서 당사자 간의 협의가 성립되지 않을 때는, 당사자의 쌍방은 위원회에 대해 중재를 신청할 수 있다. 다만, 당사자가 제35조 제1항 혹은 제2항의 신청 또는 동조 제3항의 규정에 의한 재정의 신청을 한 후는 그러하지 아니한다.

(2) 위원회에 의한 중재는 3명의 중재위원이 행한다.

(3) 중재위원은 위원회의 위원 기타의 직원 중에서 당사자가 합의에 의하여 선정할 자에 대해, 위원회가 지명한다. 다만, 당사자의 합의에 의한 선정이 이루어지지 않을 때는 위원회의 위원 기타의 직원 중에서 위원회가 지명한다.

(4) 중재에 대해서는 이 조에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고, 중재위원을 중재인으로 간주해서 중재법의 규정을 적용한다.

나. 전기통신사업 분야에 있어서 경쟁촉진에 관한 지침

일본의 경우, 독점금지법은 전기통신사업 이외의 분야에도 공통적으로 적용되기 때문에 구체적으로 전기통신사업분야에서 어떠한 행위가 독점금지법에 저촉되는 행위인가가 불명확하였다. 이에 대해서 공정거래위원회와 총무성(MIC)이 「전기통신사업분야에 있어서 경쟁촉진에 관한 지침」을 공동으로 정하여 공표하게 되었다. 독점금지법과 전기통신사업법의 운용에 있어서 공정거래위원회 및 총무성은, 동일한 행위에 대해서 양법이 적용될 수 있는지에 대한 것과 양법의 운용 문제에 대한 최대한의 정합을 도모해, 양 법의 적용 관계를 둘러싼 사업자의 쓸데없

는 혼란이나 과대한 부담을 발생시키지 않는다는 관점에서 창구를 개설하여 상호 적극적인 정보 교환을 이행하고 있다. 그러나 어디까지나 통신부문에 대하여서는 총무성이 사전 및 사후규제를 처리하는데 있어 주도적인 역할을 담당하는데, 그 주요 이유는 통신사업에 대한 전문성에 기인한다.

이하에서는 ‘전기통신사업분야에 있어서 경쟁촉진에 관한 지침’의 주요내용을 살펴보도록 한다. 먼저 지침의 필요성에 대해서는 전기통신사업분야에 있어서의 공정한 경쟁을 촉진하는 것이 정부의 중요한 정책 과제의 하나가 되고 있는데, 전기통신은 애로(bottleneck)설비의 설치, 시장 지배력을 갖는 사업자 존재, 네트워크 산업으로서 경쟁 상대인 사업자와 접속하지 않으면 서비스 제공이 곤란한 점 등의 이유로 독점금지법 및 전기통신사업법을 적정하게 운용해 가는 것이 필요하게 된다고 지적하였다. 따라서 이 지침은 공정거래위원회와 총무성이, 각각의 소관 범위에 대한 책임을 갖고 작성한 것이다. 지침의 전체적 구성은, 첫째, 전기통신사업분야에 있어서의 경쟁의 촉진에 관한 지침의 필요성과 구성, 둘째, 독점금지법상 또는 전기통신사업법상 문제가 되는 행위, 셋째, 경쟁을 한층 촉진하는 관점에서 사업자가 취하는 것이 바람직한 행위, 그리고 넷째, 보고·상담, 의견제출 등에서의 대응체제로 이루어져 있다.

동 지침에서는 독점금지법 또는 전기통신사업법 문제가 되는 행위를 분야별로 각각 열거하고 있다. 첫째, 전기통신설비의 접속 및 공용에 관련되는 분야이다. 여기에는 우선 독점금지법상 문제가 되는 행위로서 가입자회선망과의 접속과 관련되는 행위, 설비병설(collocation)과 관련되는 행위, 접속 시에 얻은 경쟁사업자나 그 거래 상대방에 관한 정보의 이용에 관련되는 행위 등이 있다. 또 전기통신사업법상 문제가 되는 행위로서 업무개선명령의 대상이 되는 행위, 접속약관의 변경인가신청명령의 대상이 되는 경우, 접속약관 변경명령의 대상이 되는 경우, 시장지배적인 전기통신사업자에 대한 금지행위 등을 들고 있다. 각각에 대한 상세한 내용을 여기에서 설명하기는 곤란하다.³⁶⁾

둘째, 전주·관로 등의 대여에 관련되는 분야이다. 독점금지법상 문제가 되는 행위로서는 전주·관로 등의 대여와 관련되는 행위, 전주·관로 등의 대여와 다른

36) 공정거래위원회와 총무성, ‘전기통신 사업분야 경쟁의 촉진에 관한 지침 (원안)’, 2001년 9월 참조

서비스의 묶어팔기와 관련되는 행위, 전주·관로 등의 대여 시에 얻은 자기 또는 자기의 관계 사업자와 경쟁관계에 있는 인프라베이스 사업자나 그 거래상대에 관한 정보의 이용과 관련되는 행위 등이 있다. 또 전기통신사업법상 문제가 되는 행위에는 정당한 이유 없이 대여를 거부하는 행위, 부적정한 제공조건에 의해 대여하는 행위 등이 있다.

셋째, 전기통신역무의 요금 기타의 제공조건의 설정 등과 관련된 분야이다. 먼저 독점금지법상 문제가 되는 행위는 시장에 있어 상대적으로 높은 점유를 차지하는 전기통신사업자가 행하는 행위(예컨대 자기가 설정하는 접속요금을 밑도는 전기통신역무요금을 설정함으로써, 경쟁사업자의 사업활동을 곤란하게 하는 것)를 들고 있다. 그리고 전기통신사업법상으로는, 기초적 전기통신역무 또는 지정전기통신역무를 제공하는 전기통신사업자가 설정하는 계약약관에 대해서, 요금액의 산출방법이 적정하고 명확하게 정해져 있지 않을 때, 전기통신회신설비의 이용을 부당하게 제한하는 것일 때 등의 경우에 전기통신사업법에 의거한 계약약관 변경명령이 발동될 수 있다고 하고 있다.

넷째, 콘텐츠의 제공에 관련되는 분야에서는 먼저 독점금지법상 문제가 되는 행위로서, 높은 시장점유율의 시스템 운용사업자가, 사적 독점, 배타조건부 거래, 구속조건부 거래 등과 같은 행위에 의해 경쟁사업자의 거래의 기회를 감소시키거나 콘텐츠 제공시장에 있어서의 가격 경쟁을 저해할 우려를 야기하는 것을 들고 있다. 다음으로 전기통신사업법상으로는 시장지배적인 전기통신사업자가 콘텐츠 프로바이더(CP)의 업무에 대하여 부당하게 규율하거나 간섭하는 것은 전기통신사업법 상 금지행위에 해당하고 (전기통신사업법 제37조의2제3항제3호), 총무대신의 정지 또는 변경 명령의 대상이 되는 (같은 조 제4항)것 외에 공공의 이익을 저해한다고 인정되었을 때는 제1종 전기통신 사업 허가의 취소사유가 될 수 있다. (같은 법 제19조제1항제2호). 그리고 다음 세 가지의 행위 유형에 대해서는 독점금지법과 전기통신사업법상 공히 문제가 된다고 하고 있다. 즉, ① 합리적인 이유 없이 경쟁사업자의 메뉴리스트에 새롭게 콘텐츠를 게재하려고 하는 CP에 대하여 자신의 메뉴리스트로의 콘텐츠의 게재(원하는 카테고리에 대한 게재를 포함) 또는 요금회수 대행 서비스를 중지하거나, 이미 경쟁사업자의 메뉴리스트에 콘텐츠를 게

재하고 있는 CP에 대하여 자신의 메뉴리스트로의 게재 또는 요금회수 대행 서비스를 거부하는 경우, ② 합리적인 이유 없이 자신의 메뉴리스트에 새롭게 콘텐츠를 게재하려고 하는 CP에 대하여 경쟁사업자의 메뉴리스트의 콘텐츠의 게재를 금지하거나 경쟁사업자의 메뉴리스트에 대응하는 기술언어에 의한 콘텐츠의 작성을 금지하는 경우, 그리고 ③ 합리적인 이유 없이 콘텐츠를 메뉴리스트에 게재하는 조건으로써 CP와 고객 간의 콘텐츠 제공에 관련된 요금의 설정에 관여하는 것 등이다.

마지막으로 전기통신설비의 제조·판매에 관련되는 분야이다. 예를 들어 전기통신 사업자가 합리적인 이유 없이 전기통신 설비의 제조업자(이하 「설비 메이커」라고 한다.)에 대하여 특허 등의 라이선스 계약의 체결과 함께 다른 상품, 서비스를 자신 또는 자신의 지정된 사업자에게 구입하게 하는 것, 또는 특허 등의 라이선스 계약이 체결되어 있는 설비 메이커와 그 거래 상대방의 거래 및 기타 설비 메이커의 사업활동을 구속하는 조건을 붙여서 해당 설비 메이커와 거래를 하는 것은 일반적으로 시장에 대한 공정한 경쟁을 저해할 우려가 있는 행위이며, 원칙적으로 불공정한 거래방법에 해당하고 독점금지법 제19조의 규정에 위반된다고 설명하였다. 한편 시장 지배적인 전기통신 사업자가 합리적인 이유 없이 설비 메이커 또는 판매업자에게 그 업무에 대하여 부당하게 규율하거나 간섭하는 것은 전기통신사업법 상의 금지행위에 해당한다는 설명이다. 또한 다음 네 가지의 행위 유형에 대해서는 독점금지법과 전기통신사업법상 공히 문제가 된다고 하고 있다. ① 설비 메이커와 전기통신 설비를 제조하기 위해 꼭 필요한 특허 등의 라이선스 계약을 체결하는 것과 함께, 합리적인 이유 없이 자신 또는 자신이 지정한 사업자에게 설비 메이커가 필요로 하는 상품, 서비스를 구입하게 하는 것, ② 설비 메이커와 체결되어 있는 라이선스 계약 또는 공동 개발 계약에 있어서 자신의 특허 등의 기술을 이용한 전기통신 설비를 경쟁사업자에게 판매할 때에는 별도 계약에 따라 허락이 필요하다는 조건을 붙이는 경우에, 합리적인 이유 없이 설비 메이커로부터의 허락요청을 인정하지 않거나 허락에 관련된 수속을 지연시키는 등 실질적으로 허락청구를 거부하고 있다고 여겨지는 행위를 하여, 경쟁사업자에게 해당 특허 등의 기술을 이용한 전기통신 설비를 판매하는 시기 등을 제한하는 것, ③

단말 설비(전화기(유선, 이동), 팩스 등)의 판매업자에 대해 스스로 지정한 단말설비를 표준가격, 참고가격 등을 준수하게 하는 것, 그리고 ④ 단말설비의 판매업자에 대하여 합리적인 이유 없이 다른 통신사업자의 단말설비를 취급하지 않고 스스로 지정한 단말 설비만을 판매하게 하거나 스스로 지정한 판매지역 등을 준수하게 하는 것 등이다.

동 지침은 또한 경쟁을 한층 더 촉진하는 관점에서 사업자가 채용하는 것이 바람직한 행위를 예시하고 있기도 하다. 이에 따르면 접속담당부문과 기타 부문/자신의 관계사업자와의 정보차단, 접속, 코로케이션에 관련된 정보개시 및 조건의 동일성의 확보, 가입자 회선망 개방의 철저 등을 들고 있다. 또한 전신주/관로 등의 임대에서, 전신주/관로 등의 임대 담당부문과 다른 부문/자신의 관계사업자와의 정보차단, 전신주/관로 등의 대여신청 수속 및 대여상황의 공표, 전용 전기통신 역무 시장의 활성화, 위반방지 매뉴얼의 작성 등도 제시되고 있다.

제4장. 국내 규제기관 교육프로그램 현황

제1절. 공정거래위원회

1. 공정거래위원회 개요

가. 임무와 기능

○ 공정거래위원회는 독점 및 불공정거래에 관한 사안을 심의·의결하기 위해 설립된 국무총리 소속의 중앙행정기관이자 합의제 준사법 기관으로, 경쟁 정책을 수립, 운영하며 공정거래관련 사건을 심결, 처리하는 역할을 담당한다.

나. 조직 구성

- 공정거래위원회는 의사결정기구인 위원회와 실무기구인 사무처로 구성되어 있다.
- 위원회는 9명의 위원으로 이루어져 있으며, 공정거래관련 사건을 심의·의결하는 역할을 담당한다.
- 사무처는 2관, 5국, 5지역사무소로 구성되어 있으며, 경쟁정책을 직접 입안·추진하거나 공정거래관련 사건을 조사하여 위원회에 상정하고, 위원회의 결정에 따라 처리하는 역할을 담당하고 있다.

2. 교육프로그램 현황

가. 교육 운영 시스템

○ 공정거래위원회는 직장교육, 위탁교육, 개인학습, 혁신교육 등 크게 4가지 교육훈련 프로그램을 운영하고 있다.

나. 교육훈련 프로그램 세부현황

- 직장교육 : 입문과정, 기본과정, 심화과정, 고급과정 등 4개 과정으로 나누어 실시
- 위탁교육 : 국내대학원과정, 외국어연수과정, 방통대과정, 외국어교육, 전문교육, 국외 위탁교육 과정 등 6개 분야로 나누어 실시
- 개인학습 : 사이버교육, 연구모임, 학술 세미나&포럼 등 3개 분야로 나누어 실시
- 혁신교육 : 외부교육기관위탁 혁신교육과 혁신 워크샵으로 나누어 실시

<표4-1> 2009년도 공정거래위원회 교육훈련 세부프로그램 현황

구분	세부과정	교육대상	기간	실시 방법	주요 교육내용
직장 교육	입문과정	신규 및 전입자	5일	- 내부강사 강의 및 실습 - 멘토지정 운영(6개월)	- 기본교육 (조직&업무 소개) - 소양교육 (공직자윤리 교육 등)
	기본과정	4급이하 직원	3일	- 내부강사 강의 및 토론 * 필요시 외부강사 초빙	- 경제법개론, 조사기법 - 심사보고서작성 등
	심화과정	전직원	4~10 시간	- 소관부서에서 자체적으로 실시 - 내부강사 사례연습 및 토론	- 공정거래정책 주요이슈 - 시장 지배적 지위남용 - 증거수집방법 등
	고급과정	전직원	2시간	- 소관부서에서 계획 운영 - 외부 전문가 초빙교육 실시	- 기업결합 - 소비자보호정책 - 외국 경쟁당국 법집행 동향 등
위탁 교육	국내 대학원 과정	희망자	~ 2년 6개월	- 국내 대학원에서 단기 & 석사과정 이수	- 공정거래법학 등
	외국어 연수과정	외국어 필요자	10주 ~ 20주	- 외국어대 등에 위탁연수	- 영어, 일어, 불어, 중국어 등
	방통대 과정	희망자	4년	- 방통대 학사과정	- 방통대 전학과
	외국어 교육	희망자	3개월	- 청사 교육	- 영어, 일어, 중국어, 스페인어
	전문교육	업무 담당자	5일	- 국내 교육기관 위탁교육	- 인사/감사/예산/혁신 과정 등
	국외 위탁교육	적격자 추천	~ 2년	- 조직에서 추천하여 선발	- 단기 및 장기 훈련과정 (중앙인사위원회 주관)
개인 학습	사이버 교육	신규 및 전입자	-	- 자체 사이버연수원에 구축된 기초지식 이수	- 공정거래위원회 기초 업무과정
	연구모임	희망자	-	- 연구모임 주도로 토론 학습	- 경쟁법 연구회 등

	학술세미나 &포럼	전직원	-	- 외부 세미나&포럼에 발 표자 또는 토론자로 참석	- 경제법학회 주최 학술 세미나
혁신 교육	혁신 교육	전직원	-	- 외부 민간교육기관 위탁	- 뇌답교육, 리더십교육 등
	혁신 워크숍	전직원	-	- 조직의 비전 및 추진과제 공유	- 간부 혁신워크숍 - 전직원 혁신워크숍 등

자료 : 공정거래위원회

제2절. 대검찰청

1. 대검찰청 개요

가. 임무와 기능

- 대검찰청은 각종 사건 수사 및 전국의 검찰청을 지휘, 감독하는 일을 한다.

나. 조직 구성

- 대검찰청은 본부에 1국, 7부, 2관으로 구성되어 있으며, 지방에 5개 고등검찰청과 18개 지방검찰청을 지휘, 감독한다.

2. 교육프로그램 현황

가. 교육 운영 시스템

- 대검찰청은 법무연수원에서 집합교육과 사이버교육 등 크게 2가지 교육훈련 프로그램을 운영하고 있다.

나. 교육훈련 프로그램 세부현황

- 집합교육 : 기본교육 3개 과정, 전문교육 31개 과정을 연중 정기적으로 실시
- 사이버교육 : 실무교육 178개 과정을 연중 정기적으로 실시

<표 4-2> 2009년도 대검찰청 집합교육 세부훈련프로그램 현황

구분	과 정 명	대 상	2009 계 획						비 고	
			과 정 수	횃 수	교육 일수 (회당)	총 예정 인원	상시 학습 시간 (회당)	교육 일정		
총 계			89	121	511	3,986	3,119			
검찰사무직 소 계			34	56	204	2,205	1,288			
검찰	기본교육	제72~74기 검찰신규자	9급 신규자	1	3	20	400	140	3.16 ~ 4.10 5.11 ~ 6.5 11.23~12.18	- 57급 신규자 포함 (‘08년 공채: 250명, ‘09년 공채: 150명)
		제21,22기 검찰7급 임용예정자	7급 승진예정자	1	2	20	180	140	2.16 ~ 3.13 8.17 ~ 9.11	- 57급 신규자 포함
		제1,2기 검찰 실무관(B/L)	기능 일용직	1	2	5	60	35	9.7 ~ 9.11 11.9~ 11.13	- 신설 - 사이버 검찰기능직
	전문교육	제3기 현장수사 기초	검찰 8~9급	1	1	3	30	21	4.20 ~ 4.22	- 기간변경 (5일→3일) - 인원변경 (60명→30명)
		제1,2기적법 수사절차	“	1	2	2	80	14	6.4 ~ 6.5 10.22~10.23	- 신설
		제9~12기 조서작성 실무	“	1	4	5	120	35	6.22 ~ 6.26 6.29 ~ 7.3 7.13 ~ 7.17 8.17 ~ 8.21	- 횃수변경 (5회→4회), - 인원변경 (250명→120명) - 2회는 대검 멀티클래스로 운영
		제1,2기 수사서류 작성 실무	“	1	2	2	80	14	4.23 ~ 4.24 9.24 ~ 9.25	- 신설
		제3~7기 수사기법	“	1	5	5	150	35	4.13 ~ 4.17 6.15 ~ 6.19 7.13 ~ 7.17 10.26~10.30 12.14~12.18	- 기간변경 (10일→5일) - 횃수변경 (2회→5회) - 인원변경 (160명→150명)

구분	과 정 명	대 상	2009 계 획						비 고
			과 정 수	횃 수	교육 일수 (회당)	총 예 정 인 원	상 시 학 습 시 간 (회당)	교육 일 정	
	제20~22기 선진조사신 문기법	검찰 6~8급	1	3	5	120	35	2.9 ~ 2.13 7.13 ~ 7.17 11.2 ~ 11.6	- 횃수변경 (5회→3회) - 인원변경 (250명→120명)
	제5기 선진 마약수사 기법(B/L)	마약 검찰 6~9급	1	1	5	30	35	7.6 ~ 7.10	- 사이버: 마약수사
	제4,5기 재산범죄 수사실무 (B/L)	검찰 6~8급	1	2	5	100	35	3.2 ~ 3.6 5.25 ~ 5.29	- 인원변경 (120명→100명) - 사이버: 형법각론
	제1,2기 범죄수익추 적실무(B/L)	"	1	2	5	60	35	4.27 ~ 5.1 8.31 ~ 9.4	- 신설 - 사이버: 금융 회계, 자금추적
	제 1 기 환경·보건 사범 수사 실무(B/L)	"	1	1	5	30	35	6.8 ~ 6.12	- 신설 - 사이버: 보건, 환경
	제 4 기 지적재산권 단 속 실 무 (B/L)	"	1	1	3	30	21	9.14 ~ 9.16	- 기간변경 (5일→3일) - 인원변경 (50명→30명) - 사이버: 지적재산권
	제8기 여성 및 아동 학대범죄 수사실무	"	1	1	5	50	35	10.19 ~ 10.23	
	제3,4기 민사법실무 (B/L)	검찰 5~8급	1	2	5	100	35	4.20 ~ 4.24 11.16~11.20	- 대상변경 (5~7급→5~8급) - 사이버: 민법총칙, 채권 총론, 채 권 각 론, 물권법
	제 1 기 수사사무 관 인 지 수사	검찰 5급	1	1	5	30	35	4.13 ~ 4.17	- 신설
	제4기 행정사무심 화	검찰 8~9급	1	1	2	40	14	2.26 ~ 2.27	- 횃수변경 (2회→1회) - 인원변경 (160명→40명)

구분	과 정 명	대 상	2009 계 획						비 고
			과 정 수	횟 수	교육 일수 (회당)	총 예 정 인 원	상 시 학 습 시 간 (회당)	교육 일 정	
	제3기 민원상담실 무자(B/L)	검찰 6~9급 기능직	1	1	3	30	21	5.6 ~ 5.8	- 대상변경 (7~9급→6~9급, 기능직) - 기간변경 (5일→3일) - 인원변경 (50명→30명) - 사이버: 민원실무
	제2기 공판실무 (B/L)	검찰 6~9급 기능직	1	1	3	30	21	8.17 ~ 8.19	- 대상변경 (6~9급→6~9급, 기능직) - 기간변경 (5일→3일) - 인원변경 (40명→30명) - 공판실무 사이 버과정과 연계
	제2기 고검감사관 전문화	고검 감사관 6~7급	1	1	3	30	21	2.18 ~ 2.20	
	제2기 검찰통신 전산실무	통신· 전산 6~9급	1	1	5	30	35	10.12~10.16	
	제8기 국가소송 실무(B/L)	검찰, 타부처 6~9급	1	1	5	50	35	10.12~10.16	- 사이버: 송무사무
	제4기 헌법재판 실무	"	1	1	2	30	14	9.28 ~ 9.29	- 기간변경 (3일→2일) - 인원변경 (50명→30명)
	제4기 과학수사 기초(B/L)	검찰 8~9급	1	1	5	30	35	6.29 ~ 7.3	- 인원변경 (60명→30명) - 사이버: 과학수사
	제5기 과학수사 장비활용	"	1	1	5	30	35	11.2 ~ 11. 6	- 인원변경 (60명→30명)
	제7,8기 디지털범죄 수사기초 (B/L)	"	1	2	20	40	70	2.2~2.20(사) 2.23 ~ 2.27 4.6~4.24(사) 4.27 ~ 5.1	- 사이버: 디지털범죄수사 기초

구분	과 정 명	대 상	2009 계 획						비 고
			과 정 수	횃 수	교육 일수 (회당)	총 정 인원	상시 학습 시간 (회당)	교육 일정	
	제4,5기 디지털범죄 수사실무 (B/L)	"	1	2	20	40	70	6.1~6.19(사) 6.22 ~ 6.26 10.5~10.23(사) 10.26~10.30	- 사이버: 디지털범죄 수사실무
	제3기 과장 직무리더십	검찰 5급	1	1	5	20	35	9.21 ~ 9.25	- 인원변경 (30명→20명)
	제2기 고급관리자 리더십	검찰 4급	1	1	5	20	35	5.11 ~ 5.15	- 인원변경 (30명→20명)
	제2기 검찰 고위관리자 리더십역량 향상	고위 공무원 단승진 대상자	1	1	5	15	35	10.19~10.23	
	제1,2기 반부패청렴 투명행정	민원 업무 담당자	1	2	3	60	21	6.10 ~ 6.12 12.9 ~12.11	신설
	제3,4기 검찰인권 감수성	검찰 6~9급	1	2	3	40	21	6.22 ~ 6.24 11.16~11.18	- 인원변경 (60명→40명)
	제2기 검찰인권강사심화	검찰 5~8급	1	1	5	20	35	3.9 ~ 3.13	
보호직(보호관찰) 소 계			23	25	130	892	768		
보호관찰	기본교육	제2기 보호직 9급 신규자	1	1	20	50	140	10.26~11.20	
		제11기 보호관찰 7급 승진자(B/L)	1	1	10	20	45	12.7~12.11	- 집합5일, 사이버5일 - 사이버: 보호관찰법령의 이해 - 보호직 7급 신규자 7명 포함
	전문교육	제5기 보호관찰전문화	1	1	3	30	21	9.28~9.30	- 과정명 변경 (구)보호관찰행정세미나과정 - 대상변경 (6~7급→5~7급)

구분	과 정 명	대 상	2009 계 획						비 고
			과 정 수	횃 수	교육 일수 (회당)	총 정 인원	상시 학습 시간 (회당)	교육 일정	
	제2기 조사실무 전문화	보호 관찰 5~7급	1	1	3	30	21	6.10~6.12	- 과정명 변경 (구)판결전조사전문화과정 - 기간변경 (2일→3일)
	제2기 수강명령 집행 전문화	보호 관찰 5~7급	1	1	3	30	21	4.15~4.17	- 기간변경 (2일→3일)
	제2기 사회봉사명령 집행전문화	보호 관찰 5~7급	1	1	3	30	21	6.17~6.19	- 기간변경 (2일→3일)
	제5기 보호관찰 기초(B/L)	보호관찰 8~9급	1	1	15	50	50	8.24~8.28	- 집합5일, 사이버10일 - 사이버: 보호관찰등에 관한 법률의 이해 - 과정명 변경 (구)보호관찰 행정실무과정
	제5기 조사실무 기초	보호직 8~9급	1	1	5	40	35	2.16~2.20	- 과정명 변경 (구)판결전조사기초과정
	제10기 수강명령 집행기초	보호 관찰 8~9급	1	1	3	40	21	2.4~2.6	- 기간변경 (5일→3일)
	제1기 사회봉사 명령집행 기초	보호 관찰 8~9급	1	1	3	40	21	4.29~5.1	신설
	제7기 보호관찰 상담지도	보호 관찰 5~9급	1	1	5	40	35	5.18~5.22	- 과정명 변경 (구)보호관찰전문상담지도기초과정 - 대상변경 (8~9급→5~9급)
	제4기 보호관찰재범사실무	보호 관찰 5~9급	1	1	3	40	21	11.25~11.27	- 과정명 변경 (구)보호관찰재범분석전문화과정 - 기간변경 (5일→3일) - 대상변경 (5~7급→5~9급)

구분	과 정 명	대 상	2009 계 획						비 고
			과 정 수	횃 수	교육 일수 (회당)	총 예정 인원	상시 학습 시간 (회당)	교육 일정	
	제1기 심리검사 도구활용 (B/L)	보호관찰 5~9급	1	1	10	40	45	4.20~4.24	- 신설 - 집합5일, 사이버5일 - 사이버: 심리검사의 이해 - 집합35시간, 사이버10시간
	제1기 수강명령 강사양성	보호관찰 5~9급	1	1	5	40	35	3.2~3.6	-신설
	제1,2기 소년 보호관찰전문화	보호관찰 5~9급	1	2	5	80	35	3.9~3.13 9.14~9.18	- 신설
	제4기 성폭력 보호관찰 전문화(B/L)	보호관찰 5~9급	1	1	10	40	33	6.24~6.26	- 집합3일, 사이버7일 - 사이버: 전자감독제도의 이해 - 횃수변경 (3회→1회)
	제2기 가정폭력 보호관찰 전문화	보호직 5~9급	1	1	3	40	21	9.2~9.4	
	제2기 중독치료 보호관찰 기초	보호직 5~9급	1	1	3	40	21	10.12~10.14	
	제7기 성격유형 검사	보호직 5~9급	1	1	5	60	35	6.29~7.3	
	제3기 보호직 고위관리자	보호직 4급	1	1	2	12	14	10.15~10.16	- 과정명 변경 (구)범죄예방정책국 고위관리자과정
	제5기 보호관찰관 리더십 역량향상	보호관찰 5급	1	1	3	20	21	5.6~5.8	- 과정명 변경 (구)보호관찰관 혁신리더십과정
	제3,4기 보호관찰 인권감수성	보호관찰 6~9급	1	2	3	60	21	3.25~3.27 10.21~10.23	

