

## 방송통신위원회 속기록

회의명 : 제8차 방송통신위원회 회의

회의일시 : 2015. 2. 12.(목) 09:30

장소 : 방송통신위원회 4층 회의실

참석위원 : 최성준 위원장  
허원제 부위원장  
김재홍 상임위원  
이기주 상임위원  
고삼석 상임위원 (5인)

불참위원 : 없음

---

## 제8차 방송통신위원회 회의 속기록

---

【 09시 30분 개회 】

### 1. 성원보고

- 최성준 위원장
  - 최현숙 의안조정팀장, 성원보고해 주십시오.
- 최현숙 의안조정팀장
  - 재적위원 전원이 참석하셔서 성원이 되었음을 보고드립니다.

### 2. 국민의례

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

### 3. 개회선언

- 최성준 위원장
  - 2015년 제8차 방송통신위원회 회의를 개의하겠습니다.

(의사봉 3타)

### 4. 지난 회의록·속기록 확인

- 최성준 위원장
  - 제6차 회의의 회의록과 속기록, 제7차 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

- 제7차 서면회의 결과, <의결안건> 1건이 원안대로 의결되었습니다. 자세한 내용은 별도로 배포해 드린 서면회의 결과보고 자료를 참조하여 주시기 바랍니다.

## 5. 회의공개 여부 결정

### ○ 최성준 위원장

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

안건 심의를 시작하겠습니다.

## 6. 의결사항

### 가. 방송광고판매대행사업자 재허가 기본계획(안)에 관한 건 - (주)미디어크리에이트 (2015-08-008)

### ○ 최성준 위원장

- <의결사항 가> ‘방송광고판매대행사업자 재허가 기본계획(안)에 관한 건’에 대하여 김재영 방송기반국장 보고해 주시기 바랍니다.

### ○ 김재영 방송기반국장

- 방송광고판매대행사업자 재허가 기본계획(안)에 관한 건에 대해 보고 드리겠습니다. 금년도 재허가 대상은 (주)미디어크리에이트 단 한 곳이 되겠습니다. 2012년 8월 22일 최초 허가를 받은 (주)미디어크리에이트의 방송광고판매대행사업의 허가 유효기간이 금년 8월 21일 만료 예정에 따라, 동사의 재허가를 위한 허가기본계획을 심의·의결하고자 합니다. 기본계획(안)의 주요 내용을 설명 드리겠습니다. 먼저 허가 유효기간 만료 6개월 전까지 재허가 절차와 재허가 절차 기간 내에 재허가 신청을 하지 않으면 재허가를 받을 수 없다는 사실을 통지하고자 합니다. 다음은 3페이지입니다. 두 번째로, 재허가 신청서를 허가 유효기간 만료 3개월 전까지 사업계획서와 함께 접수하고 심사위원회를 구성·운영하고자 합니다. 심사위원장은 상임위원이나 외부전문가 중 방송통신위원회 위원장이 상임위원과 협의하여 위촉하도록 하겠습니다. 심사위원장은 심사평가에 참여하지는 않습니다. 심사위원은 방송, 광고, 회계 분야 등 관련 연구기관, 학회, 협회 등에서 추천받은 자 중에서 방통위원장이 심사위원장과 협의하여 10인으로 구성합니다. 심사대상 사업자와 직·간접적으로 이해관계가 없는 인사로 구성하고자 합니다. 허가 심사입니다. 심사위원회는 신청법인의 사업계획서 검토, 의견청취

등을 통해 평가하고 법령 및 허가기준에 따라 심사의견을 제시하며, 세부 심사절차는 먼저 미디어렘 신청법인의 대표자 결격 여부, 주식 또는 지분 제한 위반 여부 등 법률요건을 심사하겠습니다. 다음은 4페이지입니다. 이후 계량·비계량평가를 진행합니다. 법 제6조 및 허가고시에 따른 7개 심사항목에 대해 계량·비계량평가를 실시하며, 신용등급 등 재무상태의 건전성 관련 계량평가 6점과 비계량평가 94점으로 구분, 평가하게 되겠습니다. 심사사항별 세부 심사항목 및 배점은 <표>를 참조해 주시기 바랍니다. 하단을 보시면 각 심사 사항별로 100점 만점을 기준으로 60점 이상 그리고 총점이 70점 이상을 획득 시 적격 판정을 하게 되겠습니다. 다음은 5페이지입니다. 심사위원회의 허가심사 결과를 보고받고 방송통신위원회에서 재허가 여부를 결정하게 되겠습니다. 재허가 시에는 방송 및 광고산업 발전, 광고시장 공정경쟁 등을 위하여 필요한 허가조건을 부여할 수 있습니다. 향후 일정입니다. 허가유효기간 만료 통보를 2월 21일까지 완료하고, 5월 중순 재허가신청서를 접수하고, 6월에 재허가 심사를 거쳐 7월 중에 방통위원회 의결을 거쳐 재허가 여부를 결정할 예정입니다. 이상 보고를 마치겠습니다.

○ **최성준 위원장**

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

○ **고삼석 상임위원**

- 4페이지 심사항목 및 배점을 보면 두 번째 대항목에 “네트워크 지역지상파방송 사업자 지원방안의 적절성 및 실현가능성”이 있지 않습니까? 첫 번째 항목이 “법 제20조에 따른 방송광고 결합판매 의무를 이행하기 위한 지원방안이 구체적으로 적절할 것”, 그다음에 두 번째가 중요한 이슈입니다. “방송사업자 간 광고매출 배분기준이 합리적이고 공정할 것”, 그다음에 “방송광고 결합판매 지원 외의 광고판매” 즉 비결합판매 “지원계획이 구체적이고 적절할 것” 이렇게 세부항목 심사를 하게 되어 있지 않습니까?

○ **김재영 방송기반국장**

- 예.

○ **고삼석 상임위원**

- 그런데 제가 알기로는 지난번 (주)미디어크리에이트가 최초 허가를 받을 당시에 SBS 본사와 지역민방 간 광고판매의 매출규모나 결합판매비율 이런 것들은 어느 정도 서로 합의가 된 것으로 알고 있는데 지금 저희가 보겠다는 것은 어떤 것을 보겠다는 것입니까? 즉, 새롭게 그러한 지역방송들과의 광고판매 계약들을 다시 갱신해야 하는 것인지, 저희가 허가 심사대상에서 보고자 하는 구체적인 내용이 무엇인지를 말씀해 주시면 좋겠습니다.

○ **반상권 방송광고정책과장**

- 허가 심사할 때 이 부분은 기존에 최초 허가를 3년 했고 이번이 재허가이기 때문에 재허가는 5년입니다. 기존 최초 허가를 받고 3년 동안 지원방안이 구체적으로 어떻게 이행이 됐는지 그 이행된 부분도 점검하고 향후 5년 동안 재허가 기간이기 때문에 5년 동안 지역네트

워크 방송사와 결합판매, 두 번째가 전과료입니다. 또 세 번째가 비결합이기 때문에 그 부분에 대해 어떻게 적절하게 사업계획서를 제출하는지에 대해 저희들이 평가할 예정입니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 그러면 지금 현재 계약이 어느 정도 되어 있는 것으로 알고 있는데 SBS와 지역민방들 간의 계약내용이 근본적으로 달라질 가능성은 많지 않은 것이지요?

○ **반상권 방송광고정책과장**

- 최초 허가 시에도 SBS와 지역민방 그리고 (주)미디어크리에이트 3사 간에 먼저 당사자 간 합의를 했고 그 합의된 내용이 충실히 이행되도록 저희들이 허가조건에서 부여한 것입니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 알겠습니다. 한 가지만 더 말씀 드리면 다섯 번째, 재정능력 및 재정 건전성이 있고, <5-1> 자본금의 규모 및 조달방법 등이 적정할 것, <5-2> 신청 법인과 주요 출자자의 재무상태 등이 건전할 것, 이것이 각각 6점씩 배점이 되어 있지 않습니까? 통상 자본금의 규모 및 조달방법이라는 것은 최초 자본금을 출연할 때 보는 것 같은데 재허가 시에 이것을 또 보는 것 보다는 뒷부분 <5-2> 신청 법인과 주요 출자자의 재무상태 등이 건전할 것, 오히려 여기에 더 집중해야 하는 것이 아니냐는 생각이 듭니다. 어떻습니까?

○ **반상권 방송광고정책과장**

- 이 부분은 심사에 들어갔을 때 회계 쪽 전문가로 추천되신 분들과 충분한 논의를 통해 위원님 말씀하신 내용이 반영될 수 있도록 하겠습니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 제가 드리는 말씀은 지금은 자본금을 조달할..., 예를 들어 지금 자본금이 다 출연되어 있을 것 아닙니까? 그리고 증자를 해야 할 상황도 아니라면 자본금 조달방법의 적정성을 심사하는 것은 재허가 심사에서 적절치 않다는 생각이 듭니다. 그래서 말씀 드리는 것입니다.

○ **최성준 위원장**

- 자본금의 규모가 적정한지는 재허가의 경우에도 심사를 할 수 있을 부분인 것 같은데 지금 고 위원님 지적하신 것처럼 자본금 조달방법이 현재로서는 예정되어 있는 것이 없을 텐데 그것의 적정성이라는 것이 현재 심사사항으로 꼭 필요한 것이냐를 물어보시는 것 같습니다. 그 부분이 어떻습니까? 조달방법이라는...

○ **김재영 방송기반국장**

- 지금 재허가 심사사항과 항목이 법과 고시에 규정되어 있기 때문에 저희가 명시를 했고, 심사위원회에서 심사할 때 위원님들 우려하신 사항이 반영될 수 있도록 하겠습니다. 그래서 두 번째 항목인 현재 신청 법인과 주요 출자자의 재무상태 등 이런 것들이 고려가 되어서 할 수 있도록 하겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 세부 심사항목이 고시에 나와 있는 것을 그대로 옮긴 것입니까?

○ 반상권 방송광고정책과장

- 예, 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 그런데 고시는 허가과 재허가를 별도로 구분하지 않고 만들어졌던 것 같습니다. 용어 표현의 문제인 것 같은데 “5-1. 자본금의 규모 및 조달방법 등이 적정할 것”에서 “조달방법”이라는 말을 빼는 방법은 어떻습니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 삭제하고 위원장님 말씀하신 대로 수정해서….

○ 최성준 위원장

- 조달이 예상되어 있지 않은 상태인데 “조달방법”이라는 것이 심사항목으로 들어가 있다는 점이 부적절해 보이므로 위원님들께서 양해해 주시면 “조달방법”은 제외하고 비슷한 다른 자본상태를 볼 수 있는 표현으로 수정하려고 하는데 괜찮으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 또 다른 의견 있으십니까? 김재홍 위원님 말씀하십시오.

○ 김재홍 상임위원

- (주)미디어크리에이트의 광고매출 대행을 받는 방송사가 몇 개나 되지요?

○ 김재영 방송기반국장

- 지금 지역민방 9개사와 OBS 해서 10개사가 되겠습니다.

○ 김재홍 상임위원

- 광고매출 배분과 결합 또는 비결합 지원을 받는 곳이 총 10개사입니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 예.

○ 김재홍 상임위원

- (주)미디어크리에이트의 이번 재허가 심사 과정에 그 10개 방송사들의 의견을 들을 절차가 있습니까?

○ 반상권 방송광고정책과장

- 예, 최초 허가할 때도 공식적으로 9개 지역민방과 OBS의 의견청취를 하였고, 이번 재허가할 때도 사전에 공식적으로 의견수렴을 할 예정입니다.

○ 김재홍 상임위원

- 예, 그렇게 해야 하지요. (주)미디어크리에이트 당사자들, 법인 대표뿐만 아니고 광고매출 대행을 받는 방송사들이 어떻게 보면 정책의 수요자들이라고 할 수 있습니다. 의견을 중요하게 청취해야 한다고 생각합니다. 그래서 저는 심사위원회 위원들의 구성은 외부전문가들로 하되 심사위원장은, 말하자면 (주)미디어크리에이트는 방송광고대행회사이지만 그 심사 과정에서 지역민방들을 비롯한 많은 방송계가 총동원되는 것입니다. 방송광고 문제에 대한 많은 토론과 논란이 벌어질 것입니다. 그런 의미에서 위원장만큼은 책임 있는 그리고 좀 더 고민할 수 있는 방통위 상임위원 중의 한 분이 맡는 것이 옳다고 생각합니다. 심사위원장은 채점하지 않지요?

