

방송통신위원회 속기록

□ 회 의 명 : 제40차 방송통신위원회 회의

□ 회의일시 : 2015. 8. 6.(목) 09:53

□ 장 소 : 방송통신위원회 4층 회의실

□ 참석위원 : 최성준 위 원 장
허원제 부위원장
이기주 상임위원 (3인)

□ 불참위원 : 김재홍 상임위원
고삼석 상임위원 (2인)

제40차 방송통신위원회 회의 속기록

【 09시 53분 개회 】

1. 성원보고

○ 최성준 위원장

- 천지현 의안·정책관리팀장, 성원보고해 주십시오.

○ 천지현 의안·정책관리팀장

- 재적위원 다섯 분 중 세 분이 참석하셔서 과반으로 성원이 되었음을 보고드립니다.

2. 국민의례

○ 천지현 의안·정책관리팀장

- 국민의례가 있습니다. 모두 일어서 전면의 국기를 향해 주십시오. 국기에 대하여 경례,
(……) 바로. 자리에 앉아 주십시오.

3. 개회선언

○ 최성준 위원장

- 2015년도 제40차 방송통신위원회 회의를 개의하겠습니다.

(의사봉 3타)

4. 지난 회의록 확인

○ 최성준 위원장

- 회의에 들어가기에 앞서서 먼저 원래 예정시간을 많이 넘겨서 회의를 개최하게 된 점에 양해를 부탁드립니다. 제37차, 제38차 회의록과 속기록, 제39차 서면회의의 회의록을 확인하고 접수하도록 하겠습니다. 제출된 회의록과 속기록에 이의 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 그러면 동의하신 대로 접수하도록 하겠습니다.

4-1. 서면회의 결과 보고

○ 최성준 위원장

- 제39차 서면회의 결과, <의결안건> 3건이 원안대로 의결되었습니다. 자세한 내용은 별도로 배포해 드린 서면회의 결과보고 자료를 참조하여 주시기 바랍니다.

4-2. 국회에서 요구한 속기록 제출 의결

○ 최성준 위원장

- 그리고 국회에서 제3기 방통위 출범 이후 전체회의의 속기록을 요구하였습니다. 이 중 2015년 제38차 회의(15. 7. 20)에서 논의한 「한국방송공사 이사 추천 및 방송문화진흥회 이사 임명 관련 후보자 선정 등에 관한 건」은 인사에 관한 사항으로 명예훼손 우려와 인사관리를 적용하여 비공개로 진행하였습니다. 비공개 회의 내용 중, 명예를 훼손할 우려가 있는 사항은 음영처리하여 열람형식으로 제출하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 천지현 팀장님, 이 회의록 말고도 또 다른 인사에 관한 부분이 있어서 음영처리할 부분이 있지 않습니까?

○ 천지현 의안·정책관리팀장

- 그것은 기존에 의결하신 내용이 있습니다.

○ 최성준 위원장

- 이미 의결이 되었기 때문에 따로 의결할 필요가 없습니까?

○ 천지현 의안·정책관리팀장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 그러면 동의하신 대로 의결하도록 하겠습니다.

5. 회의공개 여부 결정

○ 최성준 위원장

- 오늘 회의에는 <의결안건> 4건, <보고안건> 5건이 상정될 예정이었습니다. 이 중에 <의결안건 라> “한국방송공사 이사 추천 및 방송문화진흥회 이사 임명에 관한 건”은 위원님들 사이에 좀 더 논의를 하자는 의견이 있어서 오늘 의결을 하지 않고 내일 다시 회의를 열어 의결을 하고자 합니다. 따라서 오늘은 <의결안건> 3건과 <보고안건> 5건을 상정하도록 하겠습니다. 이 안건을 공개로 진행하는데 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음)

안건 심의를 시작하겠습니다.

6. 의결사항

가. 최다액출자자 변경승인심사 기본계획(안)에 관한 건 - (주)경기방송 (2015-40-186)

○ 최성준 위원장

- <의결사항 가> '최다액출자자 변경승인심사 기본계획(안)에 관한 건'에 대하여 전영만 방송정책국장 보고해 주십시오.

○ 전영만 방송정책국장

- 최다액출자자 변경승인심사 기본계획(안)에 관한 건을 보고드리겠습니다. 의결주문은 '경기방송 최다액출자자 변경승인심사 기본계획을 <붙임>과 의결한다'입니다. 본 안건의 제안이유는 2015년 6월 9일에 (주)경기필이 신청한 (주)경기방송 최다액출자자 변경승인심사에 대한 기본계획을 심의·의결하기 위함입니다. 주요내용으로 심사대상은 아래 <표>에서 보시는 바와 같이 (주)경기방송의 최다액출자자를 (주)호주건설에서 (주)경기필과 심기필로 변경을 신청한 건입니다. 이에 따른 변경승인심사의 기본방향으로는 우선 변경승인심사의 전문성 및 투명성 제고를 위해 분야별 전문가로 '변경승인심사위원회'를 구성하여 심사 추진하고자 합니다. 또한 방송법 제15조의2제2항에 규정된 심사기준을 적용하되, 지상파 방송사의 최다액출자자 변경승인 심사임을 감안하여 최다액출자자·특수관계자의 사회적 신용 및 재정적 능력, 방송사의 경영능력을 중점적으로 심사하고자 합니다. 다음은 3페이지입니다. 심사위원회 구성과 관련해서 심사위원회는 방송·미디어, 경제·경영·회계, 법률, 시청자 등 관련분야에서 10년 이상 재직한 자로서 해당 분야에 대한 전문성이 있다고 인정되는 자, 관련분야 전문자격증을 소지하고 해당 분야에 5년 이상 종사한 자, 대학 관련학과 조교수 이상인 자로 구성하되, 심사위원장은 상임위원님들과 협의하여 방송통신위원장이 결정하고, 심사위원은 심사위원장이 방송통신위원장과 협의하여 결정하도록 하겠습니다. 다음으로 최다액출자자 변경승인심사의 심사항목으로는 방송법 제15조의2제2항에 규정되어 있는 심사기준을 적용하도록 하겠습니다. 이에 따라 방송의 공적책임·공정성·공익성의 실현 가능성, 사회적 신용 및 재정적 능력, 시청자의 권익보호, 그 밖에 사업수행에 필요한 사항을 심사하도록 하겠습니다. 다음은 4페이지입니다. 변경승인 여부 결정과 관련해서 심사위원회는 방송통신위원회가 제시한 심사기준을 토대로 신청서류 검토결과와 시청자의 의견청취 내용 등을 반영하여 평가하고, 심사의견을 제시하게 되고, 방송통신위원회는 심사위원회 심사결과 및 의견을 반영하여 변경승인여부, 승인조건 등을 의결하게 됩니다. 향후 추진일정은 금년 8월에 심사위원회 구성 및 개최를 하고, 9월에 위원회 의결을 추진토록 하겠습니다. 이상입니다.

○ 최성준 위원장

- 수고하셨습니다. 보고받은 내용에 대해서 의견 있으면 말씀해 주십시오. 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ **이기주 상임위원**

- 변경승인 심사 기본방향 두 번째에 보면 '최다액출자자·특수관계자의 사회적 신용 및 재정적 능력, 방송사의 경영능력을 중점적으로 심사한다'고 되어 있습니다. 그다음 페이지 심사항목에 보면 4가지가 있습니다. 두 번째 '사회적 신용 및 재정적 능력' 외에도 '공적 책임·공정성', '시청자의 권익보호' 이런 내용들이 있는데 이번 심사는 기본적으로 앞에서 이야기한 것처럼 사회적 신용, 재정적 능력 이런 것을 주로 보겠다는 것입니까?

○ **전영만 방송정책국장**

- 맞습니다. 그쪽을 주로 중점적으로 보고자 하는 것입니다.

○ **이기주 상임위원**

- 그런데 뒤에 심사항목을 보면 그것보다 더 브로드하게 되어 있는데, 제가 강조하고 싶은 것은 이런 재정적 능력을 판단하기 위해서는 많은 자료 검토가 필요할 것 같습니다. 대주주라든가 주요주주의 재정적인 상황을 볼 수 있는 여러 가지 법적인 서류들이 있지 않습니까? 이런 것들을 면밀히 봐야 하는 부분이 하나 있는 것 같습니다. 두 번째는 심사위원이 방송·미디어 분야 2명 등 보통 심사할 때 위원들 구성과 유사하게 되어 있는 것 같은데, 여기에서 경제·경영·회계 분야의 심사위원이 1명으로 충분하겠는지 하는 것 하나와 두 번째는 심사위원이 관련된 재무상황, 재정적 능력과 관련된 서류를 검토하기에 혹시 충분치 못하다면 스태프 개념으로 실무 전문가들이, 그 해당 심사위원이 검토할 수 있도록 백업을 해야 하지 않느냐는 생각이 드는데 어떻게 생각하십니까?

○ **고낙준 지상파방송정책과장**

- 일단 저희가 1명으로 한 것은 (주)경기방송과, 또 대주주가 되고자 하는 (주)경기필의 회사 규모가 크지 않기 때문에 일단 1명 정도로 충분하다고 판단했었습니다. 위원님의 말씀을 참고해서 필요하다면 자문 정도 할 수 있는 회계사 1명을 더 추가해서 그 부분에 대해 새로운 대주주와 회사에 대해 살펴볼 수 있도록 하겠습니다.

○ **이기주 상임위원**

- 예를 들면 세무사나 회계사 실무 경험이 많은 사람들을 스태프 개념으로 활용하는 것도 잘 검토해 보면 좋을 것 같습니다.

○ **전영만 방송정책국장**

- 그렇게 검토해 보도록 하겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 그렇게 스태프 개념으로 활용하는 것과 아니면 심사위원을 1인 더 늘리는 것 중 어느 것이 더 바람직합니까?

○ **전영만 방송정책국장**

- 심사위원 인원수의 제한은 없기 때문에 심사위원을 1명 더 늘리는 것도 대안 중의 하나는

될 수 있을 것 같습니다.

○ 최성준 위원장

- 심사위원이 꼭 홀수여야 하는 것은 아니지요?

○ 전영만 방송정책국장

- 아닙니다. 제한은 없습니다.

○ 최성준 위원장

- 그러면 아까 이기주 위원님께서 말씀하신 취지도 처음에 한 분이어서 '좀 부족하지 않나'라는 데서 출발하신 것 같습니다. 그렇다면 이것을 특히 회계분야 전문가를 1명 더 추가해서 다른 것보다는 사회적 신용, 재정적 능력 또 경영능력을 중점적으로 볼 필요가 있으니까 일부 수정해도 괜찮지 않을까 싶은데 어떻습니까? ("예" 하는 위원 있음)

○ 이기주 상임위원

- 어차피 심사위원장은 평가에 참여하지 않으니까 8인으로 1명 늘려도 실제 평가하는 분은 일곱 분이어서...

○ 최성준 위원장

- 또 다른 의견 없으십니까? ("예" 하는 위원 있음) 그러면 이 안건은 심사위원회 구성에 있어서 경제·경영·회계 분야 1인을 경제·경영·회계 분야 2인으로 수정해서 의결하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으십니까? ("예" 하는 위원 있음) 가결되었습니다.

나. 개인정보보호법 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건 (2015-40-187~188)

○ 최성준 위원장

- <의결사항 나> '개인정보보호법 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건'에 대하여 박노익 이용자정책국장 보고해 주십시오.