구분		과 정 명	대 상	2009 계 획						비 고
				과 정 수	횟 수	교육 일수 (회당)	총 예 정 인 원	상 시 습 득 시간 (회당)	교육 일정	
		제2기 보호관찰 인권강사 심화	보호관 찰 6~9급	1	1	5	20	35	3.30~4.3	- 대상변경 (5~8급→6~9 급)
보호직(소년보호) 소 계				13	14	81	340	391		
소년보호직	전문교육	제3기 심리검사	보호직 7~9급 (소속 타직렬)	1	1	5	30	35	3.30~4.3	- 대상 변경 (기타직렬 포함)
		제1기 소년보호 교사역량 개발기본	소년 보호 8~9급 (소속 타직렬)	1	1	5	20	35	4.27~5.1	- 과정명 변경 (구)소년보호 교사기초과정
		제1기 소년보호 교사역량 개발심화	소년 보호 6~8급 (소속 타직렬)	1	1	5	20	35	9.21~9.25	- 과정명 변경 (구)소년보호 교사심화과정
		제3기 인성교육	보호직 6~9급 (소속 타직렬)	1	1	5	30	35	5.25~5.29	
		제11기 상담심리 기본	보호직 6~9급 (소속 타직렬)	1	1	5	30	35	6.22~6.26	- 과정명 변경 (기본+심화) 격년제
		제3기 분류심사 (B/L)	소년보 호 5~9급	1	1	13	30	31	22~213(사) 2.16~18	- 사이버: 분류 심사
		제2기 보호자교육 강사양성	보호직 6~9급	1	1	3	30	21	9.14~9.16	
		제3기 소년보호리더 심역량강화 (B/L)	소년보 호 5~6급	1	1	13	20	35	11.16~11.27 (사) 11.30~12.2	- 과정명 변경 (구)소년보호 혁신리더십 - 사이버: 6단 계 코칭 스킬 향상

구분	과 정 명	대 상	2009 계 획						비 고	
			과 정 수	횃 수	교육 일수 (회당)	총 예정 인원	상시 학습 시간당 (회당)	교육 일정		
	제1기 생활지도전문 회(B/L)	소년보호 6~9급	1	1	13	20	31	10.5~10.16 (사) 10.19~10.21	- 신설 - 사이버: 소년 보호 수용관리	
	제1기 간호실무	범죄 예방 정책국 소속 간호직	1	1	3	20	21	5.11~5.13	- 신설	
	제1기 연구업무 담당자양성	소년 보호 6~9급 (소속타 직렬)	1	1	3	30	21	3.16~3.18	- 신설	
	제4기 소년보호안원 감수성	소년 보호 6~9급 (소속타 직렬)	1	2	3	40	21	4.6 ~ 4.8 10.7~10.9		
	제2기 소년보호안원 강사심화	소년 보호 6~9급	1	1	5	20	35	6.1 ~ 6.5	- 대상변경 (5~8급→6~9급)	
출입국관리직 소 계			15	22	83	449	581			
출입국관리직	기본교육	제27,28기 출입국관리 직 9급 신규자	출입국 9급 신규자	1	2	15	64	105	5.18 ~ 6.5 11.2~11.20	
	전문교육	제9~12기 위변조 문서등 감식전문가	출입국 7~9급	1	4	10	80	70	2.9 ~ 2.20 4.20 ~ 5.1 6.22 ~ 7.3 10.12~10.23	
		제4기 출입국심사 실무(B/L)	출입국 7~9급	1	1	3	20	21	5.6 ~ 5.8	- 사이버: 출입국심사실무
		제2,3기 사회통합 실무	출입국 6~9급	1	2	5	40	35	3.9 ~ 3.13 8.24 ~ 8.28	- 횃수변경 (1회→2회)
		제1기 사회통합 정책역량개발	출입국 5~9급	1	1	3	20	21	12.2 ~ 12.4	- 신설
		제3기 국적난민 연구	출입국 6~7급	1	1	5	20	35	3.23 ~3.27	

구분	과 정 명	대 상	2009 계 획						비 고
			과 정 수	횃 수	교육 일수 (회당)	총 정 인원	상시 학습 시간 (회당)	교육 일정	
	제2기 국적난민 실무(B/L)	출입국 8~9급	1	1	5	20	35	12.14 ~ 12.18	- 사이버: 난민 실무
	제1기 사증실무	출입국 6~8급	1	1	3	20	21	2.25 ~ 2.27	- 신설
	제1기 체류관리 실무(B/L)	출입국 7~9급	1	1	3	20	21	8.19 ~ 8.21	- 신설 - 사이버: 체류관리 실무
	제1,2기 출입국사범 사건송치 실무	출입국 6~9급	1	2	10	30	70	4.6 ~ 4.17 9.14 ~ 9.25	- 신설
	제5기 외국인보호 실무	출입국 7~9급	1	1	5	20	35	10.5 ~ 10.9	
	제8기 출입국관리 행정세미나	출입국 5~9급	1	1	5	20	35	6.15 ~ 6.19	
	제1기 출입국중간 관리자 역량향상	출입국 4~5급	1	1	3	15	21	7.1 ~ 7.3	- 신설 - 리더십교육 포함
	제3,4기 출입국인권 감수성	출입국 6~9급	1	2	3	40	21	5.13 ~ 5.15 10.28~10.30	
	제2기 출입국인권 강사심화	출입국 6~9급	1	1	5	20	35	7.6 ~ 7.10	
공 통 소 계			4	4	13	100	91		
공 통	제5기 관리자파워 포인트활용	전직렬 4~5급	1	1	3	20	21	10.7 ~ 10.9	
	제5기 파워포인트 실무	전직렬 6~9급	1	1	5	20	35	4.13 ~ 4.17	
	제13기 기능직교육	전직렬 기능직	1	1	3	40	21	6.29 ~ 7.1	
	제2기 규제개혁 과정	전직렬 3급 이하	1	1	2	20	14	6.11~6.12	- 최대 60명

자료 : 법무연수원

<표4-3> 2009년도 대검찰청 사이버교육 세부훈련프로그램 현황

과목구분	과목명	대상	1회교육인원	연간교육인원	차시	상시학습시간	일정	비고
총 계 (246개 과목)			5,240	39,660	2,034	1,735	-	-
검찰직 소 계 (178개 과목)			3,790	24,170	834	819	-	-
검찰	검찰 기능직	검찰기능직실무(아송, 송치, 송부)	10	110	1	1	매월 1일 ~ 익월 말일 (1월 휴강, 각 과목별 11회 운영)	
		검찰기능직실무(기소)	10	110	2	2		
		검찰기능직실무(기초사건접수)	10	110	2	2		
		검찰기능직실무(불기소)	10	110	2	2		
		검찰기능직실무(사건민원상담요령)	10	110	2	2		
		검찰기능직실무(영장인자제기)	10	110	1	1		
		검찰기능직실무(형사소송법)	10	110	4	4		
		검찰기능직실무(진정내사, 첩보)	10	110	2	2		
		검찰기능직실무(기타서식)	10	110	1	1		
	검찰 기능직 공판 사무	법정증거사각자료화	10	110	30	15		신설
	송무 사무	송무실무1 (민사소송, 강제집행, 국가소송)	10	110	6	6		
		송무실무 3 (국가배상사건)	10	110	2	2		
		송무실무 2 (행정소송, 소송일반 등)	10	110	3	3		
	공판 사무	공판실무	10	110	1	1		
	과학 수사	마약감식	10	110	3	3		
		심리생리 분석	10	110	2	2		
		음성분석	10	110	2	2		
		영상분석	10	110	2	2		
		문서감정	10	110	2	2		
	디지털 수사	DB압수수색기법	10	110	5	5		
		컴퓨터와 저장장치	10	110	4	4		
		디지털포렌식의 이해	10	110	3	3		
		네트워크포렌식 이해	10	110	1	1		

구분	과목명	대상	1회 교육 인원	연간 교육 인원	차시	상시 습 시간	일정	비고
	사건 사무	사건실무 1 (사건수리, 배당, 처분 등)	10	110	2	2		
		영장실무	10	110	1	1		
		사건실무 2 (항고, 재정신청, 진정내사)	10	110	2	2		
	압수 사무	증거물처리실무	10	330	16	16		
	수사 역량 강화	형법연습(KCU)	200	200	40	40	22 ~ 4.30	신설
		헌법1(KCU)	100	100	28	28		신설
		형법총론(KCU)	400	820	32	32	1가: 2.2~ 4.30,	신설
		형사소송법(KCU)	400	820	42	42		신설
		형법각론(KCU)	400	820	27	27	5월 이후 매월 1일~ 익월 말일	신설
		민법총칙(KCU)	400	750	42	42		신설
		채권총론(경회사이버대)	50	500	26	26	2월 이후 매월 1일~ 익월 말일	신설
		채권각론(경회사이버대)	50	500	30	30		신설
		물권법(경회사이버대)	50	500	30	30		신설
		헌법(경회사이버대)	50	350	30	30	5월 이후 매월 1일~ 익월 말일	신설
	수형 보존 사무	수형실무	10	110	1	1		
		보존실무	10	110	1	1		
	검찰 사무	검찰 민원실무	10	110	2	2		
	재산형 집행 사무	추정보전명령청구 및 집행실무	10	110	4	4	매월 1일 ~ 익월 말일	
		재산형집행실무(심회과정)	10	110	35	35		
	정보 통신	정보화시스템 운영	10	110	2	2	(1월 휴강, 각 과목별 11회 운영)	
		네트워크 운영	10	110	2	2		
	집행 사무	자유형집행실무	10	110	4	4		
		재산형집행실무(기초과정)	10	110	7	7		
		자유형 미집행자 추적 검거	10	110	3	3		

구분	과 목 명	대 상	1회 교육 인원	연간 교육 인원	차시	상시 학습 시간	일 정	비 고
	총무 사무	보안 복무실무	10	110	3	3		
		전자인사관리시스템(☞사람)	10	110	2	2		
		의전실무	10	110	1	1		
		청사관리 상황별 대처요령	10	110	3	3		
		기획실무	10	110	4	4		
		기록물 관리실무	10	110	2	2		
		검찰 예산 경리실무	10	110	3	3		
		보도자료 작성법	10	110	1	1		
		검찰홍보실무	10	110	2	2		
		검찰인사실무	10	110	2	2		
	피해자 지원 사무	범죄피해자 지원실무	10	110	3	3		
	진술 분석	행동분석기법1	10	110	4	4		
		행동분석기법2	10	110	3	3		
		진술분석1	10	110	4	4		
		아동 피해자 진술 분석	10	110	3	3		
	증거 판단	증거판단 핵심 프로세스 이해	10	110	2	2		
		증거의 신빙성 판단	10	110	2	2		
		증거의 신빙성 증거능력판단 관련 case study	10	110	4	4		
		사건관계인 진술 분석과 사건의 재구성	10	110	1	1		
		신속한 결정요령	10	110	2	2		
	금융 회계	기업회계 실무(기초)	10	110	5	5		
		기업회계실무(심화과정)	10	110	35	35		
		기업수사와 세법	10	110	6	6		
		금융, 증권분석	10	110	2	2		
		증권범죄의 유형과 수사사례	10	110	3	3		

구분	과 목 명	대 상	1회 교육 인원	연간 교육 인원	차시	상시 학습 시간	일 정	비 고
	자금 추적	자금세탁 방지제도		10	110	2	2	
		증권사범시 계좌추적과 주권추적		10	110	1	1	
		자금추적 실무개요		10	110	8	8	
		범죄수익 환수절차의 이해		10	110	2	2	
	형사 강력	과학수사기법		10	110	2	2	
		강력사건과 법의학		10	110	2	2	
		화재현장의 이공학적 해석		10	110	2	2	
		유전자감식		10	110	2	2	
		유영철 연쇄살인사건		10	110	7	7	
		강력사건 무죄사례분석		10	110	3	3	
	교통	교통사범의 개념 및 보호법익		10	110	1	1	
		교통사고처리특례법 위반죄 연구		10	110	6	6	
		특정범죄가중처벌등에관한법률 위반 검토		10	110	2	2	
		교통사범에 대한 조사이력(과학적 수사기법 등)		10	110	2	2	
		교통사범에 대한 수사지휘 및 사건처리		10	110	1	1	
	보건	의료과오사범 수사실무		10	110	5	5	
		의약사범 수사실무		10	110	2	2	
		식품사범 수사실무		10	110	2	2	
		장기및인체조직이식등위반사범 수사실무		10	110	1	1	

구분	과 목 명	대 상	1회 교육 인원	연간 교육 인원	차시	상시 학습 시간	일 정	비 고
구분	환경	대기환경사범 수사실무	10	110	2	2		
		소음, 진동규제법위반 수사실무	10	110	1	1		
		수질환경사범 수사실무	10	110	3	3		
		유해화학물질관리법위반사범 수사 실무	10	110	1	1		
		폐기물사범 수사실무	10	110	2	2		
		환경사범 수사사례	10	110	2	2		
		야생동식물보호법위반사범 수사 실무	10	110	2	2		
	지적 재산권	지적재산권 침해사범 일반	10	110	2	2		
		한국 검찰의 지적재산권 보호 활동	10	110	2	2		
		상표법위반사범 단속기법	10	110	4	4		
		부정경쟁방지 및 영업비밀보호 법	10	110	4	4		
		저작권법 수사일반	10	110	4	4		
		인터넷상 지적재산권 침해사범 수사 기법	10	110	6	6		
		산업재산권등록 심판절차 이해	10	110	3	3		
	공안 수사	공직선거법 등 선거관련 법령 해설	10	110	4	4		
		개별적 근로관계 법리	10	110	4	4		
		집단적 노동관계 법리	10	110	3	3		
		불법집단행동 수사실무	10	110	3	3		
		산업안전보건사범 수사실무	10	110	1	1		
		국가보안법 해설	10	110	4	4		
		대공사범 수사실무	10	110	3	3		
		학원사범 수사실무	10	110	1	1		

과목명	대 상	1회 교육 인원	연간 교육 인원	차시	상시 습 시간	일 정	비 고
범죄 정보	범죄 정보	범죄정보실무유형과 범죄정보실 무 수집 절차이해	10	110	1	1	
		제보(수사)관련자 신뢰감 구축 방법	10	110	1	1	
		청탁수사와 편파수사 방지 노 하우	10	110	1	1	
		각종 사회 현상에 대한 범죄 예측	10	110	1	1	
		수집된 범죄정보실무 적절성, 신뢰성, 정확성 판단	10	110	1	1	
	인지 수사	첩보의 수집과 관리	10	110	1	1	
		인지수사와 적법절차	10	110	1	1	
	특별 수사	특별수사와 자금추적실무	10	110	2	2	
		회계장부의 분석	10	110	5	5	
		부가가치세법	10	110	2	2	
		상속세증여세	10	110	1	1	
		소득세	10	110	1	1	
		조세범처벌법 해설	10	110	2	2	
		카르텔과 형벌	10	110	2	2	
	금융 수사	분식회계	10	110	4	4	
		금융관련 범죄유형과 수사사례	10	110	2	2	
		주식시장 매매제도의 이해	10	110	2	2	
		선물옵션시장매매제도의 이해	10	110	2	2	
		증권범죄 판례 강의	10	110	2	2	
		시세조종사건 수사기법	10	110	4	4	
		미공개정보이용사건 수사기법	10	110	2	2	
		공시위반사범 수사기법	10	110	1	1	
		비상장 주식 가치 및 수사사례	10	110	2	2	

구분	과 목 명	대 상	1회 교육 인원	연간 교육 인원	차시	상시 학습 시간	일 정	비 고
구분	마약 수사	통화내역 분석기법	10	110	4	4		
		마약범죄 수사에서 공적인정시 주의사항	10	110	1	1		
		무주물 압수시 대처 요령	10	110	1	1		
		마약류 관련 법률 해설	10	110	2	2		
		정보원 활용방안	10	110	1	1		
		공조수사방법	10	110	1	1		
		외국마약단속기관과의 연계강화 방안	10	110	2	2		
		국제회의 진행기법	10	110	2	2		
	조직 폭력 수사	조폭실태와 대응방안	10	110	2	2		
		조직폭력사범 관련 수사지침 지시사항, 관례이해	10	110	2	2		
		조직폭력사범 수사정보시스템 활용방안	10	110	1	1		
	침단 범죄	컴퓨터와 운영체제	10	110	4	4		
		네트워크이해	10	110	4	4		
		정보보호개론	10	110	4	4		
		사이버범죄 유형별 추적방법	10	110	5	5		
		디지털포렌직 국내외 동향	10	110	2	2		
		컴퓨터 압수수색 절차	10	110	2	2		
		DEAS증거수집기법	10	110	2	2		
		DB압수수색및분석	10	110	2	2		
		수사질의어	10	110	1	1		
		디지털증거분석 결과의 이해	10	110	2	2		
		컴퓨터 프로그래밍	10	110	1	1		
		인터넷	10	110	1	1		
		윈도우 로그분석	10	110	1	1		

구분	영역	과 목 명	대 상	1회 교육 인원	연간 교육 인원	차시	상시 학습 시간	일 정	비 고	
	침단 범죄	Mac Time의 원리		10	110	1	1			
		IP주소 추적 기법과 사례		10	110	2	2			
		침단범죄의 참고인 및 피의자 조사 방법		10	110	1	1			
		기술유출범죄수사기법		10	110	2	2			
		인터넷범죄 모니터링 기법 및 유형별 추적방법		10	110	2	2			
		인터넷 범죄 수사기법 및 사례		10	110	1	1			
		기술유출범죄 수사사례		10	110	1	1			
		모바일 포렌직 및 분석 결과		10	110	3	3			
	외사 수사	재산국의 도피사범 수사실무		10	110	1	1			
		우리나라 외환제도의 현황과 발전방향		10	110	2	2			
		관세사범 수사실무		10	110	2	2			
		국제형사사범공조 및 범죄인인 도 청구실무		10	110	4	4			
		무역사범		10	110	1	1			
		외국환거래사범		10	110	3	3			
	혁신 기획	6시그마와 문제해결 방법론		10	110	2	2			
		이해관계자 설득기법		10	110	1	1			
		회의 잘하는 방법		10	110	1	1			
		업무계획 수립 방법론		10	110	2	2			
				정책수립을 위한 설문조사 방 법론	10	110	1		1	
	보 호 직 소 계 (15개 과목)				195	2145	172		172	-
보 호 관 찰	전자 감독	전자감독제도의이해	보호직 4급 이하 (기능직)	15	165	12	12	매월 1일 ~ 익월 말일		
	관찰 실무	보호관찰실천기술론		15	165	10	10			

구분	과 목 명	대 상	1회 교육 인원	연간 교육 인원	차시	상시 학습 시간	일 정	비 고
소 년 보 호	심리학 (보호 기타)	심리학의이해	15	165	15	15	(1월 휴강, 각 과목별 11회 운영)	
		인지행동치료의이해	15	165	15	15		
		이상심리와정신병리의이해	15	165	15	15		
		심리검사의이해	15	165	10	10		
	관찰 행정	보호관찰등에관한법률의이해	15	165	15	15		
		소년법의이해	15	165	10	10		
		보호관찰관련법령의이해	15	165	10	10		
	소년 행정	소년보호사무행정	10	110	10	10		
		소년사법정책론	10	110	10	10		
	소년 실무	소년보호교무실무	10	110	10	10		
		비행정소년법교육	10	110	10	10		
	수용 관리	소년보호수용관리	10	110	10	10		
	분류 심사	소년보호분류심사	10	110	10	10		
출 입 국 소 계 (7개 과목)			175	1925	95	95		-
출 입 국 관 리	출입국 행정	출입국관리법	25	275	10	10		
	출입국 심사	출입국심사실무	25	275	12	12		(B/L)
	조사	출입국사법처리실무	25	275	15	15		
		기획조사기법	25	275	13	13		
	사증 체류	체류관리실무	25	275	20	20		(B/L)
		재외동포관련제도이해	25	275	15	15		
	국적 난민	난민실무	25	275	10	10		(B/L)

구분	과목명	대상	1회 교육 인원	연간 교육 인원	차시	상시 학습 시간	일정	비고
공 통	공 통 소 계 (46개 과목)		1,080	11,420	933	649		-
	조직 관리	실전변화관리	20	220	20	10		업 테 이트
		토론과커뮤니케이션스킬	20	220	20	10		
		리더십향상	20	220	10	5		
		협상·중재를통한갈등관리	20	220	10	5		
		스피치&커뮤니케이션	20	220	20	10		
		Facilitator역할과스킬	20	220	10	5		
		6단계코칭스킬향상	20	220	14	7		신설
		액션리더십	20	220	19	9		신설
		공무원 노사관계	20	220	16	8		신설
		사례로배우는정책1(의약분업)	20	220	10	5		신설
		사례로배우는정책2(군포시소 각장건설)	20	220	16	8		신설
		성과관리와 평가프로세스	20	220	14	7		신설
		HRD기본	20	220	14	7		신설
	외국어	중급영어회화	20	220	28	14		
		Formal Business Writing	20	220	20	10		업 테 이트
		International Negotiation English	20	220	15	7		업 테 이트
	행정	혁신사례연구	20	220	14	7		
		행정혁신	20	220	10	5		
		자료수집및분석기법	20	220	30	15		업 테 이트
		기록관리	20	220	14	7		
		공문서작성을위한한글맞춤법	20	220	16	8		
		물품관리	20	220	10	5		
		민원실무	20	220	10	5		

구분	과 목 명	대 상	1회 교육 인원	연간 교육 인원	차시	상시 학습 시간	일 정	비 고
	디지털시대의대민행정서비스	디지털시대의대민행정서비스	20	220	10	5		
		사무관리실무	20	220	14	7		
		정보공개제도의이해	20	220	10	5		
		행정절차제도의이해	20	220	15	7		
		예산실무	20	220	14	7		
		회계실무	20	220	14	7		
		인사실무	20	220	10	5		
		전자정부의이해	20	220	14	7		
		국회실무	20	220	14	7		신설
		홍보업무의이론과실제	20	220	12	6		신설
	법률1	법제실무	20	220	10	5		법제실무
		민법총칙1	20	220	10	5		
		민법총칙2	20	220	10	5		
		행정법실무	20	220	10	5		
		판례와조문으로알아보는행정법	20	220	14	7		신설
	정보보호	개인정보보호와정보보안	20	220	10	5		
	컴퓨터 (정보 활용)	인터넷정보검색	20	220	13	13		
		관리자파워포인트	20	220	16	16		
		윈도우XP와인터넷활용	20	220	25	25		
		한글2005	20	220	10	10		
		실무예제로배우는파워포인트	20	220	15	15		
		엑셀2003	20	220	30	30		
	자기개발	속뜻풀이한자	20	220	14	7		신설

연 계	구 분	과 목 명	대 상	1회 교육 인원	연간 교육 인원	차시	상시 학습 시간	일 정	비 고
	법률2	형사소송법(KCU) 7회	보호· 출입국 4급이하 (기능직 포함)	20	140	42	42	5월 이후 매월 1일~ 익월 말일	신설
		형법총론(KCU)		20	140	32	32		신설
		형법각론(KCU)		20	140	27	27		신설
		민법총칙(KCU)		20	140	42	42		신설
		헌법(경회사이버대)		20	140	30	30		신설
		채권총론(경회사이버대) 10회		20	200	26	26	2월 ~ 11월	신설
		채권각론(경회사이버대)		20	200	30	30		신설
		물권법(경회사이버대)		20	200	30	30		신설

자료 : 법무연수원

제3절. 감사원

1. 감사원 개요

가. 임무와 기능

○ 감사원은 헌법 제97조와 감사원법 제20조의 규정에 따라 국가의 세입·세출의 결산을 검사하고, 국가기관과 법률이 정한 단체의 회계를 상시 검사·감독하여 그 집행에 적정을 기하며 행정기관의 사무와 공무원의 직무를 감찰하여 행정운영의 개선·향상을 도모한다.

이러한 감사원의 권한 또는 직무 범위는 합부로 침해하지 않도록 헌법에 그 설치 근거를 두고 있으며, 대통령 소속 기구로 되어 있으나 직무에 관하여는 독립된 지위를 가지고 있다.

나. 조직 구성

○ 감사원은 의사결정기구인 위원회와 실무기구인 사무처로 구성되어 있다.

○ 위원회는 감사원장을 포함한 7명의 위원으로 이루어져 있으며, 감사정책, 주요 감사계획과 감사결과에 대해 최종 결론을 내리는 감사원의 최고 의사결정기구이다.

○ 사무처는 1실, 9국, 2단, 2원으로 구성되어 있다.

2. 교육프로그램 현황

가. 교육 운영 시스템

○ 감사원은 감사교육원에서 감사원 직원교육, 자체감사교육, 회계업무교육, 국제공공감사 훈련과정 등 크게 4가지 교육훈련 프로그램을 운영하고 있다.

나. 교육훈련 프로그램 세부현황

- 감사원 직원교육 : 기본교육 1개 과정, 전문교육 5개 과정을 연중 정기적으로 실시
- 자체감사 교육 : 기본교육 4개 과정, 전문교육 9개 과정을 연중 정기적으로 실시
- 회계업무 교육 : 기본교육 2개 과정, 전문교육 6개 과정을 연중 정기적으로 실시
- 국제공공감사 훈련과정 : 외국 감사원 소속 중견관리자를 대상으로 연중 1회 정기적으로 실시

<표4-4> 2009년도 감사원 교육훈련 세부프로그램 현황

구 분		과 정 명		교 육 대 상	기간	기당 인원	교육 횟수	총인 원
교육 대상	교육 과정							
감사원 직원	소 계			6개 과정			35	570
	기본· 전문교육	신규 및 전입직원		신규임용 및 전입직원	5주	40	1	40
	전문 교육	감사 전문 심화	직무감찰	4급 이하 직원	5일	20	1	20
			공사감사		5일	20	1	20
			IT·통계활용감사		5일	20	1	20
			성과감사		5일	20	1	20
	감사전략컨설팅		주요 감사사항 감사팀	2일	15	30	450	

구 분		과 정 명		교 육 대 상		기간	기당 인원	교육 횟수	총인 원
교육 대상	교육 과정								
자 체 감 사 담 당 자	전 문 교 육	소 계		13개 과정				36	1,580
		감사 기본	국기기관반	자체감사기관 직원	5일	50	3	150	
			지방자치단체반		5일	50	5	250	
			교육자치단체반		5일	50	3	150	
			투자·공적단체반		5일	50	3	150	
		감사 전문 심화	IT·통계활용감사	분야별 전문감사담당자	5일	50	2	100	
			공사감사		5일	50	2	100	
			직무감찰		5일	50	2	100	
			성과감사		5일	50	1	50	
			인·허가 등 취약분야		5일	50	1	50	
		감사관리자		감사부서장, 감사팀장	3일	30	3	90	
		공공기관 감사		공공기관 산임감사	3일	30	2	60	
		맞춤형 감사교육		국가기관·자치단체· 공공기관 감사담당자	3일	30 ~50	7	210	
	기타	지방순회교육		국가기관·자치단체· 공공기관 감사담당자	1일	60	2	120	
회 계 업 무	전 문 교 육	소 계		14개 과정				50	5,120
		회계 기본	정부기관반	회계업무담당자	5일	50	8	400	
			공공기관반		5일	50	2	100	

담당자	전문교육	회계전문심화	계약업무		전문회계담당자	5일	50	6	300
			정부복식부기회계	국가기관반		5일	50	3	150
				자치단체반		5일	50	5	250
		회계관리자		회계업무관리자	3일	40	2	80	
		맞춤형 회계교육		회계업무 관리자 및 담당자	5일	40	6	240	
	기타	지방순회교육		원거리, 소규모 기관 회계담당자	1일	200	18	3,600	

※ 회계기본·전문심화과정은 감사원직원 및 감사업무담당자도 지원가능

표

과 정 명	교 육 대 상	교육 기간	기당 인원	교육 횟수	총인 원
국제공공감사훈련과정	외국 감사원 소속 중견관리자	16일	16	1	16

자료 : 감사교육원

제5장. 해외 규제기관 교육프로그램 현황

제1절. 미국의 FCC

1. FCC 개요

가. 임무 및 기능 ³⁷⁾

○ FCC는 개정된 1934년 통신법에 의거 설립된 의회소속의 독립규제기관으로 전화, TV, 유선, 위성 및 CATV를 이용한 주(州)간 및 국가 간 통신을 규제하는 임무를 담당하고 있다.

