

방송통신위원회 속기록

- 회 의 명 : 제23차 방송통신위원회 회의
- 회의일시 : 2015. 5. 28.(목) 09:30
- 장 소 : 방송통신위원회 4층 회의실
- 참석위원 : 최성준 위 원 장
허원제 부위원장
이기주 상임위원
고삼석 상임위원 (4인)
- 불참위원 : 김재홍 상임위원 (1인)

제23차 방송통신위원회 회의 속기록

【 09시 30분 개회 】

1. 성원보고

○ 최성준 위원장

- 최현숙 의안조정팀장, 성원보고해 주십시오.

○ 최현숙 의안조정팀장

- 재적위원 과반수가 참석하셔서 성원이 되었음을 보고 드립니다. 김재홍 위원님께서는 중국 출장으로 오늘 불참하셨습니다.

2. 국민의례

○ 최현숙 의안조정팀장

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

3. 개회선언

○ 최성준 위원장

- 2015년도 제23차 방송통신위원회 회의를 개의하겠습니다.

(의사봉 3타)

4. 지난 회의록·속기록 확인

○ 최성준 위원장

- 제20차 회의의 회의록과 속기록을 확인하고 접수하도록 하겠습니다. 제출된 회의록과 속기록에 이의 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 그러면 동의하신 대로 접수하도록 하겠습니다.

5. 회의공개 여부 결정

○ 최성준 위원장

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

안건 심의를 시작하겠습니다.

6. 의결사항

가. 종합유선방송사업자 재허가 사전동의에 관한 건 (2015-23-114)

○ 최성준 위원장

- <의결사항 가> ‘종합유선방송사업자 재허가 사전동의에 관한 건’에 대하여 전영만 방송정책국장 보고해 주시기 바랍니다.

○ 전영만 방송정책국장

- 보고 드리겠습니다. 종합유선방송사업자 재허가 사전동의에 관한 건입니다. 의결주문입니다. 미래창조과학부의 (주)씨엔엠, (주)씨엔엠 서초케이블티브이 재허가에 대해 최대주주의 재무적 취약성으로 인한 종합유선방송사업자의 재무건전성 악화 방지와 방송사업 운영상황 등에 대한 주기적 점검을 위하여 허가 유효기간을 3년으로 단축하고, 아래 조건으로 동의한다. 첫째, (주)씨엔엠 재허가 심사 시 제출한 향후 5년간 부채비율을 준수하여야 하며, 이에 대한 구체적인 차입금 감소계획을 제출하여야 한다. 또한 재허가일 이후 매반기마다 반기말 기준 부채비율을 회계법인의 확인을 받아 제출하여야 한다. 둘째, (주)씨엔엠은 재허가 기간 동안 최다액출자자 및 특수관계자에 대한 대여 및 지급보증을 하거나 자산을 담보로 제공하지 않아야 한다. 셋째, 방송사업의 안정적 제공과 시청자 권익 보호를 위해 신청법인이 수립하여 시행하고 있는 협력업체와의 상생계획을 성실히 이행하여야 한다. 넷째, 신청법인은 지역사업권을 보유한 사업자로서 지역문화발전을 위해 노력할 의무가 있음에도 불구하고 경영의 효율성 측면만 강조하여 지역성이 약화될 우려가 있으므로 지역적 특색을 반영할 수 있는 지역채널 운영 방안을 마련하여야 하고, 신청법인이 속한 권역의 지역밀착형 방송콘텐츠 제작 확대에 노력하여야 한다. 다섯째, 신청법인의 재무건전성 악화의 원인이 최다액출자자의 취약한 재정 상태에서 기인하는 것으로 판단되므로 국민유선방송투자(주)에게 부과된 변경승인조건 이행 여부에 대해 미래부에 철저한 점검 및 조치를 요청한다. 다음, (주)한국케이블티브이 서대구방송 재허가 거부에 대해 동의하고, (주)티브로드 서대문방송 재허가에 대해서는 ‘방송사업자가 아닌 특수관계자에 대여, 담보제공, 지급보증을 하여서는 아니 된다’는 조건으로 동의한다. 다음, (주)티브로드 계열 4개사, (주)씨엔엠 계열 4개사, (주)현대에이치씨엔, (주)씨제이헬로비전 호남방송 등 10개사의 재허가에 동의한다. 다음은 3페이지입니다. 제

안이유는 생략하고, 사전동의 심사의 대상사업자는 2015년 6월 10일부터 7월 19일까지 허가 유효기간이 만료되는 <붙임 1>의 14개사가 되겠습니다. 경과사항은 생략하겠습니다. 심사위원회 운영 결과입니다. 본심사는 5월 13일부터 14일까지 2일간 있었습니다. 본심사위 구성 및 운영과 관련하여, 심사위원장과 방송·법률·회계·시청자 분야 등 외부 전문가 6인으로 심사위원회를 구성하여 사업자 신청서, 미래부 심사의견서 등의 자료 검토와 사업자 의견청취를 거쳐 방송평가, 운용실적 및 사업계획의 세부항목을 심사한 결과, (주)씨앤엠, (주)씨앤엠 서초케이블티브이는 재허가 사전동의 기준 점수인 650점 이상을 획득하였고, (주)한국케이블티브이 서대구방송은 기준 점수에 현저히 미달하는 점수를 받았습니다. 다음은 4페이지입니다. <결과 요약표>는 설명을 생략하겠습니다. 심사위 건의내용은 씨앤엠과 씨앤엠 서초케이블티브이와 관련하여, 씨앤엠 최대주주의 재무적 취약성으로 인한 SO의 재무건전성 악화방지, 방송사업 운영 상황 등에 대한 주기적 점검을 위해 재허가 기간을 3년으로 단축하고 박스 안에 있는 다음 조건을 부과할 필요가 있습니다. <재허가 사전동의 조건(안) 및 부대의견>은 첫째, 재허가 심사 시 제출한 향후 5년간 부채비율 준수 및 차입금 감소계획 제출, 둘째, 최다액출자자 및 특수관계자에 대한 대여 및 지급보증, 담보 제공 금지, 셋째, 신청법인이 수립·시행하는 협력업체와의 상생계획에 대한 성실한 이행, 넷째, 지역적 특색을 반영한 지역채널 운영과 지역밀착형 콘텐츠 제작 확대 노력, 부대의견으로 국민유선방송투자(주)에게 부과된 변경승인조건 이행 여부에 대해 철저한 점검 및 조치를 미래부에 요청하도록 되어 있습니다. 다음은 서대구방송과 관련해서, 과거 방송사업 실적과 미래부 청문결과 등을 종합해 볼 때 사업자의 방송사업 운영에 대한 의지를 확인할 수 없고, 재정적·기술적 능력이 매우 부족하며, 투자 및 지역채널 활성화 노력 등이 부족하여 정상적인 방송사업을 운영하였다고 보기도 어려우며, 향후 정상적인 방송사업 수행과 방송의 공적책임 준수를 기대하기 어려울 것으로 판단되므로 재허가를 거부하는 것이 타당하다는 의견이었습니다. 약식심사는 5월 18일부터 19일까지 2일간 있었습니다. 약식심사위 구성 및 의견 관련하여 방송·법률·회계분야 등 외부전문가 3인으로 약식심사위를 구성하여 미래부의 심사의견서, 사업자 신청서 등을 검토한 결과, 다음은 5페이지입니다. (주)씨앤엠 계열 SO 등 11개사 재허가에 대해 미래부가 부과한 재허가 공통조건은 모두 적절한 것으로 판단되고, (주)티브로드 서대문방송의 '특수관계자 대여금지' 재허가 조건 위반에 대해 재발방지를 위한 동일 조건 부과와 (주)씨엠비 계열 4개 SO에 대한 '향후 5년간의 디지털 전환·투자·이행계획을 재수립'하라는 조건 부과는 적절하다고 판단되며, 추가적인 조건 부여는 불필요하다는 의견이 있었습니다. 마지막으로 종합의견입니다. 본심사위의 심사결과 및 약식심사위의 의견제시 내용, 미래부가 제시한 재허가 조건과 청문주재자 의견서 등을 종합적으로 고려하여 볼 때, (주)씨앤엠 계열 2개 SO의 재허가는 '조건부 동의'하고, (주)한국케이블티브이 서대구방송에 대해서는 이견 없이 '재허가 거부'에 동의하며, (주)티브로드 종로중구방송 등 11개사의 재허가에 대해서는 '미래부 재허가 조건'대로 '동의'함이 적절하다고 판단됩니다. 이의 구체적인 내용은 의결주문과 동일합니다. 이상입니다.