○ 김재영 방송기반국장

- 예, 그렇습니다.

○ 김재홍 상임위원

- 조정하는 것입니다. 회의를 주재하고 사회 보고 조정하는 역할이기 때문에 정책당국자로서 책임 있는 입장이 필요하고 방통위의 의지를 거기 가서 반영하는 것은 아니지만 그러나 책임 있는 역할이 필요합니다. 물론 거기에서 의결, 결정되는 것은 아니지만 나중에 이 회의에 보고되고 여기에서 또 논의되고 의결되겠지만 그러나 원천적으로 논의되는 그 자리에서 책임 있는 역할이 필요하다고 생각합니다. 어떻습니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 지금 심사위원회 구성은 5월 허가 신청서를 접수하고 논의가 될 것 같습니다. 그때 충분히 위원님들께서 논의해 주시면 될 것 같습니다.

○ 김재홍 상임위원

- 아마도 방송계에서 아까 말씀하신 지역민방 등 10개 방송사에서 그동안 방송광고매출 대행 관련 불만이 각자 다 있겠지만 또 짜여 있는 틀이 있기 때문에 그렇게 어느 한 특정 방송사를 더 지원하기는 매우 어려운 구조입니다. 그러나 합리적인 좀 더 개선된 배분기준이라고 할까, 안을 마련하기 위한 토론과 논쟁이 일어날 것으로 저는 예상하기 때문에 거기에 대비해서 심사위원회를 구성하기를 당부합니다.

○ 최성준 위원장

- 지금 김재홍 위원님 지적하신 것처럼 심사위원회 구성과 관련해서는 일단 신청서가 접수된 이후에 구성할 때 지금 말씀하신 것들을 포함해서 우리 위원회에서 다시 논의해서 결정하도록 하겠습니다. 다른 의견 있으십니까? 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 심사위원회 구성 관련해서 '방송통신위원회가 제시하는 자격조건에 적합하고, 심사대상 사업자와 직·간접적으로 이해관계가 없는 인사로 구성'으로 되어 있고, <붙임>에 있는 기본계획에 세부적으로 정리된 내용을 보니까 자격기준이 나와 있고 결격사유에 '본인이나 배우자

가 사외이사가 아니어야 하고' 이런 것이 있습니다. 방통위 관련해서 위원회 구성이나 위원님들 구성이나 자격요건 등을 법에서 정한 사항들이 있지 않습니까? 그리고 우리가 이러한 심사위원회를 구성하는 것도 미디어랩 재허가뿐만 아니고 여러 가지가 있는데 여기에서 말하는 심사위원 자격, 결격사유는 이번 기본계획에 따라서 위원회 의결로 정하는 것입니까, 아니면 이것이 다른 법령에 있는 것입니까, 아니면 다른 허가나 재허가 심사위원회 구성할 때 적용됐던 사례를 여기에 적용한 것입니까? 어떻게 해서 이런 내용을 쓰게 된 것이지요?

○ **반상권 방송광고정책과장**

- 기존에 다른 사업자를 허가 심사했을 때의 레퍼런스(reference)를 참고해서 작성한 것입니다.

○ **이기주 상임위원**

- 저는 '심사대상 사업자와 직·간접적으로 이해관계가 없는 인사로 구성' 이 말이 심사에 참여하는 사람이 객관적이고 공정해야 한다는 측면을 아주 중시하고 있는 것이지만, 또 해당 분야에 대한 전문성도 있어야 한다고 생각합니다. 만약에 여기에서 '간접적으로' 이 말을 광범위하게 해석하면 소위 말하는 전문성이 있는 인사를 심사위원에 포함시킬 수 있을까, 그때 어려운 점이 있지 않을까 이런 생각이 듭니다.

○ **반상권 방송광고정책과장**

- 앞부분에 직·간접이라고 되어 있고 구체적으로 가면 저희들이 세부적으로 지분을 소유했거나 최근 몇 년 이내 연구용역을 수행했거나 이런 식으로 구체적으로 명시하고 있습니다.

○ **이기주 상임위원**

- 제가 여기에서 대안을 말씀 드리고자 하는 것은 아닌데 각종 심사위원들을 선정하고 구성할 때 객관, 공정 여기에 너무 강조를 하면 오히려 제대로 된 심사가 되기 어려울 수도 있지 않을까 하는 우려를 말씀 드렸습니다. 아까 심사위원장 문제는 저는 그렇게 생각합니다. 어차피 채점 등에는 참여할 수 없는 위원장의 역할인데 심사대상 사업자와 심사 과정에서 어느 정도의 토론이 필요한지는 모르겠습니다. 그런데 심사위원들은 심사기준과 심사사항에 따라 기본적으로 심사대상 사업자가 제출한 사업계획서를 보고 심사하는 것이고, 거기에서 내용을 확인하고 싶을 경우에 심사대상 사업자의 대표자나 관계자에게 질문 답변 형태로 이루어지지 않을까, 과거의 경험으로 봤을 때 이렇게 생각합니다. 그런데 그 자리에서 심사대상 사업자 관계자로부터 어떤 답을 요구한다든지 무엇을 요구한다든지 이런 것이 심사과정에서 적절한 것인가, 저는 그런 생각도 듭니다. 그래서 많은 경우 방통위에서 꼭 필요한 사항이라고 하는 것은 심사가 끝난 연후에 물론 심사위원들이 그런 의견도 개진할 수 있겠지만 저희가 심사 결과 재허가 여부를 심의하는 과정에서 허가조건, 재허가 조건에 반영할 사항이지, 심사과정에서 심사대상 관계자들과 Q&A를 하는 과정에서 하는 것이 적절한 것인가 이런 생각이 듭니다. 아무튼 제 의견은 2가지입니다. 심사위원회 위원들을 선정함에 있어서 결격사유를 다른 사례를 봐서 이렇게 가는 것은 좋은데, 이해관계가 우리가 상식적으로 생각하는 범위를 넘어서서 지나치게 강조하다 보면 오히려 제대로 된 심사가 될 수 없을 수도 있지 않을까 하는 우려와 심사위원장이나 심사위원들의 심사 과정에서 하는 역할과 기능이 나중에 심사결과를 놓고 우리 위원회에서 검토하고 의견교환하고 재허가 조건



으로 부여하는 방안에 대한 검토와는 구분이 되어야 하지 않느냐는 것이 제 의견입니다. 이상입니다.

○ 김재영 방송기반국장

- 결격사유와 관련해서는 사외이사나 또는 5% 이상 구성주주사의 100분의 1 지분소유라든지 자문이나 연구용역 수행 등 심사의 공정성이나 객관성에 저해할 만한 요소가 있는 사항만 제외하는 형태로, 다른 허가심사 계획상 나와 있는 결격사유와 유사하게 되어 있는데 위원님 말씀을 고려해서 나중에 위원장님과 심사위원장께서 심사위원을 선정하실 때 고려하시면 될 것 같습니다.

○ 최성준 위원장

- 김재홍 위원님 말씀하십시오.

○ 김재홍 상임위원

- 이해관계자 제척사유가 있는 분을 배제하는 것은 당연한 것이고, 더군다나 광고판매회사인데 그것은 당연하다고 생각합니다. 제 개인 경험을 말씀 드리겠습니다. 작년에 DMB 재허가 심사를 위원장으로 담당해 본 바가 있습니다. 기본계획과 규정에 따라 하지만 그러나 근본적인 정책 재검토가 필요한 상황에서는 심사하는 것 말고 좀 더 넓혀서 정책자료를 수집·정리할 수도 있고 거기에서 고위 간부, 대표자들의 의견을 청취해서 근본적인 정책을 재검토할 때 반영하는 매우 좋은 근거를 마련할 수 있다고 생각합니다. 아까 말씀 드린 제 취지도 (주)미디어크리에이트의 이번 재허가 심사는 그야말로 방송계의 매우 중요한 어떤 계기가 될 수 있다, 방송광고에 대해서 얼마나 많은 논란이 있습니까? 광고제도개선 문제를 두고도 그렇습니다. 그런데 지금까지 코바코와 함께 (주)미디어크리에이트에 대해 얼마나 많은 불만과 지적과 개선요구가 있는지 잘 아실 것입니다. 전국의 민방 10여개 방송사가 벅르고 있다는 말씀을 드립니다. 그러면 단순히 재허가를 해 주고 안 해 주고뿐만이 아니고 좀 더 넓게 정책자료를 수집하고 그것을 반영하는 계기로 삼아야 한다고 생각합니다. 그런 취지에서 다시 한 번 심사위원회 구성을 제대로 신경 써야 할 것이고 심사위원장은 책임 있는 당국자가 맡는 것이 옳다고 저는 거듭 제안하는 바입니다.

○ 최성준 위원장

- 그 부분에 관해서는 다양한 시각이 있을 수가 있고 또 심사위원회 본연의 임무인 심사와 그 다음에 방송광고판매대행사업자에 대한 정책적인 부분이 심사과정에서 어떤 형태로 점검이 되어야 하는지에 관해서는 여러 가지 방법이 있을 수 있다고 생각합니다. 그래서 그런 부분까지 고려해서 아까 말씀 드렸던 것처럼 신청서가 접수된 이후에 심사위원회 구성에 관해서는 다시 한 번 논의해서 가장 적정하고 효율적인 방법을 택하도록 하겠습니다. 다른 의견 있으십니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 다른 의견 없으시면 이 안건은 아까 세부 심사사항 중 세부 심사항목 <5-1> ‘조달방법의’ 표현을 보다 현실적인 내용으로 일부 수정하는 것으로 해서 의결하고자 합니다. 위원님들, 동의 없으시지요? (“없습니다” 하는 위원 있음) 가 결정되었습니다.

## 나. 방송광고 법규 위반 사업자의 행정처분 등에 관한 건 - CU미디어 등 12개사 (2015-08-009~020)

### ○ 최성준 위원장

- <의결사항 나> ‘방송광고 법규 위반 사업자의 행정처분 등에 관한 건’에 대하여 김재영 방송기반국장 보고해 주시기 바랍니다.