○ 또한 FCC는 장애인법 Title IV에서 규정한 대로 청각손상 및 언어손상을 입은 개인을 위한 통신서비스를 규제한다.

나. 조직 구성 ³⁸⁾

○ 위원회는 5인의 위원으로 구성되는데, 이들은 대통령이 상원의 승인을 받아 임명하며, 임기는 5년이고 정무직 공무원으로 보한다.

○ 위원회 아래에 정책수립을 위한 7개의 국과 이들 업무를 지원하는 10개의 실들이 있다.

2. 교육프로그램 현황 ³⁹⁾

가. 교육 운영 시스템

○ FCC는 유경험자를 주로 채용하기 때문에 특별한 교육훈련 프로그램을 가지고 있지는 않다.

나. 조사관 역량강화방안 분석

○ 경험이 많은 직원들을 통한 OJT(On the Job Training)와 직원 미팅(Staff Meeting)을 통해 경험을 전수하거나 공유하고 있다.

▶ 시사점

37) 방송통신위원회(2008). 국내외 관련 기관과의 비교연구를 통한 정책 제언 참조

38) 방송통신위원회(2008). 조사방향 설정을 위한 시장동향 연구 참조

39) 방송통신위원회(2008). 국내외 관련 기관과의 비교연구를 통한 정책 제언 참조

- o FCC 사후규제 조사관 채용형태가 KCC와 달라 별도의 교육훈련 프로그램 불필요
 - 채용 시부터 유경험자를 선발함으로써 바로 현업에 투입이 가능
- o FCC 사후규제 조사관 교육은 자체에서 해결
 - OJT(On the Job Training)와 직원 미팅(Staff Meeting)을 활용
 - 업무 성격상 외부에서 지원하는데 한계가 있고 또한 보안유지 가능

제2절. 영국의 Ofcom

1. Ofcom 개요⁴⁰⁾

가. 임무 및 기능

o Ofcom은 기존의 통신위원회(Ofcom), 독립텔레비전위원회(ITC), 방송기준위원회(BSC), 무선통신국(RA), 라디오위원회(RAu) 등 5개 기관의 기능을 통합한 통합규제기구로서 Office of Communications Act 2002에 의거 2003년 12월 29일 설립되었다.

o Ofcom은 동법에 따라 영국의 정보통신산업 규제기관으로서의 역할을 담당하고 있으며, 규제 기능은 텔레비전, 라디오, 전기통신 그리고 무선통신서비스 영역을 아우른다.

나. 조직 구성

o Ofcom 조직은 이사회를 중심으로 집행위원회, 이사회 위원회, 비이사회/자문 위원회 및 본부를 포함한 4개의 지역사무소로 구성되어 있다.

2. 교육프로그램 현황⁴¹⁾

가. 교육 운영 시스템

o Ofcom은 “Ofcom Graduate Programme”이라는 교육훈련 프로그램을 가지고 있으며, 여기에는 일반, 경제학, 전파공학 등 3가지 과정으로 구성되어 있다.

o 교육훈련 프로그램 현황

40) 방송통신위원회(2008), 국내외 관련 기관과의 비교연구를 통한 정책 제언 참조.

41) 방송통신위원회(2008), 국내외 관련 기관과의 비교연구를 통한 정책 제언 참조.

- 일반과정 : 주파수정책, 콘텐츠와 표준, 경쟁, 전략, 기술 등으로 구성
- 경제학과과정 : 경쟁, 주파수정책 등을 중점적으로 학습하도록 구성
- 전파공학과과정 : 주파수를 중점적으로 학습하도록 구성

나. 교육훈련 프로그램 분석

o Ofcom은 “Ofcom Graduate Programme”이라는 체계적인 교육훈련 프로그램을 통해 조사관 직무역량강화교육을 실시

- 신규직원을 대상으로 8개월간 다양한 부서에서 근무하는 것을 포함하여 2년간 이 교육훈련프로그램을 이수한 후 특정부서 발령
- 전체적인 분야에 대한 개념이해를 다루는 기본교육과정에서, 특정 분야별 심화수준을 다루는 전문교육과정까지 체계적으로 구성

▶ 시사점

o 현실적으로 Ofcom 교육과정은 KCC 사후규제 교육프로그램개발과는 거리가 있음

- 방송통신위원회의 인력충원시스템이 Ofcom과는 달라, Ofcom 교육과정을 방송통신위원회 조사관들에 적용하기는 무리

o 그러나 장기적인 관점에서 이러한 교육훈련시스템을 벤치마킹할 필요가 있음

- 향후 방송통신위원회 신규조사관의 경우, 최소 1개월 정도 “조사관 교육훈련프로그램”을 이수한 후 특정부서에 배치하는 방안도 검토할 필요

제6장. 방송·통신시장 사후규제 교육프로그램 개발

제1절. 국내 규제기관 교육프로그램 분석

1. 공정거래위원회

가. 교육훈련 프로그램 분석

○ 공정위 조사관 직무역량강화교육은 입문과정, 기본과정, 심화과정, 고급과정 등 크게 네 가지로 분류 할 수 있음

- 입문과정은 신규 및 전입자를 대상으로 5일간 실시하는 공통교육으로, 기본교육과 소양교육으로 구성
- 기본과정은 4급 이하 직원을 대상으로 3일간 실시하는 공통교육으로, 부서별 업무를 소개하는 기초전문교육으로 구성되어 있고, 내부 강사로 편성 운영
- 심화과정은 소관 부서장 주관 하에 소관부서 직원을 대상으로 분야별로 4~10시간 범위 내에서 실시하는 직무역량강화교육으로, 내부 강사로 편성하여 사례중심의 토론형식으로 진행
- 고급과정은 소관부서장 주관 하에 소관부서 직원을 대상으로 2시간 이내 실시하는 직무역량강화교육으로, 외부 전문가를 초청하여 특강 형식으로 진행

▶ 시사점

○ 공정거래위원회의 조사관을 대상으로 한 체계적인 교육프로그램 부재

- 신규 및 전입 조사관들은 입문과정을 통해 공통교육형식으로 조직 구성이나 전반적인 업무숙지에는 도움이 될 수 있으나, 소관부서에서 실질적으로 필요한 기초전문분야에 대한 교육과정은 없는 실정
- 또한 기존 조사관 대상 전문교육은 심화과정과 고급과정으로 볼 수 있는데, 이것 또한 필요시 특정주제에 한해 일회성 교육으로 실시

○ 현재 공정거래위원회의 조사관들은 경험이 많은 조사관들에게 개인적으로 혹은 필요시 부서별 미팅을 통해 경험요소를 전수받는 형식으로 직무역량강화

○ 이를 개선하기위해 공정거래위원회에서는 선진적인 인재양성 시스템 구축을

위해 공정거래진흥원 설립을 추진하였으나 실현되지 못하고, 대신 산하기관인 공정거래조정원을 활용하여 직원 대상 전문교육프로그램을 개발하고 교육하는 기능을 부여하여 공정거래 전문가 양성을 추진할 계획을 가지고 있음

2. 대검찰청

가. 교육훈련 프로그램 분석

○ 대검찰청 수사관 직무역량강화교육은 법무연수원의 다양하고 체계적인 집합교육과 사이버교육으로 운영

- 신규 및 전입자를 대상으로 실시하는 입문교육에서
- 기존 수사관들의 수준에 따라 기초에서 고급실무까지 체계적으로 구성

▶ 시사점

○ 대검찰청 교육과정은 KCC 사후규제 교육프로그램개발과는 거리가 있음

- 대검찰청의 다양하고 체계적인 교육시스템은 우수하나
- 대검찰청 수사관들은 강제수사에 초점을 맞추지만, KCC 조사관들은 임의조사방식으로 업무수행을 하기 때문에, 대검찰청의 수사관 교육과정을 KCC 사후규제 교육프로그램에 적용하는 것은 다소 무리

3. 감사원

가. 교육훈련 프로그램 분석

○ 감사원 감사관 직무역량강화교육은 감사교육원을 통해 기본교육과 전문교육으로 다양하고 체계적인 교육과정으로 운영

- 신규 및 전입자를 대상으로 실시하는 감사기본교육에서
- 상호연관성이 높은 통계활용감사과정과 IT활용감사과정을 통합한 “IT·통계 활용감사”과정, “감사전략컨설팅과정” 등을 통한 기존 감사관들의 감사전문심화교육 강화

▶ 시사점

- 방송통신위원회 사후규제 교육프로그램개발에 감사원 교육과정을 참조할 필요
 - 신규 및 전입자를 대상으로 실시하는 대화 및 설득기법, 감사관으로서의 자세 등 감사기본교육과정과
 - IT·통계활용감사, 회계업무교육 등 감사전문교육과정을 사후규제 교육프로그램개발에 참조

제2절. 해외 규제기관 교육프로그램 분석

1. 미국의 FCC

가. 교육훈련 프로그램 분석

- 경험이 많은 직원들을 통한 OJT(On the Job Training)와 직원 미팅(Staff Meeting)을 통해 경험을 전수하거나 공유

▶ 시사점

- FCC 사후규제 조사관 채용형태가 KCC와 달라 별도의 교육훈련 프로그램 불필요
 - 채용 시부터 유경험자를 선발함으로써 바로 현업에 투입이 가능
- FCC 사후규제 조사관 교육은 자체에서 해결
 - OJT(On the Job Training)와 직원 미팅(Staff Meeting)을 활용
 - 업무 성격상 외부에서 지원하는데 한계가 있고 또한 보안유지 가능

2. 영국의 Ofcom

가. 교육훈련 프로그램 분석

- Ofcom은 “Ofcom Graduate Programme”이라는 체계적인 교육훈련 프로그램을 통해 조사관 직무역량강화교육을 실시
 - 신규직원을 대상으로 8개월간 다양한 부서에서 근무하는 것을 포함하여 2년간 이 교육훈련프로그램을 이수한 후 특정부서 발령
 - 전체적인 분야에 대한 개념이해를 다루는 기본교육과정에서, 특정 분야별 심화수준을 다루는 전문교육과정까지 체계적으로 구성

▶ 시사점

- 현실적으로 Ofcom 교육과정은 방송통신위원회 사후규제 교육프로그램개발과는 거리가 있음
 - 방송통신위원회의 인력충원시스템이 Ofcom과는 달라, Ofcom 교육과정을 방송통신위원회 조사관들에 적용하기는 무리
- 그러나 장기적인 관점에서 이러한 교육훈련시스템을 벤치마킹할 필요가 있음
 - 향후 방송통신위원회 신규조사관의 경우, 최소 1개월 정도 "조사관 교육훈련프로그램"을 이수한 후 특정부서에 배치하는 방안도 검토할 필요

제3절. 방송통신위원회 조사관 대상 교육수요조사 결과분석

1. 조사 개요

- 조사목적
방송·통신시장 사후규제 조사 현장에서 실제로 필요로 하는 교육 수요를 파악하여 사후규제 교육프로그램 개발에 반영하기 위함
- 조사기간 : 2009. 4. 6 ~ 4. 10 (5일간)
- 조사인원 : 40명 (본부19명 , 중관소 21명)

2. 조사 결과

가. 주요 내용

- 직무능력향상을 위한 전문교육의 필요성은 절대다수가 공감(92.5%)
- 필요한 교육내용은 “조사실무교육”(38%), “컴퓨터포렌식”(19%), “사업자 서비스에 대한 전문교육”(17%), “법령교육”(14%)순으로 나타남
- 조사업무 수행 중 겪는 어려움은 “전문지식 부족”(38%), “조사대상의 면밀해진 대응”(35%), “촉박한 일정”(16%)순으로 조사됨

나. 수요조사 항목별 주요 답변내용

<표 6-1> 교육수요조사 질문 항목별 답변 내용

구분	질문 요지	주요 답변내용
1	직무교육 수강 경험	역량강화교육(내부),조사실무교육(외부) 등
2	직무향상교육 정보 입수 방법	사내게시판, 교육담당자 추천
3	필요한 직무교육의 종류	조사실무, 포렌식조사, 방송통신서비스
4	조사업무 수행의 어려움	전문지식 부족, 조사대상의 면밀해진 대응
5	실습교육을 위한 장비(툴)	데이터복구툴, 사업자운용시스템분석툴
6	교육과정 개설시 필요한 교육기간	3일 또는 5일
7	신임조사관에 대한 교육과정 조언	법령교육, 조사실무,사업자 서비스교육 등
8	조사업무 분야 근속기간	2년 미만(50%), 7년이상(20%)
9	기타 건의사항	조사관유대관계강화, 현장교육 등

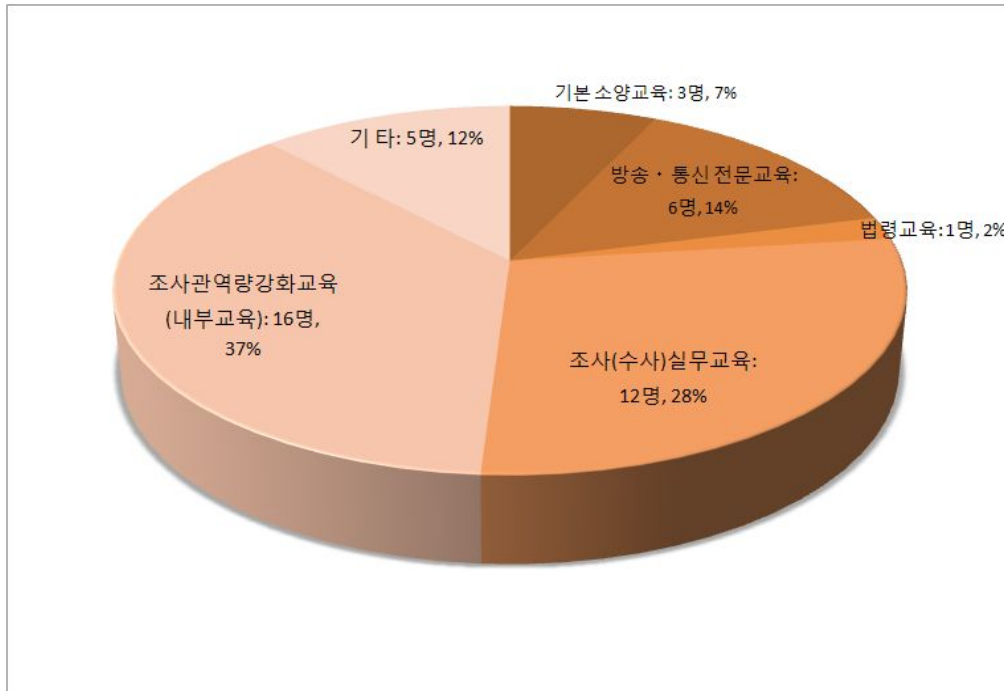
▶ 시사점

- 방송통신위원회만의 독자적인 “사후규제 교육프로그램”을 개발하여 활용할 필요
 - 먼저 사후규제 조사관에게 필수적인 전문지식을 정리한 후 분야별로 구분하고, 분야별 세부 교육과정을 모듈화
 - 신규 및 전입직원 교육과 경험 있는 조사관 교육과정을 구분하여 운영
 - 실제 현장 중심의 조사실무교육 위주로 교육과정을 편성
 - 컴퓨터 포렌식 조사기법 교육을 통한 과학적 조사기법 시스템도입 환경 조성

<사후규제 교육수요조사 항목별 조사결과>

1. 직무교육 수강 경험여부(복수응답)

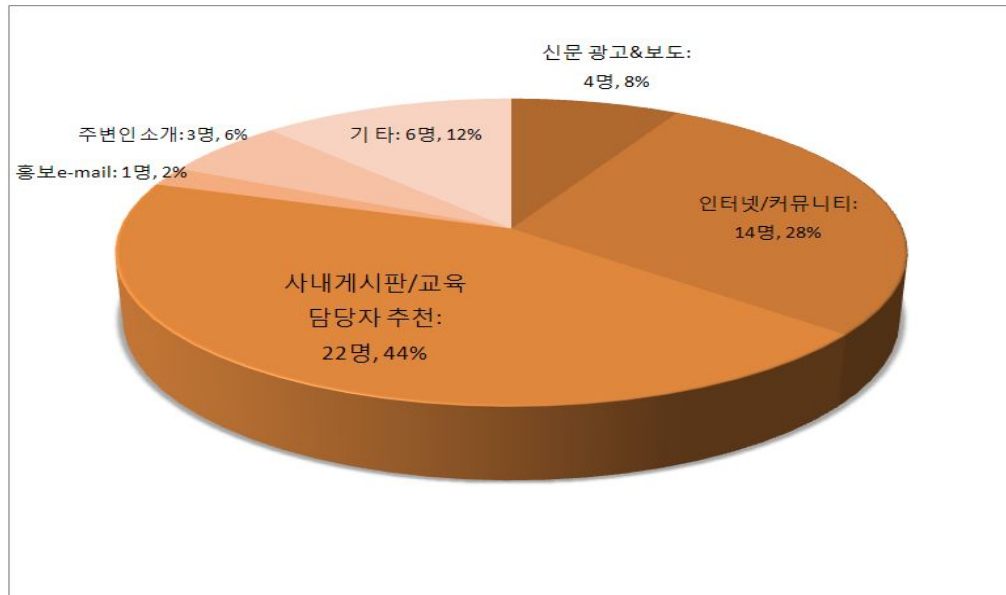
<그림 6-1> 직무교육 수강 경험여부



- 기본소양교육 : 신규직원교육
- 방송·통신 전문교육 : 전파관리과정, 첨단통신기술과정 등
- 법령교육 : 공정거래법
- 조사(수사)실무교육 : 수사실무과정, 불법스팸수사과정, 특별사법경찰관리직무교육 등
- 조사관역량강화교육(내부교육) : 통신시장 동향 및 이슈, 관련법령 등
- 기타 : 컴퓨터교육(엑셀, PC정비 등), 외국어, 창의력개발교육 등

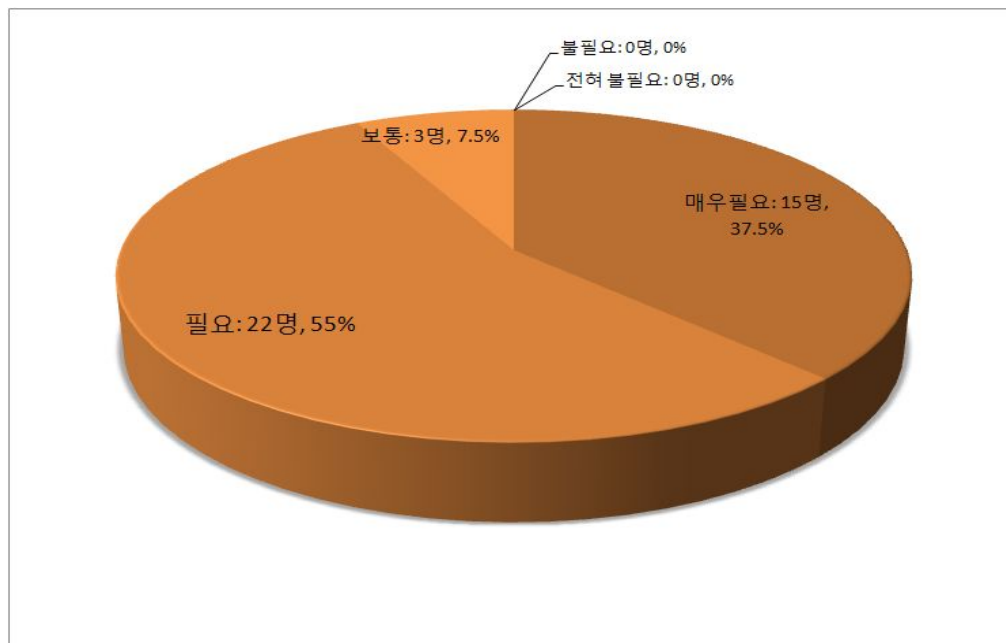
2. 직무교육 정보입수 방법

<그림 6-2> 직무교육 정보입수 방법



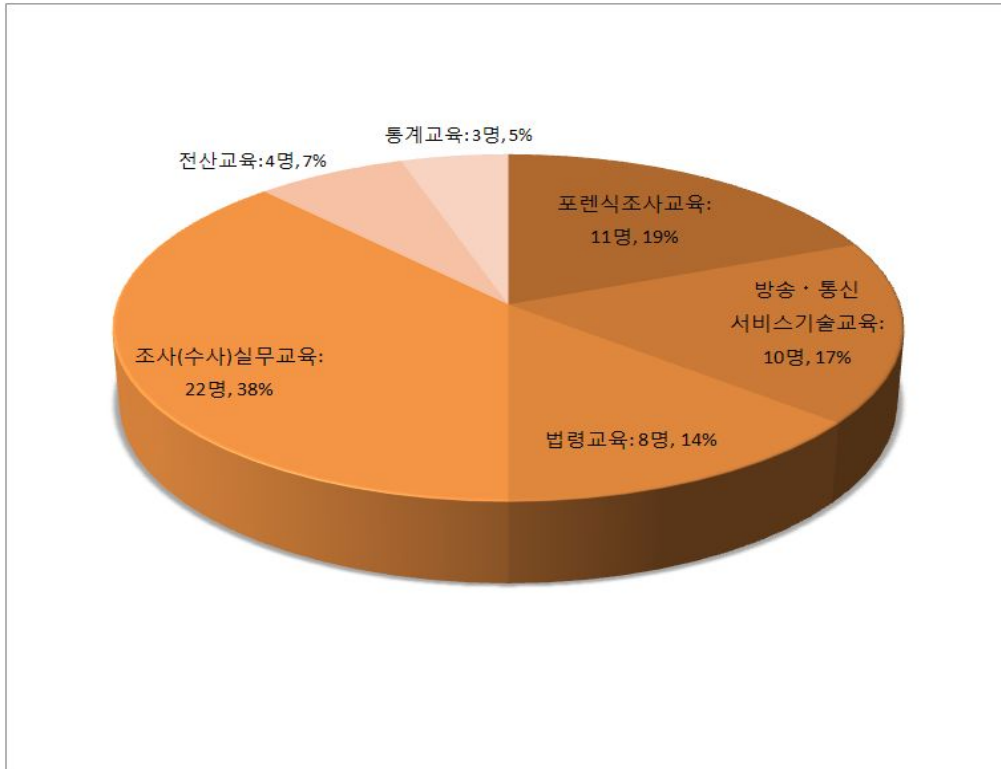
3. 직무교육의 필요 여부

<그림 6-3> 직무교육의 필요 여부



3-1. 필요한 직무교육의 종류(복수응답)

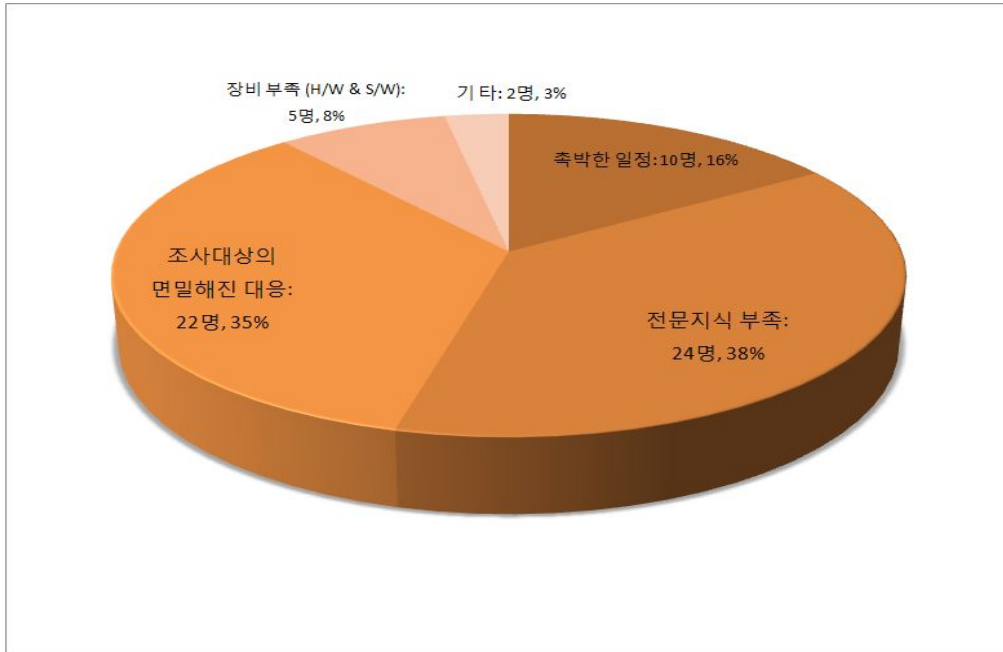
<그림 6-4> 필요한 직무교육의 종류



- 포렌식 조사교육 : 데이터 복구 & 증거자료 채집 등
- 방송·통신 서비스기술교육 : 사업자 서비스 기술교육, 사업자 운영시스템 사용법 교육, 방송통신정책&이슈, 유·무선 통신망 교육, 네트워크관리교육, 사업자서비스 체험교육
- 법령교육 : 전기통신사업법, 공정거래법 등
- 조사(수사)실무교육 : 조사절차, 조사기법, 사례교육 등
- 전산교육 : 엑셀, 엑세스 교육 등
- 통계교육 : 표본조사 시 통계관련 지식 교육 등

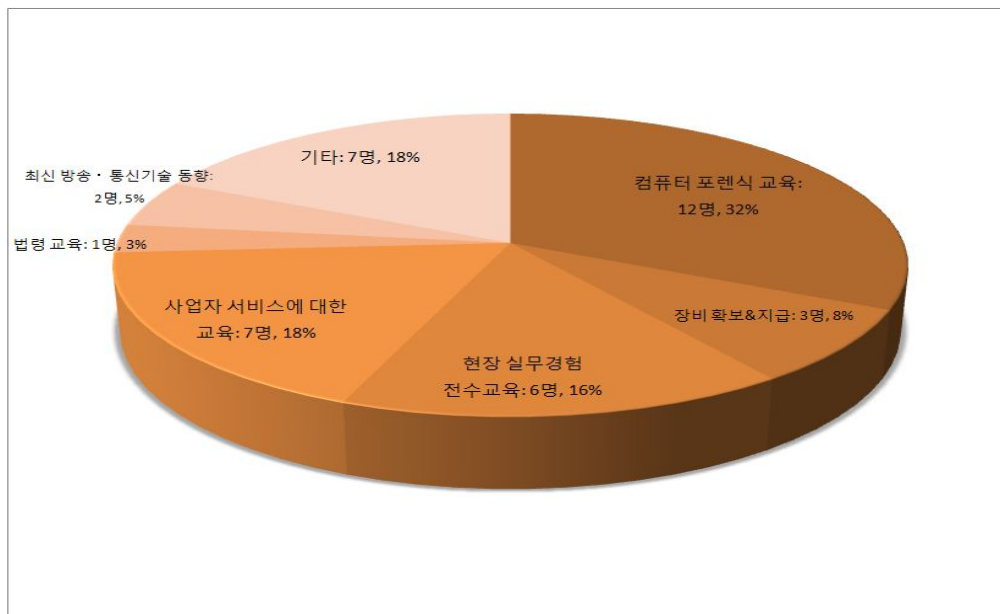
4. 조사업무 시 애로사항

<그림 6-5> 조사업무 시 애로사항



4-1. 조사 업무 시 애로사항에 대한 개선책

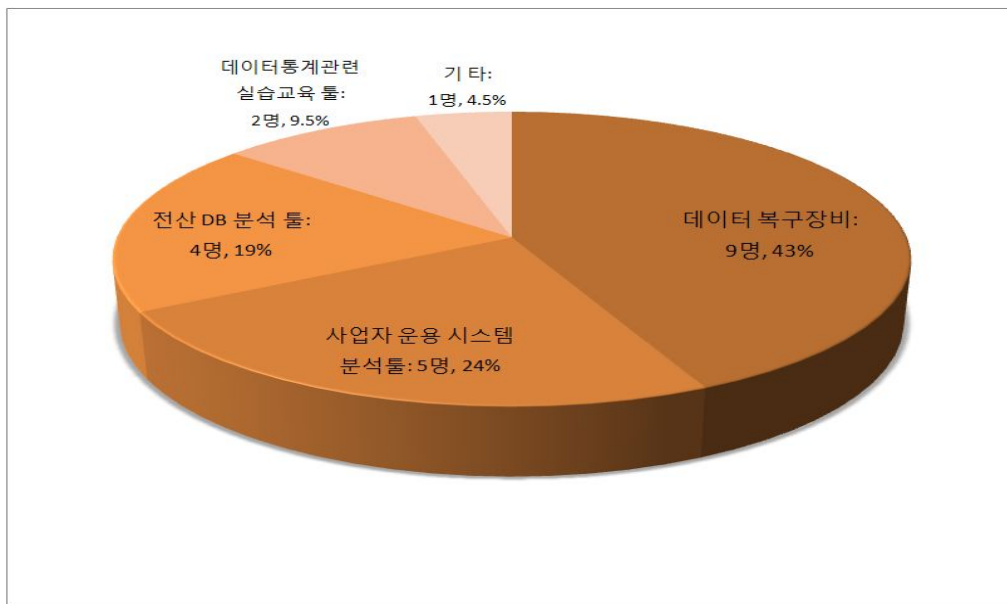
<그림6-6>조사업무 시 애로사항에 대한 개선책



- 컴퓨터 포렌식 교육 : 데이터복구 & 증거자료채집
- 장비 확보&지급 : 소형노트북(Wibro내장), 내비게이션, 소형 녹음기, 디지털카메라,
포렌식 장비
- 현장 실무경험 전수교육 : 경력자에 의한 현장연수, 전문수사실무교육 등
- 사업자 서비스에 대한 교육 : 방송·통신 서비스, 사업자 운영시스템 사용법 교육 등
- 법령 교육 : 사후규제 관련 법령 교육
- 최신 방송·통신기술 동향 : 방송·통신시장 동향 & 이슈
- 기타 : 정례화된 교육과정 운영 & 의무화, 조사지원체계 & 조사기법 개선, 사후규제
제도 개선, 조사관 인원확대 등

