

방송통신위원회 속기록

☐ 회 의 명 : 제71차 방송통신위원회 회의

☐ 회의일시 : 2015. 12. 23.(수) 14:00

☐ 장 소 : 방송통신위원회 4층 회의실

☐ 참석위원 : 최성준 위 원 장
김재홍 부위원장
허원제 상임위원
이기주 상임위원
고삼석 상임위원 (5인)

☐ 불참위원 : 없 음

제71차 방송통신위원회 회의 속기록

【 14시 00분 개회 】

1. 성원보고

○ 최성준 위원장

- 천지현 의안·정책관리팀장님, 성원 보고해 주십시오.

○ 천지현 의안·정책관리팀장

- 재적위원 전원이 참석하셔서 성원이 되었음을 보고드립니다.

2. 국민의례

○ 천지현 의안·정책관리팀장

- 국민의례가 있겠습니다. 모두 일어서 전면의 국기를 향해 주십시오. 국기에 대하여 경례, 바로 자리에 앉아 주십시오.

3. 개회선언

○ 최성준 위원장

- 2015년도 제71차 방송통신위원회 회의를 개의하겠습니다.

(의사봉 3타)

4. 지난 회의록 확인

○ 최성준 위원장

- 제67차 이후 회의록과 속기록은 위원님 확인이 끝난 후 다음 회의에서 접수하기로 하고, 제62차, 제64차 회의의 회의록과 속기록을 확인하고 접수하도록 하겠습니다. 제출된 회의록과 속기록에 이의 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 그럼 동의하신 대로 접수하도록 하겠습니다.

5. 회의공개 여부 결정

○ 최성준 위원장

- 오늘 회의에는 <의결안건> 1건, <보고안건> 2건이 상정되었습니다. 이 안건들을 공개로 심의하는데 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 그럼 오늘 회의는 공개로 진행하겠습니다.

6. 의결사항

가. 2015년도 지상파이동멀티미디어방송국 재허가에 관한 건 - 한국방송공사(지역) (2015-71-304)

○ 최성준 위원장

- <의결사항 가> ‘2015년도 지상파이동멀티미디어방송국 재허가에 관한 건’에 대하여 전영만 방송정책국장님 보고해 주십시오.

○ 전영만 방송정책국장

- 먼저 의결 주문입니다. 2015년 12월 31일에 허가유효기간이 만료되는 한국방송공사의 지역 지상파이동멀티미디어방송국에 대해 허가유효기간을 3년으로 하되 <붙임 1>과 같이 조건을 부과하여 재허가를 의결한다. 본 안건의 제안이유는 2015년 12월 31일에 허가유효기간이 만료되는 한국방송공사의 지역 지상파이동멀티미디어방송국의 방송국에 대한 재허가를 심의·의결하기 위함입니다. 주요 경과와 다음 페이지 재허가 심사위원회 구성·운영에 대한 설명은 생략하겠습니다. 4페이지의 심사평가 결과를 보고드리겠습니다. 4페이지에 있는 심사평가 결과입니다. 심사평가 결과 평가점수는 재허가 기본계획에서 제시한 기준 점수인 650점을 상회하는 701.48점을 획득하여 재허가 요건을 충족하고 있습니다. 다음 페이지입니다. 심사위원회의 주요 평가의견입니다. 먼저 허가 유효기간과 관련해서는 지상파DMB는 스마트미디어 확산 및 미디어시장의 환경변화에 따라 이동방송 매체로서의 경쟁력 약화 및 수익구조 개선에 어려움이 있어 지상파DMB 정책의 근본적인 재검토를 위해 허가기간을 3년으로 부여하는 것이 적정하다는 의견이 있었습니다. 재허가 신청사업자에 대한 심사의견과 관련해서 지상파DMB의 전용 콘텐츠 개발 및 편성비율 확대 등을 통하여 지상파DMB의 매체적 역할을 제고하기 위한 노력이 필요하고, 지상파DMB의 이동방송 특성을 잘 활용하지 못하고 있는 점을 고려하여 서비스, 기술, 콘텐츠 강화를 위한 연구개발에 적극적인 노력이 필요하며, 지상파DMB에 대한 경영진의 관심도가 낮고 서비스 활성화에 대한 의지가 약하므로, 정책당국과 긴밀한 협의를 통해 지상파DMB 사업 전반에 대한 개선 노력이 필요하다는 의견이 있었습니다. 정책 건의사항입니다. 방송통신위원회가 부과하는 재허가 조건에 대한 정례적인 이행 점검을 통하여 재허가 신청 사업자가 재허가 조건을 적극적으로 이행하도록 유도할 필요가 있으며, 지상파DMB가 무료 보편적 서비스이자 재난방송 매체인 공익적 서비스인 만큼 서비스 품질 제고 및 활성화를 위한 종합적인 정책방안 마련이 필요하다는 의견이 있었습니다. 다음 페이지입니다. 미래창조과학부 기술심사 결과입니다. 지상파DMB방송국 재허가에 필요한 기술적 조건을 충족하고 있으므로 재허가를 하되, 허가 시 방송국 운영에 필요한 사항을 부관사항으로 명기할 필요가 있다는 의견이 있었습니다. 최종 검토 의견입니다. 한국

방송공사의 지역 지상파DMB방송국에 대한 재허가 심사위원회의 심사결과 재허가 기준 점수인 650점 이상을 획득하였고, 미래창조과학부 기술심사 결과 지상파DMB방송국 재허가에 필요한 기술적 요건을 충족하고 있으므로 재허가를 하되 허가유효기간은 재허가 심사위원회의 심사의견에 따라 3년으로 부여하는 것이 타당하다고 생각합니다. 또한 재허가 심사위원회의 심사의견과 미래창조과학부의 기술심사 결과 등을 반영하여 <붙임 1>과 같이 재허가 조건을 부과할 필요가 있습니다. 그리고 재허가 심사위원회의 정책 건의사항 중 지상파 DMB 서비스 제고방안 마련을 위해 이해관계자 및 전문가와의 근본적인 심도 있는 논의를 통해 지상파DMB의 종합적인 정책방안 마련을 추진하고, 재허가 조건의 적극적인 이행을 유도하기 위해 정례적인 이행점검을 추진할 필요가 있습니다. 향후 계획입니다. 금년 12월 중에 방송국 허가증을 교부하고 재허가 심사결과를 공표할 계획입니다. 이상입니다.