○ 최성준 위원장

- 수고하셨습니다. 먼저 심사위원회 위원장으로서 꼼꼼한 심사를 해 주신 고삼석 위원님께 감사를 드립니다. 보고받은 내용에 대해서 의견 있으시면 말씀해 주십시오. 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 제가 심사위원장을 맡았기 때문에 먼저 한 말씀 드리겠습니다. 이번 SO 재허가 사전동의 심사는 지난 3월에 의결한 유료방송 허가·재허가 등 사전동의 관련 기본계획에 따라 처음으로 본심사와 약식심사로 나누어서 심사를 진행했습니다. 심사과정에서 제가 느꼈던 것을 먼저 말씀 드리는 것이 안건 심의에 도움이 되지 않을까 싶습니다. 물론 기본계획을 의결할 때도 검토를 했는데 실제로 그 의결한 내용을 가지고서 심사해 보니까 조금 더 보완해야 할 점이 있다고 생각했습니다. 먼저 사전동의제와 관련된 법적 효력 부분을 간략히 말씀 드리면 '유료방송 허가·재허가 사전동의 절차는 행정기관 간 협력제도인 합의, 협의제도에 비추어 볼 때 허가 여부에 대한 동의로서 처분 자체에 대해 가부 의견이 필요한 것으로 해석하는 것이 타당하다' 이런 유권해석을 받았습니다. 사전동의는 동의 또는 부동의로 구분할 수 있고, 방송통신위원회는 사전동의 시에 일정한 부대조건을 부과할 수 있으며, 미래부는 이를 수용해야 할 법적의무를 가지고 있습니다. 기본계획 의결 시에 밝혔듯이 사전동의 제도는 방송통신위원회가 방송의 공공성, 공정성 그리고 공익성을 확보하기 위한 목적으로 운영하는 것이고, 미래부와 같이 하기 때문에 사업자 입장에서 이중, 중복 심사가 되지 않도록 규제를 최소화하고 절차를 간소화하는데 초점을 맞추었습니다. 무엇보다도 부처 간에 이견이 있으면 안 되기 때문에 사전·사후에 철저히 협력하는 것을 원칙으로 했습니다. 의결주문에 나와 있는 사전동의 조건을 중심으로 본심사를 했던 소견을 말씀드리겠습니다. 방통위의 사전동의 심사 시 핵심 점검사항인 방송의 공적책임 실현 가능성과 관련하여 현행 심사기준이 이를 실현시킬 수 있도록 구성되어 있는지 점검이 필요한 것 같습니다. 이와 관련된 평가기준을 보면 유료방송 이용약관 준수 및 불만처리실적, 방송심의규정 위반, 행정처분 내역 등으로 구성이 되어 있습니다. 이러한 항목들로 지역민의 알권리 보장, 지역경제 활성화와 지역균형 발전에 기여할 것, 지역행정에 대한 감시역할을 할 것 등 질적인 측면의 공적책임 수행을 제대로 평가할 수 있는지 의문이 들었습니다. 그래서 이 부분에 대해서도 검토와 반영이 필요하지 않느냐 이런 생각입니다. 두 번째로는, 비계량평가로 평가가 되는데 시청자의 권익보호 및 증진 부분도 마찬가지로 마찬가지입니다. 예를 들어 사업자들이 낸 재허가신청서를 보면 "이용자 만족을 넘어 감동을 주는 서비스를 제공했다"고 자평하고 있습니다. 그러나 정작 내용을 보면 민원처리실적 외에 "관련조직을 만들고 가이드라인을 만들어서 내부 직원교육을 했다", 이것이 전부로 나와 있습니다. 실질적으로 이용자의 만족도나 권익증진을 측정하고 평가할 수 있는 척도일 수는 없다고 생각합니다. 예를 들어 미국의 케이블TV 재허가 제도를 보면, 재허가 심사 시 이용자 만족도를 비롯한 사업자의 서비스 품질이 지역사회의 요구와 부합하는 정도, 케이블TV 사업권 갱신이 지역사회 필요성 및 이익에 부합하는 정도 등을 계량화해서 재허가 여부에 반영하도록 되어 있고, 지금 그러한 제도를 운영하고 있습니다. 세 번째로는, 재허가 사전동의 조건안 네 번째에 나와 있습니다. '지역적 특색을 반영한 지역채널 운영과 지역밀착형 콘텐츠 제작 확대 노력', 저희들이 이것을 조건으로 부과했습니다. 그렇게 한 이유는, 케이블TV SO는 출범 당시에 지역밀착형 매체로 시작했습니다. 그런데 MSO로 그 규모가 점차 확대되면서 지역매체로서의 특색이 약화되고 있다고 판단했습니다. 특히 지역채널 프로그램의 70% 이상을, 쉽게 말하면 본부나 중앙에서 기획하고 제작해서 방송하고 있는 것으로 확인이 되었습니다. 이에 따라서 지역밀착형 매체로서의 기능이 점점 약화되고 있다는 문제의식을 가지고서 저희들이 재허가 조건을 부과했다는 말씀을 드리겠습니다. 경영의 효율성과 별개로 매체의 공적책임은 성실하게 준수되고

이행되어야 한다고 저는 생각합니다. 또한 의견을 청취하는 과정에서 이런 생각을 했습니다. 사업자 측에서 저희들의 재허가와 관련된 절차를 어떻게 생각하는지..., 그 인식의 한 단면을 봤습니다. 뭐냐 하면 특정 사업자 이야기입니다만 저희가 과거의 재허가 조건을 부과했고, 또 그것을 이행하지 않아서 문제가 됐습니다만 그것에 대해 최고경영자가 정확하게 알고 있지 못합니다. 쉽게 말하면 “그렇게 해도 되는 것으로 생각해서 담보를 제공했다”, 이런 말씀을 하더라고요. 제가 깜짝 놀랐습니다. 경영자가 바뀐다고 해서 재허가 조건이나 심사과정에서 나왔던 내용들이 인수인계가 안 되어서는 곤란합니다. 또한 재허가 때 나왔던, 심사위원들께서 지적했던 이러한 사항들은 실제로 사업자들이 사업을 이행하는 데 있어서 반드시 반영해야 하는 내용들이 많습니다. 경영이나 방송 내용, 시청자에 대한 권익보호 이런 측면에서 보면 사업자들이 반드시 지켜야 합니다. 이러한 것들이 직원들 사이에서 공유가 제대로 되고 있지 않습니다. 그래서 제가 심사에 나온 사업자 분들께 말씀 드린 것은 그것입니다. 심사위원회에서 지적했던 사항들과 재허가 조건으로 부과했던 내용들에 대해서는 경영자들만 알 것이 아니라 전 직원이 공유할 수 있도록 방법을 찾아달라고 말씀 드렸습니다. 그래서 저희들이 사전동의 조건을 부과한 것과 별개로 그것이 잘 이행되는지 점검해야겠지만, 저희들이 심사 때 지적했던 사항들과 재허가 사전동의 조건으로 부과했던 내용들이 회사 구성원들에게 잘 공유될 수 있도록 어떠한 조치를 취했는지도 동시에 점검해 주시기 바랍니다. 과장님, 심사하시느라고 수고 많으셨습니다.

○ **최성준 위원장**

- 또 다른 의견 있으십니까? 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ **이기주 상임위원**

- 하나만 여쭙 보겠습니다. 재허가 조건 첫 번째가 ‘재허가 심사 시 향후 5년간 부채비율을 준수’하여야 한다고 되어 있는데, 유효기간은 3년으로 하지 않습니까?

○ **전영만 방송정책국장**

- 예, 맞습니다.

○ **이기주 상임위원**

- 그런데 5년이 적정한 것입니까?

○ **박동주 방송지원정책과장**

- 일단 SO의 허가 유효기간이 5년이어서 5년간의 부채비율 준수 관련 이행계획서를 제출하라고 했던 것입니다.

○ **이기주 상임위원**

- 이번 말고 지난번 재허가 조건에 ‘5년간 부채비율 준수’가 들어가 있었지 않습니까?

○ **박동주 방송지원정책과장**

- 예, 들어가 있습니다.

○ **이기주 상임위원**

- 그때는 재허가 유효기간이 5년이었지요?

○ **박동주 방송지원정책과장**

- 그렇습니다.

○ **이기주 상임위원**

- 이번에 이런 저런 사유 때문에 유효기간을 3년으로 하면서 이것은 그대로 놔둔 것 아닙니까?

○ **박동주 방송지원정책과장**

- 그런 면보다는 부채비율을 축소하는 트렌드를 본다고 하나요? 그렇게 줄여 나가는 모습을 점검하기 위해 이렇게 해 놓은 것입니다.

○ **이기주 상임위원**

- 재허가 유효기간과 재허가 조건으로 부여하는 내용에 있어서의 기간에 차이가 있는 것이 적절한지에 대해서 의문이 들기 때문에 물어보는 것입니다.

○ **전영만 방송정책국장**

- 3년, 5년이라는 기간 차가 있는 것은 사실입니다만, 처음에 사업자 쪽에서 5년간 계획을 제출했기 때문에 당초 계획대로 5년으로 하는 것이 어떨까 싶습니다.