### ○ 김재영 방송기반국장

- 방송광고 법규 위반 사업자 CU미디어 등 12개사에 대한 행정처분 등에 관한 사항을 보고 드리겠습니다. 방송법 제73조 및 같은 법 시행령 제59조, 제59조의2, 제59조의3을 위반하여 방송광고를 한 방송사업자에 대하여 방송법 제108조제1항에 의한 과태료 처분을 하고, 과태료를 부과하는 기준을 마련하고, 향후 방송광고 법규 위반에 대해서는 서면의결하고자 합니다. 주요 경과사항입니다. 방송광고 법규 위반에 대해 작년 10월부터 금년 1월까지 두 차례 정기모니터링을 계속 실시하고, 작년 4/4분기에는 「최근 3년간 법규위반 5회 이상 채널」에 대해서 집중모니터링을 실시한 결과, 적발한 내용을 이번 위원회에 상정하게 된 것입니다. 행정처분 예정 건에 대해 사업자 의견을 1월 20일 제출받았습니다. 다음은 3페이지입니다. 위반내용 및 사업자의 주요 의견을 보고 드리겠습니다. 에이엑스엔코리아(유)의 AXN 채널에서 방송된 CSI 등 3건의 프로그램에서 아래 <표>와 같이 매시간 최대 12분 광고시간당총량을 초과하였으며, 이는 「방송법」 제73조제2항 및 같은 법 시행령 제59조제2항제2호가목을 위반한 사항이 되겠습니다. 사업자 주요의견은 참고하시고, 이에 AXN 채널에 대해서는 위반일로부터 최근 5년 이내 동일한 종류(광고시간당 총량) 위반이 없으므로 과태료 부과기준에 따라 기준금액의 50%를 감경하여 산정하고자 합니다. 다음은 4페이지입니다. (주)씨유미디어의 Y-Star 채널, 드라맥스 채널, 코미디TV 채널이 각각 3건, 8건, 7건 해서 총 18건이 매시간당 최대 12분 광고시간당총량을 초과하였으며, 이는 「방송법」 제73조제2항 및 같은 법 시행령 제59조제2항제2호가목을 위반하였습니다. 자세한 내용은 <표>를 참고해 주시면 되겠습니다. 사업자 주요의견은 생략하겠습니다. 이 중 Y-Star는 위반일로부터 최근 5년 이내 동일한 종류(광고시간당 총량)의 위반이 없으므로 기준금액의 50%를 감경하고, 코미디TV, 드라맥스 채널 15건은 각 위반 일자별로 위반 비율이 67.8%~115.3%로 위반의 정도가 40%를 초과하므로 위반행위별 기준금액에 각각 100%를 가산하며, 또한 위반일로부터 최근 1년 내 동일한 종류(광고시간당 총량) 위반으로 인한 처분경력이 있으므로 직전에 부과된 금액의 1/2인 1,500만원을 각각 가산하고자 합니다. 다음은 6페이지입니다. (주)엠비엔미디어의 M머니 채널에서 매시간 최대 12분 광고시간당총량을 초과하였습니다. 이것은 「방송법」 제73조제2항 및 같은 법 시행령 제59조제2항제2호가목을 위반한 사항이 되겠습니다. 이와 관련하여 M머니는 위반일로부터 최근 5년 내 동일한 종류(광고시간당 총량)의 위반이 없으므로 기준금액의 50%를 감경하고자 합니다. 다음은 7페이지입니다. 씨제이이엔엠(주)의 M.net 채널에서 방영된 <댄싱9 시즌2> 프로그램의 광고가 매시간 최대 12분 광고시간당총량을 초과하여 「방송법」을 위반하였습니다. M.net은 위반 비율이 45%로 위반의 정도가 40%를 초과하므로 위반행위별로 기준금액에 100%를 가산하고, 또한 최근 1년 내 동일한 종류(광고시간당 총량)의 위반으로 인한 과태료 처분경력이 있으므로 직전 부과된 2,750만원의 1/2를 가산하고자 합니다. 다음입니다. 대원엔터테인먼트(주)의 채널J가 작년 9월 25일 방영한 프로그램에서 매시간 최대 12분 광고시간당총량을 초과하였습니다. 채널J는 위반일로부터 최근 5년 이내 동일한 종류(광고시간당 총량)의 위반이 없으므로 기준금

액의 50%를 감경하고자 합니다. 다음은 10페이지입니다. 엔씨에스미디어(주)의 Real-TV 채널에서 작년 10월 6일, 10월 23일 각각 방영된 <다큐멘터리 3일> 프로그램의 중간광고가 각각 횡수를 1회 초과하였으며, 이는 「방송법」 제73조제2항 및 같은 법 시행령 제59조제2항제2호나목을 위반한 사항이 되겠습니다. 다음은 10페이지입니다. Real-TV는 위반일로부터 최근 1년 이내 동일한 종류(중간광고)의 위반행위가 없으므로 1차 위반으로 판단되어 기준금액의 50%를 각각 감경하고자 합니다. 에스비에스바이아컴(유)의 SBS MTV 채널에서 중간광고 횡수를 1회 초과하였으며, 이는 「방송법」 제73조제2항 및 같은 법 시행령 제59조제2항제2호나목을 위반한 사항이 되겠습니다. SBS MTV는 위반일로부터 최근 1년 이내 동일한 종류(중간광고)의 위반이 없으므로 1차 위반으로 판단, 기준금액의 50%를 감경하고자 합니다. 다음은 11페이지입니다. (주)조선방송의 TV조선 채널에서 작년 10월 15일 방영된 <뉴스9>의 중간광고가 횡수를 1회 초과하였으며, 이는 「방송법」 제73조제2항 및 같은 법 시행령 제59조의3제2항을 위반한 사항이 되겠습니다. TV조선은 위반일로부터 1년 이내 동일한 종류(중간광고)의 위반행위가 없으므로 1차 위반으로 판단하여 기준금액의 50%를 감경하고자 합니다. 다음은 12페이지입니다. (주)에스비에스 TV에서 작년 9월 9일, 9월 10일 각각 방송된 프로그램에서 방송 시작 전 간접광고가 포함되어 있음을 자막으로 표기하지 않아 「방송법」 제73조제2항 및 같은 법 시행령 제59조의3제2항을 위반하고, 또한 작년 9월 9일 인천아시안 게임 방송 중 해당 가상광고가 선수를 가려 「방송법」 제73조제2항 및 같은 법 시행령 제59조의2제1항을 위반하였습니다. SBS TV는 위반일 이전 동일 종류의 1차 위반, 2차 위반 경력이 있기 때문에 3차 위반에 해당하여 기준금액의 100%를 가산하고자 합니다. 또한 SBS TV는 위반일로부터 최근 1년 이내 동일한 종류(간접광고) 위반으로 처분경력이 있기 때문에 직전 부과된 금액의 1/2를 가산하고 또한 위반일로부터 최근 1년 내 동일 종류(가상광고) 위반으로 인한 처분경력이 있으므로 직전 부과된 금액의 400만원의 1/2를 가산하고자 합니다. (주)케이비에스엔의 KBS W 채널에서 작년 9월 25일 매 회당 10초 자막광고 규정을 3초 초과하였으며, 이는 「방송법」 제73조제2항 및 같은 법 시행령 제59조제2항제2호나목을 위반한 것입니다. KBS W는 위반일로부터 최근 5년 이내 동일한 종류(자막광고)의 위반이 없으므로 기준금액의 50%를 감경하고자 합니다. 다음은 14페이지입니다. (주)엠비씨플러스미디어의 MBC스포츠플러스 채널에서 작년 8월 25일 해당 프로그램 시작 전 가상광고가 포함되어 있음을 자막으로 표기하지 않아 「방송법」 제73조제2항 및 같은 법 시행령 제59조의2제2항을 위반하였습니다. MBC스포츠플러스는 위반일로부터 최근 1년 내 동일한 종류(가상광고) 위반으로 인한 처분경력이 있으므로 직전 부과된 금액 1,184만원의 1/2를 가산하고자 합니다. 마지막으로 (재)CBS는 작년 10월 15일 방영된 프로그램에서 매 회당 10초 자막광고 규정을 4초 초과하였으며, 이는 「방송법」 제73조제2항 및 같은 법 시행령 제59조제2항제2호나목을 위반하였습니다. CBS는 위반일로부터 최근 5년 이내 동일한 종류(자막광고)의 위반이 없으므로 기준금액의 50%를 감경하고자 합니다. 행정처분(안)입니다. 해당 방송사업자에게 「방송법」 제108조제1항, 같은 법 시행령 제69조 및 [별표4], 「방송광고 법규위반 사업자 과태료 부과기준」에 따른 과태료 기준금액에서 가중·감경 사유를 고려하여 각각 과태료를 부과하고자 합니다. 각 위반 행위별로 최고액은 3,000만원이 되겠습니다. 다음은 16페이지입니다. 과태료 부과와 관련된 사항입니다. 자세한 내용은 <표>를 참조하시고, 에이엑스엔코리아(유)의 AXN 채널은 3건 위반해서 1,500만원, (주)씨유미디어의 Y-Star 채널 3건, 코미디TV 7건, 드라마엑스 채널 8건, 총 18건 위반해서 4억 6,500만원을 부과하고, (주)엠비엔미디어의 M머니 채널 500만원, 씨제이이엔엠(주) M.net 채널 3,000만원, 대원엔터테인먼트(주) 채널J 500만원,

엔씨에스미디어(주) Real-TV 2건 위반행위에 1,000만원, 에스비에스바이아콤(유) SBS MTV 채널 500만원, (주)조선방송 500만원, (주)에스비에스 7,200만원, (주)케이비에스엔 500만원, (주)엠비씨플러스미디어 1,592만원, (재)CBS 500만원을 각각 부과하고자 합니다. 다음은 과태료 부과기준 개선(안)에 대해 보고 드리겠습니다. 이를 개선하는 이유는 작년 11월 29일 방송법 시행령 개정으로 과태료 부과권한이 중앙전파관리소에서 방통위로 환원되었습니다. 이에 위원회 의결로 부과기준(안)을 마련하고자 하는 사항이 되겠습니다. 부과기준의 주요내용은 중앙전파관리소에서 운영했던 과태료 부과기준과 동일하며, 차이점만 보고 드리겠습니다. 다음은 18페이지입니다. 2호 항목의 별표 '위반일로부터 5년 이내에 동일한 종류의 위반행위를 하지 않았을 경우 기준금액의 50%를 감경하도록 하고 있었습지만 위원회에서는 50% 감경과 함께 위반의 정도에 따른 감경·가산금액을 각각 계산하여 합계액을 부과하고자 하는 것으로 개선하고자 합니다. 이는 협찬고지 과태료 부과지침에서도 위반 경력과 위반 정도에 따른 감경·가산금액을 각각 계산하고 있는 점을 고려한 것이 되겠습니다. 경과규정입니다. 위원회에서 의결해 주시면 동 과태료 부과기준 개선(안)은 의결일 2015년 2월 12일 이후 위반행위에 대하여 적용하고, 그 이전 위반행위는 종전 중앙전파관리소 부과기준을 적용하고자 합니다. 이는 소급적용을 하지 않기 위함이 되겠습니다. 다음은 19페이지입니다. 현행 방송광고 법규위반 사업자에 대한 과태료 부과는 일상적이고 반복적인 안건으로서 향후 서면의결토록 하고자 합니다. 향후 추진계획입니다. 위원회에서 <붙임 1> 의결서(안)대로 과태료 부과(안)을 의결해 주시면 2월 중에 해당 방송사업자에게 과태료 부과를 통지하고 납부절차를 진행토록 하겠습니다. 이상입니다.

○ **최성준 위원장**

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

○ **김재홍 상임위원**

- 보니까 내용이 총량제 시간 오버가 제일 많고, 간접광고의 고지 위반이나 가상광고에 가려서는 안 될 선수를 가렸다, 이런 것들입니다. 의도적인 것이 있느냐, 실수, 과실이냐로 구분할 수 있겠습니다. 예를 들면 총량제 시간 오버해서 어떤 회사는 12분으로 제한되어 있는 것을 15분, 14분 이런 정도는 뭔지 잘 모르겠는데 하여튼 과하지 않고, 씨유미디어의 경우 12분 최대로 정해져 있는 것을 거의 다 22분, 어떤 것은 2배 이상 25분 50초, 24분 14초도 있습니다. 과태료와 이렇게 해서 얻은 광고매출총액을 비교하면 어떻습니까? 말하자면 과태료가 별 효과가 없다는 것입니다. 위반을 하면서 돈 벌었으면 됐지, 과태료 부과해 봤자 재발방지가 될까요? 과태료 처분을 하면 나중에 재허가·재승인 심사 때 반영되는 것이 있습니까? 방송평가나….

○ **반상권 방송광고정책과장**

- PP는 등록사항으로 미래부에서 하고 있습니다. 허가사업자가 아니고 여기에 나와 있는….

○ **김재홍 상임위원**

- 그러니까 제재수단이 과태료밖에 없는 것이지요?

○ 반상권 방송광고정책과장

- 예, 지상파의 경우 허가할 때는 과태료가 벌점에 반영이 되는데 PP는 등록사항이기 때문에 일반PP의 경우 미래부에서 등록하는데 큰 영향이 없는 것으로 알고 있습니다.

○ 김재홍 상임위원

- 과태료에 비해서 위반해서 얻는 광고수익이 아주 높기 때문에 비교해 보지 않아도 아는 것 아니겠습니까? 사업자들에게, 돈 버는 사람들에게는 그것이 효과가 없다는 뜻입니다. 다른 제재수단을 강구해야 재발방지가 될 것입니다. 광고제도개선을 한다 해도 걱정됩니다. 시간 제한과 간접광고의 고지에 대해서 많은 고민을 하면서 검토해 가고 있는데 이렇게 위반할 경우에 그것이 무력화되지 않겠습니까?