○ 최성준 위원장

- 수고하셨습니다. 우선 이번 KBS DMB 방송국을 비롯해서 7개 방송사의 DMB 재허가 심사를 위해서 오랫동안 고생해 주신 부위원장님께 감사드립니다. 보고받은 내용에 대해서 의견 있으면 말씀해 주십시오. 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 검토의견에는 ‘종합적인 정책방안을 마련한다. 그리고 정례적인 이행점검을 추진할 필요가 있다’고 했는데 검토의견상에만 들어있는 것입니까, 실제로 앞으로 그것을 하겠다는 것입니까?

○ 전영만 방송정책국장

- 정책 건의사항에 들어있는 것이고 그런 건의에 대해 저희가 필요시 그와 같은 것을 할 수 있을 것 같습니다.

○ 이기주 상임위원

- 그렇게 말을 애매하게 합니까? <7>번 검토의견 세 번째 동그라미에 ‘지상파DMB의 종합적인 정책방안 마련을 추진하고, 재허가 조건의 적극적인 이행을 유도하기 위해 정례적인 이행점검을 추진한다’라고 되어 있지 않습니까? 사무처 의견이 그렇게 하겠다는 것입니까, 아니면 말만 그렇게 써 놓은 것입니까? 무엇입니까?

○ 전영만 방송정책국장

- 필요하기 때문에 하겠다는 것입니다.

○ 이기주 상임위원

- 제 이야기는 향후 계획에 허가증 교부, 심사결과 공표는 당연히 해야겠지만 지난번에 DMB의 종합적인 정책방안 마련이 필요하다고 모든 위원님들이 다 이야기를 했으니까 앞으로 계획에 정책방안 마련을 위해 팀을 어떻게 꾸리고 언제까지 무엇을 하고 이런 계획이 있어야 하지 않느냐는 생각입니다. 그리고 정례적인 이행점검은 언제 어떤 주기로 어떻게 한다는 이야기입니까?

○ 전영만 방송정책국장

- 아직 구체적인 것까지 계획은 세우지 않았습니다. 그리고 종합적인 정책방안 마련 관련해서는 지금 연구용역을 추진 중에 있어서 초안이 어느 정도 다듬어지고 있는 상황입니다. 그래서 방안에 대해서는 내년 초까지는 어느 정도 마련해 볼까 생각 중입니다.

○ 이기주 상임위원

- 제 의견은 뭐냐 하면 이것이 허가심사 결과이고 기본적으로 어떤 조건으로 어떻게 허가하겠나, 유효기간은 언제다 이것이 주 내용이 되겠지만 종합적인 정책방안 마련이나 이행점검은 중요한 것이라서 향후 계획에 일정을 넣고 실제로 그것을 추진해야 하지 않나 이런 생각으로 말씀드린 것입니다.

○ 최성준 위원장

- 또 다른 의견 있으십니까? 부위원장님 말씀하시지요.

○ 김재홍 부위원장

- DMB 심사를 담당했던 상임위원으로서 작년에 중앙 지상파DMB, 금년에 지역 지상파DMB에 대한 재허가 심사를 끝냈습니다. 지난번에도 말씀드린 것처럼 DMB의 향후 장래에 대해서 근본적이고 종합적인 대책을 강구해야겠다는 것이 이구동성으로 나온 이야기입니다. 작년부터 최고경영자인 사장들이 다 참석해서 의견을 진술했고 심사위원들이 그것을 경청하고 심사를 했습니다. 올해는 KBS 사장이 신임으로 취임하는 바람에 직접 참석하지 못하고 부사장과 편성책임자가 왔습니다만 불참사유서를 제출하는 것으로 대리 의견진술을 심사위원회가 허락해서 그렇게 진행을 했습니다. 그러나 KBS는 평소에 방송통신위원회 방송평가점수가 매우 높아서 DMB 심사 결과도 성적은 매우 좋습니다. 작년 이후에 DMB 정책을 종합적으로 검토하기 위한 연구과제가 진행 중인 것으로 알고 있고, 정례적인 이행점검은 사무처가 좀 더 검토해서 필요한 것을 수립해 주기를 부탁드립니다. UHD가 도입되면 또 모바일을 통한 방송 수신이 가능하다는 이야기가 있기 때문에 함께 곁들어서 종합적인 검토를 해야 할 것 같습니다. 그것을 잘해 주시기를 부탁드립니다.

○ 전영만 방송정책국장

- 예, 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 다른 의견 더 있으십니까? 그러면 지금 이기주 위원님과 부위원장님께서 지적하신 그 부분은 향후 계획에 당연히 들어가야 할 내용이긴 하지만 지금 이 안건은 재허가에 관한 건이니까 일단 이 상태로 의결하도록 하고, 그다음에 종합적인 정책방안 마련이나 정례적인 이행점검에 대해서는 별도로 계획을 수립해서 나중에 위원님들께 보고해 주시기 바랍니다.

○ 전영만 방송정책국장

- 예, 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

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

7. 보고사항

가. 2015년도 방송시장경쟁상황평가 결과에 관한 사항

○ 최성준 위원장

- <보고사항 가> ‘2015년도 방송시장 경쟁상황 평가결과에 관한 사항’에 대하여 김재영 방송기반국장님 보고해 주십시오.

○ 이기주 상임위원

- 위원장님, 안건 내용이 많은데 티타임 때 자세히 설명도 됐고 위원님들이 논의도 많이 하신 것 같은데 제 생각에는 최대한 간추려서 보고하는 것이 어떨까 싶습니다.

○ 최성준 위원장

- 요약해서 보고해 주시고, 그다음에 이 내용 중에 의미 있는 부분만 선정해서 간략하게 해주시기 바랍니다.

○ 김재영 방송기반국장

- 보고드리겠습니다. 방송법 제35조의5에 따라 실시한 2015년도 방송시장경쟁상황평가 결과(안) 및 향후 추진계획을 보고드리겠습니다. 평가 목적은 방송시장 현황과 경쟁상황에 대한 객관적인 평가를 실시하여 방송시장에 대한 합리적인 규제 및 효율적인 경쟁정책 수립의 근거로 활용하기 위함입니다. 추진 경과는 9월 18일 경쟁상황평가위원회에서 시장획정안을 확정하고, 12월 4일 경쟁상황 평가결과를 심의한바 있습니다. 평가절차와 방법은 전년과 같습니다. 시장획정안에 대해서도 전년과 마찬가지로 유료방송시장, 채널 거래시장, 프로그램 거래시장, 방송광고시장으로 획정했으며 아래 <표>와 <그림>을 참조하시면 되겠습니다. 다음 페이지 '14년도 방송시장 총괄 개관입니다. 전체 방송시장 규모는 전년 대비 4.9% 증가한 14조 7,200억원으로 성장했으나 성장률은 둔화 추세를 유지하고 있습니다. IPTV와 종편 PP가 각각 33.2%, 31.2%로 증가해서 후발 방송사업자가 방송시장 규모 확대를 주도하고 있습니다. 반면에 지상파방송은 전년대비 2.8%, 홈쇼핑 PP 매출액은 전년대비 1.7% 증가하여 성장속도가 크게 감소하고 있음을 보여주고 있습니다. 아래 <표>는 참조하시면 되겠습니다. 방송시장 경쟁상황을 총괄적으로 말씀드리면 IPTV, 종편PP 등 후발사업자의 성장으로 유료방송 플랫폼의 가입자 집중도, PP의 프로그램 제공 매출액 집중도, 방송광고 시장 집중도는 감소 추세를 유지하고 있고, 외주제작 프로그램 수요집중도는 정체 상태입니다. 시장 집중도 지표 변동 추이는 참고하시면 되겠습니다. 유료방송 시장은 크게 IPTV는 성장을 지속하고 SO는 역성장을 했습니다. SO 매출액이 전년대비 1.4%가 감소한 2조 3,462억원으로 사상 최