○ 박노익 이용자정책국장

- 보고드리겠습니다. 의결주문은 생략하겠습니다. 제안이유는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」에 따라 개인정보보호 관련 법규 위반사업자에 대한 시정조치(안)를 심의·의결하기 위함입니다. 조사배경은 유료방송·초고속인터넷사업자인 (주)씨제이헬로비전이 텔레마케팅 업무를 위탁한 영업점 직원에 의해 가입자의 개인정보가 유출된 사실을 자진 신고해 음에 따라 조사를 시작하게 되었습니다. 주요경과로 먼저 영업점의 직원이었던 박모씨가 개인정보를 유출하여 보유하고 있다고 주장을 하면서 (주)씨제이헬로비전에 TM에 관련된 영업권을 작년 12월에 요구하였고, 이에 대해서 (주)씨제이헬로비전은 경기지방경찰청에 수사를 요청하였습니다. 금년 4월 초에 경찰은 (주)씨제이헬로비전은 피해자이고, 또 자진신고한 점 등을 고려해서 불입건, 그다음에 영업점과 퇴사 직원은 기소의견으로 검찰에 송치한바 있습니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 이에 대해서 저희 위원회에서 조사를 진행하였고, 또

(주)씨제이헬로비전은 홈페이지와 우편, 이메일 등을 통해 이용자에게 개인정보 유출 사실을 통지한바 있습니다. 조사대상 사업자 현황은 아래 <표>와 같습니다. 다음은 4페이지입니다. 조사결과입니다. 먼저 유출 규모를 보면 (주)씨제이헬로비전의 경인지역 가입자 등 총 731,751건이고 중복을 제외할 경우 인원수는 233,788명이 되겠습니다. 이번에 유출된 개인정보는 이름과 핸드폰번호, 고객번호, 방송국명, 통화일자 및 일시 등 5개 항목이 유출되었으며 주민등록번호, 결제정보 등 민감정보는 없는 것으로 확인이 되었습니다. 유출 경로로는 (주)씨제이헬로비전은 TM업무를 (주)한일정보통신에 위탁하였고, 또 (주)콜플러스로부터 'TM업무시스템'을 개발·납품 받아 (주)한일정보통신에 제공하였습니다. 또한 (주)씨제이헬로비전은 비정기적으로 'TM대상 목록'을 (주)한일정보통신에 제공하였고, (주)한일정보통신은 그 'TM대상 목록'과 목록상의 가입자별 휴대전화번호를 결합해서 'TM업무시스템'에 업로드한 후 순차적으로 TM업무에 이용을 하고, 또 일일 TM상담내역을 DB에 저장한바 있습니다. 이 이후에 (주)한일정보통신 상담원 박 모 씨가 퇴사를 한 후, 외부에서 인터넷망으로 'TM업무시스템'에 접속을 하였고, 또 (주)한일정보통신 직원들이 공용으로 사용하고 있는 ID와 PW를 이용해서 로그인한 후에 총 73만여 건의 개인정보를 유출하였습니다. 저희들의 조사 결과, 피의자는 유출한 정보를 개인저장장치인 USB에 보관하였습니다. 그러나 판매나 온라인, 유통 등의 2차 유출 여부는 확인할 수 없었습니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 위법성 판단 및 제재방안이 되겠습니다. 먼저 정보통신망법 제25조 개인정보의 취급위탁에 대한 관리·감독 소홀과 관련하여 (주)씨제이헬로비전은 개인정보 취급 위탁사인 (주)한일정보통신에 TM목록을 제공하면서 현장점검을 실시하였으나, TM업무시스템에 대해서는 개인정보 취급·운영 실태를 점검하지 아니한 사실과 또 (주)한일정보통신의 내부인력이 퇴직한 후에 TM업무시스템의 공용계정과 비밀번호를 변경하지 않고 사용한 행위 등 위탁사에 대한 관리·감독을 소홀히 한 행위로 인해 개인정보가 유출된 사실을 확인하였고, 이에 대해서는 정보통신망법 제25조제4항 위반이라고 판단이 되며, 제재방안으로서는 시정명령과 과징금 부과가 가능하겠습니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 두 번째는 기술적·관리적 보호조치를 아니한 행위가 되겠습니다. 먼저 (주)씨제이헬로비전은 접근통제와 관련하여 개인정보에 대한 불법적인 접근을 차단하기 위한 침입차단 및 침입탐지시스템 등 내부 통제장치를 설치·운영하지 않은 사실과 두 번째는 외부에서 개인정보처리시스템에 접속이 필요한 경우에는 공인인증서 등 안전한 인증수단을 적용하여야 하나, 이를 적용하지 않은 시스템을 위탁사에 제공한 사실을 확인하였습니다. 이는 정보통신망법 제28조제1항제2호 등의 위반이라고 판단이 되며, 이에 대해서는 시정명령, 과징금 그리고 과태료 병과가 가능하겠습니다. 두 번째로서는 접속기록과 관련하여 'TM업무시스템'의 최소 6개월 이상 접속기록을 보존·관리하여야 함에도 불구하고 금년 1월 19일부터 23일까지의 접속기록만 보존·관리한 사실을 확인하였으며, 다음 쪽이 되겠습니다. 이는 정보통신망법 제28조제1항제3호 등의 위반에 해당 되고, 이에 대해서는 시정명령과 과태료 부과 가능합니다. 세 번째, 암호화와 관련하여서는 개인정보를 안전하게 저장·전송할 수 있는 암호화기술 등을 이용한 보안조치를 준용하지 않은 사실을 확인하였고, 이는 망법 제28조제1항제4호 등의 위반에 해당 되며, 이에 대해서는 시정명령과 과태료 부과 가능합니다. 아래 쪽의 <표>는 (주)씨제이헬로비전의 망법 3가지의 위반사항이 되겠습니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 다음은 (주)한일정보통신의 위반사항이 되겠습니다. (주)한일정보통신은 접근통제 한건입니다만, 전보 또는 퇴직 등 인사이동으로 변경되었을 경우 지체 없이 접근권한을 변경 또는 말소하여야 하나 그러하지 않은 사실과 두 번째는 비밀번호 작성규칙을 수립하지 않고 사

용하는 등 계정관리 및 시스템 운영관리에 대한 관리감독 소홀로 인해서 개인정보가 유출된 사실을 확인하였고, 이는 정보통신망법 제28조제1항제2호 등의 위반에 해당되며 이에 대해서는 시정명령, 과징금, 과태료 병과가 가능합니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 시정조치(안)입니다. 이상의 위법행위에 대해서 저희들이 검토한 결과, 먼저 기본적으로 제재방안과 관련하여서는 9쪽에 있는 내용과 같이 하고자 합니다. (주)씨제이헬로비전과 (주)한일정보통신에 대해서는 과징금을 부과할 수 있으나 통상적인 사고와는 달리 먼저 직접적으로 이득을 취득하지 않은 점, 그 다음에 피해규모가 전체 개인정보의 약 4.3% 수준이고, 또 민감한 개인정보가 없었다는 점, 그리고 2차 피해에 대한 신고접수가 없었다는 점 등을 고려하고, 추가적으로 이번 건은 해당 사업자들이 신속하게 자진신고하고 또 이용자에게 유출 사실을 통지한 점, 그다음에 피의자가 TM 영업권 확대를 통한 영업상의 이익을 도모하기 위한 목적이 있었다는 점, 그리고 두 사업자 모두 의도적이거나 또 고의성이 없었다는 점 등을 종합적으로 감안해서 과징금 부과기준 제5조 및 제9조에 따른 과징금 부과는 시정조치 명령으로 갈음하고자 합니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 이에 따라 시정명령은 (주)씨제이헬로비전과 (주)한일정보통신에 대해 '시정조치 이행계획서 및 그 실적'을 저희 위원회에 9월 30일까지 제출하도록 하고자 합니다. 그다음에 과태료 부과와 관련하여서 기준금액은 (주)씨제이헬로비전과 (주)한일정보통신 모두 1회 위반에 해당하는 1,000만원으로 하고, 다음 쪽이 되겠습니다. 그다음에 (주)씨제이헬로비전은 위반행위가 접근통제 미비 등 2개 이상으로 기준금액의 50%를 가중하며, (주)씨제이헬로비전과 (주)한일정보통신 모두 위반 정도가 경미하므로 각 기준금액의 50%를 감경해서 최종적으로는 (주)씨제이헬로비전은 1,000만원, (주)한일정보통신은 500만원의 과태료를 부과하고자 합니다. 이상으로 간단하게 보고를 마치겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 수고하셨습니다. 우선 9페이지 중하단 부분에 '피의자'라는 부분이 나오는데 '피의자'는 (주)한일정보통신에 근무하다가 퇴직한 박 모 씨를 의미하는 것이지요?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 검찰에 송치가 됐기 때문에 일단 표현상 피의자로 했습니다.

○ 최성준 위원장

- 그다음에 위반사항 중 6페이지의 접속기록의 보존·관리를 제대로 하지 않은 부분의 설명 중에 '접속기록의 위조·변조 방지 조치를 적용하지 않아 최소 6개월 이상 접속기록을 보존·관리 못하고 1월 19일부터 23일 것까지의 접속기록만 보존·관리하였다' 이렇게 되어 있는데, 접속기록이 최소 6개월 이상 보존·관리 못 되는 것과 접속기록의 위조·변조 방지 조치를 적용하지 않은 것과 어떤 관계가 있습니까?

○ 엄 열 개인정보보호윤리과장

- 위원장님, 시스템의 접속기록에 대한 보존과 위조·변조 부분에 대해 앞에 표현이 아마 보존 부분도 포함이 되어야 하는 부분으로 봐야 됩니다.

○ 최성준 위원장

- 접속기록에 위조·변조 방지조치를 적용하지 않았고, 또 최소 6개월 이상 접속기록을 보존 관리하여야 함에도 지금 4일치, 5일치 접속기록만 보존·관리한 사실이다, 그러면 이해가 되는데 둘을 이렇게 원인, 결과 관계로 적어놓으니까 정확하게...

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 예, 맞습니다.

○ **최성준 위원장**

- 하여간 접속기록의 위조·변조 방지 조치가 잘 안 되어 있었던 것은 맞는 것이지요?

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 그렇습니다. 제일 중요한 부분은 보존 부분이고, 어떤 접속기록이 있었는지 그 부분에 대한 조치가 포함되어 있습니다.

○ **최성준 위원장**

- 위원님들, 다른 것 더 확인할 것 있으십니까? 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ **이기주 상임위원**

- 이용자들에게 이런 개인정보가 유출됐다는 것을 통지했다고 하지 않았습니까?

○ **박노익 이용자정책국장**

- 예.

○ **이기주 상임위원**

- 통지하고 나서 이용자들로부터 (주)씨제이헬로비전이나 방통위에 어떤 형태든 직·간접적인 피해가 있었다, 이런 신고 내지는 컴플레인 접수가 있었습니까?

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 방통위로 직접 들어온 민원사항들은 없었고, CJ 쪽에 대해서는 개별적으로 손해배상 관련된 부분에 대한 민원사항들은 있었던 것으로 파악됩니다.

○ **이기주 상임위원**

- 유출항목에 보면 주민등록번호, 결제정보 등은 없었다는데 그 결제정보라는 것이 계좌번호, 신용카드번호 이런 것을 총칭해서 이야기하는 것입니까?

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 예, 그렇습니다.

○ **이기주 상임위원**

- 그런 것들은 없었다?

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 예.

○ **이기주 상임위원**

- 그러면 (주)씨제이헬로비전은 방통위에도 신고하고 경찰에도 요청해서 수사를 하게 되었고, 그 이후에 우리가 조사를 통해 여러 가지 미흡한 점을 오늘 지적을 하고 있는데 그런 것들에 대해 우리가 시정조치 명령을 내리기 전이라도 언제든지 또 다른 문제가 발생할 수 있기 때문에 응급조치가 필요하다고 생각하는데 그런 조치를 (주)씨제이헬로비전이 한 것이 있습니까?

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 경찰조사 시작 이후에 관련된 TM시스템을 다 중단했고, (주)한일정보통신에 대해 수탁업무를 통한 TM업무가 모두 중단이 됐습니다. 지금 현재로서는 TM시스템을 수정해서 영업을 계속하고 있다거나 이런 형태가 아니고, 그 TM업무 자체를 일단 스톱시켜서 본사에서 업무를 하고 있는 상태로 되어 있습니다. 그래서 경인지역 TM업무뿐만 아니라 다른 지역에 대한 TM업무 관련된 부분이 있기 때문에 그 부분에 대한 것은 적용해서 조치가 되어 있는 것으로 파악하고 있습니다.

○ **이기주 상임위원**

- 이상입니다.

○ **최성준 위원장**

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ **허원제 부위원장**

- 지금 (주)씨제이헬로비전이 (주)한일정보통신 말고 또 다른 TM사들이 몇 군데나 있습니까?

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 경인지역을 제외한 다른 지역에 10개 정도의 지역으로 나누어서 영업을 하고 있는 것으로 알고 있습니다.

○ **허원제 부위원장**

- 다른 지역도 (주)한일정보통신처럼 똑같은 시스템으로 운영이 되고 있습니까?

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 예, TM업무와 관련해서 수탁업무를 하고 있습니다.

○ **허원제 부위원장**

- 이 사건 이후에 CJ 쪽에서 이 사건으로 인해 생긴 결함에 대해서 보완조치를 다 했습니까?

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 예, 그렇습니다. 지금 말씀드린 바와 같이 각 이외에 영업점 수탁자에 대한 조치는 다 완료된 것으로 보고를 받았습니다.

○ **허원제 부위원장**

- 알겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 지금 완료했다고 말씀하시는 부분은 기본적으로 TM시스템 자체가 일단 접근통제가 제대로 되지 않도록 되어 있고….