○ **이기주 상임위원**

- 재허가 신청법인에서 자료를 제출할 때야 당연히 유효기간으로 5년을 받기를 위해서 사업계획서나 다른 자료들을 그렇게 냈겠지요. 저는 꼭 5년을 3년으로 하자는 뜻은 아닌데 오늘 안건 보고를 받으니까 그런 생각이 들어서 물어보는 것입니다.

○ **박동주 방송지원정책과장**

- (주)씨앤엠에 주로 재무적인 문제가 컸기 때문에 그 부분에 대해 부채비율을 축소하는 문제가 제일 많이 거론됐습니다. 그래서 작년까지는 400% 이상 넘는 부채비율을 가지고 있었는데 올 3월에 273%로 줄였고, 그리고 매년 줄여서 5년 이후에 135%까지 줄인다고 제출했습니다. 그런데 저희들이 볼 때, 그런 비율을 준수하도록 하는 것이 의미 있는 행위가 아닐까 싶어서 이렇게 넣은 것 같습니다.

○ **이기주 상임위원**

- 심사위원장님의 의견을 한 번 듣고 싶습니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 저희가 재허가 사전동의 관련해서 조건을 부과한 것이 4개이고, 의결주문의 다섯 번째는 부대의견으로 붙인 것입니다. 그리고 첫 번째, 두 번째는 미래부에서 재허가 심사를 하면서

조건으로 붙인 내용입니다. 그런데 저희 또한 이 부분이 방송사업자의 공적책무 수행과 관련해서 대단히 중요하다고 판단했기 때문에 부채비율이나 차입금 감소 계획들을 요구했습니다. 이와 관련해서 점검을 상당히 꼼꼼하게 했습니다. 여기에 다 적시는 하지 않았지만 심사위원들께서 지금 (주)씨앤엠의 경영상태, 그리고 현재 이미 드러났습니다만, 향후 최고경영자가 본심사 청문에 나와서 매각을 추진한다는 것을 공개적으로 밝혔습니다. 그래서 그와 관련하여 저희들이 점검할 수 있는 내용들은 꼼꼼히 점검했다고 봅니다. 왜냐하면 우리가 재허가 사전동의를 했는데 바로 또 매각이 진행됐을 때 드러날 수 있는 문제점들이 있습니다. 그래서 재허가와 더불어서 매각 과정에서 나타날 수 있는 그런 문제점들에 대해서도 심사위원들께서 꼼꼼하게 점검했습니다. 그러한 것들을 추후에 백서 등의 형태로 전체적으로 공개할 계획입니다.

○ **최성준 위원장**

- 지금 논의되고 있는 사항과 관련해서는, 예를 들어 유효기간이 3년이어서 4년차 때는 다시 재허가를 받아야 하고 그 재허가를 받을 때 이행계획서를 또 제출하지 않겠습니까? 그렇다면 만약 4년차 때 종전에 제출한 대로는 부채비율 준수를 하지 않고 새로운 계획서에 의한 것을 했을 때에는, 그것에 문제가 없는 것이냐 하는 그런 묘한 문제가 생길 소지는 있다고 생각합니다. 그런데 그렇다고 이것을 딱 3년이라든지 그렇게 기간을 단정적으로 표시하는 것이 적절한지 하는 의문도 있을 수 있으니까, 제가 이런 방법을 제안 드려 보겠습니다. 지금 재허가를 심사할 때 문서의 제목은 모르겠지만 '부채비율 감축계획서'라든지 어떤 서류를 냈을 것 아닙니까? 따라서 '(주)씨앤엠은 재허가 심사 시 제출한 무슨 무슨 서류에 따른 부채비율을 준수하여야 하며...'와 같이 5년, 3년 이라는 기간 표시를 하지 않고 (주)씨앤엠이 제출한 계획서에 따라 부채비율을 준수하라는 것만 넣어놓으면 우리들의 목적은 다 달성하는 것이고, 나중에 4년차가 됐을 때 이것이 어떻게 되느냐 하는 그런 애매한 문제도 없어지지 않을까 싶은데 그렇게 하는 것은 어떻습니까? 여기에서 딱 5년이라는 것은 빼고 '스스로 제출한 계획서에 따라 부채비율을 준수하여야 한다'는 식으로 표현하면, 물론 내용에 차이가 있는 것은 아니지만, 우선 보기에 3년, 5년 이런 차이가 나는 부분이 드러나지 않게 되는 면이 있을 것 같습니다.

○ **이기주 상임위원**

- 좋은 안인 것 같습니다.

○ **전영만 방송정책국장**

- 좋은 안이라고 생각합니다.

○ **최성준 위원장**

- 고삼석 위원님 그렇게 하면 괜찮으시겠습니까?

○ **고삼석 상임위원**

- 예, 괜찮습니다. 그리고 한 가지 더 말씀드릴 것은, 5년간의 부채비율을 말씀하셨는데 이번 에 특히 (주)씨앤엠의 재허가 신청서를 보니까 부채비율 준수, 차입금 감소, 그리고 프로그램

제작에 대한 투자, 공적기여 이런 것들이 전체적으로 저희가 예상했던 것보다는 상당히 좋게 많이 하겠다는 쪽으로 나와 있습니다. 따라서 이행여부에 대한 우려는 됐습니다.

○ 최성준 위원장

- 이행할 수 있을지...

○ 고삼석 상임위원

- 예. 실제로 이런 부분들을 이행할 수 있느냐에 대해 저희들이 계속해서 강하게 사업자에게 물어봤지만, 사실 저희들의 한계가 앞으로의 이행계획이지 않습니까? 그리고 서류상으로는 이행하는데 크게 문제가 없다고 판단했었고, 또 다른 한편으로는 여기에서도 다시 말씀드리고 허가조건에도 부과가 되겠지만, 설사 (주)씨앤엠이 재허가 기간 동안 매각이 된다 할지라도 저희가 재허가를 하면서 부과했던 사전동의의 조건들은 승계된다는, 여전히 유효하다는 말씀을 분명히 확인하고 넘어가려고 합니다. 그렇기 때문에 사업자가 재허가를 받기 위해서 앞으로의 전망, 투자계획 이런 것들을 좀 더 낙관적으로 했다고 할지라도 그것에 대한 준수책임은 사업자에게 있고, 저희들에게는 그러한 아무리 낙관적인 사업전망이라 할지라도 그것을 철저히 이행하도록 관리감독할 책임이 있다는 부분에 대해서 명확히 말씀 드리겠습니다.

○ 이기주 상임위원

- 아까 위원장님께서 말씀하신 대로 하면, 심사 시 제출한 무슨 계획서에 부채비율이 포함되어 있습니까?

○ 박동주 방송지원정책과장

- '재무건전성 유지 및 개선을 위한 이행방안'입니다.

○ 이기주 상임위원

- 그러니까 '제출한'과 '부채비율' 그 사이에 '향후 5년간'이라는 말 대신 '제출한 서류 무엇에 포함된 부채비율을 준수하여야 하며' 이렇게 자구를 바꾸면 좋을 것 같습니다.

○ 최성준 위원장

- 지금 고 위원님께서 지적하신 것처럼, 만일 (주)씨앤엠이 매각되어서 사업자가 변경이 되더라도 저희들이 부과한 조건, 의무를 당연히 이행하여야만 하는 것은 법률적으로 다른 견해가 있을 수 없다고 생각합니다. 지금 그 부분을 다시 한 번 강조하신 것 같은데 그것은 심사과정에서도 (주)씨앤엠에게 충분히 인지시킨 부분이지요?

○ 고삼석 상임위원

- 예, 했습니다.

○ 최성준 위원장

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ **허원제 부위원장**

- 제가 알기로는 대주주가 만약에 변경될 경우에는 어차피 또 변경에 대한 허가를 받아야 하기 때문에, 그때 우리가 부과한 조건을 그대로 승계하면 되지 않나 싶습니다. (주)한국케이블티브이 서대구방송은 이미 2009년에 재허가 거부처분이 됐었습니다. 그런데 지금 다시 또 재처분을 하는 것입니다. 그동안에 법적 소송절차를 거쳐 와서 다시 또 재처분을 내린 것입니까?

○ **전영만 방송정책국장**

- 맞습니다. 대법원에서 그 당시 거부처분에 대해 취소 판결을 내렸기 때문에 그 취소일을 기준으로 해서 다시 접수가 된 것으로 인정해서 다시 심사한 것입니다.

○ **허원제 부위원장**

- 그러면 앞으로 우리가 또 재허가 거부를 했을 때 어떤 절차가 예상되니까? 방송국에서 또 다시 법적 소송을 제기하게 됩니까?

○ **박동주 방송지원정책과장**

- 미래부에서는 우리들이 사전동의를 해 주면 재허가 거부처분을 할 계획이고, 그렇게 되면 방송을 일정 부분 계속 하도록 하면서, 당 방송사가 재허가 거부처분을 받았다는 것과 이용자들은 다른 유료방송으로 전환할 수 있다는 것을 3개월 동안 계속 고지를 할 것 같습니다. 그리고 서대구방송 측에서는 지금 미래부의 재허가 거부처분으로 인해 자기들이 현실적으로 손해를 입었기 때문에 손해배상 청구소송을 제기해 놓은 상태입니다.