초로 역성장을 기록했습니다. SO 수신료 매출액은 전년대비 8.7%가 감소한 1조 645억원으로 최초로 IPTV 1조 2,148억원에 뒤처졌습니다. IPTV가 SO를 넘어섰습니다. 디지털 및 결합 가입자 증가세는 계속 지속되고 있습니다. '14년 기준 디지털 가입자와 결합 가입자 비중은 각각 72.7% 및 41.4%이며, 지상파방송 및 방송채널사용사업자의 수익성은 악화되고 있습니다. 지상파 방송3사 모두 영업이익률이 적자로 전환됐고, 종편을 제외한 일반 PP의 영업이익률도 감소 추세입니다. '13년도 1.5%, '14년도 0.5%입니다. 다음 페이지입니다. 방송사업자의 매출 구조는 다변화되고 있습니다. 방송광고가 여전히 지상파나 PP의 가장 큰 수입원이긴 하지만 그 비중과 절대규모가 감소 중이며, 대신에 협찬 매출, 지상파 재송신 매출, 프로그램 제공 매출, 프로그램 판매 수입은 증가 추세를 유지하고 있습니다. 그래서 매출구조는 다변화되고 있음을 보여주고 있습니다. 방송프로그램 수급 방식도 변화했습니다. 지상파와 PP는 자체제작비가 감소하고, 외주제작비와 구매비는 증가해서 수익성 악화 등 환경변화에 대응해서 지상파나 PP의 프로그램 수급 방식이 변화되고 있음을 보여주고 있습니다. PP는 특히 전체 제작비 규모가 감소한 가운데 구매를 통한 프로그램 수급 비중이 전년 대비 10.4%p가 증가한 39.1%를 보여주고 있습니다. 다음 페이지입니다. 4개 시장별 주요 평가결과입니다. 먼저 유료방송시장 현황 개요는 생략하겠습니다. 평가결과를 말씀드리면 유료방송시장에서 IPTV가 상승세를 유지하고 있다는 특징이 되겠습니다. 처음으로 가입자 1,085만으로 1,000만 가입자를 넘어섰고, 유료방송시장에서 가입자 증가가 198만인데 IPTV는 214만명의 순증을 기록해서 점유율도 상승을 하고 있음을 보여주고 있습니다. 상대적으로 SO는 가입자가 감소했음을 보여주고 있습니다. 시장집중도도 감소 추세에 있습니다. 유료방송 권역별 시장집중도 평균은 '14년 3,816으로 '13년에 비해 하락세가 계속되고 있고, 디지털 가입자가 70%를 돌파했습니다. IPTV 증가세와 SO 가입자 중에 디지털케이블TV가입자 비중이 증가하였음을 보여주고 있습니다. 요금 수준은 SO는 하락했고, IPTV는 상승했습니다. 평균 유료방송요금 수준을 가늠할 수 있는 “VOD 수입을 제외한 수신료 기반 가입자당 매출”에서 SO는 '13년 대비 약 889원이 하락한 5,079원이고, IPTV 3사는 '13년 대비 242원이 상승한 6,967원이 되겠습니다. 대조적인 결과를 나타내고 있습니다. 영업이익률 하락 속에서 홈쇼핑송출 수수료 의존도가 SO의 수신료 매출에서 증가하고 있음을 보여주고 있습니다. 유료방송시장의 경쟁상황평가 결과 시사점은 사업자별 시장점유율 집중도, 1위 사업자 점유율이 50% 이상인 구역수도 감소세가 유지되는 등 경쟁상황은 개선 추세가 지속되고 있습니다. 다만, SO의 점유율이 감소되는 가운데 결합상품과 VOD 경쟁력을 앞세운 IPTV 주도의 시장성장 추세가 향후 유료방송시장에 미칠 영향에 대해서는 계속 관찰할 필요가 있다고 할 수 있습니다. 다음 페이지입니다. 유료방송시장에서 방송통신 결합상품 시장을 별도로 분석을 했습니다. 이것은 '15년 6월 기준으로 결합상품 가입자가 1,199만으로 '14년 말 대비 6개월 만에 5.7%가 증가하고, 유료방송가입자의 42.3%가 결합상품을 이용하고 그 비중도 확대 추세에 있습니다. 사업자별 결합상품 점유율은 가입자 기준으로 KT 33.6%, SKB 26.6%, LGU+ 17.2%로 IPTV가 77.5%를 차지하고 SO는 22.5%가 되겠습니다. 방송과 이동전화 포함 결합상품 가입자는 496만명으로 '14년 말 대비 17.7%가 증가했고, 반면에 방송과 유선 결합상품 가입자 수는 703만명으로 감소를 했습니다. 시사점입니다. 방송통신 결합상품을 이용한 유료방송 이용이 증가 추세에 있고, 이동전화 포함 방송통신 결합상품 이용자 증가세가 두드러지고 있습니다. 이에 유료방송시장에서 SO의 상대적 경쟁력 저하 가능성, 향후 유료방송 플랫폼 사업자간 경쟁에 미칠 영향에 대해서는 면밀한 검토가 필요하다고 하겠습니다. 유료방송시장에서 VOD를 별도