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 예, 그렇습니다.

○ **최성준 위원장**

- 그다음에 수집한 개인정보를 저장, 전송할 때 암호화가 안 되어 있는, 다른 것도 있겠지만 크게 2가지가 큰 문제이지 않습니까?

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 예, 그렇습니다.

○ **최성준 위원장**

- 그러면 이런 TM업무시스템을 사용하고 있는 곳은 이 TM업무시스템을 기술적으로 다 보완했습니까?

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 예, 보완한 것으로 보고 받았습니다. 사후에 또 저희들이 시정조치 명령 후에 그 조치에 대한 결과를 공식적으로 다 받겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 시정명령은 꼭 (주)한일정보통신에 대한 것뿐만이 아니고 (주)씨제이헬로비전이 업무수탁을 통해 사용하고 있는 TM시스템 전반에 대해 다 이와 같이 하도록 시정명령을 내보내야 되겠지요?

○ **박노익 이용자정책국장**

- 그렇습니다.

○ **최성준 위원장**

- 그다음에 지금 개인정보 유출 여부에 대해 아직 확실한 것은 없지만 (주)한일정보통신에 근무하다 퇴직한 박 모 씨가 개인정보를 불법적인 방법으로 취득한 다음에 (주)씨제이헬로비전에

연락해서 '내가 지금 이렇게 개인정보를 가지고 있는데 나에게 TM 영업권을 주거나, 내가 지정하는 곳에 TM 영업권을 주면 이 개인정보를 다시 돌려줄 것이고, 그러지 않으면 개인정보를 널리 유포하겠다'라는 식으로 협박을 해 왔다는 것이지요?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 그래서 (주)씨제이헬로비전이 바로 신고하고 그다음에 수사에 의해 박 모 씨가 체포가 되고….

○ 박노익 이용자정책국장

- 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- '그런 경위로 비추어 봐서는 개인정보 유출이 없지 않았나' 그렇게 추측은 하지만 명확한 사실은 알 수 없는 것이지요?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 위원님들 시정조치 전반에 대해 다른 의견 없으십니까? ("예" 하는 위원 있음) 그러면 이 안건은 원안대로 의결하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으시지요? ("예" 하는 위원 있음) 가 결되었습니다.

다. 위치정보사업자 신규 허가에 관한 건 (2015-40-189)

○ 최성준 위원장

- <의결사항 다> '위치정보사업자 신규 허가에 관한 건'에 대하여 박노익 이용자정책국장 보고해 주십시오.

○ 박노익 이용자정책국장

- 보고드리겠습니다. 의결주문은 '주식회사 기가레인, 주식회사 나비콜, 주식회사 스쿨천사, (주)스파코사, 주식회사 이스팀, 지앤에스티솔루션 주식회사, 주식회사 코어시스템, 주식회사 호텔신라 등 8개 법인을 위치정보사업자로 허가한다'입니다. 제안이유는 「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률」 제5조에 따라 금년도 제2차 위치정보사업 허가 신청법인에 대한 심사 결과를 심의·의결하기 위함입니다. 추진경과 중에서 이번에는 총 11개 법인이 허가신청을 하였고, 그 주요 현황은 아래 <표>와 같습니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 이에 대해서 허가 심사위원회를 구성·운영하였고, 허가 심사기준 및 심사결과에 따라서 심사를 진행하였습

니다. 3쪽 아래쪽에 보시면 심사결과는 의결주문과 같이 8개 법인에 대해서 '적격'으로 판단을 하였고, ㈜드림씨티코리아, 주식회사 마이비, 주식회사 이비카드 등 3개 법인에 대해 총점 및 심사사항 점수 미달로 '부적격'으로 판단하였습니다. 다음 쪽에 보시면 심사위원회 세부 심사결과가 <표>로 정리되어 있습니다. 향후 계획으로는 오늘 심의·의결해 주시면 사업자들에게 허가 통보를 하도록 하겠습니다. <붙임>의 허가 신청법인 현황은 참고하시면 되겠습니다. 이상으로 보고를 마치겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 수고하셨습니다. 위원님들 의견 있으면 말씀해 주십시오.

○ 이기주 상임위원

- 3페이지 심사결과 참고 표시에 '결격사유 해당 임원은 없었으며, 외국국적 임원에 대해서는 결격사유에 해당하지 않는다는 서약서 징구, 주식회사 호텔신라 1명'이라고 되어 있는데 이것이 무슨 말입니까?

○ 엄 열 개인정보보호윤리과장

- 임원에 대한 결격사유가 규정되어 있는데 각 임원에 대한 결격사유를 저희들이 지방자치단체에 의뢰해서 검사를 받도록 되어 있습니다. 외국인 임원에 대해서는 저희가 그런 사항을 할 수 없기 때문에 그런 결격사유가 없다는 징구서를 받아서 대체하고 있는 상황입니다.

○ 이기주 상임위원

- 여기에 보니까 결격사유가 미성년자냐 아니냐, 금고 이상의 실형을 선고받았느냐 안 받았느냐 이런 것들인데...

○ 엄 열 개인정보보호윤리과장

- 그렇습니다.

○ 이기주 상임위원

- 현실적으로 국내 기업들에 외국인 임원들이 다수가 있는데 이런 문제들을 앞으로 서약서를 받아야 합니까? 다른 법에도 이런 유사한 결격사유에 해당되는 규정들이 대부분 있을텐데 그런 것은 앞으로 한 번 연구해 볼 필요가 있지 않지 않나 싶습니다. 서약서를 받아서 해야 할 일이 아닌 것 같습니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 다른 사례를 확인해 보시고 이번 경우는 한 사람이어서 특별한 문제가 생기지 않지만 앞으로 이런 것이 자꾸 늘어나면 저희들 나름대로 그 방안을 강구해 놓아야 할 것 같습니다.

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 알겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- ㈜드림씨티코리아는 기술적 능력, 그다음에 위치정보 보호 조치의 적정성도 부족하지만 사업계획의 타당성 및 재정적 능력도 부족한데, 사업계획의 타당성보다는 주로 재정적 능력이 부족해서 그런 것입니까?

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 예. 세부심사기준의 자금조달 계획의 적정성 점수가 4점인데 2점 정도로 굉장히 낮은 점수를 받은 것으로 파악되고 있습니다. 실제 여러 가지 심사위원 의견에서도 이 부분에 대한 점수가 굉장히 낮아서 유독 이 사업자만 앞에 첫 번째 재무구조 적정성에서 과락 점수를 받은 것으로 파악됐습니다.

○ **최성준 위원장**

- 여기에 보면 허가신청법인의 주요현황, 위치정보사업 계획을 보았을 때 비콘(Beacon)을 이용해서 자녀의 위치를 보호자에게 제공한다든지, 또는 미아·분실방지 서비스를 제공한다든지, 또는 쿠폰 이벤트 등 정보를 제공한다든지, 요사이 비콘(Beacon) 이용이 활성화되는 것 같습니다. 이것은 심사내용과 관계는 없습니다만 혹시 비콘(Beacon)을 이용해서 자녀의 위치를 보호자에게 제공하는 것이 거리제한이 있지 않습니까? 비콘(Beacon)이 파악할 수 있는 거리가 제한이 되어 있지 않습니까?

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 예, 비콘(Beacon)이라는 기술이 위원장님께서 말씀하신 것처럼 떨어진 거리를 감지할 수 있는 시스템은 아니고, 예를 들면 어떤 상점 입구 양쪽에 적용해서 그 입구를 드나드는 사람의 위치정보를 파악할 수 있는 아주 작은 정보시스템입니다. 그래서 거리보다는 출입구라든지 이런 쪽에서 사람들이 빈번하게 왔다 갔다 하면서 그때 출입에 관련된 위치정보를 파악하는 시스템으로 보시면 되겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 자녀위치를 보호자에게 제공한다는 것은 예를 들면 대형 슈퍼마켓에 어린 아이를 데리고 갔다가 아이를 잃어버렸지만 그 범위 내에서는 찾을 수 있도록 하는 것이지요?

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 또는 학원에 출입하면 학원에 들어갔다는 위치정보가 파악돼서 그 정보를 학부모에게 알려주는 시스템입니다.

○ **최성준 위원장**

- 알겠습니다. 위원님들, 다른 의견 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 그러면 이 안건은 원안대로 의결하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 가결되었습니다.

니다.

7. 보고사항

가. 「스마트폰 앱 개인정보보호 가이드라인」 제정안에 관한 사항

○ 최성준 위원장

- <보고사항 가> / 「스마트폰 앱 개인정보보호 가이드라인」 제정안에 관한 사항에 대하여 박노익 이용자정책국장 보고해 주십시오.

○ 박노익 이용자정책국장

- 보고드리겠습니다. 먼저 추진배경은 스마트폰 앱에서의 과도한 개인정보 접근권한 설정, 개인정보 처리의 투명성 부족 등의 문제에 대한 개선 필요성이 지속적으로 제기됨에 따라 안전한 스마트폰 앱 이용 문화 확산을 위해 단계별 그리고 사업자별 가이드라인(안)을 마련하게 되었습니다. 추진경과는 생략하겠습니다. 현황 및 문제점도 생략하겠습니다. 다음 4쪽 주요내용이 되겠습니다. 먼저 <표>에서는 앱 권한 설정의 개념도를 볼 수 있겠습니다. 가이드라인의 주요내용으로 첫 번째는 앱의 개발시 권한 설정 단계입니다. 이때는 서비스에 필요한 권한으로 최소화하고자 합니다. 먼저 운영체제, 즉 OS 사업자들은 앱 개발자들이 최소한의 앱 접근권한을 설정할 수 있도록 개발환경을 제공하도록 하겠습니다. 그리고 앱 개발자와 서비스 제공자에 대해서는 서비스 제공을 위해서 필요한 범위 내에서 앱 접근권한을 설정하도록 하겠습니다. 이용자가 접근권한을 허용하였다고 하여 단말기 정보 등으로부터 허용된 권한 관련 모든 정보가 즉시 수집 또는 전송되는 것은 아니며, 이용자에게 개인정보 수집 이용 동의를 받은 범위 내에서, 단말기정보 등에 접근한다는 것을 고지·승인한 후에 수집(전송)된다는 사실을 개인정보 취급방침에 명시하도록 하겠습니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 두 번째는 앱 마켓 등록 단계에서는 이용자가 알기 쉽게 고지하도록 하겠습니다. 앱 마켓에 있어서 앱 서비스 제공자가 앱 등록 시 “앱 접근권한의 범위와 서비스에 필요한 이유에 대한 설명”, 그리고 “개인정보취급방침” 등을 이용자에게 공개할 수 있도록 공간을 제공하도록 하겠습니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 앱 개발자와 서비스 제공자에게는 개발된 앱이 “앱 접근권한 설정” 그다음에 “단말기정보 등에 접근 시 이용자 고지절차 등”을 준수하고 있는지 확인하도록 하겠습니다. 세 번째로는 앱 서비스의 제공·탈퇴 단계에 있어서 먼저 앱 개발자 및 서비스 제공자는 “서비스 이용약관”, “개인정보 수집·이용(필수)” 등 필수동의 사항을 쉽게 확인하고 원클릭으로 동의받을 수 있도록 구성하도록 하겠습니다. 그리고 “개인정보 제3자 제공”, “마케팅 이용” 등 선택동의 사항은 필수동의 사항과는 별도의 동의절차를 마련해서 이용자가 직접 선택할 수 있도록 구성하도록 하고, 선택동의 사항에 동의하지 않음을 이유로 서비스 제공을 거부할 수 없도록 하겠습니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 운영체제 사업자에게는 이용자가 해당 앱을 삭제하는 경우 스마트폰에 저장된 관련 정보 중 실제 삭제되는 개인정보의 범위를 이용자에게 알리도록 하겠습니다. 기대효과 및 향후 계획은 생략하도록 하겠습니다. 이상으로 보고를 마치도록 하겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 보고받은 내용에 대해서 위원님들 의견 있으면 말씀해 주십시오. 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 향후 계획 중에 '8월~9월에 스마트폰 앱 관계사업자 대상 설명회 개최' 이런 말이 있는데, 지금 이 가이드라인 준비한 것이 4,000만 이상의 우리 국민들이 쓰는 스마트폰에서 개인정보보호를 잘하자고 준비한 것인데, 저는 방통위 말고는 이것을 할 데가 없다고 생각합니다. 아주 기술적이고 꼼꼼하게 준비해야 하는데 잘 준비를 했다고 생각합니다. 이런 준비과정에서 사업자들과 협의가 안 되어 있습니까? 설명회는 왜 하는 것입니까? 최종 내용을 설명한다는 것입니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다. 사전에 의견수렴도 다 했고 전문가뿐만 아니라 관련 업계와도 의견수렴을 다 해서 안을 만들었던 것이고, 이제 확정을 했으니 그것을 다시 한 번 전체적으로 설명회를 한다는 것입니다.