○ **허원제 부위원장**

- 주주 구성을 보면 CJ E&M이 49.3%의 지분을 소유하고 있습니다.

○ **박동주 방송지원정책과장**

- 예.

○ **허원제 부위원장**

- 그런데 CJ E&M에서는 경영에 전혀 관여를 하지 않고 있습니까?

○ **박동주 방송지원정책과장**

- 예, 경영에는 관여를 하지 않고 있습니다.

○ **허원제 부위원장**

- 주주 구성을 보니까 사업체가 어떻게 이렇게 부실하게 경영이 되어 왔던가 하는 의구심도 생깁니다. 알겠습니까.

○ **최성준 위원장**

- 한국케이블티브이 서대구방송이 이번에 미래부에 의해 곧 이루어질 재허가 거부처분에 대해

또 소송으로 다룰지는 알 수 없는 부분이지요. 다만, 과거에 재허가 거부처분이 대법원 확정 판결에 의해 취소가 되었기 때문에 그 부분과 관련해서는 국가를 상대로 해서 손해배상 청구소송을 내놓은 상태라는 말씀이지요?

○ 박동주 방송지원정책과장

- 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 다른 의견이 없으시면 이 안건은 아까 말씀 드렸던 것처럼 (주)씨앤엠, (주)씨앤엠 서초케이블티브이 재허가 조건 중 1항 재허가 심사 시 제출한, 그다음에 조금 전에 말씀하신 문서명을 넣고 '그 문서에 따른 부채비율을 준수하여야 하며'로 수정하는 것으로 해서 의결하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으십니까? ("예" 하는 위원 있음) 가결되었습니다.

나. 방송통신 결합상품 허위·과장광고 관련 이용자이익 저해행위에 대한 시정조치에 관한 건 (2015-23-115~137)

○ 최성준 위원장

- <의결사항 나> '방송통신 결합상품 허위·과장광고 관련 이용자이익 저해행위에 대한 시정조치에 관한 건'에 대하여 박노익 이용자정책국장 보고해 주시기 바랍니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 보고 드리겠습니다. 먼저 의결주문은 생략하겠습니다. 제안이유는 방송통신 결합상품 허위·과장광고를 통해 전기통신사업법을 위반한 사업자에 대한 시정조치안을 심의·의결하기 위함입니다. 조사개요입니다. 그간 '방송공짜' 등 사업자 간 과열경쟁으로 인한 허위·과장 광고에 대한 문제가 제기되었고, 우리 위원회는 이용자 이익을 저해한 사실을 인지해서 조사를 실시하게 되었습니다. 조사대상은 IPTV 관련 4개 통신사, 그다음에 CATV 관련 20개 사업자들이 되겠습니다. 총 24개사이고, 특히 CATV사업자인 경우에는 MSO의 소속 SO 수를 고려해서 대상사업자를 선정하였습니다. 다음은 3페이지입니다. 조사결과입니다. 총 24개사의 온라인, 지역정보지 및 대리점과 협력업체 광고물을 채증·분석한 결과 총 23개사가 허위·과장광고를 통해 이용자이익을 침해한 사실을 확인하였고, 다만 CMB 광주방송의 경우에는 위반사실이 확인되지 않았습니다. 구체적인 내용으로, IPTV 사업자인 경우에는 총 1,399건을 조사하여 이 중에서 1,280건의 위반사항을 확인하였고, CATV사업자인 경우 181건을 조사하여 142건의 위반사항을 확인하였습니다. 조사결과 세부적인 내용은 아래에 보시는 <표>와 같습니다. 다음 4페이지에도 CATV사업자의 위반사항이 나열되어 있습니다. 다만, 현대HCN 계열의 경우에는 타 조사대상 사업자에 비해 위반율이 매우 낮은 것으로 확인되었습니다. 위반내용을 보면, 첫 번째는 오인광고, 두 번째는 객관적 실증이 불가능한 광고, 세 번째는 중요정보 누락광고 등 3가지의 세부유형으로 확인되었고, 구체적인 내용은 <붙임 4>를 참고하시면 되겠습니다. 이 중에서 오인광고의 주요사례로서, 실제로는 약정요금할인과 일부 경품 혜택을 부여하는데도 이 혜택의 총금액에 상응하는 LEDTV 40인치 또는 노트북 등을 무료로 제공한다고 광고하거나, 또는 개별 상품별 할인되는 금액을 구분하여 표시하여야 하지

만, 마치 방송 또는 인터넷 서비스 등 특정상품에서 할인하는 것처럼 하여 “방송공짜”, 또는 “인터넷 공짜”로 광고한 사례 등이 있었습니다. 이에 대한 위법성 판단입니다. 허위·과장 광고는 전기통신사업법 제50조제1항제5호 및 동법 시행령 제42조제1항 [별표 4] 제5호 바목 위반에 해당되는 것으로 판단됩니다. 다음은 5페이지입니다. 이에 대한 제재방안입니다. 전기통신사업법 제52조 및 제53조에 따라 시정명령과 정액과징금 부과가 가능합니다. 이들 사업자에 대해서는 매출액 증가에 대한 인과관계 입증에 어려워 실제로 매출액 산정이 곤란하므로 정액과징금을 부과하고자 합니다.

○ 최성준 위원장

- 거기까지 보고하시고, 지금 관계자 의견진술이 준비가 되어 있으니 우선 위반사항, 그다음에 그 위반사항에 대한 위법성 판단과 관련해서 위원님들 의견 있으면 말씀해 주십시오. 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 조사기간 말고, 이번에 조사 대상기간은 어떻게 됩니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 여기서는 조사대상기간을 특정하지는 않았습니다. 다만, 저희들이 조사하는 기간, 즉 1월부터 시작해서 두 달 정도 조사했는데 그 기간에 저희들이 수집·채증한 광고물을 중심으로 했습니다.

○ 이기주 상임위원

- 금지행위 위반 여부 내지 단말기유통법 위반여부를 조사할 때는 보통 조사기간과 대상기간을 구분하고, 경우에 따라서는 조사대상기간이 조사기간보다 1년 전이 됐든 그 이전 것도 조사를 했는데, 이번 조사는 조사기간 중에 채증한 증거들을 위주로 위반여부를 판단했다는 것이지요?

○ 박노익 이용자정책국장

- 그렇습니다. 이것은 과거의 광고물이 아니라 우리가 조사 나갈 때 실제 그 시점에서 현재 진행형으로 이루어진 광고물들이라고 보시면 되겠습니다.

○ 이기주 상임위원

- 예를 들면 온라인상의 광고가 됐든 전단지 광고가 됐든 그 내용이 얼마의 기간 동안 위법에 해당되는 내용을 광고했는지는….

○ 박노익 이용자정책국장

- 그것은 확인이 어렵습니다.

○ 이기주 상임위원

- 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 구체적인 확인이 어렵기는 하지만 이와 같은 허위·과장광고가 많이 이루어지고 있다는 상황을 파악하고 저희가 이 조사에 들어왔기 때문에, 조사 때 수거한 광고지나 온라인상에서의 광고들이 그 이전부터 그렇게 계속 되어 왔으리라고 추정되는 것이지요?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 맞습니다. 온라인 같은 경우에는 상당 기간 유지됐을 것이고, 전단지 같은 경우에는 수시로 전단지를 인쇄·배포해서 그 이전부터도 계속 그러한 행위가 있었다고 생각합니다.

○ 최성준 위원장

- 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 한두 가지 확인하겠습니다. 저희가 조사대상으로 삼은 것이 온라인, 지역정보지와 대리점 등의 광고물이지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 고삼석 상임위원

- 온라인 같은 경우에는 이통3사나 케이블TV의 본사에서 운영하는 온라인을 조사한 것입니까, 아니면 판매점 등에서 하는 것을 대상으로 한 것입니까?

○ 김용일 이용자정책총괄과장

- 온라인 사이트에 대한 부분은, 본사는 아니고 판매점에서 운영하는 사이트가 대부분입니다.

○ 고삼석 상임위원

- 대부분입니까, 전부입니까? 이통사와 케이블을 분리해서 말씀하시면...

○ 김용일 이용자정책총괄과장

- 제가 100% 다 확인을..., 거의 전부에 해당하는 부분이 판매점에 해당하는 것으로 알고 있습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 거의 전부에 대해서요?

○ 김용일 이용자정책총괄과장

- 예.

○ 고삼석 상임위원

- 그럼에도 불구하고 책임의 주체를 이통사로 보는 것에는 큰 문제가 없습니까?