로 분석했습니다. VOD 매출 신장세는 지속됐습니다. 유료방송의 VOD 매출액이 '14년 5,674억원으로 전년 대비 31%가 증가했습니다. 전체 유료방송 수신료 매출에서 VOD 매출 비중도 21.4%로 전년 대비 3.7%p 증가하였습니다. IPTV 3사가 VOD 매출의 70%를 차지하고 있습니다. 다음 페이지입니다. 유료방송 VOD는 지상파와 영화가 중심으로 되고 있습니다. 시사점은 VOD 비중의 증가가 플랫폼 간 경쟁, 지상파 매출의 구조 변화, PP 프로그램 사용료 배분에 미치는 영향 등을 지속적으로 분석할 필요가 있겠습니다. OTT 관련 별도 분석사항입니다. OTT는 이용자 대상 설문 조사 결과, 국내 가입형 OTT 서비스 중에서 IPTV 3사의 OTT 서비스나 지상파의 폭(pooq), CJ헬로비전의 티빙(tving)이 상대적으로 이용자가 많은 것으로 추정되고 있고, OTT 서비스는 유·무료 실시간채널, 유·무료 VOD를 함께 제공하고 있고, 월정액 모형, 또는 프로그램별 과금, 광고 등이 혼용된 사업모델을 운용 중에 있습니다. OTT 서비스는 유료방송 보완재로 활용되고 있습니다. 다음 페이지입니다. OTT 서비스가 활용되고 있으나 전체 시청자 중에서 아직은 일부만이 유료로 서비스를 활용하고 있는 것으로 설문조사 결과를 추정할 수 있어서 유료시장에 대한 영향력을 판단하기는 이른 수준으로 평가됩니다. 향후 국내 OTT 시장과 기존 유료방송시장에 대한 영향은 계속 관찰하고 분석할 필요가 있겠습니다. 두 번째, 방송채널 거래시장의 경쟁상황평가입니다. 먼저 채널거래시장에서 PP와 플랫폼 간의 유료방송 채널거래시장에 대해서 살펴보겠습니다. 시장은 데이터, 라디오, VOD PP를 제외한 일반 PP의 방송프로그램 매출액은 전년 대비 7.7% 증가한 6,106억원이 되겠습니다. CJ계열 시장점유율이 32.9%, 2위가 MBC계열 6.8%, 3위가 SBS 5.6%로 1위 사업자와 2, 3위 사업자의 간격이 아직도 상당한 상황입니다. 다음 페이지입니다. 유료방송 채널거래시장의 전체 시장집중도는 완화 추세에 있습니다. 상위 3대 사업자의 점유율과 시장집중도 추세가 감소 추세에 있습니다. 시청률 기준 시장집중도 지수도 종편의 시청률이 증가해서 전년 대비 다소 증가했지만 전반적으로 감소 추세가 반전되었다고 보기는 어렵습니다. 왜냐하면 작년도에 HHI 지수가 682였고, '14년도 716으로 별로 차이가 크지 않습니다. 유료방송 채널의 중요도는 증가하고 있습니다. 종편과 주요 MPP 채널이 활성화되어서 방송서비스 이용에서 유료방송채널의 중요성이 지속적으로 높아지고 있습니다. 설문조사 결과 유료방송을 이용하는 동기 중에서 가장 중요한 요인이 비지상파채널의 방송콘텐츠 이용으로 나타나고 있습니다. 이것이 '14년 35%에서 '15년 설문조사 때는 38.2%로 증가되었습니다. 방송채널 거래시장에서 제작비는 소폭 감소했습니다. 일반 PP의 전체 프로그램 제작비 규모는 '14년 1조 3,775억원으로 전년 대비 1.5% 감소해서 2년 연속 감소하고 있습니다. 비중편 일반 PP 채널의 제작비는 1조 1,501억원으로 전년 대비 6.63% 증가했지만 종편채널 제작비는 2,274억원으로 감소했습니다. 시사점입니다. 유료방송채널의 방송 프로그램 제공 매출액은 성장세를 유지하고 있고, 1위 사업자인 CJ계열 MPP와 여타 상위 사업자의 점유율 감소로 채널거래시장에서 시장 집중도는 완화 추세를 유지하고 있습니다. 다음 페이지입니다. 지상파 재전송 대가 지급 규모 증가, 종편채널 활성화 등이 다른 PP들의 방송프로그램 제공 매출에 미치는 영향 등에 대해서는 면밀한 관찰이 필요하다고 하겠습니다. 지상파 채널 재전송권 거래시장을 보겠습니다. IPTV와 SO의 디지털 가입자가 증가했기 때문에 지상파 재전송권 시장 규모는 1,551억원으로 전년 대비 23.6%가 증가했습니다. 지상파 매출액 중 재전송 수익이 차지하는 비중도 3.87%로 전년 대비 0.65%p가 증가했습니다. 평가결과입니다. KBS, MBC, SBS의 지상파 채널 각각의 필수재적 성격으로 인해 지상파 3사별 재전송권 시장이 확정되어 시장집중도는 높은 편입니다. 시청행태 변화로 지상파의

중요성은 낮아지고 있지만 지상파를 여타 유료채널로 대체할 가능성은 낮다고 보입니다. 그리고 일부 대형 유료방송 플랫폼은 광고매출에 대한 기여와 대량 구매 등을 통해 지상파에 대한 높은 수준의 협상력을 보유할 수 있다고 보입니다. 다음 페이지입니다. 시사점입니다. 지상파 재전송권 거래시장은 공급측의 집중도가 높고 수요자의 대응력 역시 상당한 수준이어서 지상파 3사의 공급과 유료방송 플랫폼의 수요 양측에서 모두 경쟁제한적인 행위가 나타나 방송이용자 피해 발생 가능성이 존재합니다. 향후 종편 등 비지상파 채널의 경쟁력 향상 시 지상파와 유료채널간 수요 대체 가능성이 증가할 수 있어서 관련 시장변화는 지속적으로 점검할 필요가 있다고 하겠습니다. 세 번째로 방송프로그램 거래시장입니다. 이것은 외주제작 프로그램을 지상파, PP와 거래하는 시장이 되겠습니다. '14년 기준 전체 외주제작비 규모는 8,020억원으로 전년도의 7,269억원에 비해 10.3%가 증가했고, 납품실적이 있는 외주제작사는 '13년 611개에서 '14년 549개로 62개가 감소했습니다. 다음 페이지입니다. 외주제작사와 지상파, PP 간의 방송프로그램 거래시장에서 수요집중도는 전년도와 유사한 1,616으로 나타났습니다. 수요점유율 기준 상위 3개 사업자와 시장집중도는 종편 진입 이후에는 크게 줄었지만 최근에는 줄어드는 추세가 둔화되고 있습니다. 시사점입니다. 종편 및 대규모 MPP의 외주프로그램에 대한 수요 증가 속도가 둔화됨에 따라 수요집중도 완화 추세는 정체된 상태입니다. 외주시장 이슈는 수요집중도뿐만 아니라 공급자가 많은 특수한 도매시장의 상황에 기인함으로써 수요집중도 완화만으로는 시장상황 개선에 한계가 있기 때문에 외주제작사 대형화 등 공급측면의 구조적 변화가 필요하다고 하겠습니다. 마지막으로 방송광고시장입니다. 방송광고 및 협찬매출은 '13년 대비 0.8% 감소한 3조 6,718억원이 되었습니다. 방송광고시장에서는 전년 대비 4.3%가 감소한 3조 833억원이고, 다만 협찬매출액은 전년 대비 22.6%가 증가한 5,885억원이 되었습니다. 다음 페이지입니다. 평가결과입니다. 방송광고 시장에서 지상파3사계열의 광고매출 시장점유율은 '14년도 63.7%로 전년보다 감소하고 있습니다. 반면에 종편4사계열 광고·협찬 점유율은 전년 대비 1.7%p 증가한 10%로 상승했습니다. 광고매출액 기준 HHI지수는 감소 추세를 나타내서 시장집중도는 완화 추세를 유지하고 있습니다. 시사점입니다. 상위사업자인 지상파3사계열의 시장점유율은 하락하고 있는데 반해, 종편4사계열의 점유율이 증가하면서 시장집중도는 완화 추세를 유지하고 있습니다. 지상파3사계열의 점유율이 하락하고 있으나 광고제도 변화에 따른 시장구조 변화 가능성도 존재하므로 시장상황에 대해서는 지속적으로 관찰과 분석이 필요하겠습니다. 향후 계획입니다. 내년 3월까지 국회에 방송시장경쟁상황평가 결과를 보고하도록 하겠습니다. 이상입니다.