○ 이기주 상임위원

- 그런데 그동안에 다 논의를 했는데 두 달 동안에 걸쳐 설명회를 합니까?

○ 엄 열 개인정보보호윤리과장

- 두 달 동안이 아니라 그 기간에 한 번 하겠다는 것입니다. 8월 아니면 9월에...

○ 이기주 상임위원

- 10월부터 현장중심 이행점검을 한다고 하는데 현장 중심 이행점검이라는 것이 무슨 말입니까? 그냥 스마트폰에서 KISA나 OPA 전문가들이 계속 점검해 보면 되는 것 아닙니까? 현장 어디로 가서 점검한다는 것입니까?

○ 엄 열 개인정보보호윤리과장

- 저희가 KISA를 통해 하고 있는 스마트폰 앱 모니터링 사업이 있습니다. 실제적으로 이용자 순위가 많은 순서대로 저희들이 모니터링을 하고 있는데 저희가 이런 안도 만들어서 가이드라인을 만들었으니까, 예를 들면 저희들도 단계별로 준수사항들을 만들었기 때문에 단계별 또는 사업자별로 몇 군데를 정해서 실제적으로 하고 있는지를 현장점검 하겠다는 의미로 계획을 세운 것입니다.

○ 이기주 상임위원

- 저는 우리가 가이드라인을 잘 만들었다고 생각하지만 이것이 실제로 시행됐을 때 정말 이용자들이 알기 쉽게 고지가 되고 동의할 것인지, 안 할 것인지를 명확하게 판단할 수 있을 것이냐 하는 것은 아직도 의문시 됩니다. '실제로 실효성이 있겠느냐' 이런 생각을 해 보는데, 예를 들면 '이용자가 알기 쉽게 고지한다'고 하는데, 이용약관을 고지한다면 그 이용약관의 양이 아주 많고 복잡해서 그것을 읽어보고 이용약관에 동의하는지 여부를 결정하는 사람이

없지 않습니까? 충분히 알리라고 하니깐 아주 많은 양을 알려서 아예 읽는 것을 포기하는 것이 현실인 것 같습니다. 그래서 이 가이드라인대로 시행하더라도 아까 설명회도 하고 현장점검도 한다고 했는데 실제 이용자 입장에서 끊임없이 체험을 통해 불편한 것은 없는지, 실제로 우리가 생각한 대로 실효성이 있는지를 계속 모니터링해서 보완해 나갔으면 좋겠다는 생각입니다.

○ **박노익 이용자정책국장**

- 예, 알겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ **허원제 부위원장**

- 그동안 앱에서 불필요한 정보들까지 수집을 하는 부분에 관해서 여러 위원들이 문제제기를 많이 했고 이제 그 가이드라인이 나오게 되는 과정에 이르렀는데, 지금도 사실 어떤 앱에 들어가 보면 거의 대부분 개인의 위치정보를 의무적으로 동의하도록, 동의하지 않으면 아예 그 앱 자체를 활용할 수 없도록 강제화시켜 놓은 것들이 있습니다. 그래서 어쨌든 그것이 좀 더 실효적으로, 만약에 우리가 이런 가이드라인 설정을 해서 그렇게 진행이 되지 않았을 경우에 사업자들이 또는 앱을 개발하는 사람이라든지 앱을 이용할 수 있는 마켓에서 우리가 어떤 처벌이라고 할까요? 부담을 지워서 그 가이드라인이 실질적인 힘을 발휘할 수 있도록 하는 것이 관건이 되지 않을까 싶습니다. 그런 부분에 관해서는 현재 이 가이드라인을 통해 우리가 어떤 기대효과를 가져올 수 있는지 그 부분을 말씀해 주실 수 있습니까?

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 물론 가이드라인 형태가 법적 구속력이나 처분에 관련된 부분의 근거는 미약합니다만 이 부분도 현재 법상으로 될 수 있는 부분을 설명하는 가이드라인이라고 봤을 때, 지금 부위원장님 말씀하신 것처럼 실제로 앱 개발자들이 권한 접근에 대한 부분들을 과도하게 한 이후에 실제로 동의 없이 관련된 스마트폰에 있는 개인정보를 수집할 경우에는 저희들이 망법상으로 처분이 가능하도록 되어 있습니다. 그래서 그 부분을 집중적으로 가이드라인 이후에 실제로 몇 군데에 앱 형태를 저희들이 단속해서 실제로 가이드라인 형태가 이루어지고 있는지, 실제로 과도하게 설정하고 동의 없이 수집하고 있는지를 확인해서 저희들이 집중적으로 실태점검하고 처분할 계획입니다.

○ **허원제 부위원장**

- 그래서 구체적으로 제가 예를 들어 이야기하기는 그런데 지금 많은 앱들이 들어가 보려면 어쨌든 위치정보에 대한 동의를 반드시 하도록 해 놓았습니다. 그런데 과연 그 앱이 이용하는데 왜 개인의 위치정보를 반드시 원하는지 그런 부분에 관해서 그 사업자가 소명할 수 없으면 그것은 우리가 망법으로 처벌할 수 있는 것이 될 수 있다고 봅니다. 그런 부분에 관해서 사업자들에게 철저하게 설명해 줄 필요가 있다고 생각합니다.

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 예, 그런 부분들을 사업설명회 때 정확하게 설명해서 지키도록 하겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 제가 많이 알지 못해서 그런지 모르겠습니다만 이 앱 개발자나 서비스 제공자의 경우에는 혹시 접근권한에 대해 이용자로부터 허용을 받으면 그다음에는 별도로 또 개인정보 수집·이용에 대한 동의 없이 개인정보를 수집할 수 있다고 오해하고 있는 사람들도 꽤 많지 않을까 싶습니다. 실제로 그런 오해에 기해서 개인정보를 수집·이용하고 있는 것이 벌어지고 있다고 생각됩니다. 그렇지요?

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 예, 그렇습니다.

○ **최성준 위원장**

- 그렇기 때문에 이 가이드라인의 여러 부분이 꼼꼼하게 다 정리가 되어 있습니다만 그 부분이 굉장히 여기에서 중요한 부분이고, 그다음에 지금 부위원장님도 지적을 하셨듯이 이 부분은 가이드라인이긴 하지만 가이드라인은 현재의 법에 대한 것을 좀 더 구체적으로 이해하기 쉽게 설명하는 것일 뿐이지, 이것을 지키지 않았을 때에는 정보통신망법 위반으로 강한 처벌을 받을 수 있다, 엄중한 처벌을 받을 수 있다는 것을 분명히 알릴 필요가 있다고 생각합니다. 통상 다른 가이드라인은 그 가이드라인이 일종의 지침 비슷한 것이어서 그것에 안 따랐다고 해서 처벌되는 경우가 많지 않은데, 이 경우는 현재 위반행위도 계속 되고 있고 이 부분이 저희가 중점적으로 또 지켜봐서 문제가 있다면 단속을 해야 할 부분이라고 생각합니다. 그래서 이 가이드라인을 요약해서 배포하거나 또는 설명회를 할 때 지금 4페이지에 있는 것처럼 과도한 앱 접근권한을 부여받아서 동의 없이 개인정보를 수집할 경우에는 이렇게 처벌 받는다는 것을 하나의 부가적인 내용으로 설명하고 지나갈 것이 아니고, 오히려 여기에 더 중점을 두어서 지금 현재 이러이러한 일들이 실제로 많이 벌어지고 있기 때문에 이런데 중점을 두어서 이행하고, 그다음에 앞으로 개선이 되어서 실제로 저희가 이 가이드라인을 만드는 것이 중요한 것이 아니고 이 가이드라인 이후 앱에 접근권한이 축소되고 그다음에 또 접근권한 허용 다음 단계로 개인정보 수집·이용 동의라는 절차가 반드시 생기고, 그런 것들을 우리 이용자들이 체감할 수 있는 상황이 되지 않으면 사실은 저희가 이 가이드라인을 만드는 것은 그렇게 큰 의미가 없습니다. 그래서 여러 가지 업무가 많으시겠지만 그 부분을 염두에 두고 현실에서 이것이 실제로 이루어질 수 있도록 후속조치를 치밀하게 해 주시기를 부탁드립니다.

○ **박노익 이용자정책국장**

- 예, 알겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 실제로 지금 접근권한 허용 이후에 개인정보 수집할 때 이용 동의를 받는 란을 운영하는 앱들도 많이 있습니까?

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 예, 그렇습니다. 특히 위치정보나 중요정보에 대해서는 사후적으로 동의를 다시 받아서 수집을 하고, 또 안드로이드 폰과 애플 폰이 조금 다릅니다만 사후적으로도 이용자가 선택적으로 접근권한 등 이런 부분들을 설정할 수 있도록 바뀌지고 있는 추세입니다. 그래서 이용자의 선택권 부분들이 강화되고 있는 실정입니다.

○ **최성준 위원장**

- 그것이 앱 개발자도 중요하지만 사실 앱 개발자의 경우에는 이런 내용을 잘 알지 못하는 사람들도 꽤 많이 있을 것입니다.

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 그렇습니다.

○ **최성준 위원장**

- 그래서 우선 앱 마켓과 거기에 올라오기 전에 이런 것들을 미리 사전적으로 점검할 수 있는 그런 것을 제도화할 수 있도록 같이 협조해 주고, 그 부분과 관련해서는 예를 들어서 안드로이드나 또는 애플의 경우에 저희가 공식적으로 요청하고 거의 협조를 받을 수 있지요?

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 그렇습니다. 회의 때도 같이 했었고 이런 부분들에 적극 협조하고 있습니다.

○ **최성준 위원장**

- 국민들에게 이것을 알릴 때, 소비자들에게 알릴 때는 조금 어려우시겠지만 여기에 쓰여 있는 것보다 좀 더 표현을 이해하기 쉽게 풀어서 설명해 주시기를 당부드리겠습니다. 쉬운 일이 아닌 것은 압니다만 저희들이 봐도 한참 들여다보고 여러 가지 법 조문과 맞춰봐야 이해할 수 있는 부분이기 때문에 국민들이 체감하기에 조금 어려운 부분이 있는 것 같습니다. 그래서 그런 부분에 신경을 써 주기를 부탁드립니다.

○ **엄 열 개인정보보호윤리과장**

- 예.

○ **최성준 위원장**

- 보고받은 내용에 대해서 다른 의견이 없으시면 이 안건은 원안대로 접수하고자 합니다. 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 접수하도록 하겠습니다.

나. 방송통신 결합상품 제도개선(안)에 관한 사항

○ **최성준 위원장**

- <보고사항 나> ‘방송통신 결합상품 제도개선(안)에 관한 사항’에 대하여 박노익 이용자정책국장 보고해 주시기 바랍니다.