○ 김용일 이용자정책총괄과장

- 전기통신사업법에 본사와 협정을 체결해서 계약 등의 행위를 대리하는 경우에는 본사가 책임을 진다고 되어있고, 그 협정체결이라는 부분에 대해서는 계약체결 이외에 묵시적인 위탁 관계라든지 이런 부분들도 명시적으로 해석이 가능하다고 봐서, 판매점에 대한 부분도 본사가 책임을 질 수밖에 없다고 판단했습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 대리점 관계라는 것이 법적으로 보면, 본사와 대리점이 있고 대리점과 판매점 내지 유통 딜러들이 있지 않습니까? 그렇게 된다고 하면 그런 복대리 관계까지 다 본사에 책임을 물릴 수 있다고 말씀하시는 것이지요?

○ 김용일 이용자정책총괄과장

- 예.

○ 고삼석 상임위원

- 그다음에, SKT와 SKB를 보면 여기에 적시되어 있는 대로, 위반건수가 대부분 중복되지 않습니까? 온라인 같은 경우에는 그대로 동일하고 지역정보지도 마찬가지로인데 이런 것들은 이중으로, 카운팅 하는 데 있어서 문제점은 없습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 다른 법인인 경우에는 유·무선을 하나의 법인에서 제공하기 때문에 결합판매인 경우에는 당연히 주체가 하나만 표시가 되어서 1개의 법인으로 카운팅이 됐는데, SK 계열인 경우에는 유선, 무선 제공하는 법인이 다르다 보니까 하나의 결합상품에 유·무선이 각각 표현이 되어 있어, 그 부분이 중복되어 과다 계산이 되어 있다고 생각합니다.

○ 고삼석 상임위원

- 제가 어제 자료를 받아보고 살펴보는 과정에서 하나 발견한 것이 있습니다. 이통3사나 케이블 MSO들이 낸 의견서를 보면 허위·과장광고와 관련해서는 지금까지 방통위 차원에서 행정조치를 한 것이 없다고 주장합니다. 저희가 행정조치한 전례가 전혀 없습니까?

○ 김용일 이용자정책총괄과장

- 방통위 차원에서는 허위·과장광고에 대해 실제로 조치한 적은 없었습니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 결합판매도 이번에 처음….

○ 고삼석 상임위원

- 제가 찾아보니까, 시간이 없을 수 있는데 나중에라도 확인해서 말씀해 주십시오. 2012년 3월

로 나옵니다. 舊 방송통신위원회인데 SKT의 유선상품 무료제공 등 금지행위 위반사항을 적발해서 무료 안내 금지 및 관련 홍보물을 전량 폐기하도록 행정권고를 했습니다. 혹시 이런 전례가 있다는 것에 대해 아십니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 아니요, 그것은 모르고 있습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 제가 찾아보니까 이런 부분이 있습니다. 저도 어제 저녁에 찾아 시간이 없어서, 아침에 자료 요청을 못 했습니다. 2012년 3월에 이와 관련된 행정권고를 냈는데 그 내용을 조금 있다가..., 왜냐하면 이통3사와 케이블 업계에서는 다들 전례가 없다고 이야기하니까, 이것이 어떤 근거에 의해 저희들이 행정권고를 했는지 확인할 수 있으면 말씀해 주시기 바랍니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 저희들이 문제가 제기되거나 또는 위법소지가 있다고 인지할 때, 단계적으로 제일 먼저 할 수 있는 것이 행정지도, 행정권고까지 포함해서 제도개선 등 아까 말씀하신 폐기와 같은 행정지도를 우선적으로 할 수도 있고, 또 실태점검을 나가기도 합니다. 또 한편으로 보면 이와 같이 조사, 제재를 하는 경우도 있는데 그것은 위반행위의 정도, 그때 당시의 사회적인 이슈화의 문제, 이용자의 피해여부 이런 것들을 종합적으로 고려해서 아마 판단하지 않았을까 싶습니다. 그 사안과 이번의 조사 건을 단순히 비교하기보다는 이번 사안 자체로서 위법성의 정도를 우선적으로 고려해야 하지 않을까 싶습니다.

○ 최성준 위원장

- 지금 그런 취지로 말씀하시는 것이 아니고, 과거에 저희가 어떤 형태로든지 조사해서 행정지도에 해당되는 행위라 하더라도 그런 조치한 것이 있는지, 그런 과거의 전례를 우선 확인해 달라고 말씀하시는 것이지 그것과 이것이 무슨 연관성이 있다든지, 또는 위법성의 차이를 말씀하시는 것은 아닙니다. 그러니까 지금 관계자들이 의견진술을 하는 동안에 혹시 확인이 가능하시면 찾아서 제출해 주시기 바랍니다. 아마 고 위원님께서 말씀하시는 취지는 과거에 그런 지도를 받았음에도 불구하고 시정이 안 되고 계속 됐다고 할 경우에는 그만큼 위법성이 더 큰 것 아니겠느냐, 그런 말씀이신 것 같습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 사업자들이 낸 의견서를 보면, 결합상품과 관련된 허위·과장광고 이런 것들에 대해 지금까지 위원회가 한 번도 행정지도나 의견을 안 낸 상태에서 바로 어떤 수위의 행정제재를 하는 것은 과도하다는 의견을 내고 있는 것입니다. 그렇지 않습니까? 최초의 위반과 최초의 조사를 통한 제재를 한다면 그에 상응하는 정상참작이나 이런 것들이 있는 것입니다. 그러나 우리가 아무리 약한 수준에서의 행정지도를 했다고 하더라도 과거에 그런 전례가 있고 또 다시 저희들이 제재한다면 그 제재의 수위에 있어서 차이가 분명히 있을 수밖에 없습니다. 그래서 여쭙 보는 것입니다. 위원장님께서 제 취지를 아주 잘 설명해 주셨습니다.

○ 박노의 이용자정책국장

- 확인해 보겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 다른 의견 더 없으십니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 그러면 관계자의 의견진술을 청취하도록 하겠습니다. 의견진술을 요청하신 케이블TV사업자가 다섯 군데이기 때문에 의견진술의 순서는 먼저 CJ헬로비전, 티브로드, 씨앤엠, 현대HCN, CMB 순으로 진행하도록 하겠습니다. 그러면 먼저 CJ헬로비전 측 관계자의 의견을 듣도록 하겠습니다. 입장해 주십시오.

(CJ헬로비전 의견진술인 입장)

CJ헬로비전에서 참석하신 탁용석 상무 맞습니까?

○ 탁용석 CJ헬로비전 상무

- 예.

○ 최성준 위원장

- 양재용 이사 맞습니까?

○ 양재용 CJ헬로비전 이사

- 예.

○ 최성준 위원장

- 지금 논의하고 있는 방송통신 결합상품의 허위·과장광고에 대한 CJ헬로비전 측의 의견을 진술해 주시기 바랍니다.

○ 탁용석 CJ헬로비전 상무

- 먼저 저희들에게 말씀 드릴 기회를 주신 위원장님과 방송통신위원회 측에 깊은 감사를 드리겠습니다. 먼저 저희가 이런 여러 가지 방송의 어려운 상황에 이르게 된 배경을 간략히 말씀을 올리겠습니다. 최근에 다양한 결합상품의 출현으로 소비자의 후생이 높아진 것은 사실인 것 같습니다. 여기에서 말씀 드린 소비자 후생은 아주 싼 가격에 통신과 방송의 상품을 이용할 수 있다는 것입니다. 그런데 저희가 여러 나라의 우수한 사례들을 조사해 보았으나 초고속인터넷과 실시간 방송상품을 US달러 10달러 이하로 한꺼번에 이용할 수 있는 나라는 찾기가 상당히 어려웠습니다. 실제 정책의 선의가 산업에 어떻게 또 작용하는지에 대한 상당히 현실적인 사례였다는 생각이 들었습니다. 이렇게 팔 수 있는 조건을 가지고 있는 사업자, 우리나라의 통신시장을 지배하고 있는 통신3사의 결합상품에 의해 시작됩니다. 그런데 아무것도 가지고 있지 않은 케이블TV 사업자의 경우에 과연 시장에 상품을 얼마에 내놓아야 생존을 할 수 있고 경쟁할 수 있는 기본적인 조건이 되는지에 대해 여실히 보여주는 현재 시장의 상황이라는 말씀을 한 가지 올리겠습니다. 또 한 가지, 제가 외람되지만, 허원제 부위원장님께서 의정활동을 하실 당시에 대정부 질의를 하시면서 PP수신료를 현실화시키고