○ 반상권 방송광고정책과장

- 저희들이 계속 집중모니터링과 정기모니터링을 하고 있습니다. 매월 하는 정기모니터링과 다수 위반, 고의적으로 위반하는 사업자에 대해서는 분기별로 집중모니터링도 계속 병행해서 시행하고 있습니다.

○ 김재홍 상임위원

- 하여튼 이렇게 위반하면 방송평가, 재승인, 재허가 심사 때 뭔가 불이익이 돌아가야 하는데 그것도 없으면 과태료를 대폭 올리든가 해야지요. 이것으로 이렇게 위반해서 광고수익은 엄청 올리는데 얼마나 광고수익을 많이 냈는지 정말 그 내용을 알고 싶습니다. 사업자들은 과태료 맞으면서 돈 버는 쪽으로 가지 않겠습니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 위원님 지적하신 대로 재발 방지를 위해 위반사업자에 대해서는 집중모니터링을 실시하고 그리고 해당 임원진에 대해 광고 법규를 잘 준수하도록 권고 조치하겠습니다.

○ 김재홍 상임위원

- 여기에 부가적인 제재수단을 강구하는 것이 필요하다고 생각합니다.

○ 최성준 위원장

- 지금 지적하신 내용에 전적으로 공감합니다. 다만, 현재는 방송법 제108조제1항에 따라 과태료의 상한이 3,000만원이어서 앞으로 정책적으로 과태료의 상한을 올리는 방안을 검토할 필요가 있다고 생각합니다. 그리고 지금 방송광고 모니터링 및 이에 대한 과태료 부과 권한이 중앙전파관리소에 위탁이 되어 있다가 방송통신위원회가 다시 회수해서 그 업무를 직접 담당하게 됐습니다. 이번에 과태료 부과기준을 보다 더 엄하게 개정을 하고자 하는 것 같습니다. 여기에서 더 나아가 이제는 방송광고위반의 경우에 단순히 과태료에 그치지 않고 거기에서 더 나아가 위반에 대해 시정명령을 하고, 예를 들면 싸유미디어 같은 경우에는 이미 지속적인 위반을 하고 있기 때문에 다음에 만약에 1건이라도 위반이 또 발견될 때에는 바로 시정명령을 하기로 하고, 그다음에 시정명령을 받았음에도 불구하고 다시 위반행위를 할 때에는 가장 강력하게 영업정지 등의 조치를 취할 수 있다는 것을, 각 사업자들에게 그와

같은 반복적인 위반이 있을 경우에는 단순히 과태료에 그치지 않고 더 엄격한 제재가 가해질 수 있다는 것을 미리 알려 주시기 바랍니다. 그리고 현재까지 중앙전파관리소에서 쪽 해왔던 것이기 때문에 저희가 이번에 바로 강한 조치를 하기는 어렵겠지만 앞으로는 과거에 위반 전력이 있는 채널에 대해서는 향후에 위반하는 횟수나 정도가 비록 중하지 않더라도 과거의 전력을 감안해서 엄격한 조치를 하겠다는 것을 분명히 고지해서 이런 과태료, 금전적인 것으로 모든 것을 해결할 수 없다는 것을 알려 주시기 바랍니다. 다른 의견 있으십니까? 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ **고삼석 상임위원**

- 지금 올라온 안건 내용을 보면 이것이 전수조사한 것은 아니지요? 그러니까 일부 채널의 일부 프로그램에 대해 샘플링해서 위반사례를 적발한 것이지요?

○ **반상권 방송광고정책과장**

- 예, 4시간과 4시간해서 한 달 중에 8시간 분량만 샘플을 추출해서 모니터링한 내용입니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 그렇다면 실재는 이보다 위반사례나 위반 정도가 훨씬 심할 수 있다는 것 아니겠습니까?

○ **반상권 방송광고정책과장**

- 예, 샘플링 조사이기 때문에 그렇습니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 저희들이 위반사업자에 대해 집중모니터링을 할 뿐만 아니라 가급적이면 다수의 사업자에 대해 촘촘하게 모니터링 할 수 있는 시스템 구축이 필요한 것 같습니다. 안건을 보면 다수의 사업자는 경미한 경우도 많이 있지만 대규모 사업자가 반복적으로 위반하는 경우가 눈에 띄고 있는 것 같습니다. 아무래도 제재의 강도보다는 위반을 했을 경우 얻어지는 경제적 이득이 크기 때문에 그렇게 하는 것 같은데, 이번까지는 이미 규정이 이렇게 되어 있기 때문에 과태료 부과나 제재의 수위가 어느 정도 제한적일 수 있지만 제가 생각할 때는 사업자들이 앞으로 방송광고 법규를 위반해서 얻게 되는 경제적 이득 규모에 비례해서, 아니면 그 이상으로 제재를 함으로써 실질적인 제재의 효과, 재발방지가 되겠지요. 이런 효과들이 나올 수 있도록 제재가 되어야 한다고 생각합니다. 그런 측면에서 보면 마지막 페이지에 서면의결 있지 않습니까? 저도 반대하지는 않습니다. 일상적·반복적인 안건이기 때문에 향후 서면의결 하도록 하겠다고 했는데, 예를 들어 강한 제재가 예상되거나 아니면 위반의 정도가 중할 경우 이런 것들은 단순히 서면의결하기보다는 전체회의 안건으로 보고해서 위원들의 의견을 듣고 강력한 제재의 의지를 표명하는 것도 필요하다고 봅니다. 그렇기 때문에 모든 안건에 대해서 서면의결하기보다는 중한 안건들의 경우에는 별도의 보고절차를 통해 위원들께서 논의를 한 번 할 수 있으면 좋지 않겠느냐는 생각입니다. 그리고 15페이지 CBS 부분 중 사업자 주요의견을 보면 담당자의 단순한 편집실수였고, 재발방지를 위해 금년 3월 경에 도입되는 NPS(Network Production System) 기반에서 원천적으로 규정을 위반할 수 없도록 프로그래밍화 할 예정이다, 이렇게 주요의견을 내고 있지 않습니까? 그렇다면 이것

이 원천적으로 방송광고 법규 위반을 하지 않을 수 있는 시스템 도입이 가능하다는 것 같은데 어떻습니까?

○ 반상권 방송광고정책과장

- 광고 편성할 때, 광고시간을 예를 들어 전체 광고분량을 12분을 넘지 않게 프로그램을 세팅하는 것이 가능할 것 같습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 그러니까 예를 들어 생방송 중계 연결하는 과정에서 차질이 빚어지거나 아니면 기술적인 문제로 방송사고가 발생할 경우에 준비된 프로그램이 없다면 불가피하게 광고를 한다고 소명을 할 수 있으나 그것도 문제가 있다고 봅니다. 왜냐하면 방송이라는 것은 기본적으로 돌발 상황에 대비한 대책들이 항상 마련되어 있습니다. 그렇기 때문에 돌발상황이 발생해서 불가피하게 광고를 편성했다는 것은 정말 이것은 말도 안 되는 변명이라고 보고 있습니다. 다만, CBS 사례처럼 근본적으로 사업자들이 방송광고 법규를 위반하지 않도록 하는 이런 시스템을 도입한다고 할 경우 저희들이 모니터링 할 때 가점을 주는 방법도 있을 것 같습니다. 그렇기 때문에 저희들이 위반사업자에 대해서 단순히 적발하는데 집중할 것이 아니라 원천적으로 위반이 불가능하도록 하는 대책들을 사업자들이 자율적으로 도입할 수 있도록 지도하는 것도 필요하지 않느냐 생각합니다.

○ 김재영 방송기반국장

- 예, 잘 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 지금 말씀하신 2가지만 정리했으면 좋겠습니다. 정기적인 모니터링 말고 집중모니터링 있지 않습니까? 정기모니터링은 시간이 아까 4시간, 4시간이라고 말씀하셨습니까?

○ 반상권 방송광고정책과장

- 정기모니터링은 월 4시간씩 두 번해서 8시간 하고 있고, 집중모니터링은 전수를 합니다. 일주일 정하면 일주일 내 그 채널의 하루 24시간 일주일치를 다 봅니다.

○ 최성준 위원장

- 일정한 기간을 정해서 일주일을 24시간 다 보는 것인데 자꾸 어느 특정업체를 이야기해서 그렇습니다만 싸유미디어 같은 경우 같은 집중모니터링이라도 과거 위반 정도에 따라 어디는 2주, 3주를 더 집중적으로 하고 어디는 조금 적게 하고 이런 차별화 방안도 강구해 주시기 바랍니다.

○ 반상권 방송광고정책과장

- 예, 잘 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 그다음에 아까 서면의결 말씀하셨는데 좋은 지적이신 것 같습니다. 서면의결 부분에 관해서는 원칙적으로 일상적인 과태료 부과에 대해서는 서면의결로 하되, 예를 들어 지금 씨유미 디어처럼 과태료 부과를 후에 받았지만 어찌 보면 고의적으로 위반행위가 후에 계속 되어서 근절되지 않는 사안이라든지 또는 위반행위의 그 정도가 습관적으로 중대해서 명백할 경우에는 서면의결보다는 위원회에 안건을 상정해서 논의하는 것이 적절하다고 생각합니다. 그래서 서면의결의 예외적인 사항은 나중에 위원님들과 다시 한 번 상의해서 이런 이런 사유를 정해 놓고 나머지는 원칙적으로 서면의결하고 예외적인 사유에는 회의에서 논의하고 이런 식으로 결정하도록 하겠습니다. 여기에는 원칙적인 내용이 적혀 있는 것으로 보도록 하고 다른 의견 있으십니까? 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 서면의결 관련해서 저도 의견이 있습니다. 여기에 ‘일상적·반복적인 안건으로서’ 이 부분이 참 부적절한 것 같습니다. 그러니까 ‘재발방지 종합대책 수립’ 그런 것도 저는 많이 실효성이 떨어진다고 생각하지만 그 반대 극단으로 앞으로 이런 일이 더 자주 안 일어나게 어떻게 하면 제재를 강화하고 모니터링을 강화하는 이런 이야기를 하는 가운데 우리 스스로 이런 일이 일상적이고 반복적으로 일어나는 것이라고 이렇게 전제하고 서면의결을 했으면 좋겠다는 것이 적절하지 않은 것 같습니다. 그래서 제 생각에는 현행이라는 말도 필요 없을 것 같고 ‘방송광고 법규 위반사업자 과태료 부과는 경미한 사안인 경우에 한하여 서면의결하도록 함’ 이렇게 하면 어떨까 하는 생각인데 안으로 말씀 드립니다. 사업자 의견을 쫓 보면 ‘법규를 잘 몰랐다’, ‘전산시스템 오류다’, ‘단순한 편집실수다’, ‘갑작스럽게 편성계획이 바뀌어서 이렇게 됐다’ 이런 이야기들이 있습니다. 그런데 혹시 그러한 사업자들 중에 오늘 이 자리에 사실 과태료 부과가 적게는 500만원이지만 억 단위로 넘어가는 경우도 있는데 정말 이 자리에 나와서 자기네들 의견을 진술하고 과태료 부과, 이만한 금액이 과다하다고 생각해서 달리 의견을 진술하고자 하는 사업자는 없었습니까?

○ 반상권 방송광고정책과장

- 없었습니다.