5. 실습 교육용 장비(툴)

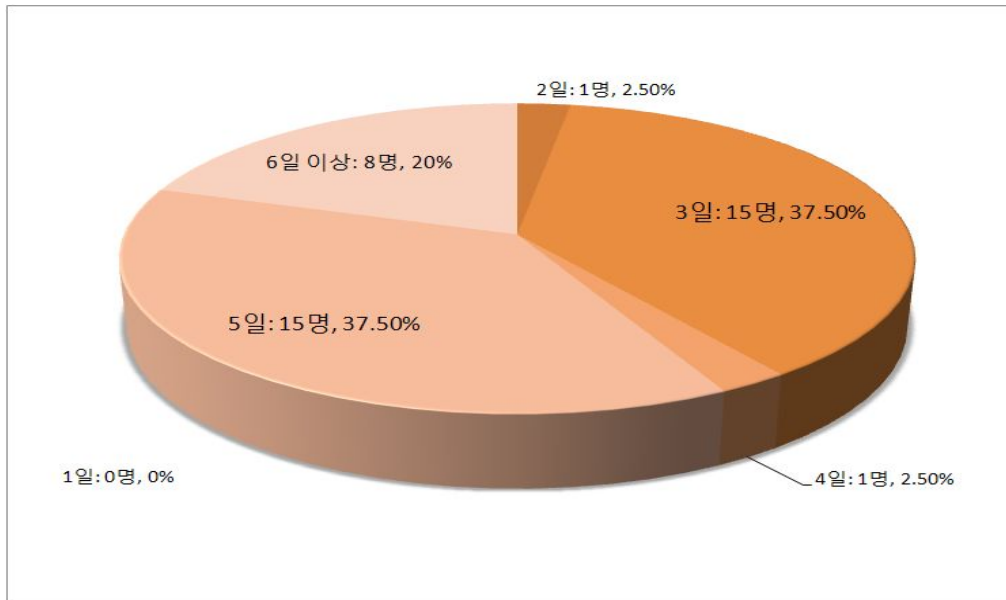
<그림 6-7> 실습 교육용 장비(툴)



- 사업자 운용 시스템 분석툴 : 운용프로그램, 서버조사방법, 운영체제 등
- 기타 : 해킹장비, 휴대폰 불법복제 툴, 도청장비 등

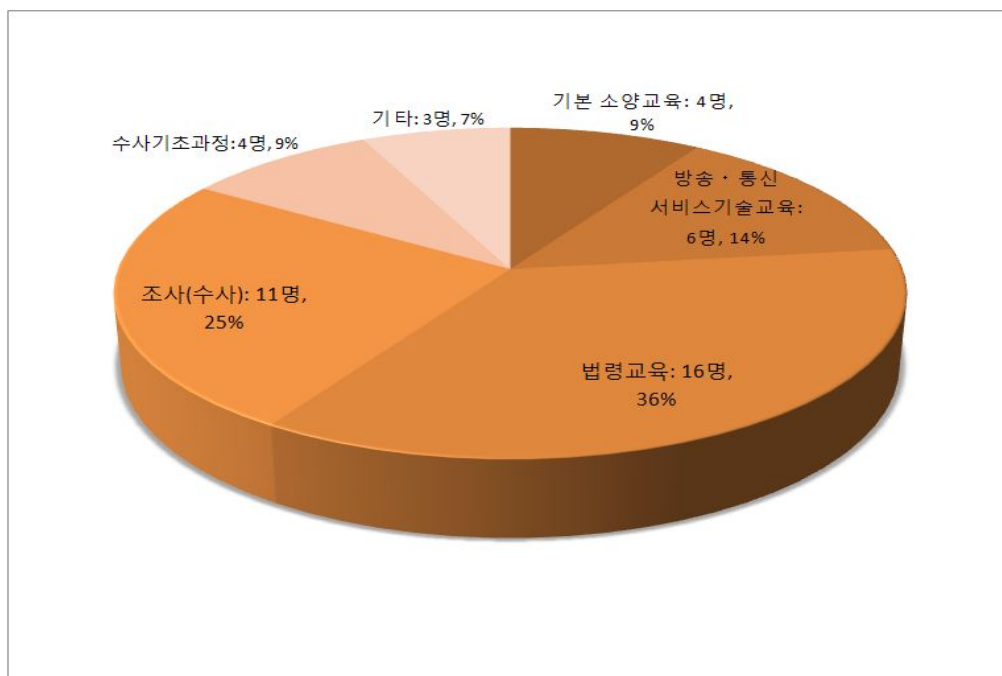
6. 적정 교육기간(1개 교육과정 당)

<그림 6-8> 적정 교육기간



7. 신임조사관에 대한 교육과정 추천(복수응답)

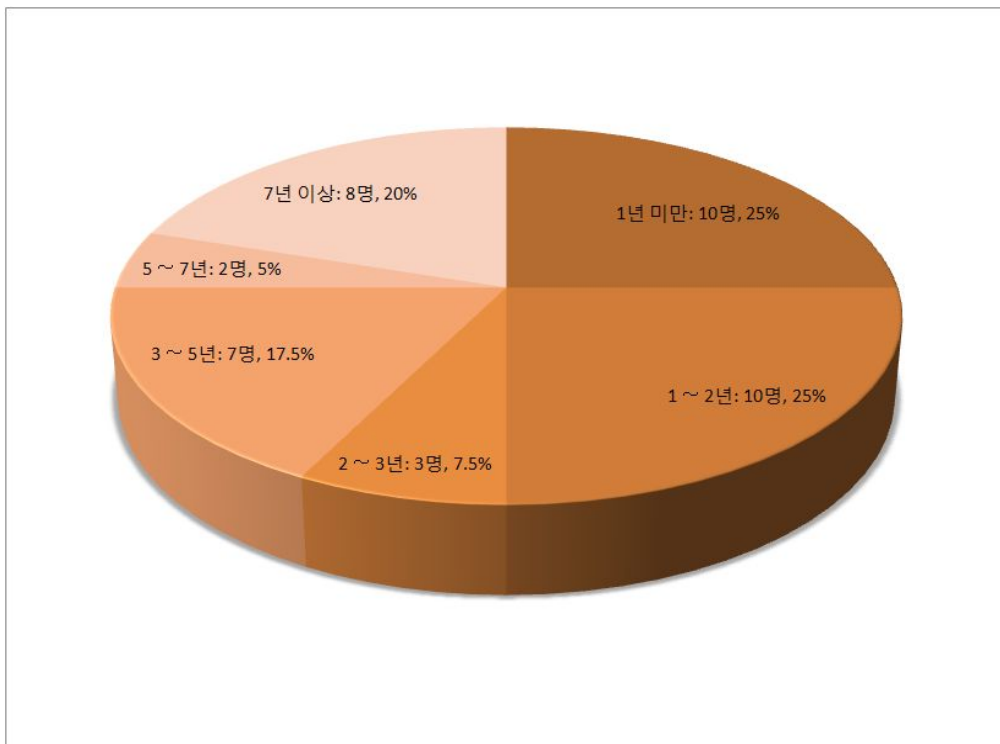
<그림 6-9> 신임조사관에 대한 교육과정 추천



- 기본 소양교육 : 인성교육, 사업자 응대교육 등
- 방송·통신 서비스기술교육 : 사업자 서비스 기술교육, 사업자 운영시스템 사용법 교육, 방송통신정책 & 이슈 등
- 법령교육 : 전기통신사업법, 공정거래법 등
- 조사(수사)실무교육 : 조사절차·요령 및 기법, 현장교육, 사전모의실습, 해외사례교육 등
- 수사기초과정 : 수사 및 조사 기초과정 교육
- 기타 : 사명감 & 자신감 고취교육, 전산교육 등

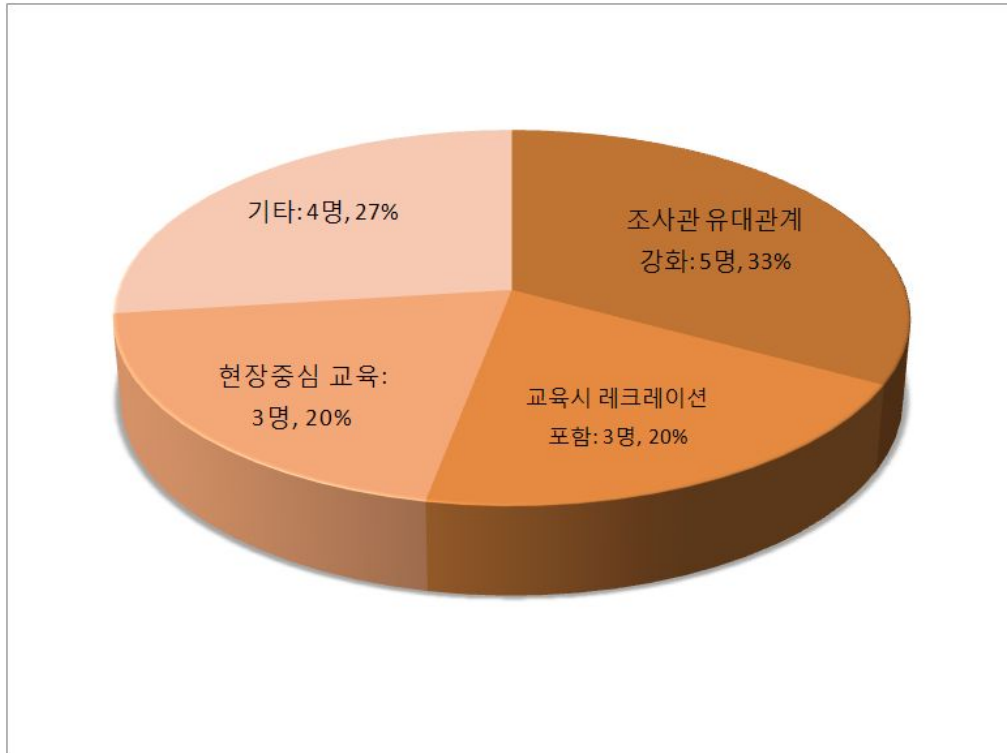
8. 조사업무 분야 근속기간

<그림 6-10> 조사업무 분야 근속기간



9. 건의 사항

<그림 6-11> 건의사항



- 조사관 유대관계 강화 : 워크숍, 등산, 체육행사 등
- 교육시 레크레이션 포함 : 사기진작 프로그램 등
- 현장중심 교육 : 경력자들의 현장실무교육, 이론과 실습을 병행한 살아있는 교육
- 기타 : 현장견학 포함, 숙박문제 해결, 방송·통신시장 서비스 체험기회 제공, 형사적 조사기법보다는 협력적 조사기법 개발

제4절. 시범교육 결과분석

1. 시범교육 개요

가. 목 적

국내·외 규제기관들의 교육프로그램 분석과 방송통신위원회 조사관들의 교육수요조사 분석을 통해 시범교육을 실시함으로써 방송통신시장 사후규제 조사 현장에서 실제로 필요로 하는 효과적인 사후규제 교육프로그램을 개발하기 위함

나. 기 간 : - '09. 8.26 ~ 8.28 (입문과정)

- '09. 9. 2 ~ 9. 4 (전문과정)

※ 각 과정 당 3일간 21시간, 비합숙으로 진행

다. 인 원 : 41명 (입문과정 20명 , 전문과정 21명)

※ 대상 : 입문과정(조사관 임용 2년 미만), 전문과정(조사관 임용 2년 이상)

라. 장 소 : IT인재개발교육원(강남구 역삼동)

마. 주요 교육내용

o 입문 과정

- 행동강령 등 방송통신위원회 조사관으로서 기본적으로 갖춰야 할 기본 소양교육
- 현재 운용되고 있는 방송·통신 사업자 서비스 및 연관된 기술교육과 정책 동향
- 금지행위 유형별 위법성 요건 및 사례 등 조사 관련 법령교육
- 실제 조사현장에서 필요한 조사기법 등 기초 조사실무교육

o 전문 과정

- 방송·통신 사업자 서비스 망 및 연관된 기술교육
- 금지행위 유형별 위법성 요건 및 심결사례 등 조사 관련 법령교육
- 조사사례 심층 분석을 통한 토론 형식의 전문조사기법 연구
- 회계분리제도현황 등 방송·전기통신사업 회계제도 교육

- 컴퓨터포렌식 조사기법 교육(실습 포함)을 통해 과학적 조사기법 소개

2. 시범교육 결과

가. 시범교육결과 설문조사 주요 내용

- 시범교육 세부과목 및 내용에 대해 **대체로 만족**
 - 조사입문과정(62%), 조사전문과정(75%)
- 강사의 전문성 및 강의 기법에 대해 **절대 다수 만족**
 - 조사입문과정(83%), 조사전문과정(85%)
- 시범교육 이수 후 직무 활용도에 대해 **대체로 만족**
 - 조사입문과정(56%), 조사전문과정(70%)
- 시범교육 이수 후 동료추천 의향에 대해 **대체로 긍정적**
 - 조사입문과정(73%), 조사전문과정(85%)
- 시범교육 이수 관련 애로사항은 “**숙박시설**”(63%), “**업무공백**”(14%), “**교육내용 이해부족**”(5%) 순으로 나타남
- 교육기간이 “**짧다**”(55%)는 의견이 “**적정**”(42%)의견보다 약간 높음
- 교육과정 수에 대해서는 과정별 이수자 의견이 상이함
 - 조사입문과정 : **2개과정(57%)**, 3개과정(29%), 4개과정(14%)
 - 조사전문과정 : **3개과정(43%)**, 2개과정(36%), 1/4/5개과정(각7%)

나. 간담회 주요 내용

○ 조사입문과정

- 이론도 중요하지만 실습교육이 더 필요
- 경험 많은 조사관의 노하우를 전수받을 수 있는 사례중심의 교육 필요
- 조사과정에서 필요한 사업자의 운영 시스템, 회계, 데이터베이스, 대화기법 등의 교육 필요
- 한 과정에 너무 많은 과목으로 수박 겉핥기식의 교육보다는 차라리 5일 과정으로 늘리거나 아니면 과목을 줄이는 방안 검토 필요
- 교육 이수 후 평가를 통해 조사관 수당지급 방안 건의
- 교육 전에 미리 교재를 지급하여 예습함으로써 교육효과를 높일 수 있음

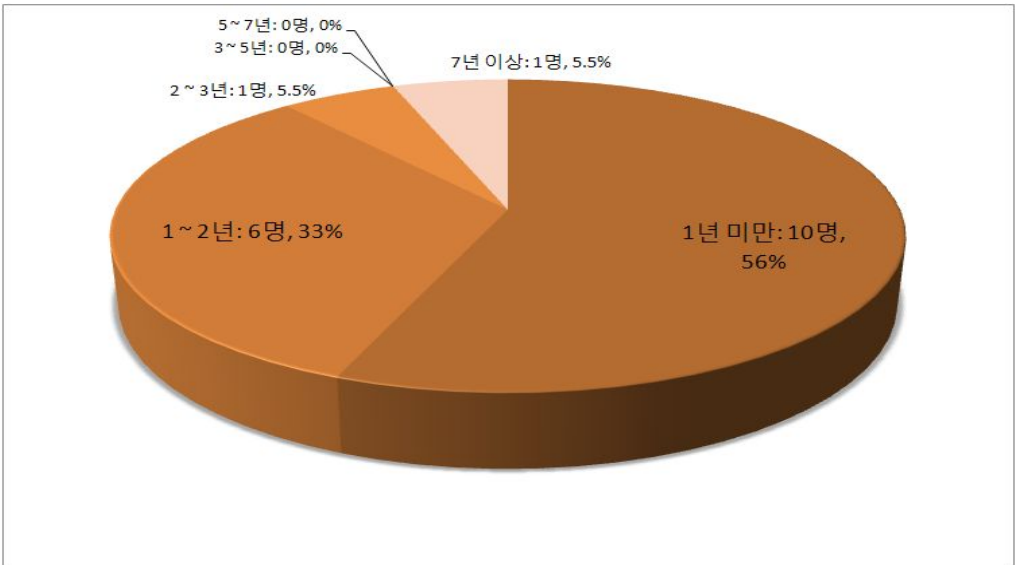
○ 조사전문과정

- 경험 많은 조사관의 노하우를 전수받을 수 있는 사례중심의 교육 절실히 필요
- 포렌식 조사기법 실습교육 시 진행을 도와줄 보조 강사 필요
- 어떤 상황을 주고 조별 토론식으로 해결책을 찾아가는 토론식 학습 필요
- 통신사업자 조사에 필요한 회계 관련과목 별도 신설 필요
- 포렌식 조사기법을 숙달하기위해 별도 과정 신설 필요
- 경험 많은 조사관들이 노하우를 후배들에게 전수할 수 있도록 인센티브 제공 필요
- 실제 현장에서 사업자들이 사용하는 프로그램, 데이터베이스 등에 대한 교육 필요
- 조사관들이 실제로 현장 업무에 활용 할 수 있도록 컴퓨터 포렌식 실습장비 대여 건의
- 지방 근무자를 위한 숙소 제공 필요

<사후규제 시범교육 조사입문과정 설문조사 항목별 조사결과>

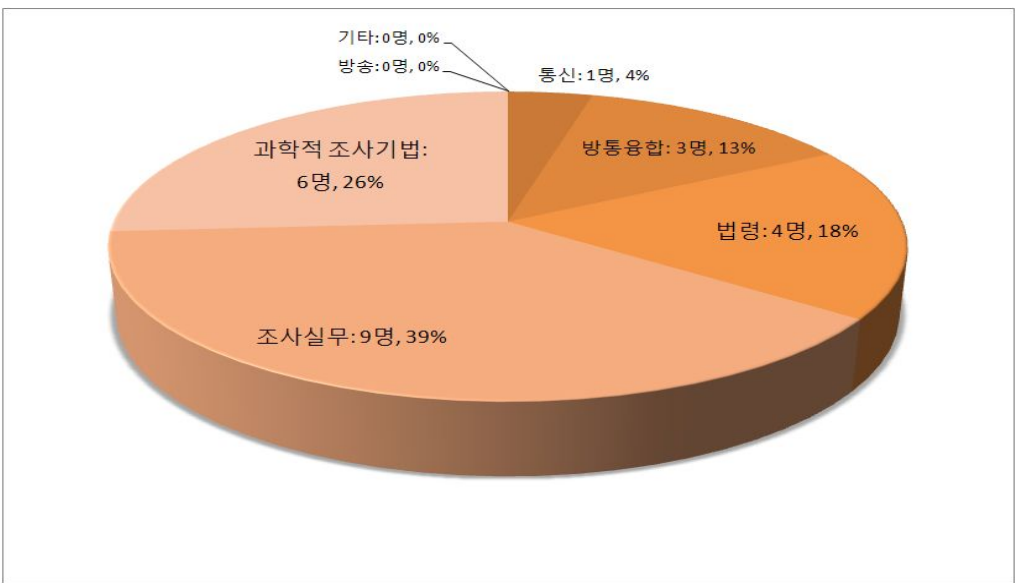
1. 조사업무분야 근무기간

<그림 6-12> 조사업무분야 근무기간



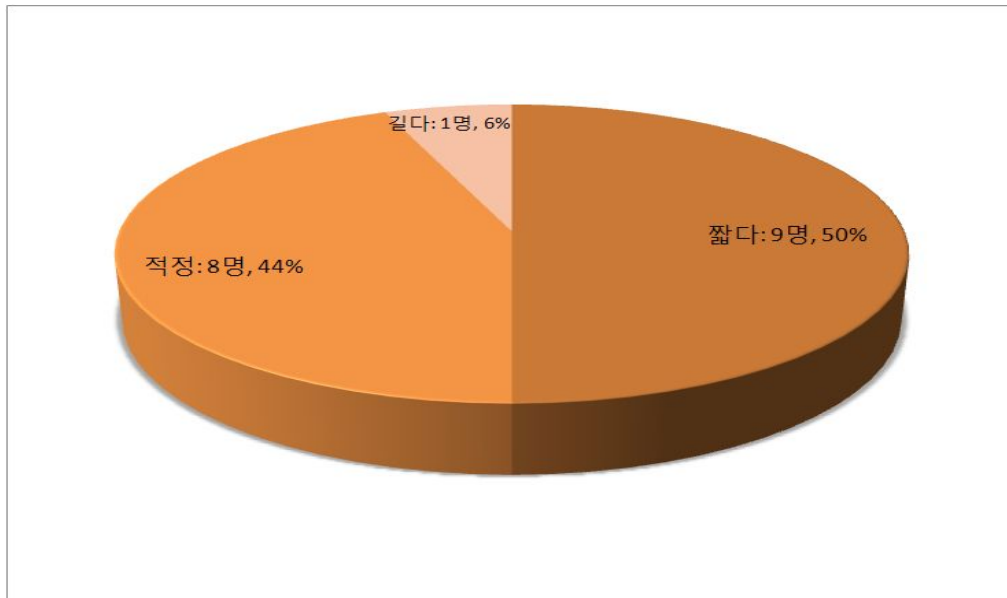
2. 관심 분야(복수응답)