25% 정도로 만들어 주어야 한다고 당시 총리께 직접 질의를 해서 그것이 시장에서 실현된 바 있습니다. 아마 그 의도는 콘텐츠와 플랫폼이 동반해서 성장할 수 있는 구조가 필요하다는 대전제였을 것이고, 당시는 디지털 전환이 막 시작되던 때였고, 또 IPTV 출범 논의가 되던 때였기 때문에 지금쯤이면 콘텐츠, 플랫폼이 훨씬 더 풍성해질 수 있는 생태계를 꿈꾸시면서 그런 정책을 구현한 것으로 이해하고 있습니다. 그런데 지금 우리 방송시장은 사실은 만인 대 만인의 투쟁 상황입니다. 방송통신위원회에서 굉장히 다양한 정책적 노력들을 하고 계시지만 지상파는 재원의 부족으로 저희 플랫폼사업자들에게 CPS(Cost Per Subscriber) 인상을 요구하고 있는 상태이고, PP사업자들도 마찬가지입니다. 그리고 종편도 수신료에 참여하고 있습니다. 그러면서 시장에 대한 평가는 나빠지고 있어서, 방송 생태계가 심각하게 위협받고 있는 상황이다, 그래서 경쟁과 생태계 2가지를 다 아울러서 선순환구조로 만들어 줄 수 있게 이번에 방송통신위원회에서 이런 시장조사를 하시고, 연구반을 가동해서 고시의 개정을 유도해 주시는 점은 저희로서는 매우 깊이 감사하게 생각하고, 꼭 그런 방향으로 구체화된 정책들이 실현되기를 바라고 있습니다. 이상으로 이번 시장조사와 관련해서 저희가 처해 있는 어려운 현실들의 상황을 간략히 보고 말씀 드립니다. 그리고 또 추가말씀 올리겠습니다만 명확한 제도, 가이드라인 이런 것들이 구체화되어서, 저희들이 시장에서 정부의 정책이나 시책 또는 방향, 제도를 위반하지 않도록 구체적인 가이드라인을 함께 제안해 주실 것을 먼저 모두말씀으로 드리겠습니다. 발언 기회를 주신 점 감사합니다.

○ 최성준 위원장

- 구체적인 내용에 대해서 더 하실 말씀 없으십니까?

○ 탁용석 CJ헬로비전 상무

- 혹시 질문을 해 주시거나 저희에게 구체적인 위법사실에 대해 지적해 주시면 거기에 대해 답변을 추가로 해 드리고, 또 저희 회사 뒤에 동일한 사안으로 준비하고 있는 회사들도 있기 때문에 답변으로 말씀 드리겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 위원님들 혹시 질문사항 있으십니까?

○ 이기주 상임위원

- CJ헬로비전은 결합판매 서비스 구성을 어떻게 하고 있습니까?

○ 탁용석 CJ헬로비전 상무

- 저희는 MVNO 사업을 하고 있습니다. 그래서 CJ헬로비전도 모바일을 포함한 상품을 만들어서 소비자에게 공급하고 있습니다. 다만, 저희들 시장점유율이 아주 미미하고 브랜드의 인지도나 소비자들에 대한 소구력이 낮기 때문에 모바일을 결합한 시장에서의 상품은 저희가 구색을 갖추었을 뿐 시장에서의 영향력이나 가입자 모집효과는 현실적으로 거의 없다고 말씀 드리겠습니다.

○ 이기주 상임위원

- 사무처에 질문하는 것일 수도 있는데, 지금 조사하고 나서 위법성이 있다거나 없다고 판단하는 것이 전기통신사업법에 근거를 두고 하는 것이지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다.

○ 이기주 상임위원

- 그런데 이와 유사한 금지행위가 전기통신사업법에도 있고 방송법에도 있고 IPTV 법에도 있지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다. 그러면 CJ헬로비전의 경우 케이블TV 서비스를 하기 때문에 기본적으로 방송법의 적용을 받으면서 MVNO가 됐든 브로드밴드가 됐든 이런 통신서비스를 할 경우에 전기통신사업법에 의한 금지행위 위반 여부의 조사대상이 되는 것 아닙니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다. 각 법에도 있지만...

○ 이기주 상임위원

- 그래서 CJ헬로비전이 케이블TV 서비스를 하는 것은 다 아는 것이고, 통신서비스에 해당되는 것 중에 어떤 서비스를 케이블TV 서비스와 결합해서 서비스 판매 시에 광고하느냐를 여쭙 보는 것입니다.

○ 양재용 CJ헬로비전 이사

- 저희는 케이블방송업이 주요 서비스이고, 그다음에 브로드밴드 사업도 하고 있고 VoIP전화를 같이 병행해서 판매하고 있습니다.

○ 이기주 상임위원

- 그러면 이번에 위법하다고 이용자정책국에서 조사한 내용은 케이블TV 서비스와 초고속인터넷이 결합하는 경우에 광고를 오인하게 했다는 것이지요?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 또 다른 것 확인할 것 있으십니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 더 말씀하실 것 있으십니까?

○ 탁용석 CJ헬로비전 상무

- 위법한 사실에 대해서는 저희들이 반성하고, 이미 자료로 제출해 드린 바대로 성실하게 개선하겠습니다. 선처를 부탁드립니다. 이상입니다.

- 최성준 위원장
- 수고하셨습니다.

(CJ헬로비전 의견진술인 퇴장)

다음은 티브로드 관계자 들어오셔서 의견진술해 주시기 바랍니다.

(티브로드 의견진술인 입장)

참석자를 확인하도록 하겠습니다. 티브로드의 전영일 상무님 나오셨습니까?

- 전영일 티브로드 상무
- 예.

- 최성준 위원장
- 그다음에 최일준 상무님 나오셨습니까?

- 최일준 티브로드 상무
- 예.

- 최성준 위원장
- 의견진술해 주십시오.

○ 전영일 티브로드 상무

- 안녕하십니까? 티브로드 영업총괄 전영일 상무입니다. 먼저 금번 허위·과장광고 건으로 위원장님과 위원님들께 심려를 끼쳐 드려서 대단히 송구스럽게 생각합니다. 저희는 내부적으로 광고 기준을 내부 가이드라인으로 수립해서 운영하고 있습니다. 그렇지만 결론적으로 관리상의 문제가 발생된 점에 대해 거듭 사과를 드립니다. 저희가 2012년부터 온·오프라인을 나누어서 광고를 운영해 왔는데 오프라인 부분에서는 상품안내, 약정기간, 결합할인을 같은 내용을 적시하고 중요한 부분은 굵은 글씨로 크게 해서 이용자가 알 수 있도록 잘 운영해 왔고, 온라인 부분도 당사의 홈페이지와 연계해서 적법하게 운영해 왔었습니다. 이외에도 완전판매 모니터링을 통해 이행계약서에 대한 내용을 실제 고객에게 안내하는 것들을 운영해 왔었습니다. 이런 것들을 통해 허위·과장광고로 인한 민원은 굉장히 적은 수준인데, 특히 최근 3년간 고객으로부터 접수된 허위·과장광고 관련 민원은 굉장히 미미한 수준이라고 하겠습니다. 그러나 죄송스럽게도 2013년부터 협력사 노조 문제가 발생하면서, 당사가 그동안 직접 관리했던 전단지 내용을 협력사에서 직접 수정하고 지시하는 부분들이 있었는데, 협력사 측에서는 노조의 압박수단이라는 말을 합니다. 그런 관계에서 사실은 협력사의 전단지 검수작업이 잠시 위축된 점이 있었습니다. 그래서 앞으로 이번 일을 계기로 해서 협력사에 대한 전단지 관리를 좀 더 강화해 나갈 예정입니다. 드릴 말씀은 금번 허위·과장광고 조사가 처음이고, 또 당사에서 이용자보호를 위한 내부 프로세스를 그동안 쭉 구축해서 운영해

왔고, 당사의 매출 비중이, 다들 아시겠지만 통신회사와 대비해서 굉장히 적은 1.3% 수준, 마케팅 비용도 0.8% 수준으로 굉장히 미미하고, 또 마케팅에서 절대적 열위에 처해 있는 점 등을 종합적으로 고려해서, 이용자보호를 개선해 나갈 수 있도록 과징금 처분보다는 시정조치의 지도를 바라고 있습니다.

○ 최성준 위원장

- 수고하셨습니다. 이기주 위원님 확인하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 티브로드는 언제부터 허위·과장 광고를 하셨습니까?

○ 전영일 티브로드 상무

- 그렇게 딱 말씀드리기는….

○ 이기주 상임위원

- 대략….

○ 전영일 티브로드 상무

- 사실은 저희 회사 자체적으로 발행한 전단지가 두 종류가 있습니다. 회사에서 직접제작을 해서 저희 콜센터로 인입되어 오는 전단지가 있고, 그다음에 협력사에서 자체적으로 만드는 것들이 있습니다. 저희들은 당연히 적법하게 가이드라인 이내로 준수해서 제작하고 있습니다. 단지 협력사들이 실적을 위해 제작한 전단지에 대해 100% 다 저희들이 관리하기는 어렵기 때문에, 언제부터 했는지 말씀 드리기는 조금 어렵습니다.

○ 이기주 상임위원

- 지금 협력사라고 말씀하시는 부분은 대리점, 판매점을 이야기하시는 것입니까?

○ 전영일 티브로드 상무

- 저희들 영업업무를 대행하고 있습니다.