○ 박노의 이용자정책국장

- 보고드리겠습니다. 먼저 추진배경은 방송통신 결합상품은 요금할인 등 이용자 편익이 크면서도 허위·과장광고 등 공정경쟁 저해와 이용자이익 침해 우려도 증가함에 따라, 결합상품의 혜택을 살리면서 그에 따른 문제점을 최소화하기 위해 미래부와 공동으로 이번 제도개선(안)을 마련하였습니다. 추진경과는 생략하겠습니다. 세 번째로 기본방향은 이용자 후생 증대와 그다음에 공정경쟁 축진의 조화로 지속가능한 발전을 위한 방송통신 생태계 조성에 기여하고자 합니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 주요과제로서 먼저 첫 번째는 이용자 후생 증대를 위해서 개별 서비스 이용약관 내에 혼재되어 있는 결합상품 관련사항을 별도의 결합상품 이용약관으로 분리하고자 합니다. 또한 가입이 중단되었거나 한시 판매된 결합상품 등을 구분하여 명확하게 표시하도록 하겠습니다. 정보제공을 강화하겠습니다. 구성상품별로 할인 내용 및 기간·다량·결합할인을 이용약관과 청구서에 별도로 구분하여 표시하지 않는 행위와 계약 체결 시 이를 설명하지 않거나 또는 계약서에 미기재·미교부하는 행위를 금지하도록 하겠습니다. 또한 할인내용 및 기간·다량·결합할인을 별도로 구분하지 않은 광고를 허위·과장 광고로 의제를 하겠습니다. 지난번 제재와 관련해서 특히 허위·과장 광고와 관련된 가이드라인을 마련하겠습니다. 위약금과 관련해서는 실제 비용보다 과도한 설치비 면제 반환금을 적정 수준으로 낮추고, 가입기간이 길수록 증가하는 약정·결합할인 반환금을 이용자의 이용기간 기여도를 반영해서 감소하도록 산정방식을 개선하도록 하겠습니다. 해지와 관련해서 신규 가입 시 중복가입 여부를 확인하여 해지하도록 문자 안내서비스를 제공하고, 결합상품의 전체/부분 해지 방식을 이용약관에 명시하고, 중장기적으로는 해지절차를 간소화하는 방안을 강구하도록 하겠습니다. 약정기간과 관련해서는 단품과 결합상품의 약정기간을 통일하는 표준약정기간을 도입하겠습니다. 이용자가 약정 종료 시점을 명확히 인식할 수 있도록 잔여 약정기간에 대한 고지를 의무화하고, 자동연장 기간 동안 위약금 없이 해지 가능하다는 사실을 청구서에 표시하도록 하겠습니다. 또한 현행 경품 기준을 이동전화 등을 포함해서 QPS까지 확대할 수 있도록 하고, 중장기적으로는 경품 가이드라인을 마련하도록 하겠습니다. 다음으로 공정경쟁 축진을 위해 먼저 방송통신 결합판매 정책의 중요성을 감안해서 종합적인 시책을 수립·시행하도록 하고, 미래부와 방통위 공동으로 결합시장에 대한 경쟁상황을 평가해서 그 결과를 토대로 정책효과 분석 및 제도개선 등에 지속적으로 반영하도록 하겠습니다. 과도한 요금할인 격차를 방지하기 위해 특정상품을 무료로 표시하는 이용약관을 개선하고, 결합할인액 또는 할인율 설정의 명확한 근거를 제시하도록 하며, 구성상품간 과도한 요금할인 격차로 인한 부당한 시장지배력 전이 여부 등에 대해서는 검증해 나가도록 하겠습니다. 또한 이러한 행위에 대해서는 금지행위 유형에 추가를 해서 엄정히 제재할 계획입니다. 유료방송 요금제도와 관련해서는 결합상품 구성별 요금정보를 빠짐없이 이용약관에 표시하되, 상한요금 또는 정액요금 여부를 명확하게 표시하도록 하겠습니다. 중장기적으로는 요금규제 등 전반적인 유료방송 규제체계 개선방안을 마련하겠습니다. 회계제도와 관련해서는 방송사업자 회계처리 및 보고에 관한 지침을 개정하여 비용자료는 매년, 가입자수, 매출액 및 할인액 등 결합판매 관련 정보는 반기별로 제출하도록 하고, 방송법에 유료방송사업자에 대한 회계분리·검증의 근거를 마련하도록 하겠습니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 동등결합판매 활성화를 위해 이용약관 인가서비스 제공사업자가 다른 방송통신사업자의 결합판매를 부당하게 저해하지 못하도록 한 현행 동등결합판매 관련된 금지행위 유형을 제공 거절, 차별적인 대가와 조건으로 제공, 제공 중단·제한 등으로 세분화하도록 하겠습니

다. 오늘 보고드린 안건에 대해서는 미래부와 공동으로 금년 말까지 후속조치를 마무리하고, 다만 일부 과제는 내년 이후에 이루어질 수 있겠습니다. 또한 결합판매 금지행위 위반 여부 등에 대한 사실조사는 금월 이후로 즉각 실시하도록 하겠습니다. 이에 대한 세부적인 제도개선(안)은 <붙임>과 같습니다. 이상으로 보고를 마치도록 하겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 수고하셨습니다. 보고받은 내용에 대해서 의견 있으면 말씀해 주십시오. 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 박 국장님, 끝에 시장조사를 언제 한다고 했습니까? 즉각 한다는 이야기도 들렸고, 언제 이후부터...

○ 박노익 이용자정책국장

- 금월 이후부터입니다.

○ 이기주 상임위원

- 금월 이후? 그것이 무슨 말입니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 8월, 이번 달 이후부터입니다.

○ 이기주 상임위원

- 저에게는 '즉각'만 들려서 그냥 '즉각'하면 되지 않나 생각합니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 즉각 하겠습니다.

○ 이기주 상임위원

- 제가 몇 가지 의견을 말씀드리겠습니다. 저는 방통위와 미래부가 작년 말부터, 본격적으로는 한 2, 3개월 된 것 같은데, 공동으로 노력해서 실현 가능성이 상당히 높은 과제들을 잘 도출했다고 생각합니다. 그래서 저는 오늘 보고한 이 내용대로만 방통위 그리고 미래부가 같이 일을 추진해 나간다면 그동안 시장에서 많이 제기됐던 그런 문제들의 상당 부분 해소될 것으로 확신합니다. 그렇게 하기 위해서는 시장조사까지 포함해서 오늘 제시한 이런 과제들 모든 것이 동시에 아주 적극적으로 추진이 되어야 한다고 생각합니다. 일부에서 이야기하는 것처럼 '결합판매 시장경쟁상황 평가를 한 이후에' 내지는 '종합시책을 수립한 이후에' 이것이 아니고, 모든 크고 작은 과제들이 오늘 이후부터 다 동시에 추진이 됐으면 좋겠다는 생각입니다. 그리고 방통위의 기본목표 자체가 크게 보면 이용자 후생증대와 공정경쟁 촉진인데 오늘 결합판매도 그렇고 다른 통신시장이나 방송시장에서도 그렇고, 저희가 그동안 주로 이용자 보호, 이용자 후생증대, 시청자 보호 쪽에 많이 노력을 기울였지 않았나, 그것은 당연히 그렇게 해야 하는데 제가 말씀드리고 싶은 것은 상대적으로 공정경쟁 문제, 경쟁 제한

성이 있느냐 없느냐 이런 쪽 문제보다는 이용자 후생, 이용자 보호 이쪽에 상대적으로 치중해 왔지 않았느냐, 그런데 앞으로는 공정경쟁 문제에 우리가 더 많은 노력을 했으면 좋겠다는 생각입니다. 전문가들, 경우에 따라서는 이해관계 당사자들이 오늘 종합한 내용에 대해서 어떤 의견을 가지고 있는지는 모르겠는데, 저 개인적으로는 2가지만 지적해 보자면 시장 지배력 내지는 그러한 시장지배적 사업자에 대한 가중제재 문제가 논의하는 과정에서 주요 토픽 중의 하나였다고 생각합니다. 그 이슈는 잘 아시지만 아주 오래 전부터 논의되어 왔던 이슈인데, 여기 내용 중에 아까 보니까 '결합판매시장에 있어서 다른 결합상품을 부당하게 활용해서' 이런 부분이 있습니다. 과도한 요금할인 격차 방지, 거기에 '다른 구성 상품을 부당하게 이용하여 차별적으로 요금할인을 하는 행위'를 금지행위 유형에 추가해서 엄정 제재 하겠다, 이런 표현이 있습니다. 저는 충분히 이 정도 가지고도 시장지배적 사업자에 대한 가중 제재 이런 주장을 하는 그런 효과를 볼 수 있다는 생각이 듭니다. 또 하나는 동등할인이나, 차등할인이나 이런 것을 명확하게 사전규제 차원에서, 아니면 결합판매고시에 그것을 명확하게 넣자는 이야기도 있지만 저는 그 부분은 이용자 후생 증대 차원에서 여러 가지 개선하겠다고 하는 내용 플러스 우리가 시장조사를 통해 여러 가지 위반여부를 확인하고 필요하면 위반사항이 확인됐을 때 제재를 한다고 한다면 기계적으로 동등할인이다, 차등할인이다 이런 개념이 아니고도 적정하게 치유할 수 있겠다는 생각이 듭니다. 끝으로 시장조사와 관련해서는 지금 금지행위 제도나 결합판매고시가 결합판매시장에 있어서 우려되는 부분을 해소하는데 미흡한 부분이 있다, 그것은 저도 인정합니다만 현행 금지행위 제도나 고시를 가지고도 저는 상당 부분 문제 해결을 할 수 있다고 생각합니다. 그 이유가 예를 들면 결합상품 구성상품간 이렇게 부당하게 할인율을 적용했다면 그것은 회계분리를 안 했다든지 아니면 비용과 수익을 부당하게 산정했다든지, 아니면 서비스 간 내부 보조를 했는지, 그리고 또 다른 시장에서의 사업자의 마켓파워를 부당하게 활용했다든지 등등의 지적을 통해 저는 문제를 해소할 수 있다고 생각하기 때문에 우리 사무처에서 시장 조사를 함에 있어서 좀 더 문제인식을 명확하게 하고 시장조사를 한다면 현재 잘못된 관행이나 공정경쟁 차원에서 문제가 대두되고 있는 그런 부분들을 시정할 수 있을 것이라고 생각합니다. 다시 한 번 아주 어려운 방송통신 결합상품 제도개선 방안을 미래부와 잘 협조해서 이렇게 오늘 정리한 것에 대해서는 저도 위원 중의 한사람이긴 하지만 아주 높이 평가하고 문제는 앞으로 이것을 어떻게 잘 추진하느냐 거기에 달려 있다고 생각합니다.

○ **최성준 위원장**

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ **허원제 부위원장**

- 그동안 결합상품과 관련해서 여러 가지 시각에서 볼 수 있는 측면이 있었는데, 지금 어쨌든 미래부와 방통위가 같이 이렇게 세세한 부분에 관해서 보완대책을 만들게 된 데는 실무팀들의 노고가 컸다고 생각합니다. 크게 이용자 후생과 공정경쟁 부분인데 이용자 후생 부분과 관련해서 내용을 보면 여러 가지가 다 중요하겠습지만 그중에서도 특히 허위·과장 광고, 그동안 우리가 이미 '방송 공짜' 이런 부분에 관해서 시정명령을 내린 부분도 있습니다만 어쨌든 허위·과장 광고에 관한 가이드라인을 마련하는 부분이나 또 위약금 개선 부분도 굉장히 중요한 부분이라고 생각합니다. 오히려 가입기간이 길면 길수록 반환금이 증가하는

이런 것이 상식적으로 우리가 납득할 수 없는 부분인데 이런 부분에 관해서도 기준을 설정해 주는 것, 제도를 개선해 나가는 것이 상당히 이용자 측면에서 보면 의미가 크다고 생각합니다. 그리고 공정경쟁을 촉진하는 부분에 관해서 좀 더 강조하고 싶은 부분은 과도한 요금할인 격차 방지, 이 부분이 우리가 지금 결합상품을 최대 4가지로 놓고 보면 각 상품별로 할인이 얼마나 이루어지느냐 하는 특정 상품에 관해서 지나치게 과도한 할인을 이루어서 가격의 압착, 지나친 스퀴즈(squeeze)가 일어나서 장기적으로 보면 경쟁자를 없애서 나중에는 불공정한 경쟁이 이루어질 수 있는 그런 것을 초래할 수 있도록 하는 행위는 사전에 우리가 예방적 차원에서 제도를 만들어 나가는 것이 적절하다, 이 부분이 우리가 이번 결합판매 부분에 있어서 굉장히 중요한 제도적 개선의 핵심이 아닌가 싶습니다. 그리고 그것을 위해서 특히 회계제도 개선이 정말 중요하다고 생각합니다. 지금 수익 측면에서는 우리가 광고에 대한 기금징수 부분이 있기 때문에 분리해서 취급을 하고 있기는 하지만 비용 부분에 관해서는 지금 현재 분리가 되지 않고 있는 상황이기 때문에 과연 4가지의 상품이 어떻게 수입이 이루어지고 어떻게 지출이 이루어지는지에 관해서 우리가 명확히 들여다볼 수 있는, 나름대로 기준을 가지고 들여다볼 수 있는 회계기준이 없기 때문에 실사 대외적으로는 어떤 상품이 얼마가 할인이 됐다고 천명을 하더라도 실제 내부 회계상으로 그것이 과연 그렇게 이루어지고 있는 것인가 하는 부분에 관해서는 우리가 검증할 수 있는 아무런 잣대가 없기 때문에, 그래서 이 결합상품에 관해서 이것이 자칫 잘못 접근을 하면 아무런 의미가 없는, 우리가 요금할인 격차를 방지한다고 대외적으로 이야기하더라도 그것을 분석해 낼 수 있는 회계적인 틀이 없다면 공염불에 지나지 않을 것이다 하는 우려가 있습니다. 그래서 물론 회계제도 개선 자체는..., 이것이 법령 개정 사안입니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다. 현재는 저희 위원회 지침으로 되어 있는데 이번에 통합방송법 개정안에 반영하려고 합니다.