<그림 6-13> 관심분야



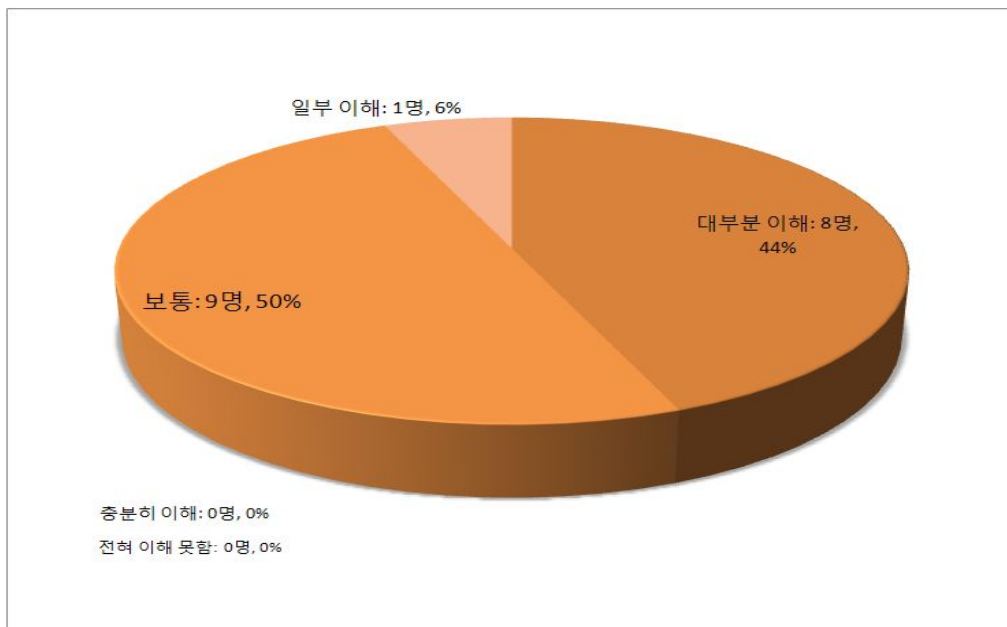
3. 교육기간 적정성

<그림 6-14> 교육기간의 적정성



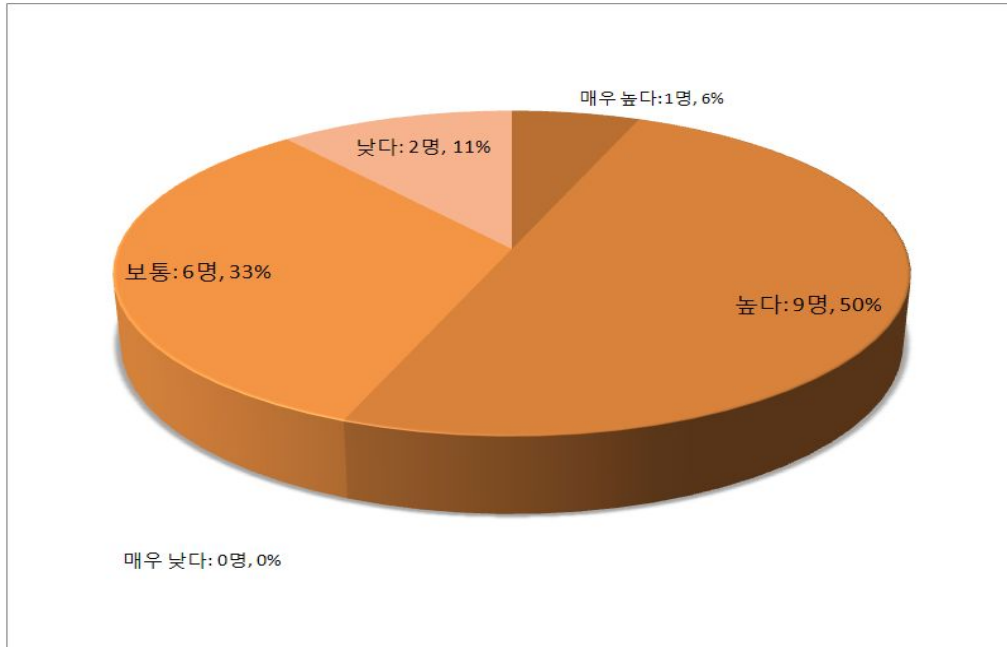
4. 교육내용의 이해도

<그림 6-15> 교육내용의 이해도



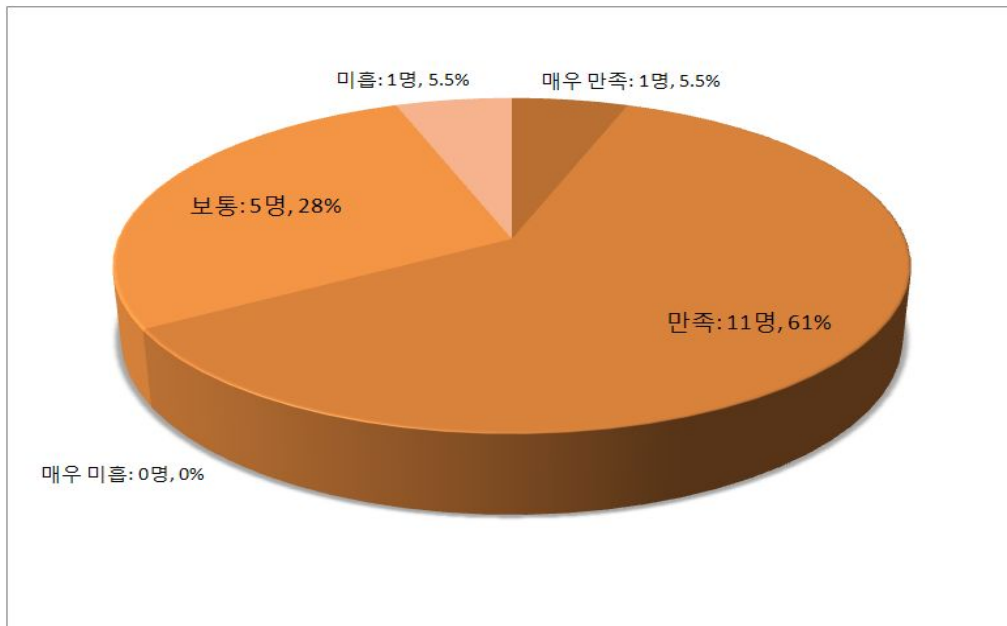
5. 시범교육 이수 후 직무 활용도

<그림 6-16> 시범교육 이수 후 직무 활용도



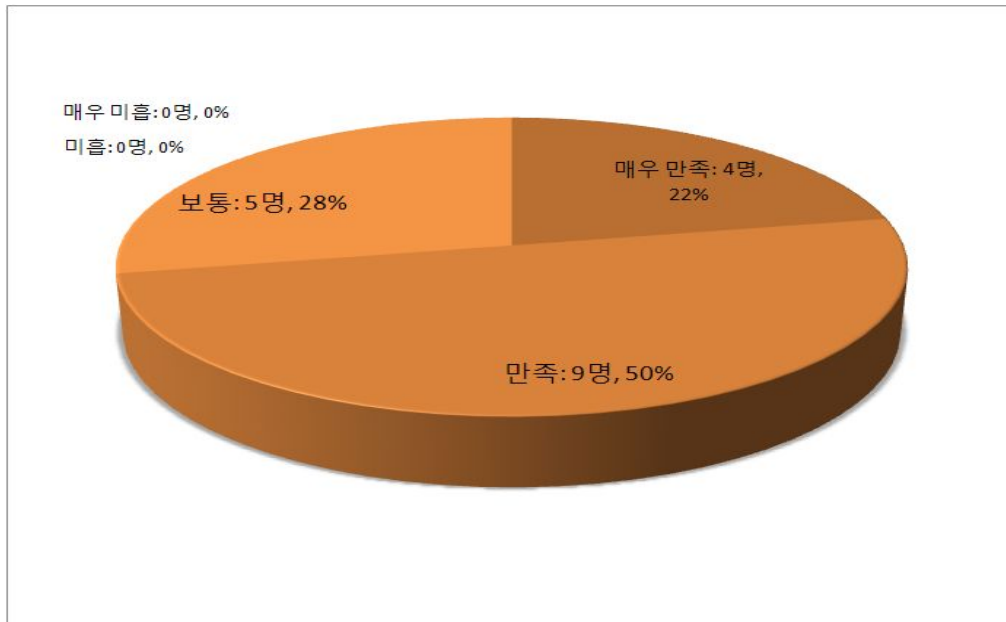
6. 시범교육 세부교과목 및 내용에 대한 만족도

<그림 6-17> 시범교육 세부교과목 및 내용에 대한 만족도



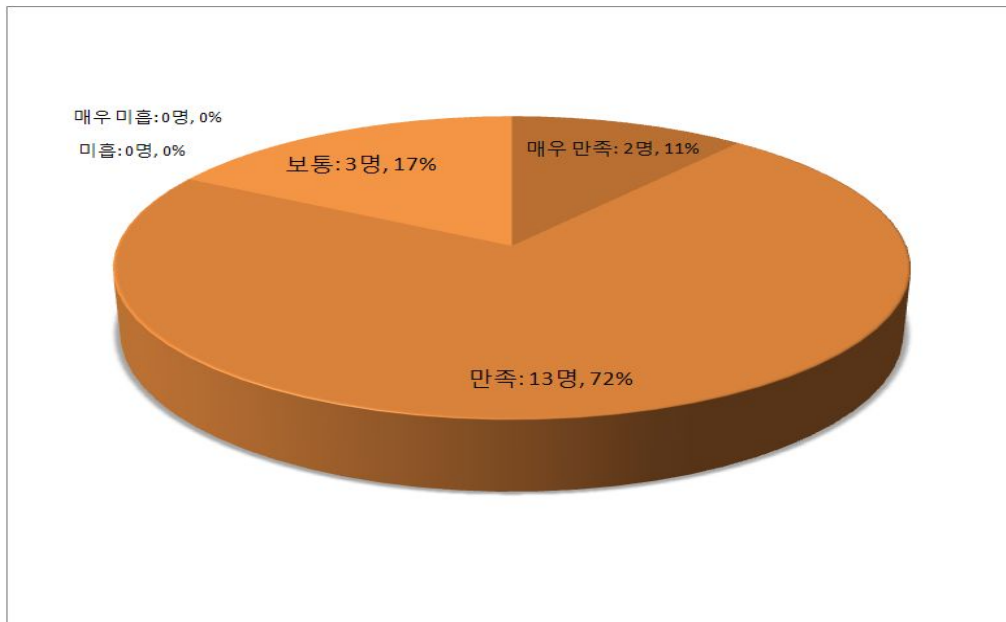
7. 강의시설 및 편의시설에 대한 만족도

<그림 6-18> 강의시설 및 편의시설에 대한 만족도



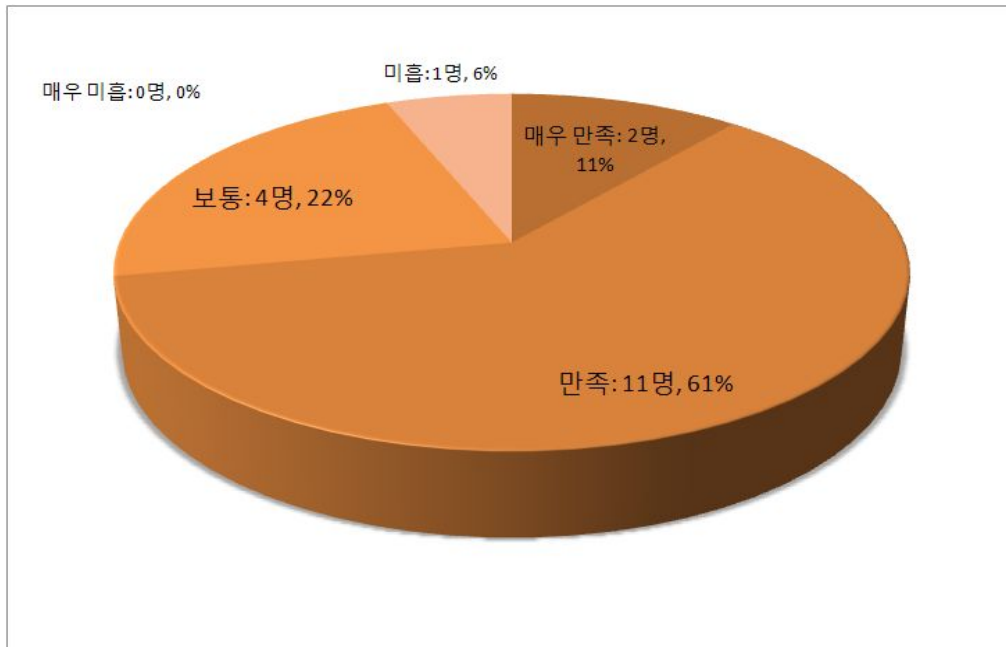
8. 강사의 전문성 및 강의기법에 대한 만족도

<그림 6-19> 강사의 전문성 및 강의기법에 대한 만족도



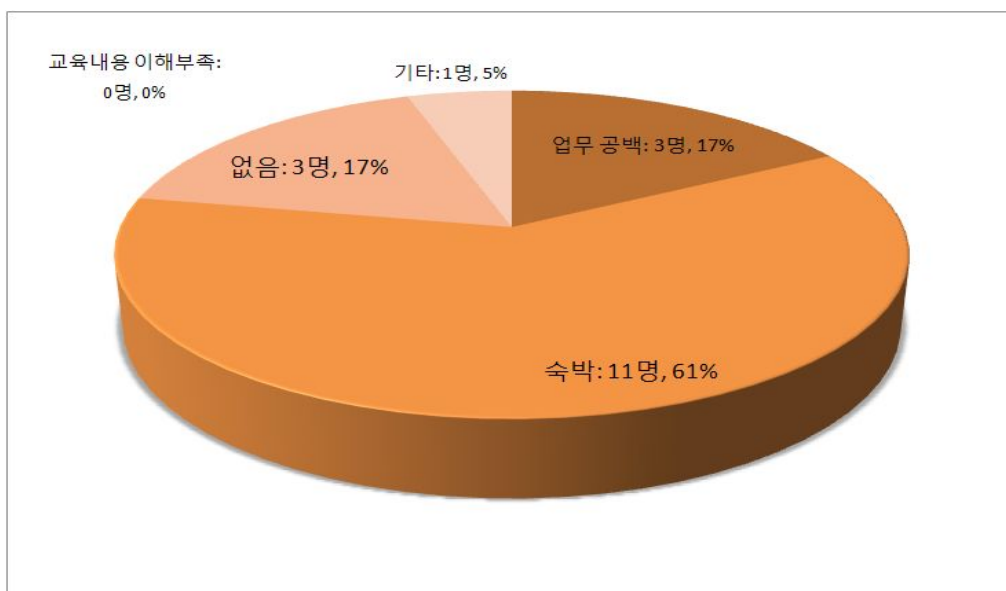
9. 교육운영 및 방식에 대한 만족도

<그림 6-20> 교육운영 및 방식에 대한 만족도



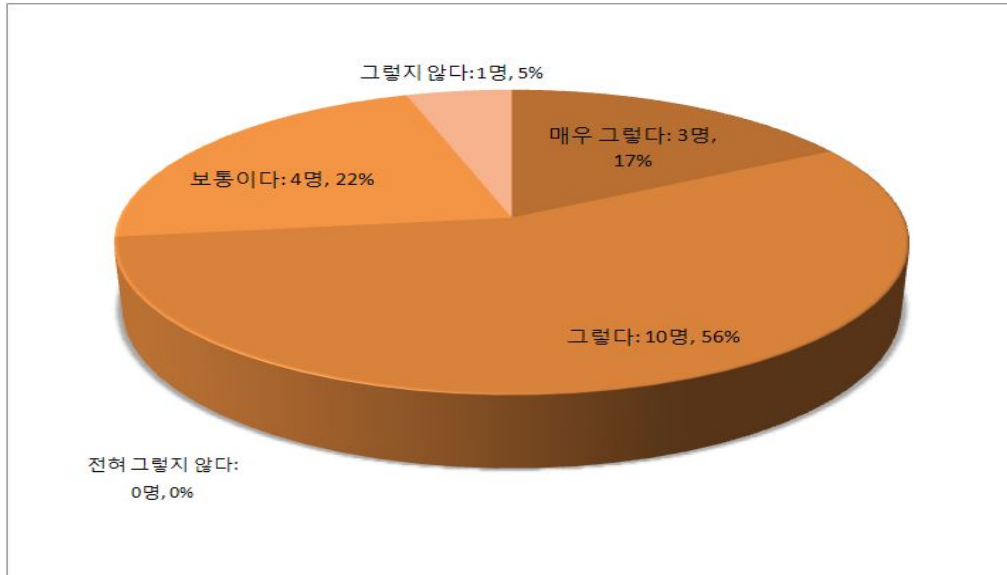
10. 본 교육과정 이수관련 가장 큰 애로사항

<그림 6-21> 본 교육과정 이수관련 가장 큰 애로사항



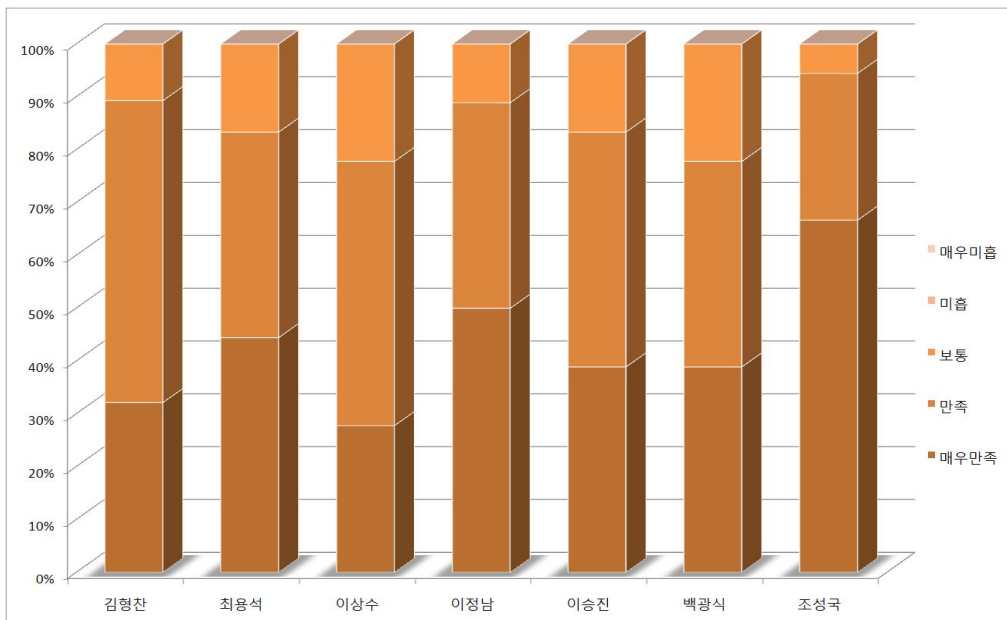
11. 본 교육과정 동료추천 의향

<그림 6-22> 본 교육과정 동료추천 의향



12. 교과목별 담당 강사 평가

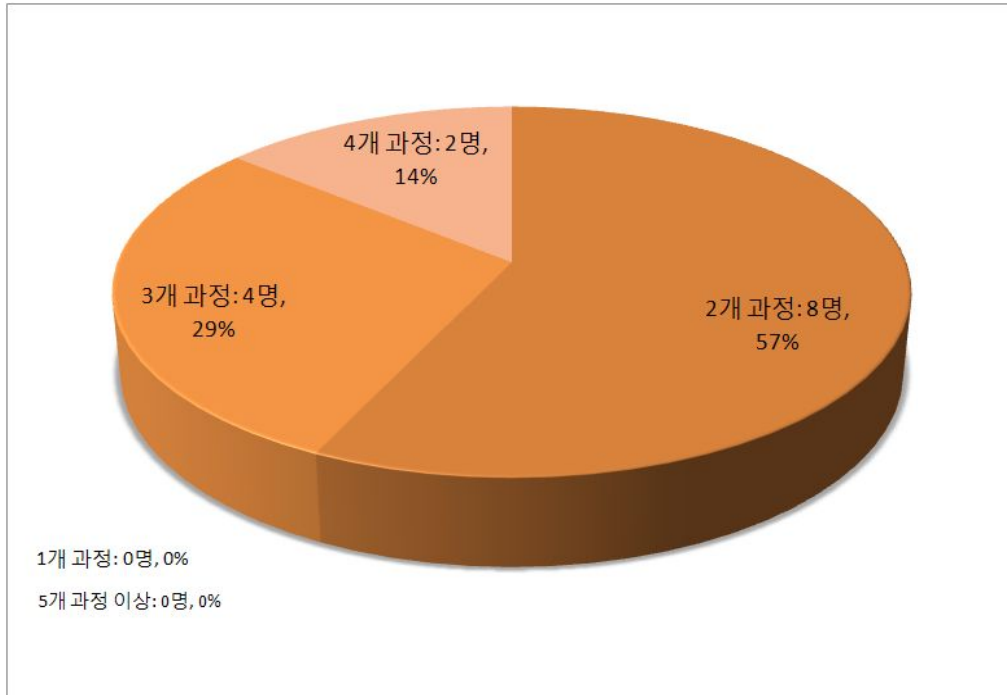
<그림 6-23> 교과목별 담당 강사 평가



○ “미흡” 과 “매우 미흡”은 모두 0% 임.

13. 사후규제 조사관 교육과정 편성

<그림 6-24> 사후규제 조사관 교육과정 편성



14. 사후규제 조사관 교육과정 필수과목

- 법령 관련
 - 법령이해, 금지행위 규제기준 및 사례, 회계제도
- 조사실무 관련
 - 조사기초실무, 조사기법, 수사실무, 유형별 세부조사방법, 실제 사례중심교육, 사업자 신문방법, 현장실무체험과정, 데이터베이스교육
- 방송·통신 사업자서비스 및 기술교육 관련
 - 각 사업자별 운용시스템 이해, 통신사업자와의 의견교환, 방송·통신시장 동향
- 과학적 조사기법 관련
 - 컴퓨터 포렌식 조사기법(실습 포함)

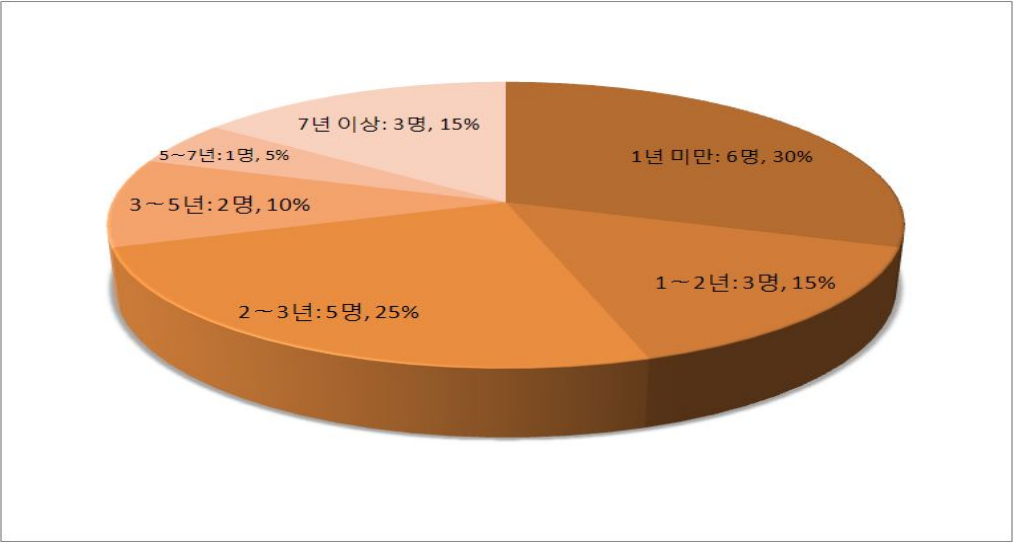
15. 기타 개선사항

- 실질적으로 조사과정에서 조사해야 할 부분 교육(프로그램, 데이터 등)
- 사이버 조사입문과정 개발(ON-LINE 교육)
- 이론교육과 실습교육 병행
- 포렌식 조사기법 과정을 실습교육 위주로 진행
- 현장 또는 기자재 활용
- 교육기간이 너무 짧다
- 통신사업자 강사를 통한 기업실태와 동향 이해
- 교육 전에 사전 교육관련 의견수렴
- 실무과정 추가하여 실제 조사 시 필요한 역량보충 (3일 정도)
- 사례를 통한 베테랑 조사관의 노하우 전수

<사후규제 시범교육 조사전문과정 설문조사 항목별 조사결과>

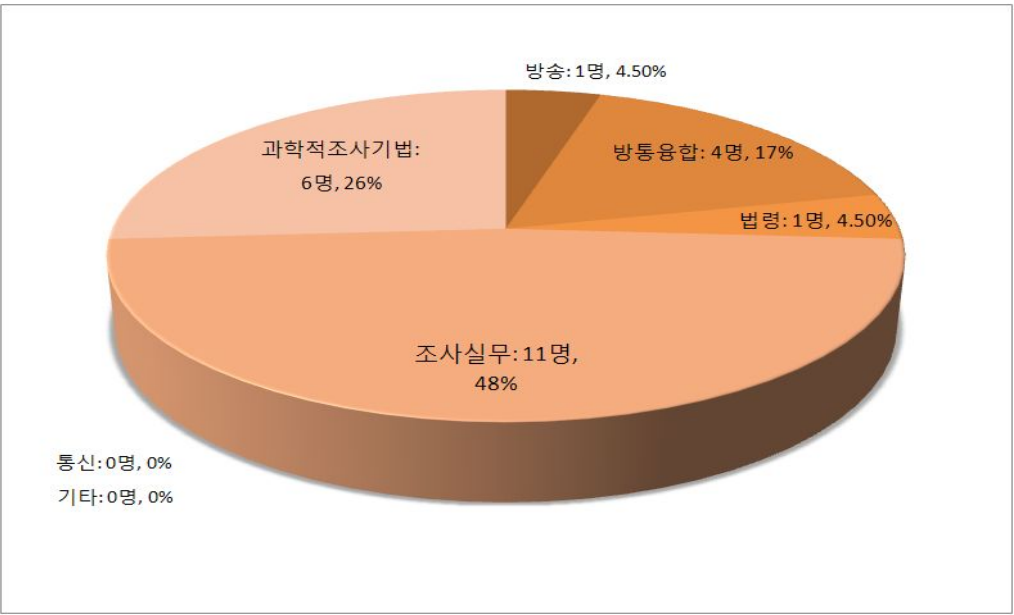
1. 조사업무분야 근무기간

<그림 6-25> 조사업무분야 근무기간



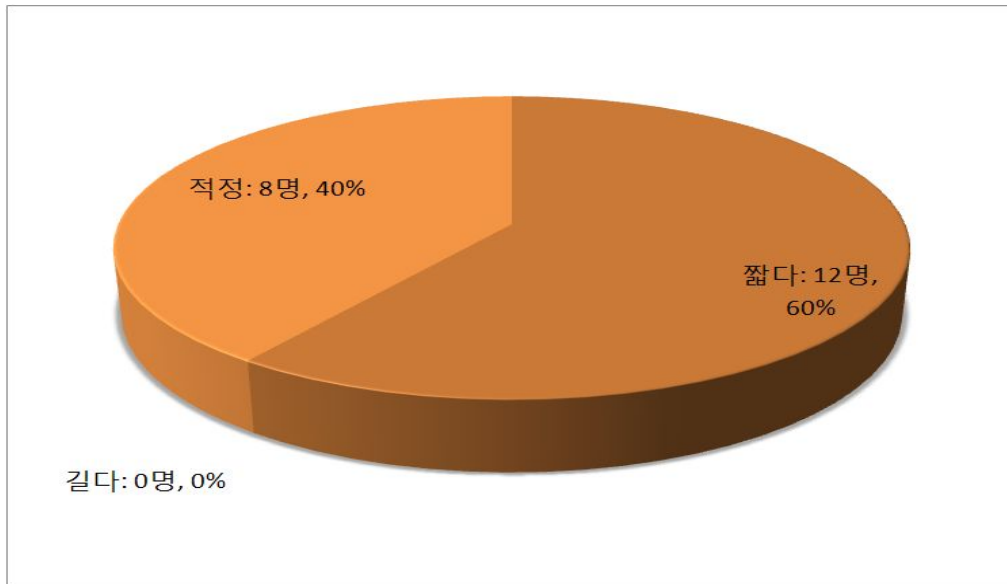
2. 관심 분야(복수응답)