○ 이기주 상임위원

- 그것이 협력사가 했던 티브로드 본사가 했던 일단 이용자정책국에서는 본사가 상당한 주의를 하지 않았다고 보고, 협력사가 한 허위·과장광고 행위에 대해 티브로드 본사가 위반했다, 그래서 거기에 따른 제재를 해야 한다는 주장을 하는 것 같습니다. 그러면 시장에서 결합판매 서비스가 본격화 된 것이 언제부터라고 생각합니까? IPTV사업자가 서비스를 런칭한 이후라고 생각하십니까? 제가 물어보고 싶은 것은 간단히 2가지입니다. 결합판매시장에서 대략 언제쯤부터 이번에 조사된 그런 유형의 허위·과장 광고들이 행해졌는지, 꼭 티브로드가 아니라도 통신사가 됐든 케이블TV를 본업으로 하는 방송사업자가 됐든 영업 현장에서 느낀 것을 여쭙 보고 싶습니다. 두 번째는 통신사와 케이블TV사업자 중 누가 더 주도적으로 그런 행위를 하는 것 같다고 생각하시는지, 이 2가지를 묻고 싶습니다.

○ 전영일 티브로드 상무

- 첫 번째 말씀하신 것은 그동안 과거에도, 제가 알기로는 상품광고에 대한 가이드라인은 있었습니다. 그래서 본사 차원에서는 당연히 그것을 지켜 나가고 있고 협력사 대리점의 광고 활동도, 2010년 이후로 기억이 되는데 2011년, 2012년 이때부터 집중적으로 관리해 왔습니다. 그런데 언제부터 이런 것들이 많이 활성화됐느냐고 말씀하시면 사실은 활성화됐다기보다는 아예 없지는 않았습시다만 조금...

○ 최일준 티브로드 상무

- 제가 말씀 드리겠습니다. 지금 이기주 위원님께서 말씀하신 내용 첫 번째는 결합 관련해서 허위·과장광고에 대한 것들이 언제부터 된 것으로 추정하느냐는 질문을 주신 것으로 파악합니다.

○ 이기주 상임위원

- 꼭 특정 회사가 아니더라도 결합판매 전체 시장에서...

○ 최일준 티브로드 상무

- 저희가 할 수 있는 방송의 결합은 조금 전 CJ헬로비전에서 이야기하셨던 것처럼 방송, 초고속인터넷과 VoIP 즉 인터넷전화, 3가지 형태의 결합입니다. 저희 SO들이 거의 대부분 할 수 있는 최소한이었습니다. 그런데 결합상품과 관련해서 시장의 과열 양상을 보이기 시작한 것은, 결국 이동통신이 결합된 상품이 출시가 되면서부터 시장이 과열된 것으로 판단하고 있습니다. 그리고 그 전까지는 저희가 결합상품을 구성하면서 이번에도 지적됐지만 '주요사항 누락'이라고 해서 단순 부가세 포함이라든지 그런 일부 문구가 누락된 형태들이 있어서 그런 부분들에 대해서 주기적으로 노력을 기울일 수 있는 내부적 가이드라인을 마련해서 진행했던 것이었습니다. 최근에 타 통신 쪽에서 '인터넷 무료' 이런 식의 내용들이 나오다 보니까, 좀 전에 전영일 총괄이 말씀 드리려고 했던 것은 본사에서는 정도영업에 대한 것들을 계속 주장하지만 실제 현장에서 부딪치고 있는 저희 협력사들의 경우에는 '무료'의 판단과 대응하기 위해서는 조금이라도 낮은 금액처럼 보이게 하는 것도 필요했던 것 같습니다. 저희가 이번에 허위·과장광고를 해서 지적된 사항들 거의 대부분이 뭔가 허위사항을 냈다고 보다는, 좀 전에 이용자보호국장께서 말씀하셨지만 주요사안에 대한 누락이나 명확치 않은 표현에 대한 사용들이 일단 주력이 되는 사안들인 것 같습니다. 두 번째 질문에서 누가 더 주도적이냐는 부분이 자연스럽게 첫 번째 설명 드린 것에서 표현이 됐다고 말씀 드리고 싶습니다.

○ 최성준 위원장

- 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 저도 몇 가지 질문 드리겠습니다. 전영일 상무님, 허위·과장광고가 문제 되어서 저희가 심의하고 있고 결정을 앞두고 있지 않습니까? 아까 말씀하신 것 중에 그 원인을 이용자들의 민원은 미미했는데 협력사 노조와의 문제가 불거져서 이것이 이슈가 된 것 같다고 말씀하셨

지 않습니까?

○ 전영일 티브로드 상무

- 예.

○ 고삼석 상임위원

- 이용자들 입장에서는 공짜로 준다고 하니까 민원을 제기할 이유가 없지 않습니까? 공짜로 준다는데 민원을 제기하겠습니까? 그리고 협력사도 어떻게 보면 회사 입장에서 보면 고객 아납니까? 그렇지 않습니까?

○ 전영일 티브로드 상무

- 예.

○ 고삼석 상임위원

- 그런데 왜 협력사에서 문제제기하는 것은 문제가 있다고..., 차원이 다른 것입니까? 조금 억울하다는 것으로 들립니다.

○ 전영일 티브로드 상무

- 그런 말씀이 아닙니다. 저희들이 허위·과장광고에 대해 드렸던 말씀은, 예를 들어 우리가 많이 싸게 해 준다고 광고를 했다가 실질적으로 받아보니 이것이 아니라고 해서 민원이 제기될 수 있다는 말씀을 드리고 싶었던 것입니다. 그런데 실제로 그런 부분들에 대한 민원은 상당히 적었기 때문에 미미한 수준이라는 점을 말씀 드린 것입니다. 두 번째로 협력사 부분은 2013년 이전까지는 그나마 저희가 협력사에 대한 책임을 지고 관리를 강화했었습니다. 그런데 2013년 이후에 노사관계가 생기면서 협력사에 대한 관리가 위축되어서 제대로 진행하지 못했다는 점에 대해 죄송하다는 말씀을 드리는 것입니다.

○ 고삼석 상임위원

- 그러면 이용자들에게 방송 상품을 공짜로 주셨습니까? 민원제기가 안 됐으면 공짜로 준 것이네요?

○ 전영일 티브로드 상무

- 그런 말씀은 아닙니다.

○ 고삼석 상임위원

- 그리고 하나 여쭙 보겠습니다. 확인한 바에 따르면 MSO 5개 중에 티브로드가 위반율이 두 번째로 높습니다. 그리고 비교해서 죄송하지만 현대HCN 계열의 경우 현저히 낮습니다. 티브로드 계열의 경우 종합해 보면 90.6%의 위반율이 확인되었습니다. 현대HCN 계열은 36.4% 정도 나옵니다. 이 현저한 차이의 원인은 어디에 있다고 보십니까? 거기도 마찬가지로 판매점이나 이런 분들이 영업활동을 하면서 허위·과장광고를 할 수도 있지 않습니까? 그런데 위반율의 차이가 아주 많이 납니다. 티브로드는 90.6%, 현대HCN 계열은 36.4%, 위반율의 현

저한 차이는 어디에서 그 원인을 찾아야 합니까?

○ 전영일 티브로드 상무

- 최근에 조사한 내용입니다. 아까도 계속해서 말씀 드리지만 2013년 이전까지는 저희들이 매월 각 협력사에서 나가는 전단지를 전량 수거해서 내용을 사전심의 했었습니다.

○ 고삼석 상임위원

- '13년 언제까지라고 했지요?

○ 전영일 티브로드 상무

- '13년 이전입니다. 협력사에 노조가 생기기 이전까지는 저희가 매월 그런 작업을 했었습니다. 그런데 노조에서 협력사에 “그런 활동들을 하는 것은 과도한 경영침해다”라고 이야기해서, 그 이후에는 매월 하던 전단지 점검활동을 중단했었습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 그것은 회사 측에 상당한 책임이 있는 것입니다. 여기에 저희가 3가지로 분류했습니다. 온라인, 지역정보지, 광고물 등 3가지로 분류해서 조사를 했는데, 특히 지역정보지를 보면 다른 MSO들은 위반사실이 전혀 확인이 안 됐습니다. 그런데 티브로드 계열에 대해서는 12번 조사를 했는데, 12번 전부 100% 위반한 것으로 나옵니다. 이 차이도 상당히 큼니다. 지역정보지는 왜 그럴까요? 모니터링을 하지 않아서 그런다고 봐야 합니까?

○ 전영일 티브로드 상무

- 사실은 그것도 같은 맥락인데 지역정보지에 광고하는 것도 협력사가 주도적으로 하는 데도 있고 안 하는 데도 있습니다만 협력사가 주도적으로 의사 결정을 해서 광고내용을 결정하기 때문에 저희들이 사전에 점검하기가 어려웠습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 협력사라는 것이 마케팅 협력사를 이야기하시는 것입니까?