○ 허원제 부위원장

- 정부가 개정안을 내서 방송법 개정을 해서 이 부분을 완성하겠다는 뜻입니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다. 전기통신사업법에는 통신사업자에 대한 회계기준이 명시되어 있는데 방송법에는 현재 안 되어 있습니다.

○ 허원제 부위원장

- 어쨌든 이 부분에 관해서도 제도적인 개선이 이루어져서 전체적인 결합판매에 대해서 제도적인 완결이 이루어져야 하지 않느냐는 생각입니다. 수고하셨습니다.

○ 최성준 위원장

- 저도 몇 말씀드리겠습니다. 우선 지금 나와 있는 주요과제들은 우리가 개선하고자 하는 것에 대한 대상이 되는 부정적인 상황들이 지금 현재도 이용자들이 계속 다 겪고 계신 부분들이 대부분이지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 그렇기 때문에 여러 가지로 어려움이 있으시겠지만 저희들이 오늘 제시한 개선안들이 가능하면 신속하게 이루어져서 예를 들면 그러면 안 되겠습니다만 소비자들이 얼마 전에 '신문에서 봐서 이리이러한 것이 개선이 된다고 하더라. 그런데 지금 몇 달이 지나도 나에게 아무런 체감된 효과는 없다'라고 하면 이것은 더 큰 문제입니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 그래서 계획을 잘 세우고 체계적으로 해서 그런 것들이 신속하게 이루어지도록 하고, 그 과정에서 물론 이런 안을 만들기까지 사업자들의 의견을 충분히 수렴을 했겠습니다만 또 사업자들의 협조를 받아야 할 부분도 많이 있지 않습니까? 그런 부분에 대해서도 계속 노력을 해 주십시오. 그다음에 아까 처음에 이야기한 것의 연장선에서 예를 들면 저희가 허위·과장 광고에 대해서 몇 달 전에 제재한 사실이 있는데, 그럼에도 불구하고 지금 일부에서는 그런 허위·과장 광고가 조금은 줄었는지 모르지만 여전히 이루어지고 있다는 지적도 있습니다. 그래서 가이드라인을 만들어서 좀 더 명확하게 해 주는 작업은 작업대로 하면서도 여기에 있는 것들이 현재 금지행위에 해당되는 부분이 있다면 병행해서 시장조사와 제재를 같이 해 나가야 한다고 생각합니다. 그다음에 이러한 것들을 소비자들, 이용자들에게 알림에 있어서 예를 들자면 지금 여러 결합상품에 있어서 각 상품별로 구체적으로 사업자들은 할인을 내부적으로 정해 놓았을지 모르지만 그런 것들을 소비자에게 제대로 알리지 않고 약관이 허용한다는 이유로 그중의 한 상품으로 다 몰아서 거의 공짜인 것처럼 그렇게 하는 것이 허용되고 있는 것 아닙니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 그래서 이것이 지금 한시가 급합니다. 그런 부분들이 빨리 사라져야지 우리 소비자들이 피해를 하지 않고 그다음에 각 산업별 균형발전이 이루어질 수 있기 때문에 그런 기존 약관의 문제점 같은 것들은 미래부와 바로 신속하게 해결방안을 찾아주시기 바랍니다. 그리고 마지막으로 '동등결합 판매 활성화'라는 항목이 있습니다. 이것은 이미 저희 고시에 동등결합판매를 허용하고 있었습니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 그런데 그 부분에 대한 관심이 없어서인지 지금은 잘 활용이 되고 있지 않은 것 같습니다. 그런데 제가 보기에는 비록 약관 인가 서비스 제공사업자에 대한 것이긴 하지만 동등결합 판매로 인해서 아까 부위원장님과 이기주 위원님께서 우려하셨던 것처럼 다른 구성상품을 부당하게 이용해서 차별적으로 요금할인하는 것을 어느 정도 또 막는 충분한 수단이 될 수 있다고 생각합니다. 그래서 지금 나와 있는 것처럼 동등결합판매에 대한 금지행위 유형을 바로 세분화하고, 또 세분화하는 금지행위 유형을 만드는데 절차적인 것 때문에 시간이 걸린다면, 이런 금지행위 유형을 대외적으로 사업자들에게 알려서 이런 동등결합판매가 활성화되고 이것은 공정경쟁이면서 동시에 또 소비자들에게 후생을 가져다주는 그런 부분이니 까 그런 부분들이 신속히 이루어지도록 부탁을 드리겠습니다. 그러다 보니까 저를 포함해서 다 위원님들이 잘했다고 칭찬을 하면서도 신속하게 후속조치를 해 달라고 부탁을 드리는 결과가 되어 조금 부담이 될 수도 있는데 저희가 그동안 해 온 것이 중요한 것은 소비자, 이용자들이 바로 체감할 수 있도록 하는 것이기 때문에 어쩔 도리가 없다고 생각합니다. 잘 부탁 드리겠습니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 다른 의견이 없으시면 이 안건은 원안대로 접수하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 그러면 접수하도록 하겠습니다.

다. 「가상광고 세부기준 등에 관한 고시」 제정에 관한 사항

○ 최성준 위원장

- <보고사항 다> ‘「가상광고 세부기준 등에 관한 고시」 제정에 관한 사항’에 대하여 김재영 방송기반국장 보고해 주시기 바랍니다.

○ 김재영 방송기반국장

- 보고드리겠습니다. 「방송법 시행령」에서 고시로 위임한 1일 방송시간, 가상광고 시간 및 방법 등에 대한 세부기준을 정하기 위한 사항이 되겠습니다. 주요 추진경과는 지난 4월 방송법 시행령 개정안을 위원회에서 의결했고, 시행령 개정안의 법제처 심사 진행 중에 고시(안)를 마련하여 방송통신심의위원회, 방송사업자, 미디어랩, 관련 협회 등을 대상으로 총 4회 의견수렴을 한바 있습니다. 지난 7월 20일 방송법 시행령이 공포되고 2개월이 경과한 9월 21일부터 시행됨에 따라 고시 제정안을 마련하여 행정 예고하고자 하는 사항이 되겠습니다. 다음 페이지입니다. 가상광고 세부기준과 관련해서 고시안 제2조에서는 가상광고의 종류를 소품형, 자막형, 동영상형, 음향사용 가상광고로 구분하고, 향후 새로운 광고기술 발전이나 창의적 기법 등에 따라 나올 수 있는 신유형의 가상광고를 허용하고자 그밖에 새롭게 등장하는 것으로서 방송통신위원회가 정하는 가상광고로 구분하였습니다. 제5조에서 가상광고의 고지사항을 정하고 있습니다. 시행령에서 방송프로그램에 가상광고가 포함되어 있

는 경우 시청권 보호를 위해 가상광고가 포함되어 있다는 사실을 자막으로 고지하도록 하였는데 이때 그 고지 자막의 크기는 화면의 16분의 1 이상으로 하고 가상광고 고지 자막에는 상품의 구매·이용을 권유하는 내용이나 다른 가상광고의 삽입을 금지토록 하였습니다. 안 제6조에서는 가상광고 크기 등을 정하고 있는데 같은 화면에 가상광고와 간접광고가 동시에 노출되는 경우에 두 광고 크기의 합이 화면의 4분의 1을 초과할 수 없도록 하고, 이동 멀티미디어방송은 3분의 1을 초과할 수 없도록 하였습니다. 가상광고와 관련된 상품 또는 서비스 등의 전부 또는 일부가 노출될 경우에는 가상광고로 노출된 것으로 간주하고자 합니다. 가상광고는 간접광고와 달리 인위적으로 화면에 삽입되므로 상품 등이 일부가 노출될 경우라 하더라도 가상광고로 노출된 것으로 볼 필요가 있다고 하겠습니다. 가상광고의 허용 시간은 본방송프로그램 시간을 기준으로 산정하되, 스포츠 분야의 보도가 보도프로그램의 일부로 편성된 경우에는 스포츠 분야의 보도가 방송되는 시간을 기준으로 산정하고자 합니다. 안 제7조에서는 가상광고의 방법 제한 등을 다루고 있습니다. 가상광고 노출을 위해 화면을 인위적으로 정지, 중단, 분할, 축소하는 것을 제한하되, 시청흐름에 방해가 되지 않는 경우에는 예외적으로 허용하고자 합니다. 또한 방송프로그램 중간에 장면 전환 등으로 진행이 일시 정지된 때에는 모든 종류의 가상광고를 허용합니다. 다만, 방송프로그램이 진행 중인 경우에는 시청 흐름을 방해하지 않도록 하기 위해서 방송프로그램 특성별로 가상광고 종류를 제한하고자 합니다. 다음 페이지입니다. 오락과 스포츠 분야의 보도에 관한 방송프로그램에서는 동영상형 가상광고와 음향사용 가상광고를 제한하고, 운동경기 중계프로그램에서는 음향사용 가상광고만을 제한하고자 합니다. 또한, 선수나 심판 또는 선수·심판의 장비를 가리지 않도록 하겠습니다. 스포츠 분야의 보도에 관한 방송프로그램이 독립적으로 편성되어 있거나 보도프로그램 일부로 편성되어 있는 경우에는 스포츠 보도임을 알 수 있도록 명확하게 구분될 수 있는 경우에 한해서 가상광고를 허용하고자 합니다. 다만, 스포츠 분야의 보도 내용이 사행산업에 관한 것일 경우에는 가상광고를 제한하고자 합니다. 안 제4조는 1일 방송시간 산정에 관한 기준을 정하고 있습니다. 방송프로그램 편성시간당 평균 광고총량의 기준이 되는 '1일' 방송시간의 산정기준을 구체적으로 규정해서 규제의 명확성, 효율성을 기하고자 합니다. 방송사업자가 방송 개시나 방송 종료를 명확하게 고지하는 경우에는 이를 방송 개시 및 방송 종료 시점으로 인정하고자 합니다. 다만, 이를 명확하게 고지하지 않는 방송사업자도 있기 때문에 이를 고지하지 않는 경우에는 5시부터 방송이 정파되기 직전의 방송프로그램이 종료되는 시점까지를 1일로 하되, 24시간을 초과하여 방송하는 경우도 있습니다. 이때에는 5시부터 다음 날 5시까지를 1일로 산정하고자 합니다. 이외에도 1일 방송시간을 달리 정하여야 할 사유가 있다고 방송사업자가 방송통신위원회에 예외를 신청할 수 있도록 하고 있습니다. 가상광고 세부기준을 정하여 규제의 명확성과 효율성을 제고하고, 방송시청 흐름을 방해하지 않는 범위 내에서 창의적인 가상광고 제작을 촉진시킬 것으로 기대됩니다. 향후 추진일정은 행정예고를 거쳐 의견을 반영해서 일부 수정 보완해서 위원회 의결을 거치도록 하겠습니다. 방송법 시행령이 시행되는 9월 21일 시행 예정으로 하고 있습니다. 이상입니다.

○ 최성준 위원장

- 수고하셨습니다. 보고받은 내용에 대해서 의견 있으면 말씀해 주십시오. 우선 제가 명확하게 하기 위해 하나 여쭙볼 것이 있습니다. 표현 중에 4페이지 '가상광고의 방법 제한 등'에서

'가상광고 노출을 위해 화면을 인위적으로 정지, 중단, 분할, 축소하는 것을 제한하되, 시청 흐름에 방해되지 않는 경우에는 예외적으로 허용'이라고 되어 있는데, 가상광고 노출을 위해 화면을 인위적으로 정지, 중단, 분할, 축소하는데 그것이 시청흐름에 방해가 되지 않는 경우는 구체적으로 어떤 경우를 예상할 수 있습니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 고시에도 아주 세부적으로 담지 못했는데 우선 현재 운동경기 중계 중에 하고 있는 가상광고가 있습니다. 예를 들면 스마트폰 같은 경우를 가상광고로 해서 운동경기가 정지된 때 하고 있는데, 그때 화면을 일부 분할하는 경우가 있습니다. 그렇지만 스마트폰의 액정부분 화면에 하이라이트 등을 보내면서 방송하는 형태로 되어 있는 것이 있습니다. 이런 것은 자연스럽고 시청흐름을 저해하지 않는 측면이 있습니다. 다만, 방송화면을 L자형으로 일부 분할하거나 또는 □자형으로 분할하는 형태로 해서 지나치게 시청자의 방송시청을 방해하는 경우에는 허용하지 않도록 하고자 합니다. 세부적인 내용은 방송모니터링 기준에서 명시해서 방송사업자에게 설명하도록 하겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 그 부분이 분명해야 할 것 같습니다. 그런데 그 부분과 관련해서 분할이나 축소는 예상되는 경우를 상정할 수 있는데 시청흐름에 방해가 되지 않으면서 프로그램 화면을 정지, 중단시키는 것은 조금 현실적으로 어렵지 않습니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 그것은 가상광고를 넣기 위해 일부러 방송진행 화면을 중단시키고 하는 사항을 염두에 두고 했던 것인데 이것은 행정예고 기간 중에 사업자 의견을 들어서 다시 위원회에 보고드리겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 그렇게 하시도록 하고, 하여간 이것도 물론 저희가 나름대로 애를 써서 고시를 만들었지만 고시에 다 담을 수 없는 아주 세부적인 내용들이 말씀하신 것처럼 상당히 많이 있을 것 같습니다. 그래서 그런 부분은 광고 모니터링 과정에서 지침 형태로 세부적으로 정리가 될 텐데 그런 부분들을 방송사업자들에게 명확하게 알려서 방송사업자들이 적발되어서 제재 받는 것보다는 미리 사전적으로 그런 대비를 할 수 있도록 신경을 써 주시기를 부탁드립니다.