○ 이기주 상임위원

- 그래서 그것도 저는 의아해지는 것이지요. 그리고 사무처에서 ‘일상적·반복적인 안건’이라는 말도 의아합니다. 문제는 앞으로 이런 일이 또 일어났을 때 제재를 강화하는 방안으로서 우리가 늘 하는 것이 과태료를 상향 조정하고 그다음에 또 필요하면 과징금 부과제도도 도입하고 이런 이야기들을 하고 또 모니터링을 강화하고 이러는데, 저는 아이디어 차원에서 아까 PP들이 주로 대상이어서 미래부에 등록하는 사업자라고 하지만 예를 들면 방송통신발전기금 분담금을 부과하도록 하는 이런 것을 아이디어 차원에서 생각해 보면 어떻습니까? 이렇게 과태료 부과하는 것과 지금 분담금 부과하는 것과는 개념이 다르기 때문에 아이디어 차원에서 한 번 말씀 드립니다. 방송통신발전기본법에 분담금 부과대상인 경우로 하나 넣을 수도 있지 않느냐는 생각을 해 봤습니다. 두 번째는 아까 집중모니터링을 이야기했는데 사업자들을 보면 장시간 법규 위반 광고를 하는 경우도 보입니다. 그럴 경우에는 사후에 모니터링을 종합해서 과태료를 얼마 부과한다, 이런 이야기 하기 전에 실시간으로 법규 위반 광



고를 못 하게 하는 방법은 없습니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 법적으로는 강제적으로 할 수는 없을 것 같습니다만 전화라든지 아니면 사업자들에게 교육을 시키는 방법으로 해서 위반행위가 줄어들도록 하겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 좋은 아이디어를 여러 개 내주셨습니다. 우선 보고사항과 관련해서 '과태료 부과는 일상적·반복적인 안건으로서' 그 부분은 지적하신 것처럼 적절하지 않은 면이 있어 보입니다. 그래서 지금 제안하신 것이 경미한 사안은 서면의결하도록 한다, 그런데 경미한 정도가 또 어느 정도인지, 그래서 제 생각에는 그것을 반대로 과태료 부과는 그 위반 정도가 중하지 않는 한 서면의결로 한다는 식으로 반대로 표현하면 어떤가 싶은 생각이 듭니다. 괜찮으시겠습니까? ("예" 하는 위원 있음) 아까 예외를 2가지 들었습니다만 그렇게 중한 경우에는 정식 회의에서 논의하고 그다음에 중하지 않는 경우에는 서면회의하도록 하고, 그다음에 방송통신 발전기금 부분은 저희가 정책적으로 한 번 아까 쪽 말씀 드린 것을 포함해서 검토해 보기로 하겠습니다. 그리고 모니터링 할 단계에서 특히 집중모니터링을 하고 있는데 집중모니터링은 아까 일주일 한다고 하지 않았습니까?

○ 반상권 방송광고정책과장

- 기간은 저희들이 할 때마다 조금씩 변동이 있습니다.

○ 최성준 위원장

- 예를 들어 일주일 동안 24시간 모니터링을 하는데 하루 모니터링을 해 봤더니 이것이 이와 같이 100% 넘는 광고시간을 초과하는 위반행위가 발견이 됐다면 지금 위원님들께서 계속 말씀하시는 것처럼 여러 가지 사정 때문에 약간의 시간을 초과하는 것은 잘한 것은 아니지만 어떤 고의성은 없어보는데, 이와 같이 80%, 100% 초과하는 시간 위반은 명백하게 고의적인 것이기 때문에 그런 경우에는 저희가 광고를 못 하도록 할 방법은 없겠지만 바로 일종의 경고를 한다든지 하는 것을 법에는 규정이 없겠지만 그런 것을 사실상의 방법으로 운영할 수 있는 여지는 없습니까?

○ 반상권 방송광고정책과장

- 지금 저희들이 모니터링 할 때 실시간으로 모니터링을 하지 못하고 있습니다. 방심위 녹화 시스템에 녹화되어 있는 부분을 한 달 내지 두 달치를 소급해서 모니터링 하고 있기 때문에 적발하더라도 실시간이 아니기 때문에 효과는 떨어지는데 일단 적발하면 과거 것이라도 바로 통지해서 재발이 안 되게끔 연락하고 있습니다.

○ 최성준 위원장

- 그렇게 대책을 세워 주시기 바랍니다. 다른 의견 없으십니까? ("없습니다" 하는 위원 있음) 그러면 의결 내용과 직접 관련은 없을지 모르겠지만 어쨌든 표현이 되어 있으니까 19페이지 제일 마지막에 '서면의결'이라고 되어 있는 부분을 '사업자에 대한 과태료 부과 및 그 위

반 정도가 중하지 않은 경우에는 향후 서면의결 하도록 함'으로 수정하는 것으로 하고, 그 다음에 나머지에 대해서는 원안대로 의결하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 가결되었습니다.

## 7. 보고사항

### 가. 「방송광고판매대행사업 회계정리기준」 고시 일부개정안에 관한 사항

#### ○ 최성준 위원장

- <보고사항 가> ‘「방송광고판매대행사업 회계정리기준」 고시 일부개정안에 관한 사항’에 대하여 김재영 방송기반국장 보고해 주시기 바랍니다.

#### ○ 김재영 방송기반국장

- 「방송광고판매대행사업 회계정리기준」 고시 일부개정안에 대해 보고 드리겠습니다. 방송광고판매대행사업 회계정리 기준을 상위 관련법(주식회사의 외부감사에 관한 법률)의 규정에 맞게 일부 개정하고자 합니다. 현행 고시는 2012년 9월 제정되었는데 제5조(사업회계의 원칙)에서 방송광고판매대행사업자의 경우 「한국채택국제회계기준」만을 적용하도록 되어 있습니다. 그런데 외부감사법의 경우 상장법인은 국제회계기준에 따라 회계처리하고 비상장법인은 일반기업회계기준이나 국제회계기준을 선택적으로 채택할 수 있도록 하고 있습니다. 비상장법인인 미디어랩사까지 국제회계기준을 의무적으로 따르도록 하는 것은 법률에서 정하지 아니한 사항을 고시에서 강제로 적용하는 것으로 고시 자체의 효력에 문제가 발생할 우려가 있습니다. 또한 중소 미디어랩사에게 회계처리 부담을 과다하게 주는 것으로 규제가 지나치게 강한 측면이 있어 “외부감사법”의 규정에 맞게 개정하고자 하는 사항이 되겠습니다. 다음은 3페이지입니다. 개정 내용은 기업회계기준(“한국채택국제회계기준”에 한한다) 등의 내용을 「주식회사의 외부감사에 관한 법률」 제13조제1항 또는 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제39조제3항의 회계처리 기준을 따른다고 개정하고자 하는 사항이 되겠습니다. 향후 보고 드린 고시 개정안은 3월 4일까지 행정예고하고 규제 심사 및 위원회 의결을 거쳐 시행하도록 하고자 합니다. 이상입니다.

#### ○ 최성준 위원장

- 지금 설명하실 때 개정의 필요성에 관해서 “법률에서 정하지 아니한 사항을 고시에 강제로 적용하도록 하는 것으로 고시 자체의 효력이 문제가 될 가능성이 있고”라는 것은 달리 표현하면 법률에서는 한국채택국제회계기준과 일반기업회계기준 다 선택할 수 있도록 되어 있는데 고시에서 한국채택국제회계기준만 택하도록 하고 있는 것은 법률과 서로 상치된다는 취지입니까?

#### ○ 김재영 방송기반국장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 그다음에 개정(안) 「주식회사의 외부감사에 관한 법률」 제13조제1항의 회계처리 기준에 따른다는 것은 제13조제1항의 조문을 보면 “제1호의 회계처리기준을 적용하여야 하는 회사의 범위와 회계처리기준의 적용 방법은 대통령령으로 정한다.”고 되어 있습니다. 제1호의 회계처리기준을 적용하는 회사의 구체적인 범위에 대해 언급이 없는데 고시에서 이렇게 규정해도 괜찮습니까?

○ 반상권 방송광고정책과장

- 법에서 시행령에 위임했고 시행령 제7조에 의해서 이 세부규정이 있습니다.

○ 최성준 위원장

- 그러면 법과 시행령을 같이 병렬적으로 기재해 주어야 맞는 것이 아닌가 싶어서요. 입법 기술상 법만 해도 되는지 모르겠지만 이 규정을 보는 사람의 입장에서는 특히 고시이기 때문에 법과 시행령을 같이 병기해서 보다 더 명확하게 알 수 있도록 하는 것이 더 낫지 않겠습니까?

○ 반상권 방송광고정책과장

- 예, 그렇게 하겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 우선 그 부분을 정리했습니다. 다른 의견 있으면 말씀해 주시기 바랍니다. 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 개정 필요성을 보면 말씀하셨듯이 지금 비상장법인인 미디어랩사까지 국제회계기준을 의무적으로 따르도록 하는 경우 법률에 정하지 아니하였기 때문에 이것을 고시에 강제하는 것은 고시 효력에 문제가 있을 수 있다는 것이 개정을 추진하는 골자이지 않습니까? 그런 것이지요?

○ 반상권 방송광고정책과장

- 예.

○ 고삼석 상임위원

- 그러면 예를 들어 법률에 정하지 아니하였기 때문에 고시 효력 발생에 문제가 있다면 고시를 개정하기보다 법률을 고치는 문제는 어떻습니까? 대안이 2가지가 있을 수 있습니다. 고시를 개정하는 방법이 있는 것이고, 만약에 저희가 정책적으로 미디어랩사라든가 종편에 대해서 회계기준을 국제회계기준에 맞도록 따라라, 이렇게 만약에 정책적인 입장을 정한다면 법령을 고치면 되지 않습니까? 어떻게 생각하십니까? 과장님이나 국장님 말씀해 보시지요.

○ 반상권 방송광고정책과장

- 지금 국제회계기준과 국내기업회계기준의 모범이 「주식회사의 외부감사에 관한 법률」입니다. 방통위의 방송법이나 미디어법에 규정되어 있는 것이 아니고 「주식회사의 외부감사에 관한 법률」에서 채택한 부분인 것으로 알고 있습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 국제회계기준과 일반회계기준을 비교했을 때 기업경영의 투명성, 회계의 정확성과 신뢰성 확보에 어떤 것이 더 낫습니까?

○ 반상권 방송광고정책과장

- 지금 공공기관 같은 경우에 국제채택회계기준을 정부가 권하고 있습니다. 투명성 이런 부분은 아마 국제채택회계기준이 더 좋기 때문에 정부가 권한 것으로 알고 있습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 다시 말씀 드리지만 국제회계기준이 기업 경영의 높은 투명성, 그다음에 회계의 정확성과 신뢰를 확보하는 데 있어서는 훨씬 더 장점이 있습니다. 그렇지요?

○ 반상권 방송광고정책과장

- 예.

○ 고삼석 상임위원

- 그것은 인정하시는 것이지 않습니까?

○ 반상권 방송광고정책과장

- 예.

○ 고삼석 상임위원

- 그리고 비상장법인이기 때문에 여기에 국제회계기준을 적용하도록 하는 것은 문제가 있고 과도한 규제라고 의견을 내셨습니다. 그런데 사전에 서면으로 보고하는 과정이나 대면으로 보고하는 과정에서 보면 계속해서 상장법인에 대해서만 국제회계기준으로 하는 것으로 사실상 말씀해 주셨습니다. 그렇지요? 제가 말씀 드리겠습니다. 그런데 보시면 물론 관련 법령을 첨부하셨지만 한 번 보십시오. 관련 법령 첨부한 것의 2페이지를 보시면 「주식회사의 외부감사에 관한 법률」 시행령 제7조의2(회계처리기준의 적용)에 보면 국제회계기준을 따르도록 하는 대상 기업들이 나옵니다. 여기에 보면 주권상장법인, 그다음에 다음 회계연도에 주권을 상장하려고 하는 법인, 그다음에 「금융지주회사법」에 따른 금융지주회사, 「은행법」에 따른 은행, 「자본시장과 금융투자업에 관한 법률」에 따른 투자매매업자, 투자중개업자, 집합투자업자, 신탁업자 및 종합금융회사, 「보험업법」에 따른 보험회사, 「여신전문금융업법」에 따른 신용카드업자 등 상당히 많습니다. 즉, 뭐냐 하면 기업의 투명성 확보, 회계의 정확성을 위해서는 대다수 기업들에 대해 국제회계기준을 따르도록 하고 있는 것입니다.