○ 최성준 위원장

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

○ 고삼석 상임위원

- 앞에 안건도 마찬가지로인데 여기 보면 저희가 국회에 보고하는 것으로만 향후 계획이 나와 있는데 지금 방송시장경쟁상황평가는 보시다시피 지상파, PP, IPTV, SO 방송사업자 전반에 걸쳐 저희들이 조사한 자료이지 않습니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 예.

○ 고삼석 상임위원

- 이 조사결과를 보면 상당한 함의를 끄집어낼 수 있는 것 같습니다. 정책적으로 이것은 어떻게 활용이 됩니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 각 실·국에서 정책 수립할 때 참고자료로 활용할 수 있겠고, 사실 방송통신 결합상품 시장은 계속 증가 추세에 있기 때문에 지속적으로 관찰할 필요가 있다고 봅니다.

○ 고삼석 상임위원

- 그렇게 단편적으로 말씀하지 마시고, 이것이 방송사업자 전반에 걸쳐 특히 최근에 관심의 대상이 되고 있는 결합상품 시장에 대해서까지 다 분석을 한 것입니다. 그러면 국회에 보고하는 것으로 끝나는 것이 아니라 ‘저희가 이것을 정책에 어떻게 반영할 것인가?’ 이 고민을 해야 하는 것입니다. 그러면 주무 국장님으로서 그것에 대한 나름대로 계획이 있어야 하는 것 아닙니까? 시장의 동향이나 살피기 위해서 우리가 한 것이 아니지 않습니까?

○ 이기주 상임위원

- 그것에 대해서 말씀드리면 경쟁상황 평가를 하는 방송기반국은 평가결과를 정책에 반영하는 부서가 아니고, 평가를 하는 부서입니다. KISDI를 통해 평가하는 부서와 그것을 실제로 업무에 활용할 부서가 나누어져 있는 것입니다. 그래서 제가 티타임 때 방송정책국, 이용자정책국 등 방통위 전체가 다 공유해서 토론해야 한다고 말씀드렸습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 주무 국장님께서 그런 논의의 자리는 만들어 주는 것이 좋지 않습니까? 생산하는 곳에서 배부를 하는 것입니다. 그래서 여쭙 보는 것입니다.

○ 이기주 상임위원

- 저는 고 위원님을 서포트하려고 발언했는데….

○ 고삼석 상임위원

- 저도 그렇게 이해했습니다. 더 적극적으로 활용하라는 취지에서 말씀드리는 것입니다.

○ 김재영 방송기반국장

- 작년에 이 결과를 방통위 각 실·국 직원들이 관심 있는 사항은 전부 공유할 수 있는 워크숍 형태로 한 번 위원님들을 모시고 발표한 적이 있었습니다. 그런 것처럼 한 번 방송기반국 소관에서 그런 계획을 하고, 사실은 외주제작비가 증가하고 자체제작비는 감소하고, 그다음에 PP는 제작보다는 구매로 돌아서는 상황들이 있습니다. 그래서 이것들을 보면 방송프로그램의 경쟁력이나 질적 향상 측면에서는 바람직하지 않은 모습입니다. 그래서 저희가 노력하

고 있습니다만 방송콘텐츠 제작시장의 선순환 구조를 위해 방통위, 미래부, 그리고 관련 부처들이 정말 큰 틀에서 한 번 검토해 볼 필요가 있다고 생각합니다. 아까 말씀하신 것은 방송통신 결합상품시장은 시사점이 많이 있기 때문에 해당 실·국과 정보공유를 하고 향후 정책 수립하는 데 반영하도록 하겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 그것을 좀 더 구체화해서 예를 들자면 올해는 힘들 것 같으니까 내년 초에 이것이 방송정책국, 방송기반국 그리고 결합상품도 나오기 때문에 이용자정책국 다 관련이 됩니다. 그래서 우선 모여서, 예를 들자면 경쟁상황평가를 통해 우리가 시사점을 얻고 이를 통해 정책방안을 마련하기 위해서 또는 좀 더 이 내용을 깊이 연구해서 대응방안을 마련하기 위해 필요한 것들의 주제를 10개든, 15개든 이렇게 선정하고 난 다음에 각 상임위원들과 다 같이 그런 정리된 주제를 가지고 논의하고, 그다음에 또 거기에서 어떤 결과가 나오면 그것을 다시 정리하고 그런 것을 2번 정도 반복하는 형태로, 그냥 막연하게 자료를 다 공유하고 '각 국에서 필요한 것 개별적으로 정책에 반영한다' 이러면 너무나 추상적이니까 그런 식으로 다른 국들과 협의해서 그렇게 체계적으로 계획을 세워서 한 번 진행해 보십시오. 계속 말씀하시지요.