<그림 6-26> 관심분야



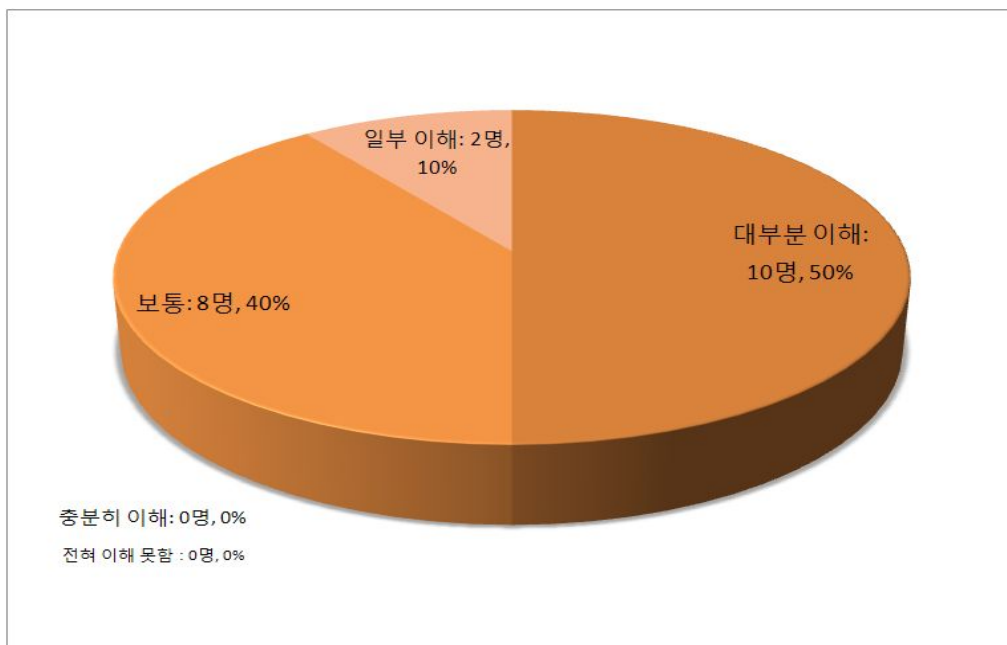
3. 교육기간의 적정성

<그림 6-27> 교육기간의 적정성



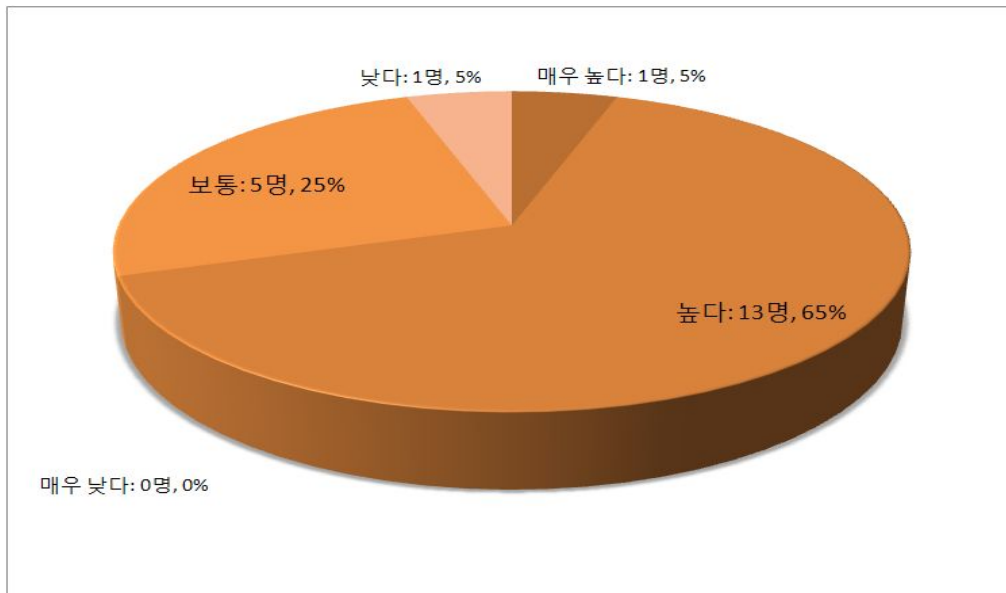
4. 교육내용 이해도

<그림 6-28> 교육내용 이해도



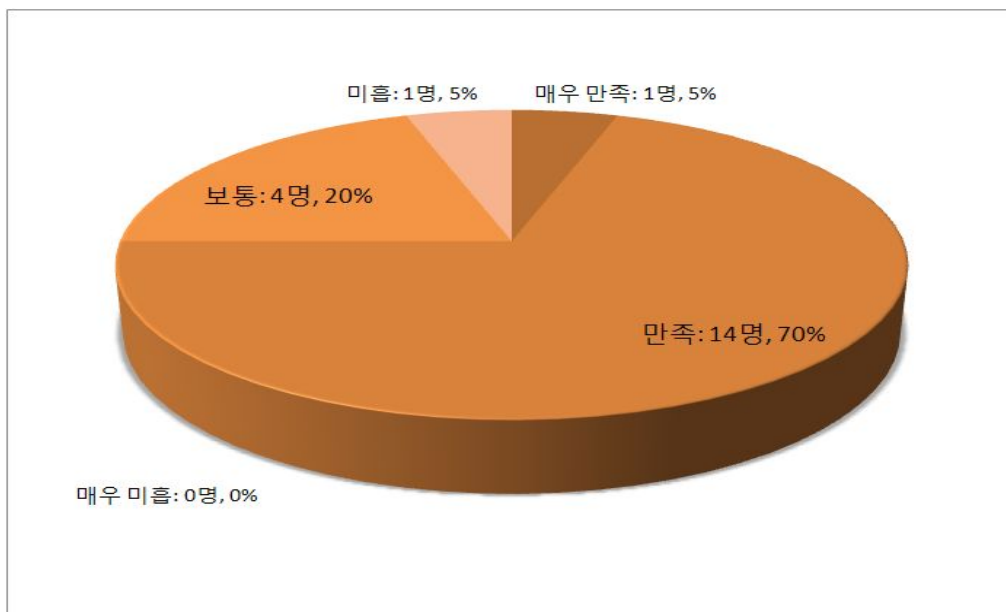
5. 시범교육 이수 후 직무 활용도

<그림 6-29> 시범교육 이수 후 직무 활용도



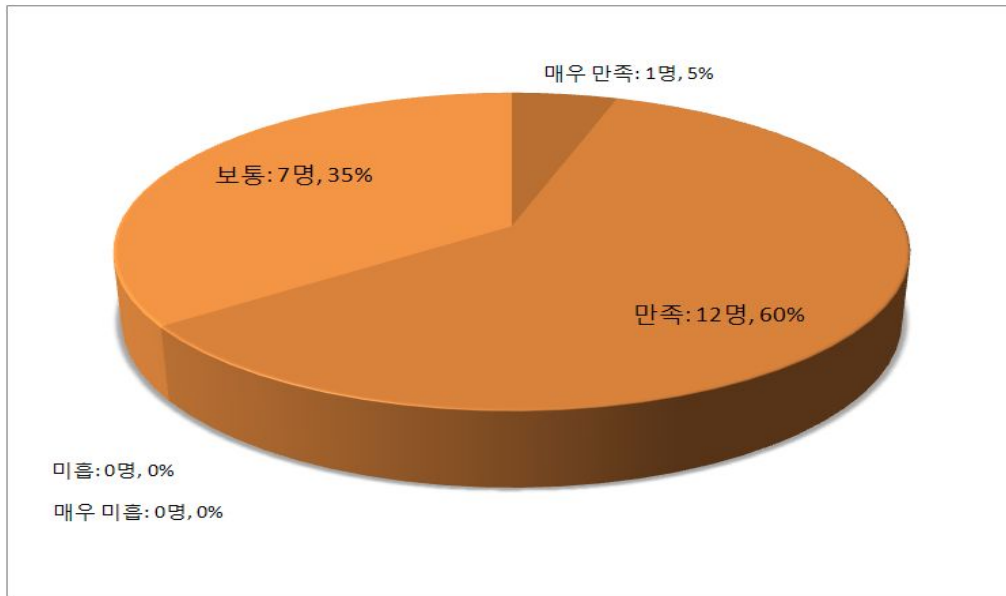
6. 시범교육 세부교과목 및 내용에 대한 만족도

<그림 6-30> 시범교육 세부교과목 및 내용에 대한 만족도



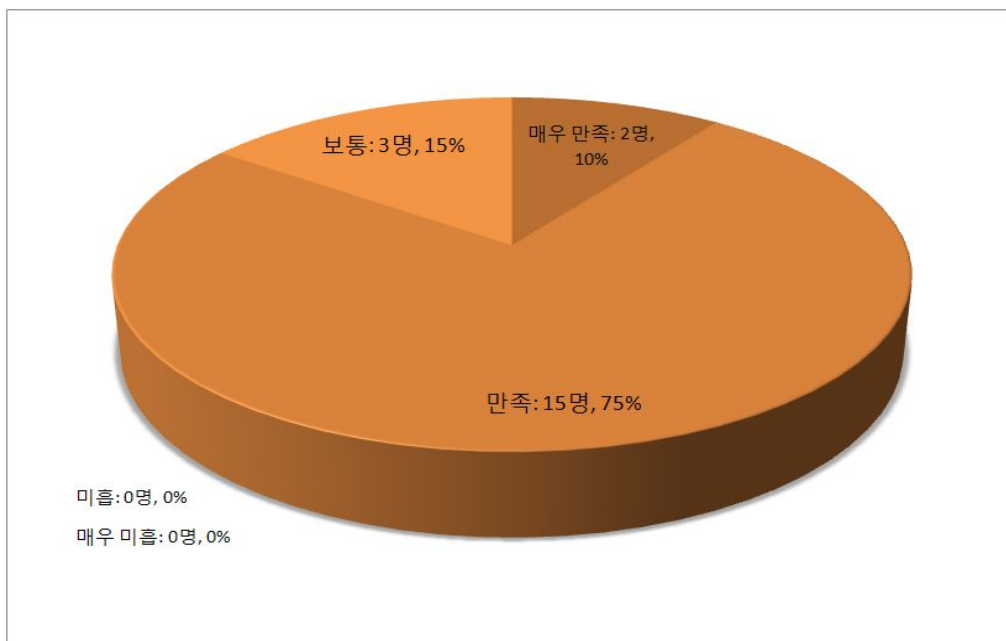
7. 강의시설 및 편의시설에 대한 만족도

<그림 6-31> 강의시설 및 편의시설에 대한 만족도



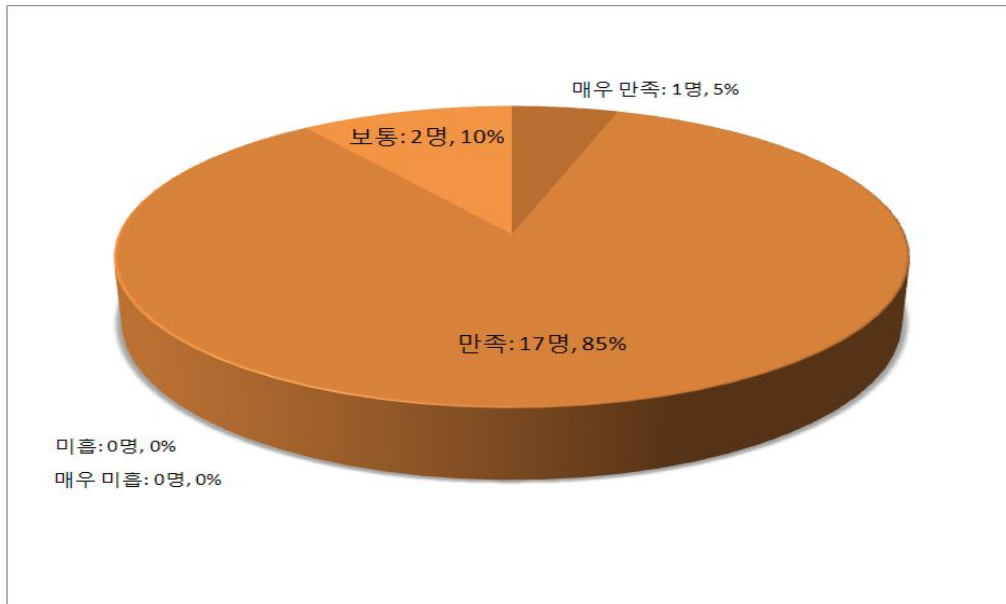
8. 강사의 전문성 및 강의기법에 대한 만족도

<그림 6-32> 강사의 전문성 및 강의기법에 대한 만족도



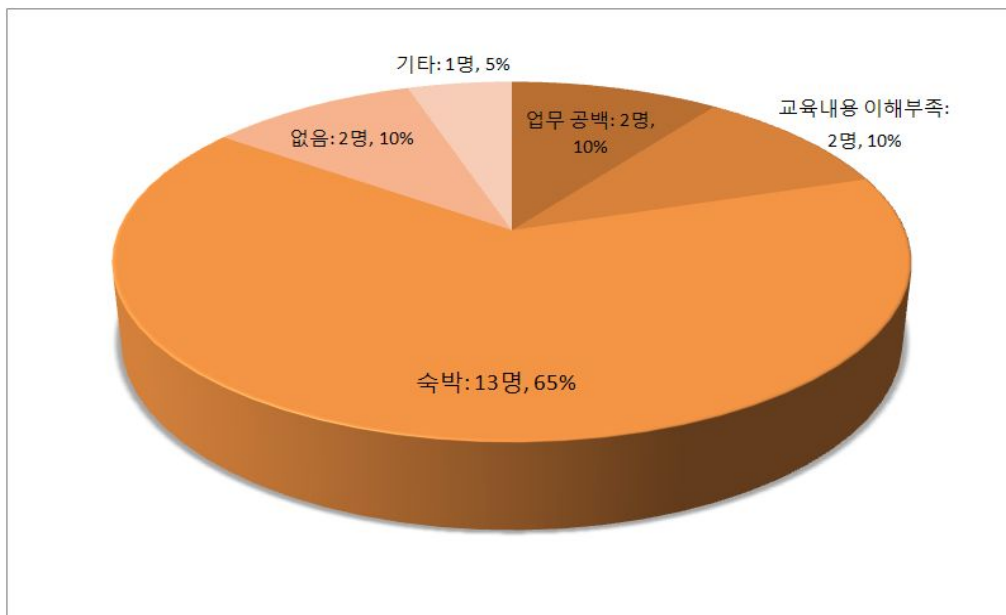
9. 교육운영 및 방식에 대한 만족도

<그림 6-33> 교육운영 및 방식에 대한 만족도



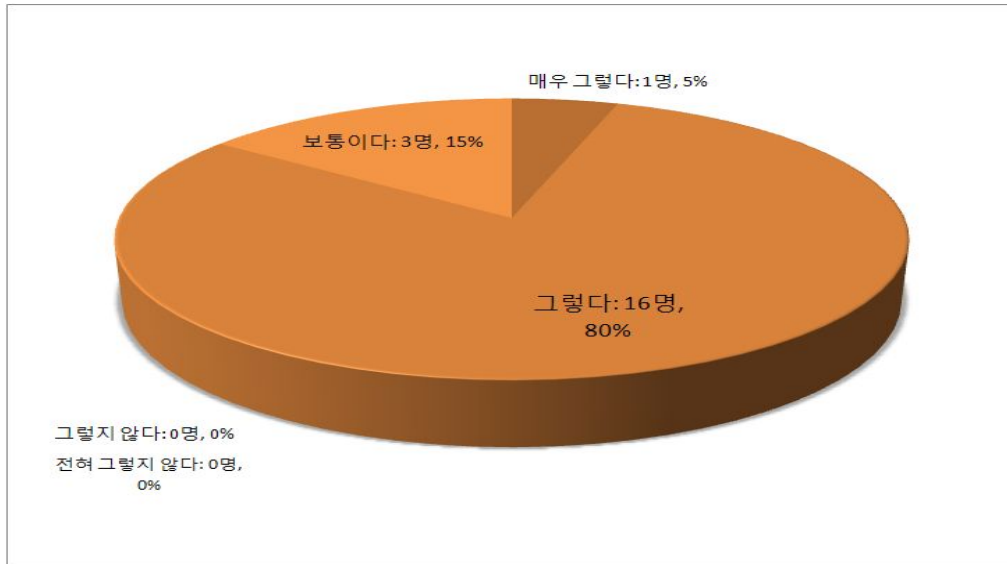
10. 본 교육과정 이수관련 가장 큰 애로사항

<그림 6-34> 본 교육과정 이수관련 가장 큰 애로사항



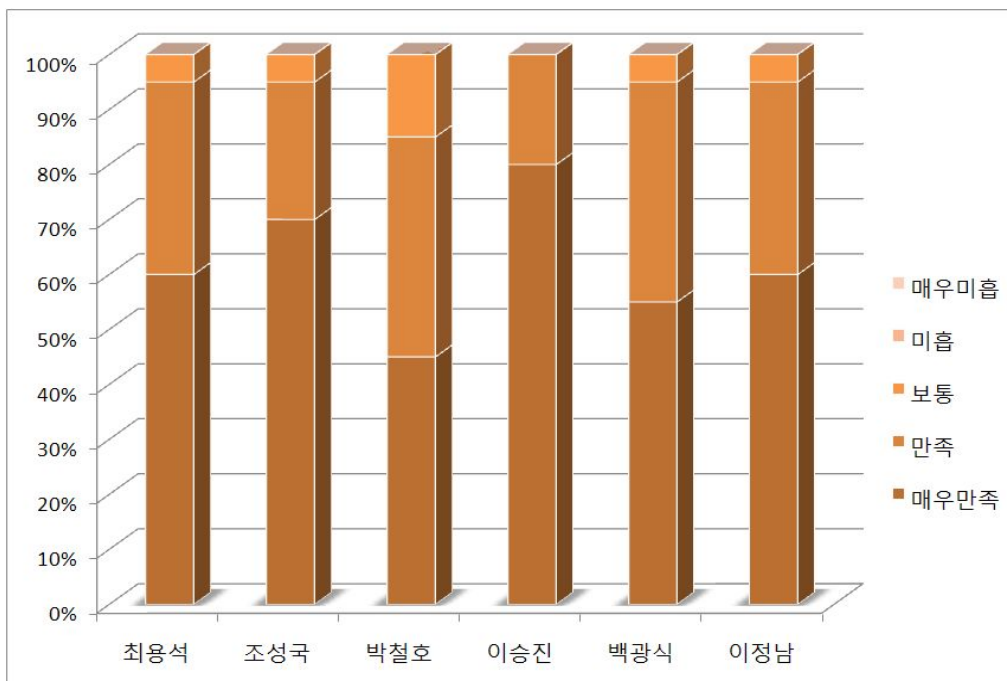
11. 본 교육과정 동료추천 의향

<그림 6-35> 본 교육과정 동료추천 의향



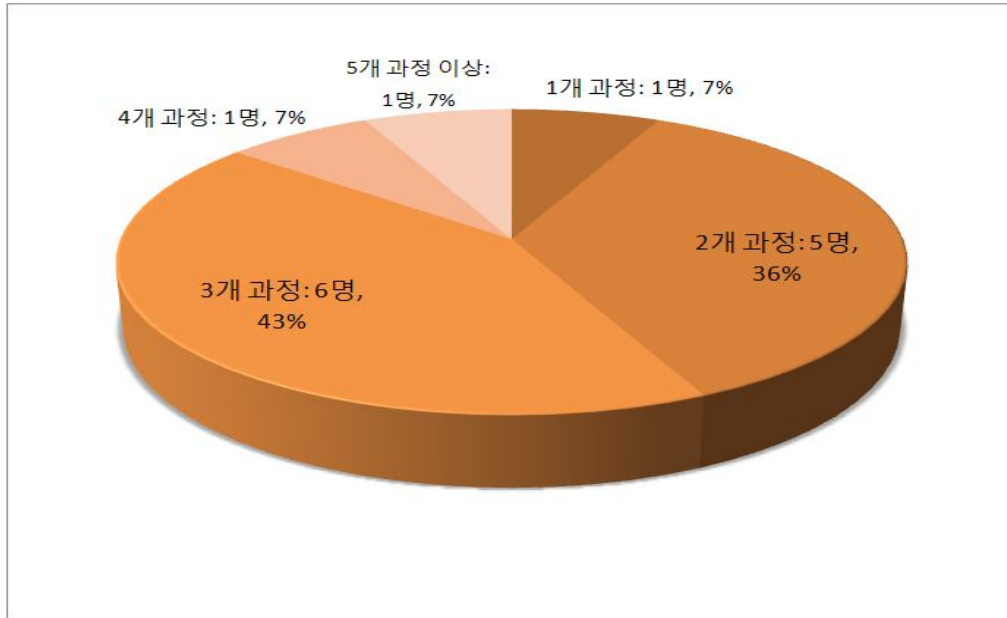
12. 교과목별 담당 강사 평가

<그림 6-36> 교과목별 담당 강사 평가



13. 사후규제 조사관 교육과정 편성

<그림 6-37> 사후규제 조사관 교육과정 편성



14. 사후규제 조사관 교육과정 필수과목

- 법령 관련
 - 관련법령, 금지행위 규제기준 및 사례, 통신사업회계제도(실습 포함)
- 조사실무 관련
 - 조사사례연구, 현장조사위주의 실습교육, 타 기관(부처) 조사관의 조사사례연구, 실제 상황을 가정한 실습교육
- 방송·통신 사업자서비스 및 기술교육 관련
 - 방송·통신 사업자서비스 기술교육, 신기술 동향, 해외 규제동향
- 과학적 조사기법 관련
 - 컴퓨터 포렌식 조사기법(실습 포함)

15. 기타 개선사항

- 컴퓨터포렌식 조사기법 실습 강의시 보조 강사 필요
- 컴퓨터포렌식 조사기법 실습 시간을 확대 편성
- 이론보다는 사례 및 실습 위주로 교육 진행
- 현장 위주의 사실조사에 필요한 교육과 사례별 교육
- 통신회계과정 신설
- 전체 교육기간을 5일로 편성
- 실제 현장에서의 각 사별 사용 프로그램 교육
- 통신서비스 이용실태 등 서비스의 전반적인 이해교육필요
- 지원금(수수료) 정책에 따른 위법성 판단 기준 교육
- 현장 조사관들이 응용할 수 있는 교육프로그램 개발
- 네트워크 연결과 파일 공유가 원활치 못함
- 숙소 문제 해결(숙소 제공)
- 간식 제공

3. 2010년도 사후규제 교육과정 선정을 위한 2차 설문조사 결과분석

가. 개요

- 목적 : 기 실시된 시범교육 과목 및 기타 과목에 대한 교육생들의 의견을 바탕으로 2010년도 교육과정 선정을 위한 기초자료로 활용
- 기간 : 2009년 11월 12일 ~ 11월 17일 (이메일 설문 실시)
- 인원 : 시범교육(조사입문과정, 조사전문과정) 수료생 중 29명

※ 29명중 8명은 2개 과정 수료

나. 설문조사결과

○ 주요내용

- 교육기간은 입문과정은 ‘적당’, 전문과정은 ‘짧다’와 ‘적당’이 비슷
- 시범교육 과정별 세부교과목에 대한 의견
 - 입문과정 : ‘조사기초실무’, ‘유형별조사방법’ 및 ‘금지행위 유형별 규제 기준 및 사례’ 과목은 보강, 기본소양교육은 다른 과목으로 대체 필요
 - 전문과정 : ‘금지행위 유형별 규제기준 및 사례’와 ‘조사사례연구’ 과목은 보강, 컴퓨터포렌식 과목은 별도 과정으로 개설 필요
- 2010년도 정규과정에 추가적으로 추천하고 싶은 세부교과목에 대한 의견
 - 독점규제와 공정거래 등 소관업무와 유사한 법령 소개
 - 실제 현장상황별 행동요령 및 대처방안 공유
 - 현장 경험이 많은 조사관들의 현장스킬을 전수할 수 있는 분임토의식 현장실무위주 교육 필요
- 기타 조사관 역량강화를 위한 의견
 - 회계제도는 별도과정으로 교육과정 개설
 - 사전에 교육자료(교재, 토의주제)를 제공하고, 집합 교육 시 실습 위주 교육 진행

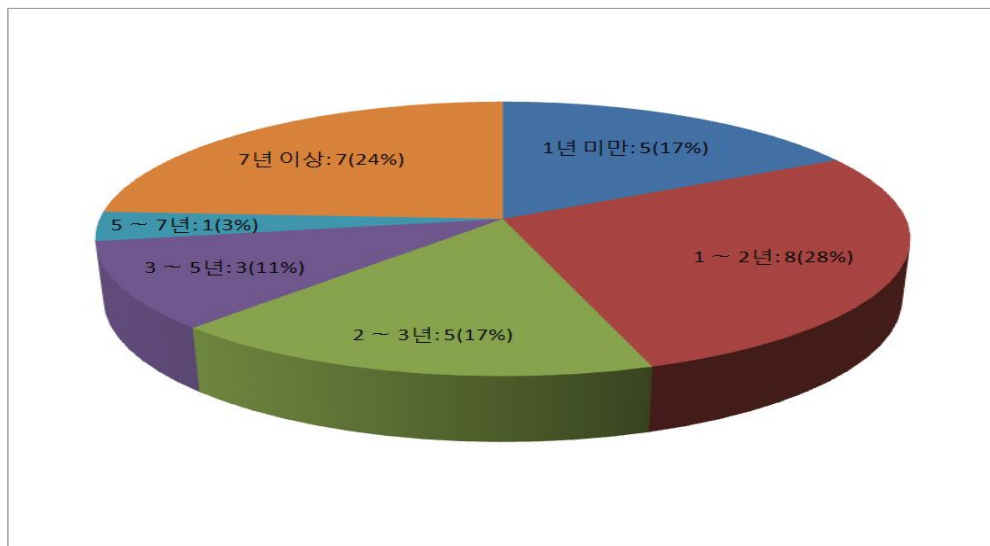
<2010년도 사후규제 교육과정 선정을 위한 항목별 조사결과>

1) 조사업무분야 근속기간

<표 6-2> 조사업무분야 근속기간

구 분	인원	비율	비고
1년 미만	5	17	
1 ~ 2년	8	28	
2 ~ 3년	5	17	
3 ~ 5년	3	11	
5 ~ 7년	1	3	
7년 이상	7	24	
계	29	100	(명,%)

<그림 6-38> 조사업무분야 근속기간

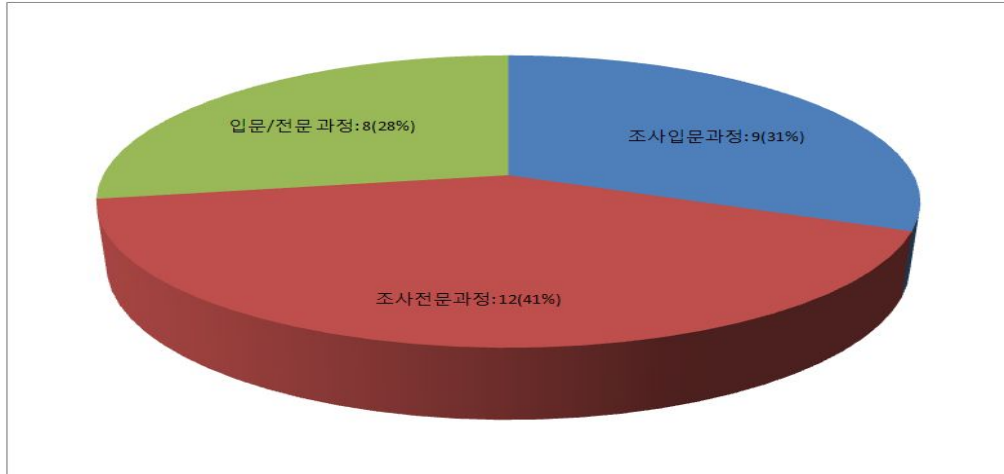


2) 귀하의 시범교육 수료과정은(복수응답 가능)?

<표 6-3> 시범교육 수료과정

구 분	인원	비율	비 고
조사입문과정	9	31	
조사전문과정	12	41	
조사입문/전문 과정	8	28	
없음	0	0	
계	29	100	(명, %)

<그림 6-39> 시범교육 수료과정

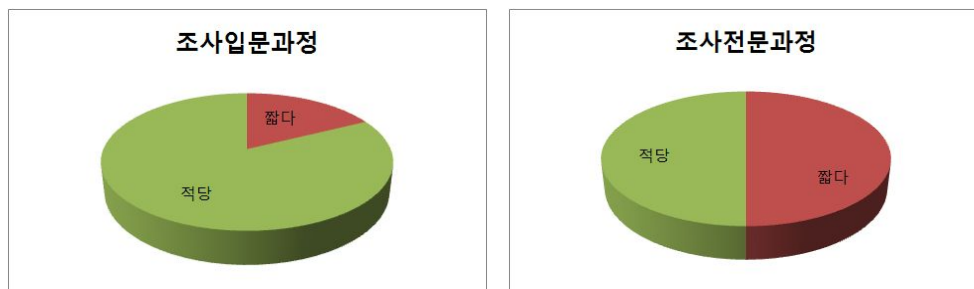


3) 교육기간(3일)에 대한 귀하의 의견은?

<표 6-4> 교육기간에 대한 의견

구분	조사입문과정			조사전문과정			계
	길다	짧다	적당	길다	짧다	적당	
인원	0	3	14	0	10	10	
비율	0	18	82	0	50	50	각100%

<그림 6-40> 교육기간에 대한 의견



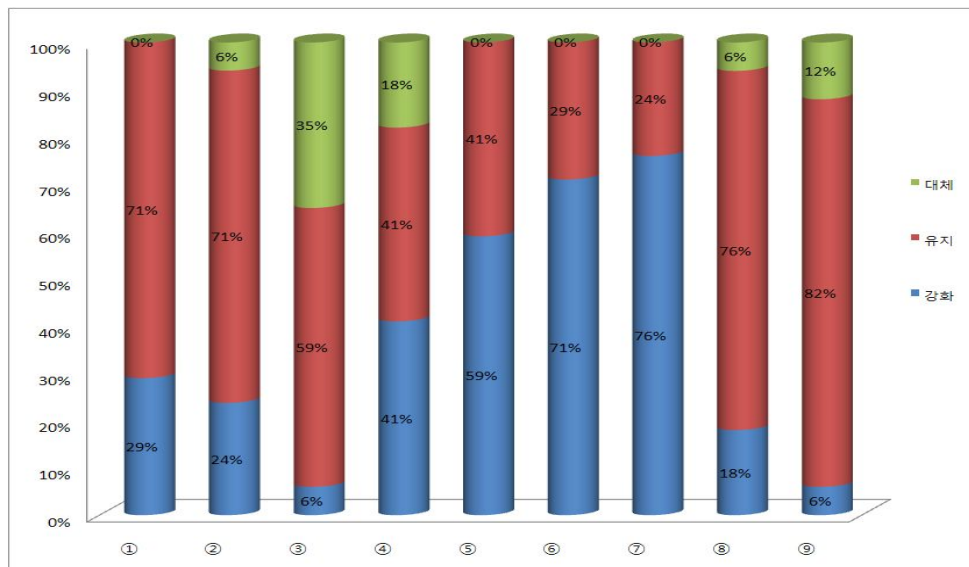
4-1) 과정별 교육과목에 대한 귀하의 의견은?

- 조사입문과정

<표 6-5> 과정별 교육과목에 대한 의견(조사입문과정)

구 분	강화	유지	대 체	비고
① 사후규제관련 법령 소개	5 29%	12 71%	0 0%	
② 방송·통신시장 사업자서비스 기술교육	4 24%	12 71%	1 6%	
③ 기본 소양 교육(행동강령 등)	1 6%	10 59%	6 35%	
④ 컴퓨터 포렌식 조사기법(이론)	7 41%	7 41%	3 18%	
⑤ 조사 기초 실무	10 59%	7 41%	0 0%	
⑥ 유형별 세부조사 방법	12 71%	5 29%	0 0%	
⑦ 금지행위 세부유형별 규제기준 및 사례	13 76%	4 24%	0 0%	
⑧ 국내 방송·통신시장 동향 및 이슈	3 18%	13 76%	1 6%	
⑨ 해외 방송통신 규제기관의 사후규제 동향	1 6%	14 82%	2 12%	
계	56 37%	84 55%	13 8%	153 (17명X9과목)

<그림 6-41> 과정별 교육과목에 대한 의견(조사입문과정)



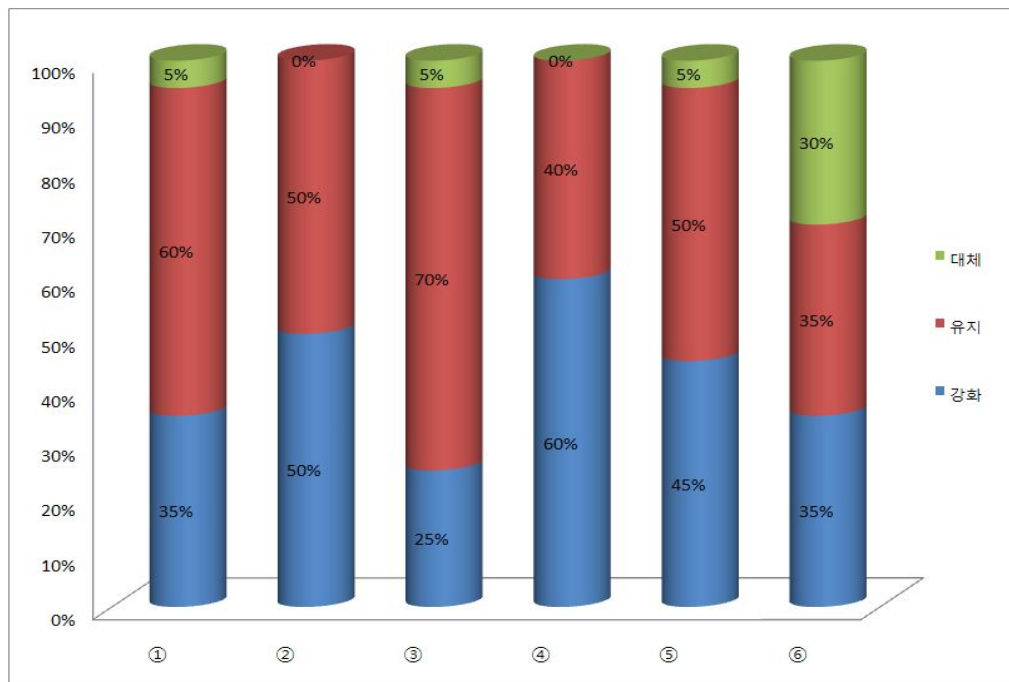
4-2) 과정별 교육과목에 대한 귀하의 의견은?