○ **김재영 방송기반국장**

- 보고 드리면 상장법인과 금융계의 경우에는 회계의 투명성 또는 국제간 비교 측면에서 국제 회계기준을 강제적으로 따르도록 하고 있으나 그렇지 않은 경우는 일반기업회계기준도 선택적으로 적용할 수 있도록 되어 있습니다. 또 기업이 자발적으로 할 수 있도록 하는 것은 회계처리 부담이라든지 이런 현실성을 감안한 측면이 있겠습니다. 그리고 저희 「방송사업자 회계처리 보고에 관한 지침」 훈령을 보면 현행 방송사업자들의 경우에도 일반회계기준을 따르고 있는 측면을 감안해서 미디어렐사, 특히 중소 미디어렐사까지 법률과 고시에 따라 지나치게 강한 규제를 하는 것은 적절치 못하다는 판단에서 결정하게 되었습니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 그것을 왜 강한 규제라고 생각하십니까? 국장님, 그것이 강한 규제인지 아니면 필요한 규제 인지에 대해서는 아까 제가 말씀 드렸지 않습니까? 미디어 기업에 대해 경영의 투명성 확보 나 회계의 정확성과 신뢰성 확보를 위해 만약에 필요하다면 국제기준을 따르도록 법령을 고쳐야 하는 것이지요. 왜냐하면 다수의 기업들이 하고 있지 않습니까? 상장된 기업들만 하고 있습니까? 그것은 아니지 않습니까? 그리고 제가 말씀 드리겠습니다. 지금 우리가 사전에 검토했던, 주신 자료를 보면... 과장님! 자료 가지고 계시죠? 이것을 국제회계기준으로 적용할 경우 추가적인 비용이 얼마나 발생한다고 보고하셨지요?

○ **반상권 방송광고정책과장**

- 수 천에서 수 억 정도입니다. 컨설팅과 시스템...

○ **고삼석 상임위원**

- 직접 확인하셨습니까, 아니면 종편사로부터 받은 자료에 근거한 것입니까?

○ **반상권 방송광고정책과장**

- 영업보고서를 검증했던 회계사와 내부 회계사를 통해, 받은 자료를 다시 재검증했습니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 수익 드는 경우는 어떤 경우입니까?

○ **반상권 방송광고정책과장**

- 컨설팅도 아까 말씀 드렸다시피 시스템 비용과 그다음에 인력 채용이 다 걸려 있다고 봤습니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 지금 미디어렐사들이 시스템 구축이 필요합니까, 아니면 회계와 관련된 매뉴얼만 있으면 됩니까? 별도로 IT가 포함된 시스템을 구축해야 합니까, 아니면 매뉴얼만 있으면 됩니까?

○ **반상권 방송광고정책과장**

- 지금 각 사업자별로 처해 있는 상황이 다 다른 것으로 알고 있습니다.

## ○ 고삼석 상임위원

- 다르지만 대부분의 개별 회사 차원에서 보면 IT를 포함한 시스템 구축은 필요 없습니다, 제가 알기로는 매뉴얼만 있으면 됩니다. 그다음에 회계처리 경비도 추가적으로 보면 수익까지 드는 것은 없습니다. 한 번 확인해 보십시오. 예를 들어서 대기업 재벌 수준에서 국제회계기준에 따라 연결재무제표를 해야 하는 경우 시스템 구축까지 하면 수익까지 들 수 있습니다. 제가 말씀 드리는 것은 뭐냐 하면 지금까지는 제가 담당 과에서 안전을 올리면 거기에 대해서 기본적인 입장들을 말씀 드리지만 그 안전이 나오는 과정, 절차 이런 것들에 대해서는 제가 가급적이면 담당과나 국의 자율성을 인정해서 제가 말씀을 안 드렸습니다. 그런데 지금 자료들을 보면 제가 볼 때 주관적인 판단이 아주 강하게 들어가 있다는 생각을 하게 되는 것입니다. 이 부분은 또 나중에 제가 별도로 국장님과 과장님께 말씀 드리겠습니다. 그래서 제 생각은 저희가 종편이나 종편의 미디어랩사에 대해 고시를 고쳐서 일반회계기준을 따르도록 할 것이 아니라 높은 수준의 경영의 투명성 확보, 회계의 정확성과 신뢰성 확보를 위해 필요하다면 법령을 고쳐서 국제회계기준을 따르도록 해야 합니다. 그리고 그것이 과도한 규제라든가 추가적인 과도한 비용을 발생시키는 그 정도까지는 아니라고 생각합니다. 저희가 외부 법률자문을 받았던 것을 보면 요지는 그것입니다. A법무법인은 법률에 정하지 아니한 사항을 고시를 통해 강제하도록 규정하는 것은 과도한 규제에 해당한다는 의견이 골자입니다. 그러나 다른 한편으로 이런 의견도 첨부했습니다. 국제회계기준을 적용하는 경우 국제적으로 통용되는 회계기준의 도입에 따른 회계 투명성에 대한 신뢰도가 제고될 가능성이 있다, 현재 지상파 미디어랩사들이 한국채택국제회계기준을 적용하고 있으므로 종편 미디어랩사에 대해서 동일 기준을 적용한다면 동종 업종 내 재무정보 비교 가능성이 증대되어 정보 이용자의 이해 가능성을 확대시킬 수 있는 점 등의 효익이 발생할 수 있다, 그래서 이러한 것들을 고려할 때 과도한 규제가 아니라는 견해도 있을 수 있다, 특히 코바코 및 미디어크리에이티브와 종편 미디어랩 간 회계기준이 상이하다는 점을 명시함으로써 부담이 발생한 것이 아닌지, 또 특정 종편 미디어랩사가 국제회계기준을 적용하고자 할 경우 제·개정을 요하게 되는 것은 아닌지 등을 위원회가 종합적으로 고려하여 판단해야 할 사항이라는 의견도 주고 있지 않습니까? 그래서 제가 드리는 말씀은 단순히 고시 개정에 대해서만 논의할 것이 아니라 필요하다면 종편 그리고 종편 미디어랩사의 회계처리기준을 어떠한 기준을 적용하도록 할 것인가에 대해서는 저희가 정책적 입장을 한 번 정도는 검토해 볼 필요가 있지 않느냐는 취지에서 말씀 드립니다.

## ○ 최성준 위원장

- 우선 정리를 하겠습니다. 「주식회사의 외부감사에 관한 법률 시행령」 제7조의2에 쪽 나열되어 있는 대상 중의 하나로 추가를 하는 방안을 말씀하시는 것 같습니다. 그 방안에 대해 검토해 볼 수 있겠습니다. 그러나 법 시행령이 일반적인 성격이어야 하기 때문에 그렇게 되면 지금 일반 방송사업자 KBS, MBC에서부터 종편PP, 보도PP 이런 방송사업자들과 그것에 대한 광고판매대행사업자를 같이 넣어야 하는 문제가 될 것 같습니다. 그런데 이 부분에 관해서는 이것이 「주식회사의 외부감사에 관한 법률」 및 시행령이 우리 방통위 소관의 법률이 아니기 때문에 저희가 해당 부처와 그것이 적절한 지에 대한 협의가 우선되어야 하지 않느냐는 생각이 듭니다. 그래서 그런 것들에 관해서 한 번 해당 부처 사이에 일단 논의해 주시기 바랍니다. 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 이 자리에서 저희가 구분해서 논의를 했으면 합니다. 제가 보니까 ‘중편 계열 미디어렐사의 회계정리기준을 국제회계기준에 맞춰서 해야 한다, 하지 않아야 한다’ 이 논의를 하기 이전에 제가 보기에는 현행 고시가 현재 법률에 불부합되고 있습니다. 왜냐하면 미디어렐법 제 17조를 봐도 국제회계기준에 따르도록 하는 규정도 안 되어 있고 지금 「주식회사의 외부감사에 관한 법률」과 시행령에는 당연히 또 안 되어 있습니다. 당연히 안 되어 있다는 이야기는 비상장법인인 경우에 국제회계기준을 안 따라도 되게끔 되어 있다는 것이지요. 그런데 우리 고시는 제 생각이 맞다면 코바코를 포함해서 민영 미디어렐도 모두 국제회계기준만 따르도록 되어 있다는 것입니다. 그렇다면 지금 현행 고시 제5조는 미디어렐법과 외감법률, 동법 시행령에 불부합되고 있는 것입니다. 그래서 저는 이것은 빨리 지금 개정안대로 고쳐야 한다는 생각을 가지고 있습니다. 그리고 지상파든 종편이든 어떤 방송사업자든 종편 계열의 미디어렐이든 다른 미디어렐이든 어쨌든 그 방송사업자의 회계정리기준을 어떻게 할 것이냐 하는 문제는 현행 고시가 되어 있는 부분을 고치는 것과는 별개로 논의를 시작해야 한다고 봅니다. 그리고 만약에 방송사업자들의 회계정리기준을 어떻게 할 것이냐 하는 것은 저희 방송법이나 미디어렐법에 담는 것이 더 맞다고 생각이 듭니다. 금융위 소관의 외감법에 주로 금융기관 위주로, 상장회사 위주로 되어 있는 것에 방송사업자를 넣느니 안 넣느니 하는 것은 적용 법률 자체가 적절하지 않다는 의견을 강하게 가지고 있습니다. 2페이지 개정 필요성에서 아까 위원장님도 지적을 하셨는데 “비상장법인인 미디어렐사까지 국제회계기준을 의무적으로 따르도록 하는 경우 법률에서 정하지 아니한...” 이 경우의 법률은 미디어렐법 제17조를 이야기하는 것입니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 둘 다입니다.

○ 이기주 상임위원

- 두 법률을 여기에 다 명시하는 것이 좋을 것 같습니다. 그래서 저는 미디어렐법이든 외감법이든 그 규정 내용과 지금 고시 내용이 부합되지 않는 것이 개정 필요성이라고 생각합니다. 그리고 그 후단에 ‘또한 중소 미디어렐사에게 회계처리 부담을 과도하게 주는 것으로 규제가 지나치게 강한 측면이 있어’ 이것은 위원님들이나 보는 사람에 따라 다르게 볼 수 있는 측면이 있습니다. 그런데 이것은 정책적인 판단이 될 수 있지만 그 전단에 해당되는 부분, 현재 상위 법률에 부합되지 않는 것, 이 부분이 가장 빨리 고시개정을 통해 치유해야 할 사항이 아닌가, 그래서 제 의견은 결론적으로 개정안대로 빨리 고시개정을 해야 하고, 나아가서 차후에 방송사업자나 미디어렐사들의 회계정리기준을 어떻게 해야 할 것이냐 하는 문제는 사실은 통신사업자와 방송사업자 간에도 회계정리기준이 다릅니다. 저는 그것부터 정리가 되어야 한다고 생각합니다. 그래서 결국 국제회계기준까지 적용할 것이냐 하는 문제는 많은 검토가 필요하다고 생각합니다. 그래서 바로 어떤 법률의 개정안을 검토하기보다는 지금 시점은 사전적으로 방송사업자들의 회계정리의 실태나 앞으로 바람직한 방향에 대한 연구역이 필요하지 않나 싶습니다. 그래서 그 연구결과에 따라 어떤 방향으로 가고 그 방향으로 가고자 할 때에는 어느 법령을 어떻게 손을 봐야 하는지 이렇게 단계적으로 프로세스를 가져가면 좋겠다는 생각입니다.

○ **최성준 위원장**

- 지금 지적하신 대로 앞으로 논의될 내용에 관해서는 지금 위원님들이 여러 의견을 주셨으니  
까 그것을 종합해서 향후 계획을 세워 주시기 바랍니다. 그리고 이 고시 자체는 제가 모두  
에서 지적했던 것처럼 지금 현행법과 시행령에 위반되는 상태이기 때문에 개정을 해야 한  
다는 데 대해서는 이론이 없을 것 같습니다. 김재홍 위원님 말씀하십시오.