○ 김재영 방송기반국장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 또 다른 의견 없으십니까? 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 오늘 안건과 직접 관계는 없는데 김 국장님, 다음 두 안건 보고할 때 짧게 해 주시기 바랍니다.

○ 김재영 방송기반국장

- 알겠습니다.

○ 이기주 상임위원

- 2가지인데 제가 오늘 이렇게 안건내용을 쪽 듣다 보니까, 지금 당장 우리 과제는 아니라고 생각하지만 방송광고 관련해서 제도, 규제 내용이 법에 있고, 시행령이 있고, 또 고시에 있는데 오늘 내용을 쪽 보면서 제가 어떤 생각이 드느냐 하면 소위 말해서 규제에 포지티브 방식과 네거티브 방식이 있지 않습니까? 아마 장기적으로는 경우에 따라서는 광고유형 중에 어떤 유형은 네거티브 방식으로 규제 형태를 전환하는 것을 고민해 봐야 하지 않느냐는 생각이 하나 있습니다. 두 번째는 요즘에는 TV를 통해서 보는 것보다 스마트폰을 통해 소위 말하는 새로운 유형의 광고들을 많이 접하지 않습니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 예.

○ 이기주 상임위원

- 저도 지난 1년 이상 방송광고제도에 대해 많은 토론과 논의를 하면서 쪽 내용을 보다 보면 일반 국민들, 시청자라고 할 수도 있고, 스마트폰 이용자라고 할 수 있는데 ‘이분들이 광고 유형이나 규제내용에 대해 얼마만큼 이해할 수 있을까?’ 이런 생각이 많이 듭니다. 스마트폰을 통해서 접할 수 있는 광고들은 정말 하루가 다르게 새로운 유형도 나오고 최근 언론에도 보도가 됐지만 동영상 클립 이런 것을 볼 때 광고를 봐야 하는 시간도 계속 늘어나고 있습니다. 또 스킵하기 못하고 필수적으로 봐야 하는 시간도 계속 늘어나는데, 그러면 일반 국민이나 이용자나 시청자 입장에서 보면 우리가 법으로 시행하고 있는 방송광고와 인터넷이나 스마트폰을 통해 접하는 광고의 차이에 대해 점점 혼란스러워할 것 같습니다. 그래서 소위 말하는 인터넷, 모바일상의 새로운 유형의 광고와 우리 방송광고에 대한 규제수준을 언젠가는, 제 개인적인 조심스러운 생각입니다만, 수렴해 가야 하지 않느냐 이런 생각이 들기도 합니다. 이 안건과 직접 관계는 없는데 그런 2가지 부분을 연구해 나갔으면 합니다.

○ 김재영 방송기반국장

- 우선 첫 번째 네거티브 형태의 가상광고 규제방식에 대해서는 이번 행정예고 중에 사업자 의견을 수렴해서 저희가 광고의 종류를 정하고 거기에 따라 규제를 정하는 것은 사업자들이 명확하게 알고 규제의 효율성이라는 측면에서 했는데, 의견을 들어봐서 안 되는 것만, 금지된 것만 정하고 유형을 규제하지 않을지 이런 내용은 좀 더 다시 검토해 보도록 하겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ 허원제 부위원장

- 한 가지 확인을 하고 싶습니다. 4페이지에 <4> 가상광고의 방법 제한에서 두 번째 동그라미가 '방송프로그램 중간에 장면 전환 등으로 진행이 일시 정지된 때에는 소품형·자막형·동영상형·음향사용 가상광고를 모두 허용한다'고 했는데 이것이 어떤 상황을 이야기하는 것이지요?

○ 김재영 방송기반국장

- 예를 들면 '개콘'의 경우에는 한 장면이 끝나고 다음 장면으로 넘어가는 화면 전환 장면이 있습니다. 그런 경우에는 음향사용 광고나 동영상형 광고를 하더라도 시청자들에게 방송프로그램 진행이 안 되니까 큰 시청저해는 없을 것이라고 해서 거기에 포함시킨 것입니다. 드라마 같은 경우에는 계속 방송이 진행 중에 있는데 진행 중에 음향사용 광고라든지 동영상형 광고가 돌아가면 시청자가 시청하는데 불편할 것이다, 그런 생각에서 추가한 사항이 되겠습니다.

○ 허원제 부위원장

- 방송프로그램 중간에 장면 전환을 위해서, 그러니까 아이템과 아이템 그 사이에 뭔가 전환 장면이 있을 때 그때는 가상광고를 허용한다?

○ 김재영 방송기반국장

- 모든 종류에 다 허용하고, 프로그램이 계속 진행 중일 때에는 제한적으로 허용하겠다, 음향, 소리를 낸다든지 동영상이 돌아간다든지 이런 것은 제한하겠다는 그런 취지가 되겠습니다.

○ 허원제 부위원장

- 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 지금 가상광고 부분은 저희가 고시를 처음 만든 것이어서, 사업자들, 일반 시청자들로부터 다양한 의견이 있을 수 있을 것 같습니다. 그런 의견들을 잘 수렴해서 나중에 고시안을 확정해 주기를 부탁드립니다. 다른 의견 없으시면 이 안건은 원안대로 접수하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으시지요? ("예" 하는 위원 있음) 접수하겠습니다.

라. 협찬고지에 관한 규칙 일부 개정(안)에 관한 사항

○ 최성준 위원장

- <보고사항 라> '협찬고지에 관한 규칙 일부 개정(안)에 관한 사항'에 대하여 김재영 방송기반국장 보고해 주십시오.

○ 김재영 방송기반국장

- 협찬고지에 관한 규칙 일부 개정(안)에 대해 보고드리겠습니다. 7월 20일 공포된 「방송법 시행령」 개정 사항을 반영하고, 고품질 방송프로그램 제작 기반 조성을 위한 사항이 되겠습니다. 경과 사항은 생략하겠습니다. 주요 내용입니다. 규칙 제명을 변경하고자 합니다. 협찬

고지의 세부기준 및 방법외에 협찬의 투명성 제고 등 일반 원칙 등이 포함된 점을 고려하여 규칙 제명을 '협찬고지 등에 관한 규칙'으로 변경하고자 합니다. 다음 페이지입니다. 제7조에서 정하고 있는 협찬고지 허용 범위를 확대하고자 합니다. 이는 이미 시행령에서 공익성 캠페인과 공익행사까지 '협찬주명' 고지를 허용하고 있기 때문에 이를 반영하여 고지를 개정하고자 하는 사항이 되겠습니다. <다>번입니다. 제6조 방송프로그램 제목에 협찬주명 등 사용을 허용 하고자 합니다. 현재 협찬주명을 방송프로그램 제목으로 사용하는 것은 원칙적으로 금지하고 있고, 다만 예외적으로 문화예술행사나 스포츠행사의 명칭에 한해서 제한적으로 허용하고 있습니다. 개정안에서는 협찬주명을 방송프로그램 제목으로 사용을 허용 하되, 어린이 대상 방송프로그램과 객관성·공정성이 요구되는 보도·시사·논평·토론 방송프로그램은 허용하지 않는 것으로 하고자 합니다. 또한 시청권 보호를 위해 본방송프로그램 내에는 허용하지 않고, 타이틀 스폰서십 고지시점은 방송프로그램이 시작할 때 시작타이틀과 종료타이틀 고지시, 그다음에 해당 방송프로그램 예고시, 방송프로그램 전에 편성되는 광고 시간의 화면 좌상단, 우상단에 노출되는 방송프로그램 예고자막 방송시에 한정하여 제한적으로 허용하고자 하는 사항이 되겠습니다. 다음으로 제5조 및 제7조에서 정하고 있는 협찬의 투명성 제고 사항이 되겠습니다. 그전에 타이틀 스폰서십 크기 제한도 협찬주명이 포함된 방송프로그램 제목 크기는 화면의 4분의 1 크기로 제한하고자 합니다. 협찬의 투명성 제고와 관련해서는 방송사업자가 협찬주로부터 협찬을 받아 협찬고지를 하는 경우에는 심의 절차 마련 등 투명성 제고를 위한 노력 의무를 부과하고, 보도·시사·논평·토론 등 객관성과 공정성이 요구되는 방송프로그램의 경우에는 방송사업자가 특정상품이나 장소, 명칭 등에 관한 사항을 구체적으로 부각시켜서 광고효과를 주는 행위를 금지하고자 합니다. 또한 협찬주가 방송프로그램의 내용 구성에 영향을 미치거나 방송사업자의 편성이나 독립성을 저해하는 행위를 금지하고자 합니다. 제8조에서 제11조까지 협찬고지 내용·시간·횟수·위치 등 형식 규제를 완화하고자 합니다. 현재 협찬고지 종류별로 허용 시간이나 고지 내용 등 규제가 다양하게 되어 있습니다. 또한 협찬고지 내용에는 '협찬주명'만 허용하는 경우가 있고, 어떤 데는 '상품명'만 허용하는 등 다양하게 되어 있는데, 이렇게 다양하게 되어 있어서 협찬주명 고지 등에 따른 편법적인 운영사례가 가장 많이 발생하고 있습니다. 그리고 형식 규제를 완화해서 협찬고지시 협찬주명이나 기업표어·상품명·상표 또는 기업의 소재지, 위치 중에서 방송사업자가 자율적으로 선택하여 협찬고지를 할 수 있도록 하고자 합니다. 협찬고지시 1건당 5초 시간제한이 있습니다. 이를 폐지하고 1회 고지 허용 시간을 중앙지상파방송이나 지역TV의 경우에는 20초에서 30초로, 유료방송의 경우에는 30초에서 45초로 시간을 확대하고자 합니다. 그다음에 고지 위치를 현재는 화면 하단으로 하고 있습니다만 이것은 사업자가 자율적으로 선택해서 할 수 있도록 하고자 합니다. 또한 예고시 매시간당 고지횟수를 라디오는 2회에서 4회로, 유료방송은 2회에서 3회로 고지횟수를 확대하고자 합니다. 다음 페이지입니다. 라디오방송 협찬고지와 관련해서는 별도로 보고드리겠습니다. 현재 제작협찬고지 시점이 프로그램 시작과 종료시에만 허용되고 있고, 예고시 고지횟수는 매시간 2회, 시상품 등은 1회, 장소 등은 2회로 제한하고 있습니다. 제작협찬의 협찬고지 시점을 시작과 종료시 외에도 중간에도 고지를 허용하고, 예고시 협찬횟수를 매시간 2회에서 4회로 확대하고, 시상품 1회, 경품·장소 등 2회의 협찬고지 횟수를 제한하고 있는 것을 폐지하고자 합니다. 이는 해당 부분을 소개할 때 고지할 수 있도록 하고자 하는 사항이 되겠습니다. 기대 효과입니다. 협찬고지 규제 개선을 통해서 방송사업자의 콘텐츠 제작 자원 구조를 다양화하

고, 고품질 방송프로그램 제작 기반을 조성하고자 합니다. 아울러 협찬이 방송사업자의 편성이나 독립성을 저해하는 행위를 금지하도록 하여 협찬투명성을 제고하고자 하는 사항이 되겠습니다. 향후 일정은 행정 예고를 거쳐 9월 21일 규칙 개정(안)을 시행 예정하고 있습니다. 이상입니다.