○ 고삼석 상임위원

- 위원장님께서 제 생각을 잘 정리해 주셔서 감사합니다. 그래서 그 작업하는 과정에서 제가 간단히 코멘트를 몇 가지만 하겠습니다. 오늘 방송시장경쟁상황평가 결과를 보면 첫 번째 눈에 띄는 것이 SO의 역성장입니다. 매출이 감소했고, 수신료 매출도 IPTV에 추월당했다는 데 이것이 최근에 CJ헬로비전 매각 관련해서 SO들이 사양산업이나, 아니냐 이런 이야기를 하지만 이것만 보면 SO가 계속해서 역성장하고 있습니다. SO가 '어렵다' 물론 이것은 맞습니다만 다른 지표들, 예를 들어 수익률 지표를 보면 다른 제조업 평균에 비하면 여전히 상당히 높습니다. 이것이 무엇을 의미하느냐 하면 어떤 지표를 가지고서 그 업을 볼 것인가에 따라서 그 업에 대한 평가가 달라진다는 것입니다. 그렇기 때문에 저희가 그 부분들을 주목할 필요가 있는 것 같습니다. 두 번째, 외주제작과 관련해서는 특히 지상파 외주제작비율은 계속해서 증가를 하고 있지 않습니까? 그런데 과연 그것에 맞게 제작비가 상승하고 있는냐? 이것은 또 아닙니다. 즉, 편당 제작단가는 여전히 낮게 책정되어 있는 것으로, 그래서 여러 가지 외주제작 제도들을 저희들이 개선해 주지만 외주제작업체들의 제작비와 관련된 애로사항들은 여전히 많이 남아 있는 것 같습니다. 세 번째로 디지털 가입자가 그동안 정부의 노력과 사업자들의 투자들로 인해서 전체 유료방송가입자의 70%까지 차지하고 있습니다만 여전히 30%는 디지털 서비스로부터 소외되어 있는 상태인 것 같습니다. 결국 이런 디지털로부터 소외되어 있는 분들은 자발적인 소외자도 있겠지만 또 기술적으로 보면 충분히 전환해 주어야 함에도 불구하고 그에 대한 지원이 부족한 부분들도 고민이 필요하지 않나 싶습니다. 네 번째로 결합상품 가입자들이 계속해서 증가하고 있고 앞으로도 이 부분들은 계속해서 더 증가할 것으로 예상됩니다. 저희가 결합상품 관련된 가이드라인도 마련했습니다만 모바일 결합상품 시장에 대해서는 계속해서 공정경쟁이나 이용자 보호라는 측면에서 더 많은 관심과 관련된 정책 수립이 필요하다고 생각합니다. 마지막으로 눈에 띄는 것이 종편입니다. 이번 조사 결과 2가지 특징이 그것이지 않습니까? IPTV와 종편사업자들이 방송시장

의 성장을 견인했다, 그렇게 볼 수 있지요?

○ 김재영 방송기반국장

- 예, 그렇습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 지금 종편들의 매출액 신장도 상당합니다. 36%가 성장을 한 것이지 않습니까? 과장님, 정확히 얼마나 성장한 것입니까? 수치를 말씀해 주시지요.

○ 김재영 방송기반국장

- 31.2%가 성장해서 전년 대비 955억원 증가한 4,016억원이 되겠습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 제가 중간에 보니까 종편의 제작비가 상당히 줄었습니다. '13년도에 3,197억원에서 지난해 2,274억원으로 923억원이 줄었습니다. 비율로 보면 28.9%나 됩니다. 저희가 지난번에 종편들의 사업계획서 이행에 대한 시정명령도 내렸습시다만 이것은 납득이 안 됩니다. 국장님, 정책부서가 다룰 수 있습니다만 어떻게 보십니까? 이것을 정상적으로 볼 수 있습니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 아직까지 적자를 면치 못하고 있어서 비용을 절약하는 방침은 있는데...

○ 고삼석 상임위원

- 왜냐하면 매출이 대폭 늘어나서 종편4사 매출액이 4,000억원에 육박했습니다. 그러면 그에 상응해서 제작비가 늘어나는 것이 정상 아닙니까? 그렇지 않습니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 제작비 증가가 바람직합니다.

○ 고삼석 상임위원

- 이 부분들은 나중에 담당 부서의 정책과제로 전달할 때는 주요하게 점검해야 할 사안으로 전달해 주시면 좋을 것 같습니다. 그다음에 하나만 자료와 관련해서 물어보겠습니다. 11페이지 <표>를 보면 제일 밑에 한전케이드엔게열이 있지 않습니까? 이것이 YTN 게열을 이야기합니까?

○ 강준석 정보통신정책연구원 박사

- 예, 맞습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 그런데 법인으로 해서 그렇게 됩니까? 왜 이렇게 표현하지요? 이것이 나중에 발표가 되면 한전케이드엔게열이라면 방송 쪽에 있는 분들마저도 조금 낯설어할 수 있습니다. 굳이 이렇게

한전케이디엔계열로 쓴 이유가 있습니까?

○ 강준석 정보통신정책연구원 박사

- 주주가 누구인지를 기준으로 표기해 놓았습니다.

○ 고삼석 상임위원

- YTN계열 이렇게 표기해도 크게 문제가 되지 않는다면 써주는 것은 어떻습니까?

○ 강준석 정보통신정책연구원 박사

- 괄호로 해서 YTN계열로 명기하겠습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 그것이 이해가 빠를 것 같습니다.

○ 최성준 위원장

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ 김재홍 부위원장

- 자료는 굉장히 많고 여러 가지 유의미한 자료도 있는 것 같습니다만 저는 여기에서 우리가 정책적으로 필요한 함의를 갖는 것 3, 4개 짚어볼까 합니다. 우선 '상위사업자인 지상파방송 3사의 시장점유율이 하락했다', '종편4사계열의 점유율이 증가했다', 이것은 팩트입니다. 그런데 그렇게 해서 그것이 시장집중도가 완화됐다고 평가할 수 있습니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 경쟁이 강화됐다는 측면에서...

○ 김재홍 부위원장

- 경쟁이 활성화되고 시장집중도가 완화됐다고 이야기할 수 있습니까? 저는 이 평가는 아니라고 생각합니다. 지상파가 방송정책의 기본이라면 유료방송, 더군다나 종편4사는 거기에 비견할 만한 아직 비중이 아니라고 보는데 이것을 같이 비교해서 지상파가 하락하고 종편이 점유율이 올라갔다고 해서 경쟁이 활성화되고 시장집중도가 완화됐다는 것은 조금 문제가 있는 평가 아닙니까? 저는 왜 이렇게 됐느냐? 지금까지 비대칭 규제가 무료 보편 서비스인 지상파방송에 대한 비대칭 규제가 너무 심했다, 유료방송 쪽에만 일방적으로 혜택을 많이 줬다, 특혜를 많이 줬다, 그래서 이런 결과가 나오지 않았나 하는 생각이 듭니다. 방송광고제도 개선 시행한지 몇 달 됐지요?