○ **김재홍 상임위원**

- 앞에서 말씀을 자세히 다 하셨기 때문에 원칙에 대해 제 입장을 말씀 드리면 국제회계기준  
과 국내회계기준의 차이는 투명성과 신뢰성 측면에서 국제회계기준이 우월하다는 것입니다.  
그만큼 복잡하고 경비가 더 들 것입니다. 그런데 금융기관, 공기업 같이 특히 신뢰성과 투  
명성이 중시되는 기업은 다 국제회계기준을 하고 있습니다. 방송사의 경우에도 사회적 책무  
와 공공성의 의무를 생각해 봤을 때에는 금융기관, 공공기관 못지않게 똑같이 투명성과 신  
뢰성이 중요하다고 생각합니다. 그런 점에서 법체계를 고쳐서라도 하루빨리 국제회계기준을  
채택하도록 하는 것이 맞다고 생각합니다. 두 번째는 종편의 경우 그 모기업이라고 할 수  
있는 신문사들이 비상장기업이기 때문에 국제회계기준을 채택할 수 없다는 말씀이신데 신  
문사의 경우에는 방송사와 사회적 책무나 공공성, 규제 수준이 다릅니다. 신문은 정말 언론  
의 자유, 거의 성역처럼 간주되고 있고, 방송은 방송통신위원회가 존재하는 것처럼 많은 규  
제를 받아야 하고 사회적 책무를 지켜야 합니다. 신문과 방송, 모기업과 자회사 저는 그것  
이 맞는지 모르겠습니다. 독립법인입니다. 종편, 방송사입니다. 그러면 아까 말씀 드린 사회  
적 책무와 공공성을 지킬 의무가 있다는 측면에서도 모기업과 달리 신문은 놔두더라도 종  
편이지만 방송사의 경우 그 미디어랩은 국제회계기준을 채택하도록 하는 것이 맞다고 생각  
합니다. 방송광고대행사들을 보면 코바코가 있고 (주)미디어크리에이트가 있고 각사들의 미디  
어랩이 있는데 코바코와 (주)미디어크리에이트는 이런저런 이유로 국제회계기준을 채택하고  
있지요?

○ **김재영 방송기반국장**

- 예.

○ **김재홍 상임위원**

- 공기업 관리에 관한 법이나 상장 모기업..., (주)미디어크리에이트의 경우 SBS가 상장법인이라  
그렇게 하고 있지요? 그러나 그것보다 더 중요한 것은 방송광고대행사로서의 차등, 차별 문  
제가 생기는 것입니다. 이러저러한 근거가 있겠지만 어떤 대행사는 국제회계기준을 하도록  
하고 어떤 미디어랩은 국내회계기준을 하도록 하고 이것은 일종의 차별입니다. 통일을 시켜  
주어야 합니다. 왜 그렇습니까? 경쟁관계이기도 하지 않습니까? 그러니까 제가 말씀드린 3,  
4가지의 이유로, 안 되어 있으면 법체계를 빨리 고쳐야 할 것이고, 정책 방침에 따라서라도  
할 수 있는 한 통일시켜 주는 것이 맞다고 생각합니다. 오늘 나온 보고안건은 그럼에도 우  
리가 능동적으로 고시를 고쳐 주어야 하느냐 하는 것입니다. 그 미디어랩이 자율적으로 선  
택하도록 놔두고 우리로서는 빨리 법률을 고쳐야 합니다. 국제회계기준을 채택하든 국내회  
계기준을 채택하든 두고 알아서 하면 되는 것이고, 둘 다 다할 수 있게 되어 있으면 고시를  
고쳐서 국내회계기준을 해라, 이렇게 해 줄 필요는 없지 않습니까?



○ 반상권 방송광고정책과장

- 예, 선택입니다. 고시 개정안이 선택을 할 수 있게 되어 있습니다.

○ 김재홍 상임위원

- 개정하지 않고 놔두면 어떻게 됩니까?

○ 반상권 방송광고정책과장

- 지금 국제회계기준밖에 없기 때문에 국제회계기준으로 다 바꾸어야 하는 문제가 있습니다.

○ 김재홍 상임위원

- 그러면 아직은 시기상조이겠네요. 그러면 고시 개정은 할 수 밖에 없는데 아까 말씀 드린 것처럼 큰 원칙 아래에서 법률 개정할 것은 개정하고 그리고 정책의지가 중요하다고 생각합니다. 그렇게 해 나가는 것이 좋겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 많은 의견을 주셨는데 상당 부분은 앞으로 저희가 차후에 논의해 나가야 하고 그다음에 개정 필요성에 관해서는 용역이나 다양한 각 분야의 검토가 필요하다고 생각합니다. 정리를 하면 우선 이 고시가 개정이 되어야 한다는 데 대해서는 다 이견이 없으신 것이지요? (“없습니다” 하는 위원 있음) 그러면 이 안건은 원안대로 접수하고자 합니다.

○ 고삼석 상임위원

- 위원장님, 아까 말씀 드렸듯이 2페이지 개정 필요성 제일 밑에 두 줄이 있지 않습니까? “중소 미디어웹사에게 회계처리 부담을 과도하게 주는 것으로 규제가 지나치게 강한 측면이 있다”는 데에 저는 조금 판단이 달라서 아까 말씀 드렸던 것입니다. 왜냐하면 개별, 특히 중소기업들의 입장에서 보면 외부 컨설팅을 받더라도, 외부 회계사지요. 감사 과정에서 회계사의 도움을 받더라도 재정적인 부담은 크지 않은 것으로 판단했던 것입니다. 규제가 지나치게 강한 측면이 있다는 것은 그 규제의 강도 여부는 저희들의 정책적 필요성, 특히 공공성이나 공익성 이런 측면과 비교해서 판단해야 하는 문제인데 이것이 규제가 지나치게 강한 측면이 있다, 이 단정적인 표현에 대해 동의가 어렵기 때문에 이 부분을 수정해 주셨으면 좋겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 개정 필요성은 사실은 고시가 법에 위반된다, 그것 하나면 더 말을 할 필요가 없을 것 같습니다. 그래서 아예 고치는 김에 “법률에서 정하지 아니한 사항을 고시에 강제로 적용하는 것으로 고시 자체의 효력에 문제가 됨”으로 고치시지요. 될 가능성이 있는 것이 아니고 문제가 바로 되는 것입니다. 그 아래 ‘-’에 쓴 부분은 지금 여러 위원님께서 지적하셨듯이 보는 관점에 따라 과도한지 아닌지 판단이 다를 수 있는 것이어서 그 부분은 삭제하는 것으로 하겠습니다. 동의 없으시지요? (“없습니다” 하는 위원 있음) 그리고 아까 말씀 드렸던 것처럼 개정안을 명확하게 하기 위해 시행령까지 같이 집어넣는 것으로 하겠습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 하나 더, 아까 이기주 위원님께서 말씀하셨듯이 지금 방송사나 통신사의 회계처리기준이 현행대로 가는 것이 맞는 것인지, 아니면 우리의 정책적 목표와 그다음에 회계처리기준이 지금 개선되고 있는 것이기 때문에 국제회계기준에 맞추어서 해야 하는 것은 아닌지, 이런 것들에 대해 전반적으로 한 번 검토를 했으면 좋겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 아까 말씀 드렸던 것처럼 지금 KBS, MBC도 한국채택국제회계기준으로 안 하고 있지요?

○ 반상권 방송광고정책과장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 그러니까 거기에서부터 시작해야 할 것 같습니다. 방송사부터 해서 경우에 따라서는 모든 방송업계 전체를 다 어떻게 해야 하는지에 대한 종합적인 검토가 필요하고, 이 한국채택국제회계기준이라는 것이 우리나라에 적용된 것이 2011년입니까?

○ 김재영 방송기반국장

- 예, 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 그래서 아직 완전하게 확산되어서 뿌리를 내리고 있지 않은 상태이고 지금 되어가고 있는 과정에 있다고 생각합니다. 그렇기 때문에 그 부분에 대해서는 기초적인 부분부터 접근해서 그 필요성을 한 번 검토해 볼 필요가 있습니다. 거기에 관해서는 아까 이기주 위원님 말씀하셨던 것처럼 저희들이 판단하기 굉장히 어려운 부분이기 때문에 전문가들의 용역이 필요할 것 같고, 그런 과정을 거쳐서 한 번 기초부터 논의해 보고자 합니다. 그래서 이 안건은 아까 제가 말씀 드린 내용대로 수정해서 접수하고자 합니다. 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음)

○ 이기주 상임위원

- 이의는 없고, 한 말씀만 더 드렸으면 합니다. 그러면 왜 지금 문제가 되는 고시가 현재 이렇게 되어 있느냐에 대해 의문을 갖게 되지 않습니까? 저 혼자 추론을 하는데 이것은 명백히 할 필요가 있습니다. 해명 내지는 소명이 필요한 것이, 미디어법 제정되는 시기와 또 민영미디어법에 대한 허가를 하게 된 시기와 또 코바코가 법적 지위가 바뀐 시기 그리고 국제회계기준이 외감법에 도입된 시기가 제가 보기에 거의 비슷한 시기입니다. 그러다 보니까 아마도 그 당시에 이 고시를 담당했던 분들이 그러한 상황에 대한 팔로우업(follow up)이나 업데이트를 덜 했지 않았을까, 저는 이런 추론을 해 보는데 담당 국·과에서 그것을 한번 따져 보십시오. 지금 어느 날 갑자기 현행 고시가 미디어법과 외감법에 부합되지 않는다, 위반된다, 그래서 개정해야겠다 이렇게만 이야기하기가 클리어하지 않습니다. 그 부분 하나와 아까 제가 회계정리 문제를 말씀 드렸는데 통신 쪽의 회계정리는 방송 영역보다는

일찍이 법제도화가 되어 있는데 그것은 공정경쟁, 그 차원에서 접근하는 것입니다. 우리 방송시장에 있어서도 저는 회계정리가 경우에 따라서는 회계분리도 의무적으로 해야 될 부분도 있고 회계를 좀 더 투명하게 해야 될 부분도 있고 이런 것들이 방송시장의 공정경쟁촉진이나 방송사업자들 간에 불공정 행위가 일어날 수 있는 이런 부분들을 제도적으로 치유하는 방안 중의 하나로 굉장히 광범위하게 검토가 되어야 할 것이라고 생각을 첨언하고자 합니다. 이상입니다.

○ 최성준 위원장

- 그러면 이 안건을 접수하도록 하겠습니다.

**나. 2014년도 방송매체 이용행태 조사 결과에 관한 사항**

○ 최성준 위원장

- <보고사항 나> '2014년도 방송매체 이용행태 조사 결과에 관한 사항'에 대하여 김재영 방송기반국장 보고해 주시기 바랍니다.

○ 김재영 방송기반국장

- 2014년도 방송매체 이용행태 조사 결과를 보고 드리겠습니다. 매체이용행태 조사는 방송매체에 대한 수용자 인식과 시청행태의 변화를 정기적으로 분석하여 효율적인 수용자 정책 수립 및 평가의 기초 통계로 활용하기 위한 것이 되겠습니다. 추진 경과는 생략하겠습니다. 조사 개요를 보고 드리면 '14년 6월~8월까지 전국의 3,427가구 및 그 가구의 구성원 13세 이상 6,042명 전원을 조사대상으로 하여 가구 방문 1:1 면접을 실시한 결과 나온 사항이 되겠습니다. 조사항목은 매체보유, 매체별 이용량, 필수매체 인식, TV 시청행태 등을 조사하였습니다. 조사기관은 KISDI, 한국리서치가 되겠습니다. 다음은 3페이지입니다. 주요 조사결과입니다. 먼저 매체보유 현황을 살펴 보면 TV 수상기 보유율은 96.4%로 여전히 가장 보편적인 매체가 되겠습니다. 스마트폰의 보유율이 전년 68.8%에서 76.9%로 크게 증가하여 미디어 이용의 개인화 추세를 반영하고 있습니다. 매체별 이용량에 대해 보고 드리겠습니다. 매체 이용시간 변화를 살펴보시면 하루 평균 TV 시청시간은 3시간 7분에서 2시 52분으로 약 15분간 감소하였으며, 반면에 스마트폰은 1시간 3분에서 1시간 17분으로 약 14분 정도 증가했습니다. <표>를 보시면 그 결과가 잘 나와 있습니다. 다음은 4페이지입니다. 매체 이용빈도를 분석한 결과, 매체를 주5일 이상 이용하는 비율은 TV, 스마트폰, PC/노트북, 라디오, 신문의 순서이며, TV나 PC/노트북, 라디오, 신문의 매체 이용빈도는 감소하고 있음을 보여주고 있고, 스마트폰은 전년도 65.8%에서 70.8%로 빈도가 증가한 것으로 나타나고 있습니다. TV 이용빈도를 연령별로 살펴보면 50대, 60대 이상 연령이 높을수록 TV 이용빈도가 높고 이러한 경향은 전년과 비슷합니다. 다음은 5페이지입니다. 연령별로 스마트폰을 주5일 이상 이용한 빈도를 살펴 본 결과, 20대는 91.1%, 30대는 90.6%로 약 비율이 90% 이상 높게 나타났고, '14년도 조사에서 특이한 점은 전년에 비해서 50대도 61.8%, 60대 16.1%로 전년보다는 비율이 크게 증가한 것으로 나타나고 있습니다. 다음은 스마트폰 이용 여부와 TV 시청시간의 감소 인식비율, 즉 미디어 대체 여부를 조사한 결과가 되겠습니다. 스마트폰 이용자 중에서 32.6%가 신규매체 이용으로 기존의 TV 시청시간이 줄어들었다고 응답했고, 비이용