○ **최성준 위원장**

- 수고하셨습니다. 보고받은 내용에 대해서 의견이 있으면 말씀해 주십시오. 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ **이기주 상임위원**

- 하나만 여쭙보겠습니다. <다>의 타이틀 스폰서십을 우리말로 뭐라고 해야 합니까?

○ **김재영 방송기반국장**

- 우리말로 풀어서 썼습니다.

○ **이기주 상임위원**

- 그래서 아까 설명할 때 제가 지난번에 의견을 한 번 이야기한 것이 어떻게 반영되었나 찾아 보려고 하다가 '타이틀 스폰서십' 용어 자체가 없어서 왔다 갔다 하다가 <다>가 그거구나 생각 했는데, 우리가 그 용어에 익숙해져 있지 않습니까? 어떤 형태로든 괄호 속에 넣든지 무엇을 해야 하지 않습니까? 어떻게 해야 합니까? 저는 용어 이야기를 하는 것입니다.

○ **김재영 방송기반국장**

- 용어 이야기는 저희가 법제처에 협의를 해서 영어명을 병기할 수 있는지 한 번 확인해 보겠습니다.

○ **이기주 상임위원**

- 아니면 규정 내용에는 못 쓰더라도 여기에 설명할 때라도 괄호 속에 '타이틀 스폰서십' 이렇게라도 써야 사람들이 이해하는데 도움이 되지 않을까 생각합니다.

○ **김재영 방송기반국장**

- 예, 알겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 타이틀 스폰서십 부분은 그렇게 하시도록 하고, 그것과 관련해서 크기 제한에서 '협찬주명 등이 포함된 방송프로그램 제목의 크기는 화면의 4분의 1 이내로 크기를 제한한다' 이렇게 되어 있습니다. 그런데 그 앞 페이지 고지시점에 보면 '프로그램 시작타이틀, 종료타이틀 고지시', 또 '해당 방송프로그램 예고시' 이것은 문제가 없을 것 같은데, '방송프로그램 전에 편성되는 광고 시간의 화면 좌상단 또는 우상단에 노출하는 방송프로그램 예고자막 방송시에' 이때는 협찬주명이 포함된 방송프로그램 제목의 크기가 4분의 1이면 너무 큰 것 아닙니까? 현재는 좌상단이나 우상단에 아주 작게, 비율은 정확히 모르겠습니다만 훨씬 작게 되어

있지 않습니까? 그런데 그것이 프로그램 광고를 하고 있는데 거기에 4분의 1 크기로 들어가는 것은 물론 방송사에서 이렇게 편성을 안 하면 좋겠지만 그렇게 했을 때는 기존에 나가는 광고와의 충돌 문제도 있지 않을까 싶습니다.

○ 김재영 방송기반국장

- 알겠습니다. 위원장님, 저희가 시작·종료 타이틀 고지시와 예고시까지 다 포함해서 4분의 1로 하나의 기준을 제시했는데, 전 CM, 후 CM 사항에서 좌우 상단에 프로그램 제목이 표시되어 있는 경우는 4분의 1로 하면 너무 큼니다. 그것은 행정예고 기간 중에 방송사업자와 다시 협의해 보겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ 허원제 부위원장

- 4분의 1 관련해서 지금 4분의 1이라는 것이 넓이 개념이지요?

○ 김재영 방송기반국장

- 화면 면적 개념입니다.

○ 허원제 부위원장

- 면적의 개념으로, 그러면 보통 일반 방송에서 타이틀이 면적이 어느 정도 차지하는지 그 부분에 관해 사업자들 의견을 수렴해 보셨습니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 지금 화면 4분의 1이면 현재 예고시 나가는 다양한 장면들은 다 포함할 수 있다고 해서 저희가 크기를 정했는데, 광고 시간에 좌측 상단이나 우측 상단의 제목은 글씨가 조금 작지 않습니까?

○ 허원제 부위원장

- 그것은 조그마하지요.

○ 김재영 방송기반국장

- 예, 그렇습니다. 그래서 그 크기는 한 번 더 사업자들 의견수렴해서 보완할 수 있으면 하도록 하겠습니다.

○ 허원제 부위원장

- 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- '협찬의 투명성 제고' 이 부분이 저는 굉장히 의미가 있는 부분이라고 생각합니다. 협찬에

대해서 긍정적인 효과도 상당히 많이 있지만 또 광고와 협찬의 2가지가 함께 운영되고 있는 것이 과연 바람직한가에 대한 그런 의견들도 있지 않습니까? 그렇기 때문에 이 협찬의 투명성 제고와 관련해서는 오히려 방송사업자 측보다는 일반 시청자들이나 시민단체들로부터 적극적으로 의견을 수렴해서 좀 더 투명성 제고를 위해서 확실하게 할 수 있는 방법들을 추구할 것은 없는지도 검토가 되어야 하리라고 생각합니다. 그런 부분에서 신경을 써 주시기를 부탁드립니다.

○ 김재영 방송기반국장

- 예, 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 다른 의견이 없으시면 이 안건은 원안대로 접수하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 접수하겠습니다.

마. 방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 일부 개정(안)에 관한 사항

○ 최성준 위원장

- <보고사항 마> ‘방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 일부 개정(안)에 관한 사항’에 대하여 김재영 방송기반국장 보고해 주시기 바랍니다.

○ 김재영 방송기반국장

- 보고드리겠습니다. 방송사업자의 편성규제 의무이행 부담 완화 등을 내용으로 하는 방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 일부 개정(안)을 보고드리겠습니다. 작년 11월 24일 방송법 시행령이 개정되어서 편성비율 산정기간을 ‘매월’에서 ‘매분기’로 이미 개정된바 있습니다. 그리고 금년 3~7월까지 애니메이션 제작업체 등 방송사업자의 의견을 수렴해서 개정안에 반영한 사항이 되겠습니다. 고시 개정(안)의 주요 내용입니다. 고시 개정(안) 제2조에서 다른 방송사업자가 제작한 방송프로그램 편성비율의 산정기간을 ‘매월’에서 ‘매분기’로 변경하고자 합니다. 이는 상위법인 방송법 시행령이 작년 11월에 개정되었고, 동 규정에 적합하게 고시를 개정 반영하는 사항이 되겠습니다. <표>는 참고하시면 되겠습니다. 다음 페이지입니다. 안 제4조에서 정하고 있는 국내제작 애니메이션 신규 편성의 인정기준을 개선하고자 합니다. 현재 ‘지상파방송·종합유선방송·위성방송’ 등 플랫폼별로 구분하는 대신 채널유형별로 ‘지상파채널, 종합편성채널, 애니메이션 전문편성채널’로 개선하고자 하는 사항이 되겠습니다. 이것은 대부분의 PP가 지상파·종합유선·위성 등 복수의 플랫폼을 통해 송출되고 있고, 방송편성은 채널단위로 이루어지고 있고 실제로 편성규제도 채널별로 이루어지고 있습니다만 현재 고시규정은 플랫폼 중심으로 신규편성을 산정하도록 하고 있습니다. 이것은 규제와 현실이 다르게 운영되고 있다고 하는 사항이 되겠습니다. 또한 주시청층이 중장년층이고 다양한 장르를 편성해야 하는 종합편성채널과 애니메이션을 전문으로 방영하는 애니전문PP의 특성이 다른 점을 반영해서 신규편성의 인정기준을 채널유형별로 규정할 필요가 있습니다. 변경과 관련해서는 종합편성채널·애니전문PP 등 사업자 의견수렴 과정에서 신규 애니메이션 작품수급이 수월해지고, 애니메이션 업계에서는 고품질, 우수한 애니메이션의 유통경

로가 확대되는 효과도 있어서 “수용”한다는 의견이 있었습니다. 그래서 고시 개정(안)은 방송사업자가 다음 각호 내의 방송사업자 중에서 국내제작 애니메이션을 최초로 편성하는 경우에는 이를 신규편성으로 한다는 내용으로 개정하고자 합니다. 첫 번째 그룹을 지상파방송사업자, 여기에서 지역방송사업은 제외되었습니다. 수중계 프로그램으로 운영되기 때문에 제외되는 사항이 되었습니다. 두 번째는 종합편성을 하는 방송채널사용사업자, 세 번째는 연간 전체 방송시간 중 100분의 50 이상 애니메이션을 편성하는 방송채널사용사업자 3개 그룹으로 구분해서 운영하고자 합니다. 향후 일정입니다. 행정예고를 거쳐 위원회 의결을 거쳐 9월 중에 시행하고자 합니다. 이상입니다.

○ **최성준 위원장**

- 수고하셨습니다. 보고받은 내용에 대해서 의견이 있으면 말씀해 주십시오.

○ **허원제 부위원장**

- 애니메이션 쪽도 우리 문화산업의 가장 기초가 되는 부분이기 때문에 애니메이션 산업에 관해서 우리가 특별히 관심을 가질 필요가 있습니다. 그런데 지금 이렇게 지상파 그리고 종편, 애니메이션 전문편성채널 이렇게 나누어서 했을 경우에 어쨌든 지금 현재 국내에서 최초로 편성하는 애니메이션을 모든 종편과 지상파 그리고 애니메이션 전문채널이 연간 1% 이상 반드시 편성하도록 되어 있지요?

○ **김재영 방송기반국장**

- 지상파방송의 경우에는 1% 이상 되어 있고, 종합편성채널의 경우에는 매출액 700억원 이상의 경우에 1%, 500억원 정도 되는 경우에 0.7% 매출액 단계별로 되어 있습니다.

○ **허원제 부위원장**

- 그리고 전문애니메이션도...

○ **김재영 방송기반국장**

- 전문애니메이션 PP도 마찬가지로 50억원 이상의 경우에만 규제가 되고 있고, 50억원의 경우에는 0.3% 그다음에 50억원 단위로 해서 200억원 이상인 경우에는 1% 이상 편성하도록 되어 있습니다.

○ **허원제 부위원장**

- 그동안 어쨌든 최초에 편성되는 애니메이션 작품이라야 사실은 각 방송사들이 관심을 가지고 보는 프로그램이었다, 그래야 최초 편성이 규제를 넘어갈 수 있는 하나의 수단이 되기 때문에. 그런데 지금 이렇게 3가지 종류로 나누어 주면, 이렇게 규제하면 오히려 지상파에 방송이 되었던 것도 또 다시 종편에서 방송하면 그것도 최초로 편성이 되는 것으로 간주해 준다?

○ **김재영 방송기반국장**

- 예, 그렇습니다.

○ 허원제 부위원장

- 그렇게 되면 조금 인기 있는 프로그램이 과거 같으면 한 번 어느 방송에서든지 틀고 나면 다른 방송사에서 별로 관심을 가지지 않는 경우가 있는데 이렇게 할 경우에는 종편이나 또는 애니메이션 전문채널에서도 각자 자기들 최초 편성이 되니까 다시 편성할 수 있는 기회가 많아진다, 그래서 인기 애니메이션의 경우에는 유통경로가 확대된다는 그런 의미인 모양이지요?

○ 김재영 방송기반국장

- 예, 그렇습니다.

○ 허원제 부위원장

- 그래서 지금 애니메이션 업계에서는 이것을 찬성하는 것입니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 애니메이션진흥협회 쪽에 의견수렴 할 때에는 고품질의 우수한 애니메이션 유통경로가 확대되기 때문에 긍정적이라고 해서 수용의사를 이야기했습니다. 다만, 아주 품질이 떨어지는 애니메이션을 제작하는 업체가 있는 경우에 신규편성 기회가 조금 축소될 우려가 있습니다. 그렇지만 시청자 측면에서 품질이 떨어진 애니메이션 업계까지 보호하는 것은 적절치 않다는 의견이었던 것 같습니다.

○ 허원제 부위원장

- 어쨌든 우리가 애니메이션 부분에 관해서도 정책적으로 관심을 가져야 할 부분인데, 이 정책이 과연 좋은 방향으로 작동하는지에 대해서 좀 더 관심을 가지고 봐야 할 것 같습니다.

○ 최성준 위원장

- 다른 의견 더 없으시면 이 안건은 원안대로 접수하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 접수하겠습니다.

8. 기 타

○ 최성준 위원장

- 오늘 상정된 안건 처리는 이것으로 마쳤습니다. 다른 논의사항 있습니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 그러면 다음 회의는 아까 제가 모두에서 말씀드렸던 것처럼 내일 오전 9시 30분에 개최하도록 하겠습니다. 수고하셨습니다.

9. 폐 회

○ 최성준 위원장

- 이상으로 제40차 방송통신위원회 회의를 모두 마치겠습니다.

(의사봉 3타)

【 11시 41분 폐회 】