-조사전문과정 -

<표 6-6> 과정별 교육과목에 대한 의견(조사입문과정)

구 분	강화	유지	대체	비고
①방송·통신시장 사업자서비스 기술교육	7	12	1	
	35%	60%	5%	
②금지행위 세부유형별 규제기준 및 사례	10	10	0	
	50%	50%	0%	
③방송·전기통신사업 회계제도	5	14	1	
	25%	70%	5%	
④사례연구(초고속인터넷 경품조사)	12	8	0	
	60%	40%	0%	
⑤사례연구(사망자 주민번호를 이용한 부당가입)	9	10	1	
	45%	50%	5%	
⑥컴퓨터 포렌식 조사기법(실습포함)	7	7	6	
	35%	35%	30%	
계	50	61	9	
	42%	51%	7%	

<그림 6-42> 과정별 교육과목에 대한 의견(조사전문과정)



5) 향후 교육과정 개설시 추가적으로 포함시키고 싶은 과목은?

- 시장별 불공정행위 사례, 현장 상황별 행동 노하우 등 관련분임 토의식 강의
- 조사계획 수립, 조사방법 등에 대한 실습 및 토론 수업
- 방송통신 민원 유형 및 대처방안
- 통신사업자 마케팅/기술분야 전문가 강의 및 토론 수업
- 포렌식 수업 → 법령관계 해석, 회계제도, 오피스, 유형별 세부조사 방법, 수사과정에 필요한 엑셀 함수 등 오피스
- 방송통신사업자 서비스기술교육 → 포렌식교육 실습 증가
- 회계제도 수업 → 사례 연구
- 기본소양교육/조사기초실무 → 사례별 조사실습
- 해외방송통신 규제기관 동향 → 금지행위 세부유형별 규제기준 및 사례 강화
- 사망자 주민번호를 이용한 부당가입 → 금지행위 세부유형별 규제기준 및 사례
- 베테랑 조사관의 현장 스킬 등에 관한 대화 및 토론

6) 기타 조사관 역량강화 교육프로그램 개발에 대한 좋은 의견

- 지방교육생 위한 숙소 마련
- 입문과정도 처음 입문자에겐 어려운 내용임. 실제 예시와 대처방법 등 실무 내용 필요
- 조사 시 실제 조사해 보아야 할 자료, 조사된 자료에 대한 활용방법 등 현장에 필요한 내용 강화
- 회계제도는 따로 과정을 신설하여 운영할 필요 (전문적 분야인데 짧은 시간에 들으려니 버거움)
- 사전에 교육자료(교재, 토의주제)를 제공하고 집합 교육 시 실습위주로 진행 요함(특히 전문과정)

▶ 시사점

- 과정별 세부과목에서 대체적으로 유지 또는 강화하자는 의견이 많았음
- ‘기본소양교육’의 경우 대체하자는 의견이 35%로 다소 높게 나왔음

- ‘컴퓨터 포렌식’의 경우 대체하자는 의견이 30%로 다소 높게 나온 것은 컴퓨터포렌식과정을 별도로 개설하여 실습교육을 강화하자는 의견으로 해석할 수 있음
- 전체적으로 시범교육의 세부교과목 구성에 대한 평가는 긍정적이지만 사례위주의 현장실습중심의 교육을 강화할 필요가 있음

제5절. 운영위원회 결과분석

1. 제1차 운영위원회

가. 일 시 : 2009년 5월 22일(금) 16:00 ~ 18:00

나. 장 소 : IT인재개발교육원 5층 회의실

다. 참석인원 : 박승권 교수, 이정순 사무관 등 9명

<표 6-7> 제1차 운영위원회 참석인원

번호	구 분	소 속	직 위	성 명	비고
1	위원장	한양대학교	교 수	박승권	외부위원
2	위 원	방송통신위원회	사 무 관	이정순	"
3	위 원	방송통신위원회	사 무 관	이승진	"
4	위 원	공정거래위원회	사 무 관	김신영	"
5	위 원	동국대학교	겸임교수	이정남	"
6	위 원	KISDI	연구책임자	김형찬	"
7	위 원	ETRI	팀 장	최용석	"
8	위 원	한국전파진흥원	수석전문위원	장태식	내부위원
9	간 사	한국전파진흥원	담 당	임석진	

라. 주요내용

1) 2009년 교육사업 운영계획 안내

- 교육커리큘럼 개발, 강사 섭외, 교재 개발
- 교육시행 : 2개 과정 실시, 40명 양성

2) 교육과정 검토의견

- 조사입문과정과 조사전문과정을 나누어 운영할 필요 있음
- 교육기간이 짧아, 조사관련하여 포커스를 정확히 맞춰야 함
- 금지행위의 위법성 판단과 세부유형별 규제사례중심 교육 필요
- 조사대상자의 운용시스템과 서비스별 이용약관 및 피해사례 교육 필요

3) 실습교육장비구축 검토의견

- 점차 방송·통신 분야 사업자들의 대응이 치밀해져감에 따라 이에 효과적으로 대응하기 위해 포렌식 전문교육을 위한 실습장비가 필요함
- 현재 각종 조사·수사기관에서 가장 많이 사용하고 있는 장비 두

종류를 선택하여, 비교하며 교육할 수 있어 내실있는 교육이 될 것임

2. 제2차 운영위원회

가. 일 시 : 2009년 9월 25일(금) 16:00 ~ 18:00

나. 장 소 : IT인재개발교육원 5층 회의실

다. 참석인원 : 박승권 교수, 고상호 사무관 등 9명

<표 6-8> 제2차 운영위원회 참석인원

번호	구 분	소 속	직 위	성명	비고
1	위원장	한양대학교	교 수	박승권	외부위원
2	위 원	방송통신위원회	사무관	고상호	"
3	위 원	방송통신위원회	주무관	선주영	"
4	위 원	방송통신위원회	사무관	이승진	"
5	위 원	동국대학교	교 수	이정남	"
6	위 원	KISDI	선임연구위원	김형찬	"
7	위 원	ETRI	팀 장	최용석	"
8	위 원	KORPA	수석전문위원	장태식	내부위원
9	위 원	KORPA	담 당	임석진	

라. 주요내용

- 1) 방송통신시장 사후규제 교육프로그램개발사업 추진실적 및 시범교육 결과보고
 - 시범교육과정 : 총 2회 실시 (조사입문/조사전문 과정)
 - 교재개발 : 총 2종 교재 개발 (조사입문/조사전문 과정)
 - 장비구매 : 총 2건 (컴퓨터 포렌식 실습장비 1식/컴퓨터 포렌식 실습용 PC 23대)
- 2) 교재개발에 대한 의견 토의
 - 방송관련 법령 확정된 후 방송에 대한 사후규제 관련 내용 보충 필요
 - 방통위 내부직원의 강사비 및 교재개발비 지급관련 규정을 마련해야 하겠음
 - 교재 단원별로 집필자를 밝혀주는 것이 바람직함

- 3) 시범교육 만족도조사 결과 및 간담회 결과를 토대로 향후 방송통신 시장 사후규제 교육과정 운영방안 검토
 - 교육대상에 대해 더욱 세밀히 조사하여, 대상의 교육수요에 맞는 과정 개발 필요
 - 과목이 너무 많음. 과목을 추려서 좀 더 깊이 배울 수 있도록 해야 함
 - 포렌식 과목은 별도 과정 운영이 필요하고, 조사기초실무 과목은 토론식 수업이 필요함
- 4) 향후 교육과정 운영을 위한 교육장비 구입 및 활용에 대한 의견 수렴
 - 기 구입한 포렌식 장비는 전파관리소 등에서 요청 시 대여할 계획임

3. 제3차 운영위원회

가. 일 시 : 2009년 11월 17일(화) 14:00 ~ 16:30

나. 장 소 : IT인재개발교육원 5층 회의실

다. 참석인원 : 조성국 교수, 선주영 주무관 등 6명

<표 6-9> 제3차 운영위원회 참석인원

번호	구 분	소 속	직 위	성 명	비고
1	위 원	방송통신위원회	주 무 관	선주영	외부위원
2	위 원	동국대학교	겸임교수	이정남	"
3	위 원	KISDI	연구책임자	김형찬	"
4	위 원	중앙대학교	교 수	조성국	"
5	위 원	한국전파진흥원	수석전문위원	장태식	내부위원
6	간 사	한국전파진흥원	담 당	임석진	

라. 주요내용

- 1) 사후규제 교육프로그램 개발(안) 검토
 - 각 모듈별 유지, 삭제, 또는 강화 여부 결정
- 2) 2010년도 사후규제 조사관 정규 교육과정 검토
 - 조사입문과정, 조사전문과정 및 컴퓨터 포렌식 기초과정 총 3개 과정 운영할 필요가 있음
- 3) 기타 사후규제 조사관 역량강화 방안 검토

- 방송통신위원회 본부 직원들은 교육 참여가 어렵기 때문에, 특강 형식으로 방문하여 교육을 실시하는 것이 효과적임
 - 중관소 직원들을 대상으로 교육을 겸한 워크숍 기획 필요
- 4) 2009년도 사업 최종보고서 작성 방향 검토
- 목차 및 세부내용 구성 검토
 - 목차
 - . 요약문
 - . 제1장 서론
 - . 제2장 국내 방송·통신시장 동향
 - . 제3장 해외 방송·통신 규제기관의 사후규제 동향
 - . 제4장 국내 규제기관 교육프로그램 현황
 - . 제5장 해외 규제기관 교육프로그램 현황
 - . 제6장 방송·통신시장 사후규제 교육프로그램 개발
 - . 제7장 결론 순
 - 내용 구성
 - . 지속적인 전문교육을 위한 사후규제 프로그램 개발
 - . 교육뿐 만 아니라 사후규제 조사관 역량강화방안 제시

제6절. 방송·통신시장 사후규제 교육프로그램 개발(안)

1. 개 요

가. 목적 및 필요성

- 조사(감사) 업무를 수행하는 국내·외 전문규제기관의 교육체계 및 프로그램조사, 방송통신위원회 조사관 교육수요조사 및 시범교육을 통해 방송통신위원회 조사관 역량 강화를 위한 효과적인 교육프로그램을 마련하여, 2010년부터 지속적인 조사관 전문교육을 통해
- 향후 방송, 통신 및 융합시장의 복잡한 환경에서 사후규제 관련 전문적 대응체제 구축

나. 방 침

- 조사(감사) 업무를 수행하는 국내·외 전문규제기관의 교육체계 및 프로그램을 조사하고 분석하여 방송통신위원회에 적용 가능한 교육체계 및 교육프로그램 도출
- 방송통신위원회 조사관 교육수요조사를 통하여 실제 조사현장에서의 애로사항과 필요한 전문지식 등 교육수요 도출
- 시범교육 후 설문조사를 통해 도출된 문제점을 보완하고, 최종적으로 산·학·연·관의 전문가들로 구성된 운영위원회의 자문을 거쳐 방송통신위원회 조사관 역량 강화를 위한 효과적인 교육프로그램을 개발

다. 특 징

- 본 사후규제 교육프로그램은 실제 현장에서 조사업무를 수행하고 있는 방송통신위원회 조사관들의 설문과 국내·외 전문규제기관의 교육체계 및 프로그램을 조사하고 분석하여 방송통신위원회에 적용 가능한 교육체계 및 프로그램을 도출하여 만든 '방송통신위원회 조사관 맞춤형 교육프로그램'임
- '방송통신위원회 조사관 맞춤형 교육프로그램'개발을 위해 산·학·연·관의 전문가들로 구성된 '사후규제 전문가 운영위원회'의 객관적인 검증

을 거쳐 개발된 이론과 실습을 병행한 살아있는 교육프로그램임

o 또한 본 사후규제 교육프로그램은 교육내용이 분야별로 분류되고 모듈식으로 구성되어, 원하는 교육과정을 자유롭게 구성할 수 있어, 기초과정에서 심화과정까지 단기 및 장기과정으로 다양한 커리큘럼 편성이 가능

2. 사후규제 교육프로그램 개발(안)

가. 사후규제 교육프로그램 대분류

- o 본 사후규제 교육프로그램은 크게 6개 분야의 교육과정으로 대분류
 - 기본 소양교육 : 방송통신위원회 조사관으로서 기본적으로 갖춰야 할 기초 소양 교육
 - 방송·통신 사업자서비스 및 기술 교육 : 현재 운용되고 있는 방송·통신 사업자 서비스와 연관된 기술 분야 및 시장 동향 교육
 - 법령 교육 : 방송·통신 관련 법령교육
 - 조사(수사)실무 교육 : 실제 조사현장에서 필요한 조사기법 등 관련교육
 - 컴퓨터 포렌식 교육 : 하드 디스크 등 컴퓨터저장매체에 들어있는 디지털 데이터를 대상으로 복구, 검색, 증거채집 및 분석과정을 통해 조사하는 과학적 조사기법 교육
 - 특강 : 딱딱하기 쉬운 교육과정이지만, 교육효과를 극대화 할 수 있는 유익하고도 재미있는 과정으로 구성된 특강형식의 교육

나. 사후규제 교육프로그램 소분류

- o 본 사후규제 교육프로그램은 6개 분야를 총 19개 모듈로 소분류
 - 기본 소양교육 : 커뮤니케이션 능력배양 등 2개 모듈로 구성
 - 방송·통신 사업자서비스 및 기술 교육 : 방송·통신 사업자서비스 기술교육 등 3개 모듈로 구성
 - 법령 교육 : 경쟁법 및 소비자법 등 3개 모듈로 구성
 - 조사(수사)실무 교육 : 조사 기초 실무 등 5개 모듈로 구성

- 컴퓨터 포렌식 교육 : 컴퓨터 포렌식 조사기법(이론) 등 4개 모듈로 구성
- 특강 : 웃음과 유머 등 2개 모듈로 구성

다. 2010년도 사후규제 교육프로그램

- o 2010년도 사후규제 교육프로그램은 **입문과정, 전문과정 및 컴퓨터포렌식 기초과정 등 3개 과정**으로 구성하고, 각 과정 당 교육기간은 3일간 21시간으로 편성
- 조사입문과정 : 방송통신위원회 신규 및 전입 조사관을 대상으로 하는 조사관 기초과정으로 조사관으로서 현장에서 필요한 실무중심의 교육과정
- 조사전문과정 : 조사관 심화과정으로 사례분석을 통한 토론위주 교육과정
- 컴퓨터포렌식기초과정 : 컴퓨터포렌식의 개념 이해 및 기본 실습 교육과정

제7장. 결 론

제1절. 시사점

1. 국내 규제기관 교육프로그램 현황 분석

- 공정거래위원회, 대검찰청, 감사원 등 국내 규제기관 교육프로그램을 분석한 결과 방송통신위원회 조사관 프로그램 개발에 적용하기에는 다소 무리가 있음
 - 공정거래위원회의 경우 필요시 특정주제에 한해 일회성 교육으로 실시하거나 경험이 많은 조사관들에게 개인적으로 혹은 필요시 부서별 미팅을 통해 경험요소를 전수받는 형식으로 직무역량강화를 하고 있어 사실상 조사관을 대상으로 한 체계적인 교육프로그램 부재
 - 대검찰청의 경우 법무연수원을 통해 다양하고 체계적인 교육시스템은 우수하지만 대검찰청 수사관들은 강제수사에 초점을 맞추지만, 방송통신위원회 조사관들은 임의조사방식으로 업무수행을 하기 때문에, 대검찰청의 수사관 교육과정을 방송통신위원회 사후규제 교육프로그램에 적용하는 것은 무리
 - 감사원의 경우 감사교육원을 통해 기본교육과 전문교육으로 다양하고 체계적인 교육과정으로 운영하고 있으나 조사 분야의 성격이 달라 방송통신위원회 사후규제 교육프로그램개발에 바로 적용하기에는 무리가 있으나 그 중에서 대화 및 설득기법과 IT·통계 활용감사과정 등은 참조할 필요가 있음

2. 해외 규제기관 교육프로그램 현황 분석

- 미국의 FCC, 영국의 Ofcom 등 해외 규제기관 교육프로그램을 분석한 결과 방송통신위원회 조사관 프로그램 개발과는 거리가 있음
 - 미국 FCC의 경우 사후규제 조사관 채용 시부터 유경험자를 선발함으로써 바로 현업에 투입이 가능하여 별도의 교육훈련 프로그램 불필요하며 필요시 OJT(On the Job Training)와 직원 미팅(Staff Meeting)을 활용

- 영국 Ofcom의 경우 “Ofcom Graduate Programme”이라는 체계적인 교육훈련 프로그램을 통해 신규직원을 대상으로 8개월간 다양한 부서에서 근무하는 것을 포함하여 2년간 이 교육훈련프로그램을 이수한 후 특정 부서에 발령하는 시스템으로 방송통신위원회의 인력충원시스템이 Ofcom과는 달라 현실적으로 방송통신위원회 사후규제 교육프로그램개발에 적용하기에는 무리가 있으나 장기적인 관점에서 이러한 교육훈련 시스템을 벤치마킹할 필요가 있음

3. 방송통신위원회 사후규제 조사관들의 설문조사 분석

- o 체계적인 사후규제 교육프로그램을 개발하여 정규 교육과정으로 편성하여 지속적인 교육을 통해 조사관 전문성 제고
- 이론도 중요하지만 현장 경험이 많은 조사관들의 현장스킬을 전수할 수 있는 사례중심의 분임토의식 현장실무위주 교육 필요
- 하드 디스크 등 컴퓨터저장매체에 들어있는 디지털데이터를 대상으로 복구, 검색, 증거채집 및 분석과정을 통해 조사하는 컴퓨터포렌식과정을 통한 과학적 조사기법 교육
- 독점규제와 공정거래 등 소관업무와 유사한 법령 소개 및 유사기관 조사 사례 비교

4. 본 연구의 의의 및 차별성

- o 본 연구는 2008. 2. 29 정부조직개편이후 방송통신 융합시대를 위하여 새로이 출범한 방송통신위원회에서 방송·통신시장의 공정경쟁 및 이용자 권익보호를 위해 조사 현장에서 책임을 완수하는 조사관들의 역량강화를 위하여 시도한 첫 연구과제로서 중요한 의미
- 방송·통신시장 사후규제 분야에서 최초로 조사관 역량강화를 위한 교육프로그램을 개발하고 시범 운영함으로써 사후규제 조사관 역량강화의 기틀을 마련하였다는 점에서 중요한 의의가 있음

- 본 연구는 국내·외 전문 규제기관의 교육체계와 프로그램을 조사·분석하여 방송통신위원회 사후규제 조사관들에게 필요한 전문지식을 모듈화하여 다양한 커리큘럼 편성이 가능하도록 방송통신위원회 사후규제 조사관 맞춤형 교육프로그램개발로 차별화하였음
- 또한 본 연구과정을 수행하면서 참여한 조사관들이 조사관 역량강화의 필요성에 대한 관심유발과 향후 조사관 역량강화정책을 발전시킬 수 있는 동기유발의 계기가 되었다는 점에서도 중요한 의미가 있음

5. 본 연구의 한계점

- 방송통신위원회 출범이후 최초의 조사관 역량강화 교육프로그램 개발 과제를 수행하는데 필요한 자료수집의 한계
 - 구 정통부와 구 방송위원회의 폐지 및 방송통신위원회 신설 등 조직 개편으로 구 참고자료의 인계·인수 불분명 및 자료부재 등 연구자료 수집에 한계
- 연구범위에 비해 연구시간과 소요예산의 한정으로 국외 전문 규제기관들의 교육체계 및 프로그램에 대한 자료수집에 한계
 - 국외 전문 규제기관들을 현지 방문하여 담당자들과 면담에 의하지 않고서는 충실한 자료수집 불가능
- 조사관 역량강화를 위한 사전단계인 역량강화 목표, 로드맵 등이 설정되지 않은 상황에서 사후규제 교육프로그램개발 과제를 수행함에 따른 고민과 애로사항도 많았으며, 과제 결과물에 대한 검증에도 한계

제2절. 사후규제 조사관 역량강화 방안 및 제언

1. 사후규제 조사관 역량강화를 위한 교육훈련체계 구축

- 조사관 역량강화를 위한 중장기 계획 수립
 - 종합적이고 체계적인 역량강화를 위해 조사관 역량강화 목표, 이행과제도출 및 이행전략 등 중장기 로드맵 수립이 급선무

- 교육성과 제고를 위한 정책적 지원
 - 우수강사 확보를 위해 특히 방송통신위원회 내부 강사에 대한 교재개발 및 강의 수당 등 특별한 인센티브 제공이 필수적임
 - 수준별 교육과정 운영을 위한 개인별 수준측정시스템 도입 필요
 - 사례연구 및 현장 시뮬레이션기법 등 다양한 교육용 툴 개발 필요

2. “방송통신위원회 조사관 맞춤형 교육프로그램”에 의한 지속적인 교육

- 방송통신위원회 조사관 직무역량강화교육은 입문과정, 전문과정, 컴퓨터포렌식과정 등 정규 교육과정과 특강형식의 비정규 교육과정으로 운영
 - 입문과정은 2년 미만 조사관들을 대상으로 3일 정도의 단기과정으로 운영
 - 조사 현장에서 부족한 부분을 보완하여 한 단계 업그레이드 할 수 있는 조사기초실무과정으로 편성
 - 전문과정은 2년 이상 조사관들을 대상으로 3일 정도의 단기과정으로 운영
 - 전문조사관으로서 역량을 발휘할 수 있는 심화과정으로 사례연구를 통한 토론중심의 양방향교육으로 진행
 - 컴퓨터포렌식과정은 공통교육으로 기초 및 심화 과정으로 운영
 - 기초과정은 개념이해 및 실습과정으로 3일, 심화과정은 실습위주로 5일 과정으로 진행하여 과학적 조사기법 교육
 - 현안 이슈 발생시 2~3시간용 특강형식의 교육으로 적시에 현안사항 이해를 통한 관련 분야 분석 및 판단 능력 향상
 - 본 연구를 통해 개발된 사후규제 조사관 교육프로그램을 2010년도 정규 교육과정에 반영(운영지원과 협의 완료)
 - 조사입문과정, 조사전문과정, 컴퓨터포렌식 기초과정 등 3개 과정
- 장기적인 관점에서 신규직원에 대한 1개월 과정의 OJT(On the Job Training) 도입 필요
 - 조사관으로서 기본자세에서 법령교육, 기초 조사실무교육 및 분야별 현장 실습을 포함한 교육과정 수료 후 부서 배치

3. 효과적인 역량강화를 위한 정책지원

- 전반기 및 후반기 년 2회 조사관 전체 워크숍을 통한 지식 및 정책 공유
 - 조사 현장에서의 애로사항 등 문제점 도출 및 해결방안 모색
 - 방송·통신시장 사후규제관련 정부 정책 및 이슈 공유
 - 동료 간 유대강화를 통한 소속감 및 일체감 고취
- 심결사례집 발간 활용
 - 피해 유형별 심결사례를 정기적으로 발간(년 1~2회)하여 사례연구 교육자료로 활용(종결 및 진행사례 포함)
- 제도적 장치를 통한 전문성 확보
 - 조사 분야 전문가 육성을 위해 최소 5년간 임기 보장
 - 조사결과에 대한 인센티브제도 활성화
 - 외부 전문가 영입 등 조사 분야 전문가 채용제도 개선
 - 글로벌 인재양성을 위해 우수 조사관들에 대해 선진국 사례를 벤치마킹할 수 있는 기회 확대
- 조사관 인증제도 도입
 - 조사 기획에서 종결 보고까지 단독 임무수행이 가능한 조사관을 대상으로 조사관 인증제도 도입
 - 본 연구의 사후규제 프로그램개발(안)을 활용하여 필수 교육과정을 이수하고, 자체 측정시스템을 통과한 조사관에게 조사관 인증서 수여
 - 조사관 인증서 소지자에게는 매월 일정금액의 조사관 인증수당을 지급함으로써 조사관들의 자발적인 역량강화를 유도하고 또한 조사관으로서의 자부심을 고취

4. 방송·통신시장에서 공정경쟁 및 이용자 권익보호 환경조성

- 내부 및 외부 신고자에 대한 획기적인 포상금 및 인센티브 제도를 도입하여 불공정 및 이용자 이익저해 행위에 대한 제보 활성화 유도

- 참고문헌 -

1. 권호영 외, 'IPTV의 등장으로 인한 유료 방송시장의 변화' 최종연구보고서, 한국방송영상산업진흥원, 한국, 2008.
2. 권호영-송민정 (2006). 『디지털융합시대 미디어산업 및 정책패러다임 전환종합연구』. 한국방송광고공사 연구보고서.
3. 김국진(2007).방송통신융합의 이해(개정판). 나남출판사.
4. 김국진, 최성진(2007). 『IPTV』. 나남출판사.
5. 김대호 (2007.9.17). 미디어산업의 미래. 한국언론학회 세미나 발표자료.
6. 김재곤 외, '맞춤형 방송기술과 표준화 동향' 리포트, ETRI, 한국, 2004.
7. 김정현 외(2007), 『융합시대의 행위규제 틀 개선방안 연구』, 연구보고 07-59, 정보통신정책연구원
8. 김형찬 외(2008), 수평적 규제도입추세 하의 방송?통신?융합 서비스시장 사후 규제체계 개선방안 연구, KISDI 연구보고
9. 방송통신위원회 (2007). 2007 방송산업실태조사보고서
10. 방송통신위원회 홈페이지(www.kcc.go.kr)>자료마당>통계자료
11. 방송통신위원회(2008), 『국내외 관련기관과의 비교 연구를 통한 정책 제언』
12. 방송통신위원회(2008), 『조사방향 설정을 위한 시장동향 연구』
13. 방송통신위원회(2008a). 2007 방송사업자 재산상황 공표집.
14. 방송통신위원회(2008b). 2008방송산업실태조사보고서.
15. 방송통신위원회(2009), 『미디어 환경변화에 따른 방송통신인력양성 정책연구』, 한국전파진흥원
16. 방송통신위원회(2009). 2008 방송사업자 재산상황 공표집.
17. 송민정 (2006.4.19). 융합 추세와 미디어서비스 경쟁에 따른정책방향. <미디어 산업의 메가트랜드> 세미나, 방송영상산업진흥원주최.
18. 염용섭외(2005), "국내 통신서비스 사업및 정책: 연혁과 현황" (2005, 정보통신정책연구원 편저 「정보통신정책 핸드북」 제1권 제2장, 법영사)
19. 이상우 외(2007a), 『통신방송 융합환경하의 수평적 규제체계 정립방안에 관한 연구』, 연구보고 07-06, 정보통신정책연구원.