자에 비해서 TV시청이 감소했다고 인식하는 비율이 6배 이상 높게 나타나고 있습니다. 작년에도 10배 이상 높게 나타난 것으로 되어 있습니다. 다음은 6페이지입니다. 필수매체 인식에 관한 조사결과입니다. 아래 <표>를 보시면 2014년 일상생활의 필수 매체로 TV가 44.3%, 스마트폰이 43.9%로 두 매체를 합해 보면 88.2%가 필수매체로 인식하고 있습니다. 나머지 보면 PC가 9.4%, 그다음에 신문이 0.9%, 라디오가 0.5%로 상당히 스마트폰이나 TV에 비해서 필수매체로 인식하는 것이 낮은 것을 알 수 있겠습니다. 일상생활 필수매체 인식 수준을 연령별로 조사해 봤습니다. 10대와 20대의 약 69%가 스마트폰을 가장 필수매체로 응답했습니다. 반면에 50대의 69.3%, 60대 이상의 92.8%는 TV를 필수매체로 선택하고 있어서 연령별로 크게 차이가 나타남을 알 수 있겠습니다. 다음은 7페이지입니다. 스마트폰 필수매체 인식사항입니다. 전년에 비해 40대 50대가 스마트폰을 필수매체로 선택하는 비중이 약 10% 이상 증가했음을 보여주고 있습니다. 다음은 TV 시청행태 변화입니다. TV와 타 매체를 동시에 이용하고 있는 사항을 나타내고 있습니다. TV 시청 중에 타 매체를 동시에 이용하고 있는데 이때 스마트폰 이용률이 51.7%로 높고 PC/노트북 12.4%, 신문 6.1% 순으로 나타났습니다. TV 시청 중에 다른 매체를 동시에 이용하는 이유는 '습관적으로'가 가장 높게 나타나고 있지만 채팅/메신저를 이용하기 위해서, 또는 다양한 정보를 검색하고 싶어서 순이 높게 나타나고 있습니다. 다음은 8페이지입니다. 스마트폰을 이용한 TV 이용행태를 조사한 결과, 일주일에 하루 이상 TV를 스마트폰을 통해 시청하는 비율이 25.8%로 전년보다 증가하고 있고, 이용하는 시간을 보면 이동 중에 시청하는 비율이 35.3%인데 이보다 집에서 시청하는 비율이 47.8%로 더 높게 나고 있음이 특이한 사항이 되겠습니다. TV 이외의 매체를 이용한 지상파 프로그램을 시청하는 이유를 살펴보니깐 그동안 못 본 방송을 보기 위해서가 39.3%, 그다음에 원하는 시간에 보기 위해서가 29.1% 등의 순으로 나타나고 있습니다. 다음은 9페이지입니다. 주요 트렌드 및 결과 활용사항이 되겠습니다. 가구 매체인 TV수상기 보급률이 여전히 96.4%로 가장 높은 편이지만 개인 매체인 스마트폰의 보급률도 76.9%로 크게 증가하여 미디어 이용의 개인화가 확산되고 있음을 보여주고 있습니다. TV 시청 중 스마트폰을 함께 동시에 이용하는 비율이 51.7%로 증가하고 있고, 스마트폰을 통한 TV프로그램 시청이 이동 중 시청보다 집에서 시청이 더 높게 나타나고 있어서 이처럼 변화하는 시청행태를 고려해서 시청점유율 측정방식 등의 개선이 필요한 사항을 알 수 있겠습니다. 향후 계획은 위원회 보고 내용을 토대로 보완해서 보고서를 발간하고 주요 조사자료는 인포그래픽 등을 통해 알기 쉽게 국민들에게 제공하도록 하겠습니다. 이상 보고를 마치겠습니다.

#### ○ 최성준 위원장

- 수고하셨습니다. 보고받은 내용에 대해서 의견 있으면 말씀해 주십시오. 향후 계획에 “방송사 경영전략 수립 및 학계 학술연구 지원, 시청자 알권리 충족에 기여할 것으로 기대”라고 하셨는데 저희도 새로운 방송정책을 수립하는 데 중요한 자료인 것 같습니다. 이것을 토대로 해서 저희 정책방향을 결정하는데 참고를 했으면 싶습니다. 김재홍 위원님 말씀하십시오.

#### ○ 김재홍 상임위원

- 아주 좋은 자료로 정리가 됐습니다. 9페이지에 보면 TV수상기 보급률은 96.4%이고 스마트

폰 보급률은 76.9%인데 TV수상기는 가구당 보급률이지요?

○ 김재영 방송기반국장

- 예, 그렇습니다.

○ 김재홍 상임위원

- 스마트폰은 개인이고요?

○ 김재영 방송기반국장

- 예.

○ 김재홍 상임위원

- 가구당 5인인지, 3인인지 모르겠지만 비교기준이 맞지 않은 것 같습니다. 왜냐하면 언제인가 국회에서 이야기한 기억이 있는데 아마 휴대폰 보급대수가 5,400만대, 그중의 고가 스마트폰만 3,700만대라는 자료를 제가 봤습니다. 그것은 엄청난 보급률입니다. 대수는 제가 그렇게 기억합니다. 그러면 국민 인구수와 거의 비슷합니다. 유아만 빼고 나머지는 다 가졌다고 봤는데 그것을 고려해 보면 조금 떨어진 것 같습니다. 보급률이 76.9%입니까? 어쨌거나 TV 수상기는 가구당 보급률이고 스마트폰은 개인당 보급률이기 때문에 이 통계 비교기준은 다르다고 생각합니다. 하여튼 전반적으로 스마트폰 의존도가 높아가는 것 같고 스마트폰을 통해서 TV를 보는 비율도 높아가는 것 같고, 역시 디지털 미디어 쪽으로 옮겨가는 것이 확연히 드러나 보입니다.

○ 최성준 위원장

- 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 결과 활용 측면에서 “제2의 TV수상기’ 관점에서의 콘텐츠 정책 마련이 필요” 이런 말이 있고, “새로운 시청환경 변화를 고려하여 방송정책 수립에 활용” 이렇게 되어 있는데 여기에서 말하는 콘텐츠 정책 마련과 방송정책 수립, 그 구체적인 예를 무엇을 생각하시는지 하나씩만 들어봐 주십시오.

○ 박진희 편성평가정책과장

- “새로운 시청환경 변화를 고려하여 방송정책 수립에 활용”, 이 부분에 대해서는 기존의 텔레비전방송뿐만 아니라 스마트폰 이용자들이 점차 증가하고, 또 연령대별로 50대, 60대까지 스마트폰을 많이 이용하는 경향으로 가고 있습니다. 저희가 방송법의 방송규제 정책을 보면 시청점유율 규제를 하고 있는데 기존의 전통적인 방송매체 중심의 시청점유율 규제 방식에 대해 좀 더 개선이 필요할 것 같고 또 통합시청률이나 광고정책에 있어서도 새로운 시청환경에 대비한 정책이 필요할 것 같습니다. 또 이뿐만 아니라 이러한 스마트미디어가 20대, 10대, 이제는 30대에서도 TV보다 더 많이 이용하고 있기 때문에 홍보정책에도 활용할 필요가 있다고 생각합니다. 그리고 아까 “제2의 TV수상기’ 관점에서의 콘텐츠 정책” 부분은 최

근에 KBS가 다음카카오와 웹드라마라든지 이런 형태의 새로운 인터넷 시대에 적합한 드라마를 별도로 제작하는 이런 형태로 변화되고 있는데, 지금 당장은 아니지만 시장의 변화에 맞춰서 이 콘텐츠 정책도 기존의 지상파방송이나 유료방송 중심의 정책에서 새로운 인터넷 환경의 정책도 필요하지 않을까 이런 측면에서 앞으로 장기적으로는 이 콘텐츠 정책수립에 그런 측면도 고려할 필요가 있겠습니다.

○ 이기주 상임위원

- 장기적으로?

○ 박진희 편성평가정책과장

- 중장기적인 것 같습니다. 아무래도 인터넷은 표현의 자유영역이고 전 세계적으로 규제가 그렇게 세지 않기 때문에….

○ 이기주 상임위원

- 알겠습니다. 혹시 통신매체 이용행태조사가 있습니까? 미래부가 주관하거나….

○ 박진희 편성평가정책과장

- 인터넷 이용실태에 관해서는 KISA에서 조사하고 있습니다.

○ 이기주 상임위원

- 이용행태를 조사하는 데 있어서 KISDI와 리서치회사의 역할 분담은 어떻게 됩니까?

○ 박진희 편성평가정책과장

- 실제적으로 조사 방문을 하거나 통계를 돌리는 부분은 한국리서치에서 하고 있고, 기본적으로 설문을 작성하는 부분은 KISDI와 방통위가 협의해서 하고 있습니다.

○ 이기주 상임위원

- 제 생각에는 이 조사결과를 보면 지금 소위 말하는 방송과 통신 그리고 인터넷 융합이 굉장히 가속화되는 것 같습니다. 그래서 지난번에 방송시장경쟁상황평가도 보면 통신시장경쟁상황평가 그리고 또 다른 의미에서 방송통신융합시장경쟁상황평가, 아니면 그 3개가 전부 통합된 경쟁상황평가 이렇게 가야 하지 않느냐는 생각이 듭니다. 이용행태조사도 방송 따로 인터넷 따로 통신 따로 이렇게 해야 하는지, 저는 이런 기본적인 의문이 듭니다. 두 번째는 리서치회사는 기본적으로 설문서 작성하고 실제 방문하든 전화를 하든 이렇게 해서 응답된 내용을 가지고 이런 좋은 유익한 정책적인 시사점을 많이 주는 조사결과를 냈습니다. 문제는, 지난번에도 제가 방송시장경쟁상황평가 보고 때도 말했지만 어떤 정책, 어떤 법제도의 보완과 개선 아니면 새로운 시장 환경에 따른 변화 내용을 정책에 반영을 시킬 것인가의 문제입니다. 2차적인 분석 내지는 더 나아가서 정책과 법제도에 시사점을 반영하기 위해 조사하는 것이라고 생각합니다. 목적도 그렇습니다. 방송정책 수립 기초자료로 활용한다고 했는데, 소위 말해서 우리가 방송통신융합이라고 하면 서비스의 융합, 단말기의 융합, 사업자의 융합, 규제기관, 정책기구의 융합 이런 이야기를 몇 년 전에 논의를 많이 했지 않습니까?

제가 보기에 스마트폰이 통신단말기인지, TV수상기인지, PC인지 거의 구분이 안 되지 않습니까? 그러면 스마트폰 이용자는 통신 이용자입니까, 방송 시청자입니까? 제가 아주 원론적인 이야기로 말씀을 드리는데 제 이야기는 저도 무척 고민이 되는 것 같아서 자료를 보니까 앞으로 그런 측면에서 진짜 중장기적이 아니고 지금부터 치열한 고민을 해야 하지 않는냐는 생각에서 의견을 말씀 드렸습니다.

○ 최성준 위원장

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

## 8. 기 타

○ 최성준 위원장

- 오늘 상정된 안건처리는 이것으로 마쳤습니다. 다른 논의사항 없으십니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 다음 회의는 다음 주 설 연휴를 보내고, 2주 후인 2월 26일 목요일 오전 9시 30분에 개최하도록 하겠습니다. 수고하셨습니다.

## 9. 폐 회

○ 최성준 위원장

- 이상으로 제8차 방송통신위원회 회의를 모두 마치겠습니다.

(의사봉 3타)

【 11시 20분 폐회 】