○ 김재영 방송기반국장

- 9월 21일부터 해서 한 4개월째 되는 것 같습니다.

○ 김재홍 부위원장

- 석 달 됐네요?
- 김재영 방송기반국장
 - 예.
- 김재홍 부위원장
 - 광도제도 개선의 효과가 어떻게 더 나타나는지를 보고 좀 더 시장점유율의 변화를 지켜봐야 하는 것 아닙니까?
- 김재영 방송기반국장
 - 광고제도 개선 효과는 내년도에 관련 사업자, 전문가들로 해서….
- 김재홍 부위원장
 - 별도 평가할 것입니다. 그래서 비대칭 규제를 개선했다고 할까, 완화하는 것이 부족했다는 이야기가 많습니다. 저는 그렇게 생각합니다. 그다음에 또 하나는 SO의 가입자와 매출 외형이 하락하고 IPTV 측이 약진했는데 이것이 일시적인 현상입니까? 하나의 추세로 잡힌 것 같습니까?
- 김재영 방송기반국장
 - 지금 보서는 '14년을 계기로 해서 IPTV가 SO를 넘어서서 계속 그런 추세로 갈 것으로 판단합니다.
- 김재홍 부위원장
 - 그런데 외형이 그렇다는 것뿐이지 경영면에서는 아직도 SO가 흑자이지 않습니까?
- 김재영 방송기반국장
 - 예.
- 김재홍 부위원장
 - IPTV가 적자이지 않습니까?
- 김재영 방송기반국장
 - 예.
- 김재홍 부위원장
 - 이런 시장점유율과 외형 추세만 가지고 이야기하면 착각을 일으킬 수 있는 것이어서….
- 김재영 방송기반국장
 - SO 흑자는 분석해 보면 홈쇼핑 송출수수료가 큰 영향을 주고 있습니다. 그것을 빼면 적자로 보입니다.

○ 김재홍 부위원장

- 그리고 또 하나는 이것과 관련 있는 것 같지만 결합상품에 대한 시청자들의 선호도, 순위가 <불임>에 있습니까? 그래도 제일 선호도가 높은 것이 이동통신서비스지요?

○ 김재영 방송기반국장

- 향후 이용 의향자는 이통서비스가 있는 결합상품을....

○ 김재홍 부위원장

- 그리고 두 번째가 초고속인터넷이고, 세 번째가 유료방송서비스인 것 같습니다. 그런데 이통 서비스와 초고속인터넷서비스의 차이가 얼마나 납니까? 10% 이상 됩니까? 그래서 이동통신 서비스가 제일 선호도가 높기 때문에 그러면 이통시장의 1위 사업자가 역시 결합상품 시장에서 계속 유리한 것 아니냐, 지배력이 더 높아지는 것 아니냐 하는 우려가 지속적으로 있어야 할 것 같습니다. 아시다시피 이통시장에서 1위 사업자는 SKT입니다. 그리고 KT가 1위 사업자인 초고속인터넷, 역시 결합상품 선호도에서 2등인데 이통시장에서 2등입니다. 이것은 KT지요. KT가 강지요. 그래서 경쟁상황이라고 할까, 지배력 구조가 고착되어 갈 위험이 크다는 점을 주목해야 한다고 생각합니다. 유료방송서비스, 이것은 IPTV도 있고 스카이라이프도 있지만 역시 결합상품의 선호도가 우선 많이 떨어지는 것 같습니다. 그래서 SO가 계속 하락할 것 아니냐, 이렇게 분석도 할 수 있을 것 같습니다. 저는 이런 큰 흐름을 정책당국이 착안해서 정책을 펴야 한다고 생각합니다. 자료를 정리할 때 유의미한 것들 큰 흐름을 정리했으면 좋겠습니다.

○ 김재영 방송기반국장

- 예, 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 더 논의하실 것 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 저 뒤에는 경쟁상황평가를 직접 시행한 KISDI에서도 나와 계신데 혹시 KISDI 측에서 덧붙일 말씀 없습니까?

○ 강준석 정보통신정책연구원 박사

- 특별하게 없습니다. 아까 말씀하셨던 향후 정책방안은 준비를 해서 말씀하신 바를 충실히 이행토록 하겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 상의를 해서 아까 말씀드렸던 것처럼 이렇게 주제를 선정하면 10가지 정도는 나올 것 같습니다. 그래서 각각의 주제별로 주무부서가 딱 정해져서 다 같이 워크숍 형태로 논의하는 것을 추진해 보십시오.

○ 김재영 방송기반국장

- 예, 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 다른 의견이 더 없으시면 이 안건은 원안대로 접수하고자 합니다. 접수하겠습니다.

나. 「시청점유율 조사 기준 및 절차 등에 관한 지침」 제정안에 관한 사항

○ 최성준 위원장

- <보고사항 나> ‘「시청점유율 조사 기준 및 절차 등에 관한 지침」 제정안에 관한 사항’에 대하여 김재영 방송기반국장님 보고해 주십시오.