20. 이상우 외(2007b), 『방송통신융합 환경에서 방송통신규제체계 개선방안 연구』, 연구보고 07-정보통신정책연구원.
21. 이선민, ‘방송통신발전에 관한 기본법 제정 공청회’, 월간미디어 미래, 30호, 한국, 2008. http://www.mfi.re.kr/webzine/view.php?idx=493&cate=3&sub_cate=
22. 이희상, ‘디지털 컨버전스와 방송통신 융합 패러다임’ 발표자료, 성균관대학교, 한국, 2004.
23. 정인숙 (2006). 『방송산업과 정책의 이해』. 커뮤니케이션북스.
24. 정인숙(2007). 미디어 환경변화에 따른방송영상인력 개발방안 연구. KBL.
25. 최종원, ‘정보통신 표준화 종합기술기획’ 최종 연구보고서, 한국정보통신기술협회, 한국, 2006.
26. 한국전파진흥원 IT인재개발교육원(2009), 『방송통신시장 사후규제 조사입문 과정 교재』
27. 한국정보통신산업협회(2009). 2008 정보통신산업통계연보
28. 한국케이블TV방송협회(KCTA) <http://kcta.or.kr/>
29. Ovum(2007), A Study on telecom NRAs’ functions and jurisdiction for ex-post regulations:

<주요국 통신법>

미국 통신법(Communications Act of 1934, Amended by Telecommunications Act of 1996)

영국 통신법(Communications Act 2003)

영국 경쟁법(Competition Act 1998)

독일 통신법(Telecommunications Act 2004)

일본 통신법

<규제기관 홈페이지>

FCC <http://www.fcc.gov>

OFCOM <http://www.ofcom.go.uk>

총무성 <http://www.soumu.go.jp>

[별첨1]

시범교육 조사입문과정 세부일정

('09. 8.26 ~ 8.28)

교육일시		교육내용	강사명	비고
8. 26 (수) 7시간	09:00~12:00	o 사후규제관련 법령 소개 - 규제이론의 유래, 법적·경제적 측면 - 조사관련 근거 법령 · 금지행위 관련규정/신고규정/조치규정, 사실조사규정 (전기통신사업법, 인터넷 멀티미디어 방송사업법, 방송법 등) - 공정거래법과 비교	KISDI 김형찬 박사	
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~16:00	o 방송·통신시장 사업자서비스 기술교육 - 서비스망 및 연동 구조 - 초고속인터넷유·무선, 전화(유선, 이동, VoIP), 방송(지상파, 케이블, 위성, DMB), IPTV 등	ETRI 최용석 박사	
	16:00~17:00	o 기본 소양교육 - 행동강령, 부패근절방법 등	KCC 이상수 주무관	
8. 27 (목) 7시간	09:00~12:00	o 컴퓨터 포렌식 조사기법(이론)	동국대 이정남 교수	
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~15:00	o 조사 기초 실무 - 조사업무개요, 조사계획, 사실조사, 조사결과보고서작성, 위원회상정 등	KCC 이승진 사무관	
	15:00~17:00	o 유형별 세부조사 방법 - 불법스팸차단 관련 이용자 이익저해	KCC 백광식 주무관	
8. 28 (금) 7시간	09:00~12:00	o 금지행위 세부유형별 규제기준 및 사례 - 금지행위 유형별 위법성 요건과 법적쟁점 - 서비스별 주요 피해유형 및 심결사례소개 (서비스별 이용약관 소개 포함)	중앙대 조성국 교수	
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~15:00	o 국내 방송·통신 시장 동향 및 이슈 - 이동통신, 초고속인터넷, 유선전화, 방송, VoIP, IPTV	KISDI 김형찬 박사	
	15:00~17:00	o 해외 방송통신 규제기관의 사후규제 동향 - 미국FCC, 영국 Ofcom 등		
	17:00~17:30	o 설문 조사 - 교육과정 만족도조사 등		

[별첨2]

시범교육 조사전문과정 세부일정 ('09. 9.2 ~ 9.4)

교육일시		교육내용	강사명	비고
9. 2 (수) 7시간	09:00~12:00	o 방송·통신시장 사업자서비스 기술교육 - 서비스망 및 연동 구조 - 초고속인터넷(유·무선), 전화(유선 이동, VoIP), 방송(지상파, 케이블, 위성, DMB), IPTV 등	ETRI 최용석 박사	
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~17:00	o 금지행위 세부유형별 규제기준 및 사례 - 금지행위 유형별 위법성 요건과 법적쟁점 - 서비스별 주요 피해유형 및 심결사례소개 ※ 사례연습 포함	중앙대 조성국 교수	
9. 3 (목) 7시간	09:00~12:00	o 방송·전기통신사업 회계제도 - 회계분리제도현황, 방송·통신사업 회계와 일반회계 비교, 국내·외 회계 분리사례, 회계자료 검증 및 결과처리 등	KCC 박철호 사무관	
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~17:00	o 조사사례 연구 분석 - 사업자 서비스 유형별 사례연구(2건) · 초고속인터넷 경품 조사 · 거짓 주민번호를 이용한 부당가입 ※ 토론 형식으로 진행	KCC 이승진 사무관 백광식 주무관	
9. 4 (금) 7시간	09:00~12:00	o 컴퓨터 포렌식 조사기법(이론) - 개념, 절차, 증거수집, 증거분석, 분석보고서작성 등	동국대 이정남 교수	
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~17:00	o 컴퓨터 포렌식 조사기법(실습-A : Encase) - 데이터복구, 증거채집, 증거분석, 분석보고서작성	동국대 이정남 교수	
	17:00~17:30	o 설문 조사 - 교육과정 만족도조사 등		

[별첨3]

사후규제 교육프로그램 분류

구 분	모듈	세부 내용	비고
기본 소양교육	# 1	○ 합의제 조직과 절차론 - 합의제 조직의 특성, 준수법적 절차의 특성, 해외 유사기관과 비교	2~3 H
	# 2	○ 커뮤니케이션 능력배양 - 대화 및 설득 기법 등	2~3 H
방송·통신 사업자서비스 및 기술 교육	# 3	○ 방송·통신시장 사업자서비스 기술교육 - 서비스정의, 초고속인터넷, 전화, 방송, IPTV 등 - 서비스망 및 망간 연동 구조, 기술동향 등	3~4 H
	# 4	○ 해외 방송통신 규제기관의 사후규제 동향 - 미국 FCC, 영국 Ofcom 등	3 H
	# 5	○ 국내 방송·통신시장 동향 및 이슈 - 이동통신, 초고속인터넷, 유선전화, 방송, VoIP, IPTV	2 H
법령 교육	# 6	○ 방송·통신 관련 법령 소개 - 규제이론의 유래, 법적·경제적 측면 - 사업자 체계와 사전규제 - 조사관련 근거 법령 · 금지행위 관련규정/신고규정/조치규정, 사실조사규정 (전기통신사업법, 인터넷멀티미디어 방송사업법, 방송법 등)	4 H
	# 7	○ 금지행위 세부유형별 규제기준 및 사례 - 금지행위 유형별 위법성 요건과 법적쟁점 - 서비스별 주요 피해유형 및 심결사례소개(이용약관 포함)	3 H
	# 8	○ 경쟁법 및 소비자법 - 공정거래법, 약관법, 전자상거래소비자법, 소비자기본법 등	2~3 H
조사(수사) 실무 교육	# 9	○ 조사 기초 실무 - 조사개요, 사전조사, 조사과정의 적법절차, 피심인 방어권, 조사계획, 사실조사, 조사결과보고서작성, 위원회상정	7 H
	# 10	○ 조사사례 연구 분석 - 사업자 서비스 유형별 사례연구(토론 형식) - 유형별 세부조사방법 연구	3~7 H
	# 11	○ 유사기관 조사사례 비교 - 공정거래위원회 조사사례 등	2 H
	# 12	○ 사이버 범죄 추적기법 - 웹, P2P, E-mail, IP 이용 등	2 H
	# 13	○ 데이터·통계 활용 조사(감사) - 통계적응의 오류, 표본 추출, 자료 및 통계분석활용 조사기법 등	2~3 H
컴퓨터 포렌식 교육	# 14	○ 컴퓨터 포렌식 조사기법(이론) - 개념, 절차, 증거수집, 증거분석, 분석보고서작성 등	3 H
	# 15	○ 컴퓨터 포렌식 조사기법 실습기초(Encase) - 데이터복구, 증거채집, 증거분석, 분석보고서작성	7~11 H
	# 16	○ 컴퓨터 포렌식 조사기법 실습기초(FINAL Forensics) - 데이터복구, 증거채집, 증거분석, 분석보고서작성	3~5 H
	# 17	○ 컴퓨터 포렌식 조사기법(심화과정)(Encase) - 삭제파일복구, 파일헤드분석, 증거물 Serch Script 작성, 이메일 분석, 안티포렌식, 증거분석보고서작성 등	32 H
특 강	# 18	○ 특강-1 - 웃음과 유머	2 H
	# 19	○ 특강-2 - 와인의 세계	2 H
계	19개		98 H

[별첨4]

2010년도 조사입문과정 세부일정

교육일시		교육내용	강사명	비 고
1일차 7시간	10:00~12:00	o 국내 방송·통신 시장 동향 및 이슈 - 이동통신, 초고속인터넷, 유선전화, 방송, VoIP, IPTV		모듈 #5
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~16:00	o 방송·통신 관련 법령 소개 - 규제이론의 유래, 법적·경제적 측면 - 사업자 체계 및 사전규제 - 조사관련 근거 법령 · 금지행위 관련규정/신고규정/조치규정, 사실조사규정 (전기통신사업법, 인터넷 멀티미디어 방송사업법, 방송법 등)		모듈 #6
	16:00~18:00	o 커뮤니케이션 능력 배양 - 대화 및 설득 기법 등		모듈 #2
2일차 7시간	09:00~12:00	o 조사 기초 실무 - 조사계획, 사전조사, 조사과정의 적법 절차, 피심인 방어권, 사실조사 등		모듈 #9
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~15:00	o 조사사례 연구 분석 - 사례를 통한 유형별 세부조사방법		모듈 #10
	15:00~17:00	o 조사사례 연구 분석 - 유형별 세부조사방법 실습(#1) (4~8명 1개조, 분임별 토론 형식)		“
3일차 7시간	09:00~12:00	o 조사사례 연구 분석 - 유형별 세부조사방법 실습(#2, #3) (4~8명 1개조, 분임별 토론 형식)		“
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~17:00	o 방송·통신시장 사업자서비스 기술교육 - 서비스 정의 초고속인터넷 전화 방송 IPTV 등 - 서비스망 및 망간 연동구조, 기술동향 등		모듈 #3
	17:00~17:30	o 설문 조사 - 교육과정 만족도조사 등		

※ 강사 및 시간은 변경될 수 있음

[별첨5]

2010년도 조사전문과정 세부일정

교육일시		교육내용	강사명	비 고
1일차 7시간	09:00~12:00	o 합의제 조직과 절차론 - 합의제 조직의 특성, 준사법적 절차의 특성, 해외 유사기관과 비교 등		모듈 #1
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~17:00	o 금지행위 세부유형별 규제기준 및 사례 - 금지행위 유형별 위법성 요건과 법적쟁점 - 서비스별 주요 피해유형 및 심결사례소개 ※ 사례연습 포함		모듈 #7
2일차 7시간	09:00~12:00	o 조사사례 연구 분석 - 사업자 서비스 유형별 사례연구(#1) (4~8명 1개조, 분임별 토론 형식)		모듈 #10
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~17:00	o 조사사례 연구 분석(계속) - 사업자 서비스 유형별 사례연구(#2,#3) (4~8명 1개조, 분임별 토론 형식)		모듈 #10
3일차 7시간	09:00~12:00	o 데이터·통계 활용 조사(감사)기법 - 통계자료의 중요성, 통계적용의 오류 - 표본추출, 자료 및 통계 분석 활용		모듈 #13
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~15:00	o 유사기관 조사사례 비교 - 공정거래위원회 조사사례 등		모듈 #11
	15:00~17:00	o 특강 - 웃음과 유머		모듈 #18
	17:00~17:30	o 설문 조사 - 교육과정 만족도조사 등		

※ 강사 및 시간은 변경될 수 있음

[별첨6]

2010년도 컴퓨터포렌식 기초과정 세부일정

교육일시		교육내용	강사명	비 고
첫째날 7시간	09:00~12:00	o 컴퓨터 포렌식 조사기법(이론) - 개념, 절차, 증거수집, 증거분석, 분석보고서작성 등		모듈 #14
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~17:00	o 컴퓨터 포렌식 조사기법 실습기초(Encase) - 개념, 절차, 증거수집, 증거분석, 분석보고서작성 등		모듈 #15
둘째날 7시간	09:00~12:00	o 컴퓨터 포렌식 조사기법 실습기초(Encase)-계속 - 데이터복구, 증거채집, 증거분석, 분석보고서작성		“
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~17:00	o 컴퓨터 포렌식 조사기법 실습기초(Encase)-계속 - 데이터복구, 증거채집, 증거분석, 분석보고서작성		“
셋째날 7시간	09:00~12:00	o 컴퓨터 포렌식 조사기법 실습기초 (FINAL Forensics) - 데이터복구, 증거채집, 증거분석, 분석보고서작성		모듈 #16
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~15:00	o 컴퓨터 포렌식 조사기법 실습기초 (FINAL Forensics)-계속 - 데이터복구, 증거채집, 증거분석, 분석보고서작성		“
	15:00~17:00	o 특강 - 웃음과 유머		모듈 #18
	17:00~17:30	o 설문 조사 - 교육과정 만족도조사 등		

※ 강사 및 시간은 변경될 수 있음

[별첨7]

컴퓨터포렌식 심화과정 세부일정

교육일시		교육내용	강사명	비 고
첫째날 7시간	09:00~12:00	o 컴퓨터 포렌식 조사기법(이론) - 개념, 절차, 증거수집, 증거분석, 분석보고서작성 등		모듈 #14
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~17:00	o 포렌식 소프트웨어 설치 및 옵션 설정 - 분석의 기초, 이미지 생성 o 삭제파일 복구 - Recovery Folders, Copy/Unerase		모듈 #17
둘째날 7시간	09:00~12:00	o 파일 헤더 분석 - 파일 헤더/확장자 변경, 원상복구		“
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~17:00	o Time Line 분석 - 사용시간 위주 분석		“
셋째날 7시간	09:00~12:00	o 증거물 Search Script 작성 - 주민번호, 신용카드 번호 등		“
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~17:00	o 파일 은닉과 해독 링크, 이메일 레지스트리 분석 - Unallocate 영역		“
넷째날 7시간	09:00~12:00	o Anti-Forensic - 파일 영구 삭제 도구		“
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~17:00	o Anti-Forensic 증거분석보고서 작성 - 파일은닉도구(Stegano Graphy)		“
다섯째 날 7시간	09:00~12:00	o 증거분석보고서 작성 - 디지털 자료의 증거분석보고서 작성실습		“
	12:00~13:00	점 심		
	13:00~17:00	o 증거분석보고서 작성(계속) - 디지털 자료의 증거분석보고서 작성실습		“
	17:00~17:30	o 설문 조사 - 교육과정 만족도조사 등		

※ 강사 및 시간은 변경될 수 있음

2009년도 사후규제 교육프로그램 수요조사

안녕하십니까?

본 수요조사는 방송통신위원회 조사기획총괄과에서 조사(감사)업무를 수행하고 있는 조사관들이 실제 현장에서 필요로 하는 교육수요를 파악하여, 방송통신시장의 효과적인 사후규제 교육프로그램을 개발하고자 수요조사를 실시하게 되었습니다.

이 조사를 통해 조사현장에서 필요한 전문지식과 전문장비(H/W & S/W)를 분석하여 2009년도 시범교육을 실시하고, 시범교육 실시 후 결과분석을 통해 사후규제관련 효과적인 교육프로그램을 개발·도입하고자 하오니, 바쁘신 가운데에도 교육수요조사에 적극적으로 참여하여 주시면 대단히 감사하겠습니다.

귀하께서 참여해주신 응답내용은 사후규제관련 교육프로그램을 개발하는데 활용되며, 그 이외의 용도로는 사용되지 않을 것을 약속드립니다.

본 수요조사에 협조해 주신데 대해 다시 한 번 감사의 말씀을 드립니다.

2009년 3월 일

방송통신위원회 조사기획총괄과 이정순 사무관

Tel : 02-750-2617, Fax ; 02-750-2629

E-mail : anidia1027@kcc.go.kr

✉ 작성하신 조사표는 e메일로 4월 10일까지 회신해 주시면 감사하겠습니다.

1) 귀하는 직무능력향상을 위해 어떤 종류의 교육을 받은 경험이 있습니까?

(내/외부교육 여부, 교육과정, 교육기간, 교육기관 등)

2) 현재 귀하는 직무능력향상교육에 관한 정보를 어디에서 입수하십니까?

- ① 신문광고 및 보도 ② 인터넷/커뮤니티 ③ 사내게시판 및 교육담당자 추천
④ 홍보 이메일 ⑤ 주변인 소개 ⑥ 기타

3) 귀하는 직무능력향상을 위해 별도의 직무교육이 필요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 필요 ② 필요 ③ 보통 ④ 불필요 ⑤ 전혀 불필요

3-1) 직무교육이 필요하다면 어떤 내용의 교육을 받고 싶습니까?(구체적으로 기술)

4) 귀하는 조사(감사)업무를 수행하는데 어떤 어려움을 느끼고 있습니까?(복수 응답 가능)

- ① 촉박한 일정 ② 전문지식 부족 ③ 조사대상의 면밀해진 대응
④ 장비(H/W & S/W)의 부족 ⑤ 기타

4-1) 4)번 답변 내용에 대한 개선책은 무엇이라고 생각하십니까?

예) 답변②인 경우 : 통신시스템, 포렌식조사기법 등에 대한 교육 필요

5) 장비를 이용한 실습교육을 진행한다면 어떤 장비(툴)에 대한 교육을 받고 싶습니까?

6) 사후규제 교육과정 개설시 적당한 교육기간(1개 과정당)은?

- ① 1일간 ② 2일간 ③ 3일간 ④ 4일간 ⑤ 5일간 ⑥ 6일 이상

7) 조사업무를 처음 접하는 신입 조사관에게는 어떤 교육을 받도록 조언하시겠습니까?

8) 귀하의 조사(감사)업무 분야의 근속기간은 얼마나 되십니까?

- ① 1년 미만 ② 1년~2년 ③ 2년~3년 ④ 3년~5년 ⑤ 5년~7년 ⑥ 7년 이상

9) 기타 건의사항이나 의견을 적어주십시오.

10) 소속(과, 팀, 전파관리소) :

/ 성별 : ① 남 ② 여

“끝까지 설문에 협조해 주셔서 대단히 감사합니다. 소중한 자료로 활용하겠습니다”

사후규제 시범교육결과 설문지

◆ 과 정 명 : 조사업무과정

◆ 교육기간 : 2009. 8. 26 ~ 8. 28

1. 귀하의 조사업무분야 근무기간은?

☐1년 미만 ☐1~2년 ☐2~3년 ☐3~5년 ☐5~7년 ☐7년 이상

2. 귀하의 가장 관심있는 분야는?

☐방송 ☐통신 ☐방통 융합 ☐법령 ☐조사(수사)실무
☐과학적 조사기법(포렌식 등) ☐기타()

3. 본 교육과정의 기간(3일)에 대한 귀하의 의견은?

☐길다 ☐짧다 ☐적당하다

4. 교육내용에 대한 귀하의 이해 정도는?

☐충분히 이해 ☐대부분 이해 ☐보통 ☐일부 이해 ☐전혀 이해 못함

5. 본 교육과정 이수 후 귀하의 직무에 활용 정도는?

☐매우 높다 ☐높다 ☐보통 ☐낮다 ☐매우 낮다

6. 본 교육과정의 세부교육과목 및 내용에 대한 귀하의 만족도는?

☐매우 만족 ☐만족 ☐보통 ☐미흡 ☐매우 미흡

7. 강의 시설 및 편의시설에 대한 귀하의 만족도는?

☐매우 만족 ☐만족 ☐보통 ☐미흡 ☐매우 미흡

8. 강사의 전문성 및 강의기법에 대한 귀하의 만족도는?

☐매우 만족 ☐만족 ☐보통 ☐미흡 ☐매우 미흡

9. 교육운영 및 방식에 대한 귀하의 만족도는?

☐매우 만족 ☐만족 ☐보통 ☐미흡 ☐매우 미흡

10. 본 교육과정 이수 관련 가장 큰 애로사항은?

☐업무공백 ☐교육내용 이해부족 ☐숙박 ☐없음 ☐기타()

11. 본 교육과정을 동료들께 추천할 의향은?

☐매우 그렇다 ☐그렇다 ☐보통이다 ☐그렇지 않다 ☐전혀 그렇지 않다

12. 교과목별 담당강사에 대한 귀하의 평가는?

(“매우만족 5”, “만족 4”, “보통 3”, “미흡 2”, “매우 미흡 1”로 표기)

과 목 명	강사명	평 가
o 사후규제관련 법령 소개	김형찬	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
o 방송·통신시장 사업자서비스 기술교육	최용석	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
o 기본 소양교육	이상수	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
o 컴퓨터 포렌식 조사기법	이정남	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
o 조사 기초 실무	이승진	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
o 유형별 세부조사 방법	백광식	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
o 금지행위 세부유형별 규제기준 및 사례	조성국	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
o 국내 방송·통신시장 동향 및 이슈	김형찬	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
o 해외 방송통신 규제기관의 사후규제 동향	김형찬	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1

13. 사후규제 조사관 교육과정 개발 시 몇 개의 과정으로 편성하는 것이 좋은지?

14. 13.번 사항과 연계하여 사후규제 조사관 교육과정별 포함되어야 할 필수 과목은?

15. 효과적인 조사관 역량강화 교육프로그램 개발을 위하여 한가지 이상 좋은 의견을 제시하여 주시기 바랍니다 (교육과정, 세부교과목, 교재, 강사 ,교육기간 등)

16. 교육관련 한국전파진흥원에서 개선해야 할 사항이 있으면 적어 주시기 바랍니다

설문에 응해 주셔서 감사드리며, 앞으로도 한국전파진흥원 교육에 많은 관심 부탁드립니다.

사후규제 시범교육결과 설문지

◆ 과 정 명 : 조사전문과정

◆ 교육기간 : 2009. 9. 2 ~ 9. 4

1. 귀하의 조사업무분야 근무기간은?

☐1년 미만 ☐1~2년 ☐2~3년 ☐3~5년 ☐5~7년 ☐7년 이상

2. 귀하의 가장 관심있는 분야는?

☐ 방송 ☐ 통신 ☐ 방통 융합 ☐ 법령 ☐ 조사(수사)실무
☐ 과학적 조사기법(포렌식 등) ☐ 기타()

3. 본 교육과정의 기간(3일)에 대한 귀하의 의견은?

☐길다 ☐짧다 ☐적당하다

4. 교육내용에 대한 귀하의 이해 정도는?

☐충분히 이해 ☐대부분 이해 ☐보통 ☐일부 이해 ☐전혀 이해 못함

5. 본 교육과정 이수 후 귀하의 직무에 활용 정도는?

☐매우 높다 ☐높다 ☐보통 ☐낮다 ☐매우 낮다

6. 본 교육과정의 세부교육과목 및 내용에 대한 귀하의 만족도는?

☐매우 만족 ☐만족 ☐보통 ☐미흡 ☐매우 미흡

7. 강의 시설 및 편의시설에 대한 귀하의 만족도는?

☐매우 만족 ☐만족 ☐보통 ☐미흡 ☐매우 미흡

8. 강사의 전문성 및 강의기법에 대한 귀하의 만족도는?

☐매우 만족 ☐만족 ☐보통 ☐미흡 ☐매우 미흡

9. 교육운영 및 방식에 대한 귀하의 만족도는?

☐매우 만족 ☐만족 ☐보통 ☐미흡 ☐매우 미흡

10. 본 교육과정 이수 관련 가장 큰 애로사항은?

☐업무공백 ☐교육내용 이해부족 ☐숙박 ☐없음 ☐기타()

11. 본 교육과정을 동료들께 추천할 의향은?

☐매우 그렇다 ☐그렇다 ☐보통이다 ☐그렇지 않다 ☐전혀 그렇지 않다

12. 교과목별 담당강사에 대한 귀하의 평가는?

(“매우만족 5”, “만족 4”, “보통 3”, “미흡 2”, “매우 미흡 1”로 표기)

과 목 명	강사명	평 가
o 방송·통신시장 사업자서비스 기술교육	최용석	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
o 금지행위 세부유형별 규제기준 및 사례	조성국	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
o 방송·전기통신사업 회계제도	박철호	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
o 사례연구(초고속인터넷 경품조사)	이승진	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
o 사례연구(거짓 주민번호를 이용한 부당가입)	백광식	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
o 컴퓨터 포렌식 조사기법	이정남	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1

13. 사후규제 조사관 교육과정 개발 시 몇 개의 과정으로 편성하는 것이 좋은지?

14. 13.번 사항과 연계하여 사후규제 조사관 교육과정별 포함되어야 할 필수 과목은?

15 개발을 위하여 한 가지 이상 좋은 의견을 제시하여 주시기 바랍니다 (교육
과정, 세부교과목, 교재, 강사 ,교육기간 등)

16. 교육관련 한국전파진흥원에서 개선해야 할 사항이 있으면 적어 주시기 바
랍니다

설문에 응해 주셔서 감사드리며, 앞으로도 한국전파진흥원 교육에 많은 관심 부
탁드립니다.

사후규제 시범교육결과 설문지(2차)

◆ 과 정 명 : 조사입문과정/조사전문과정

◆ 교육기간 : 2009. 8.26~8.28(입문) / 9.2~9.4(전문)

1. 귀하의 조사업무분야 근속기간은?

☐1년 미만 ☐1~2년 ☐2~3년 ☐3~5년 ☐5~7년 ☐7년 이상

2. 귀하의 시범교육 수료과정은 (복수 응답 가능) ?

☐조사입문과정 ☐조사전문과정 ☐없음

3. 본 교육과정의 기간(3일)에 대한 귀하의 의견은?

- 입문과정(☐길다 ☐짧다 ☐적당) / 전문과정(☐길다 ☐짧다 ☐적당)

4. 과정별 교육과목에 대한 귀하의 의견은?

- 조사입문과정

과 목 명	평 가
○ 사후규제관련 법령 소개	☐ 강화 ☐ 유지 ☐ 대체 ※ 대체시 추천과목:
○ 방송·통신시장 사업자서비스 기술교육	☐ 강화 ☐ 유지 ☐ 대체 ※ 대체시 추천과목:
○ 기본 소양교육(행동강령 등)	☐ 강화 ☐ 유지 ☐ 대체 ※ 대체시 추천과목:
○ 컴퓨터 포렌식 조사기법(이론)	☐ 강화 ☐ 유지 ☐ 대체 ※ 대체시 추천과목:
○ 조사 기초 실무	☐ 강화 ☐ 유지 ☐ 대체 ※ 대체시 추천과목:
○ 유형별 세부조사 방법	☐ 강화 ☐ 유지 ☐ 대체 ※ 대체시 추천과목:
○ 금지행위 세부유형별 규제기준 및 사례	☐ 강화 ☐ 유지 ☐ 대체 ※ 대체시 추천과목:
○ 국내 방송·통신시장 동향 및 이슈	☐ 강화 ☐ 유지 ☐ 대체 ※ 대체시 추천과목:
○ 해외 방송통신 규제기관의 사후규제 동향	☐ 강화 ☐ 유지 ☐ 대체 ※ 대체시 추천과목:

- 조사전문과정

과 목 명	평 가
○ 방송·통신시장 사업자서비스 기술교육	☐ 강화 ☐ 유지 ☐ 대체 ※ 대체시 추천과목 :
○ 금지행위 세부유형별 규제기준 및 사례	☐ 강화 ☐ 유지 ☐ 대체 ※ 대체시 추천과목 :
○ 방송·전기통신사업 회계제도	☐ 강화 ☐ 유지 ☐ 대체 ※ 대체시 추천과목 :
○ 사례연구(초고속인터넷 경품조사)	☐ 강화 ☐ 유지 ☐ 대체 ※ 대체시 추천과목 :
○ 사례연구(가정 주민번호를 이용한 부당가입)	☐ 강화 ☐ 유지 ☐ 대체 ※ 대체시 추천과목 :
○ 컴퓨터 포렌식 조사기법(실습포함)	☐ 강화 ☐ 유지 ☐ 대체 ※ 대체시 추천과목 :

5. 사후규제 조사관 교육과정 개발 시 추가적으로 포함시키고 싶은 과목은?

6. 기타 조사관 역량강화 교육프로그램 개발을 위한 좋은 의견을 주시기 바랍니다

설문에 응해 주셔서 감사드리며, 앞으로도 한국전파진흥원 교육에 많은 관심 부탁드립니다.