○ 김재영 방송기반국장

- 보고드리겠습니다. 고정형TV 시청점유율을 조사할 때 준수하여야 할 기본원칙과 패널의 구축·관리, 검증방안 등 조사기준 및 절차를 명확히 규정하여 조사의 정확성과 신뢰성을 제고하기 위함이 되겠습니다. 지침 초안은 10월 제5장, 제27조 형태로 구성을 해서 12월까지 5차례의 연구반 회의를 거쳐 검토를 했습니다. 미디어다양성위원회와 시청점유율 민관협의회 및 실무협의회에서 의견수렴을 했습니다. 주요내용을 보고드리겠습니다. 먼저 시청점유율 조사원칙입니다. 조사의 모집단은 전국 17개 시·도를 모두 포함하여야 하고, 표본 구성은 모집단 대표성을 확보할 수 있도록 확률표본 추출 방법을 활용하여야 하며, 무응답으로 인한 오차를 최소화하기 위해서 조사별로 최소 기준의 응답률을 확보하도록 하였습니다. 다음 페이지입니다. 기초조사의 시기는 매년 1회 이상 실시하는 것을 원칙으로 하며, 표본 규모는 최소 10,000가구 이상으로 합니다. 표본설계는 확률 표본추출 방법으로 하고, 조사과정 및 절차에 대한 검증을 실시하며, 모집단 특성을 반영할 수 있도록 신뢰성 있는 통계 산출방법을 활용하여 결과를 산출하고 체계적으로 관리하도록 하였습니다. 시청점유율 본 조사시에는 조사지역을 전국으로 하고, 조사 대상은 1대 이상의 TV가 있고 상업적 공간이 아닌 일반가구에 거주하는 만4세 이상의 가구원으로 하도록 했습니다. 패널 표집틀 구성은 확률 표본추출 방법을 원칙으로 하고, TV대수, 플랫폼 종류 등 주요 기준에 대한 층별 분할표에 최소 가구 수를 지정토록 했습니다. 패널은 확률 표본추출 방법으로 최소 3,000가구 이상 모집하고, 패널 대표성 평가를 정기적으로 실시하여 패널을 교체하도록 했습니다. 패널 대상 교육을 정기적으로 실시하고, 조사의 신뢰도 제고를 위해 패널에 대한 전화 동시조사 또는 설문조사 등을 연1회 이상 실시하도록 했습니다. 패널 대표성 평가는 패널 가구 및 가구원의 이상값 여부 등으로 판정하도록 했습니다. 다음 페이지입니다. 시청점유율 산정은 시청 시간 산출 기준을 30초 단위로 하고 불량 시청기록은 시청점유율 산정에서 포함하지 않도록 했습니다. 가중값은 가구 및 개인별로 대표성이 확보되도록 하며, 최종 가중값이 이상값 기준 범위를 벗어날 경우에는 원인을 파악해서 조치토록 했습니다. 시청점유율 조사 과정 및 결과 산출에 대해서는 검증을 매년 실시하도록 했고, 조사 검증은 전문기관에 의뢰토록 했습니다. 사후관리입니다. 방송사업자의 채널별 시청점유율은 방송통신위원회가 필요하다고 인정할 경우에는 미디어다양성위원회의 심의를 거쳐 공개하고, 패널 대표성 평가 결과 및 시청점유율 검증 결과 등을 시청점유율조사 사업평가에 반영하도록 했습니다. 향후 계획입니다. 위원회에 보고드려서 접수가 되면 이것을 시청률 조사회사에 제공해서 조사의 신뢰성, 정확성을 제고토록 하겠습니다. <붙임>은 지침안 전문이 되겠습니다. 이상 보고를 마치겠습니다.

○ 최성준 위원장

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

○ 고삼석 상임위원

- 제가 N스크린 시청점유율 조사 관련 민관협의회 의장을 맡고 있기 때문에 지난번에 관련해서 의견수렴을 했습니다. 그런데 여기에는 의견수렴한 내용은 포함이 안 되어 있지 않습니까? 과장님!

○ 김성규 미디어다양성정책과장

- 의견수렴한 내용이 총괄적으로 다 포함되어 있다고 보시면 될 것 같습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 제가 드리는 말씀이 뭐냐 하면 그때 민관협의회에서 사업자들을 대상으로 의견수렴할 때는 크게 이견은 없었습니다. 저는 그 부분을 명확히 남겨두고 싶습니다. 왜냐하면 실제로 나중에 이 지침에 따라 조사가 이루어지고 혹시 그 결과의 신뢰성이나 타당성에 대해 문제제기할 수 있기 때문에 분명히 제가 밝혀 두려는 것입니다. 민관협의회에서는 문제제기가 별로 없었습니다. 그리고 실무협의회 때는 어떻습니까? 구체적인 의견이 나온 것이 있습니까?

○ 김성규 미디어다양성정책과장

- 민관협의회 후에 실무협의회를 개최했습니다. 특별하게 이견을 제시한 것은 없었습니다.

○ 김재영 방송기반국장

- 추가적으로 보고드리면 이것은 고정형TV에 대해 지침을 그동안 해 왔던 것을 토대로 해서 시청률 조사회사에 적용될 수 있도록 지침을 만들었고, 향후에는 N스크린 통합 시청점유율에 대해서도 확대해서 지침을 만들도록 하겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 관리기관은 표본 규모를 최소한 10,000가구 이상 두도록 되어 있고, 그다음에 시청점유율 본 조사에 있어서 패널은 최소 3,000가구 이상 모집하도록 되어 있지요?

○ 김재영 방송기반국장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 올해 이 지침 적용은 당연히 안 받는데 올해 실제로 고정형TV에 대한 시청점유율을 조사했지 않습니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 올해 표본은 어느 정도였고 그다음에 패널은 어느 정도였습니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 저희가 기초조사는 20,000가구 이상 했었고, 패널도 3,000가구 이상 약 4,000가구 했습니다.

○ 김성규 미디어다양성정책과장

- 고정형은 4,000가구이고 VOD는 2,600가구입니다.

○ 최성준 위원장

- VOD는 2,600가구이고 표본규모는 아까 말씀하신 대로 20,000가구 정도 되지요?

○ 김성규 미디어다양성정책과장

- 표본은 20,000가구를 대상으로 면접조사를 했습니다.

○ 최성준 위원장

- 올해 표본은 새로 만드는 것입니까? 전에는 전화로 확인해서 표본 구성을 하지 않았습니까?

○ 김성규 미디어다양성정책과장

- 그렇습니다. RDD 방식으로 했었는데 그것이 부정확하기 때문에 올해는 기초조사를 가구면접 방문조사를 했습니다.

○ 최성준 위원장

- 직접 면접을 해서….

○ 김성규 미디어다양성정책과장

- 예, 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 그러면 현재하고 있는 조사도 이 기준에 크게 어긋나는 것은 아니지요?

○ 김재영 방송기반국장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 그런데 이 지침이 생김으로 인해서 좀 더 그런 것들을 엄격하게 확인하고 체계적으로 이용할 수 있도록 될 수 있었으면 좋겠습니다. 내년에는 VOD 조사도 가능하면 패널 3,000가구 이상 하는 것이 바람직하지 않겠습니까? 그러면 비용이 더 많이 듭니까? 어떻습니까?

○ 김성규 미디어다양성정책과장

- 말씀하신 표본 규모들은 저희가 고민해서 효율적으로 집행할 수 있도록 하겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 더 이상 의견이 없으시면 이 안건도 원안대로 접수하고자 합니다. 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 접수하겠습니다.

8. 기 타

○ 최성준 위원장

- 오늘 상정된 안건 처리는 이것으로 마치겠습니다. 다른 논의사항 있으십니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 없으시면 다음 회의는 12월 28일 월요일 오후 2시에 개최하도록 하겠습니다. 수고하셨습니다.

9. 폐 회

○ 최성준 위원장

- 이상으로 제71차 방송통신위원회 회의를 마치겠습니다.

(의사봉 3타)

【 15시 05분 폐회 】