○ 전영일 티브로드 상무

- 예, 그렇습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 지역의 SO들은 아십니까?

○ 전영일 티브로드 상무

- 그렇습니다. 지역 SO들이 절대로 그렇게 할 수 없습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 할 수 없어도 마케팅을 대행하는 회사에게 이것을 다 넘겨서 하는 것 아십니까? 그렇게 보

입니다. 알겠습니다. 똑같은 답변이 계속 반복되니까 더 이상 묻지는 않겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ **허원제 부위원장**

- 한두 가지만 물어보겠습니다. 지금 TPS(Triple Play Service)의 경우에 인터넷과 케이블TV 그리고 전화를 결합해서 이용하면 원가라고 할까요? 분야별로 비율이 어느 쪽이 큼니까? 케이블TV 쪽 원가가 큼니까, 인터넷 쪽 원가가 큼니까? 결합상품으로 판매를 하면 분야별로 어느 정도 가격이 책정되는 것이 있을 것 아닙니까?

○ **전영일 티브로드 상무**

- 예, 그렇습니다.

○ **허원제 부위원장**

- 그 단위가 어디가 제일 크느냐는 것입니다. TV 쪽이나, 인터넷 쪽이나….

○ **최일준 티브로드 상무**

- 정확한 것은 파악해 봐야 할 사항일 것 같습니다. 그냥 단순히 생각하면 방송 쪽은 PP수신료나 이런 부분들을 원가 부분으로 감안한다면 방송 쪽이 조금 높아질 가능성은 있습니다. 대신에 결합상품을 구성하면서 예전 방통위에서 저희가 지도받았던 내용이, 방송과 통신의 결합에 대한 할인율을 동일하게 해야 한다는 지침을 받은 것이 있었습니다. 그러다 보니까 방송과 통신에 대해서는 결합할인율은 동일하게 진행하고 있는 사항입니다. 그것이 약관에 신고된 사항이고, 약관사항대로 판매되고 있는 것입니다.

○ **허원제 부위원장**

- 원래 출발이 케이블TV는 TV로 출발한 것이지요? 그다음에 인터넷이 추가로 결합이 됐지요?

○ **최일준 티브로드 상무**

- 예, 그렇습니다.

○ **허원제 부위원장**

- 그러면 지금 말씀하신 대로 하면 케이블TV가 메인입니까? 인터넷이나 케이블TV나 비슷한 수준입니까?

○ **최일준 티브로드 상무**

- 아닙니다. 가입자로 보면 방송이 훨씬 더 많습니다. 아무래도 SO들은 후발이었고, 또 경쟁이 심화된 상황에서 저희가 마켓셰어를 가져갈 수 있는 폭이 작았기 때문에 SO의 인터넷 쪽 가입자는 전체적으로 봤을 때 통신3사에 비해서는 현격하게 미미한 수준에서 점유율을

가지고 있는 상태입니다.

○ 허원제 부위원장

- 지금 티브로드도 MVNO를 같이 하고 있습니까?

○ 최일준 티브로드 상무

- 예, 하고 있습니다.

○ 허원제 부위원장

- 그러면 결합을 QPS(Quadruple Play Service)까지 하고 있습니까?

○ 최일준 티브로드 상무

- 지금 MVNO 같은 알뜰폰 사업은 현재 기준으로 보면 결합을 구성하기 힘든 구조를 가지고 있습니다. 그래서 알뜰폰과는 아직 연계된 결합상품이 없는 상태입니다.

○ 허원제 부위원장

- 어쨌든 지금 인터넷이 공짜인지 또 케이블TV가 공짜인지..., 자꾸 QPS로 가면서 시장 결합이 더 많이 이루어지니까..., 제가 묻고자 하는 것은 다 공짜라고 하는데 가격이 정확하게 어떻게 분포가 되어 있는지? 그것이 동일한 비율로 할인이 된다는지, 그렇게 하면 방송콘텐츠 시장의 영향이라는 것이 공평하게 이통사들도 마찬가지로, 인터넷도 마찬가지로, 또 TV시장도 마찬가지로 그렇게 균등하게 할인이 이루어지면..., 시장에 교란이 없을 수야 없겠지만 그래도 최소화시킬 수 있습니다. 이것을 특정시장 쪽으로 몰아주고, 다른 시장을 완전히 제로베이스로 가져가면 시장은 왜곡현상이 커지니까 그런 부분에 관해 우리가 좀 더 주의, 경각심을 가지고 들여다봐야 하지 않느냐 하는데 중요한 취지가 있다고 생각합니다.

○ 최성준 위원장

- 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 지금 3개 사업자가 또 남아 있습니까?

○ 최성준 위원장

- 예.

○ 이기주 상임위원

- 이분들 나가시고 3개 사업자들 다 같이 들어오셔서 발언하고 저희가 질문...

○ 최성준 위원장

- 종합적으로 질문하고...

○ 이기주 상임위원

- 예, 같이 하면 어떨까 싶어서 제안을 드려 봅니다.

○ 최성준 위원장

- 현대HCN과 CMB는 한 분씩 오셨고, 씨앤엠 두 분 하시면 네 분이니까, 그렇게 진행하도록 하지요. 더 하실 말씀 있으십니까?

○ 고삼석 상임위원

- 한 가지만 말씀 드리겠습니다. 저희가 결합상품의 허위·과장광고와 관련해서 조사하고 제재하는 것 중 핵심적인 것 하나가 콘텐츠 제값 받기입니다. 콘텐츠 제값 받는 것은 동의하시지요?

○ 최일준 티브로드 상무

- 예.

○ 고삼석 상임위원

- 그 연장선상에서 앞의 안건과 관련해서 여쭙 보겠습니다. 제가 이번에 심사를 하면서 봤는데, 미래부 재허가 심사는 저희 사전 동의와 관련된 심사를 할 때 이런 조건을 부과했습니다. 'PP프로그램 사용료를 지급함에 있어 특수관계인에 있는 계열PP와 그러하지 아니한 PP를 부당하게 차별하여 현저하게 유리하거나 불리한 조건으로 거래하여서는 아니 된다', 이 조건을 부과 받은 것 아시지요?

○ 최일준 티브로드 상무

- 아직 정식으로 받은 것은 없습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 정식으로 안 받고, 일단 의견은 받으셨지요?

○ 최일준 티브로드 상무

- 예.

○ 고삼석 상임위원

- 지금 티브로드 계열PP는 몇 개입니까?

○ 최일준 티브로드 상무

- 지금 조인트벤처로 운영되는 PP까지 해서 총 10개가 있습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 10개는 전부 다 티브로드 계열 SO에 채널편성이 되어 있습니까?

○ **최일준 티브로드 상무**

- 디지털에는 다 편성되어 있고, 아날로그에는 편성이 다 안 되어 있습니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 계열PP와 일반PP와의 수신료 지급 차이는 어느 정도 하고 있습니까?

○ **최일준 티브로드 상무**

- 저희가 재허가 때도 그 말씀을 드렸었는데 특별하게 차별적인 형태는 없다고 판단하고 있습니다. 그다음에 계열PP에게 지급된 수신료 규모 자체도, 점점 절대금액 자체도 줄고 있는 상태입니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 아무런 문제가 없었는데 앞으로 하지 말라고 재허가 조건을 부과합니까? 그러면 심사를 잘 못했네요.

○ **최일준 티브로드 상무**

- 그것은 저희뿐만 아니라 다른 계열PP를 가지고 있는 MSO 사업자들에게도 동일하게 요구하는 조건으로 알고 있습니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 알겠습니다. 계속 점검해 보겠습니다.

○ **최일준 티브로드 상무**

- 한 말씀만 드리면, 저희가 디지털 쪽에 지급하는 수신료의 규모는 거의 60%를 상회하는 수준입니다. 전체적으로 따져도 40%가 넘게 PP프로그램 사용료로 지급되고 있는 상태입니다.

○ **최성준 위원장**

- 티브로드 두 상무님 더 하실 말씀 없으십니까?

○ **전영일 티브로드 상무**

- 없습니다

○ **최성준 위원장**

- 수고하셨습니다.

○ **최일준 티브로드 상무**

- 이번에 심려를 끼쳐드린 사안들에 대해서는 향후에도 저희가 관리자로서 주의적 관심을 가지고 계속 노력하도록 하겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 잘 알겠습니다.

(티브로드 의견청취자 퇴장)

그다음에 씨앤엠, 현대HCN, CMB 좌석을 만들어서 네 분 다 같이 들어오시라고 하시지요.

(씨앤엠, 현대HCN, CMB 의견진술인 입장)

씨앤엠의 박민혁 부사장님 나오셨습니까?

○ 박민혁 씨앤엠 부사장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 거기에 앉으시고, 그다음에 한상진 전무님!

○ 한상진 씨앤엠 전무

- 예.

○ 최성준 위원장

- 같이 앉으시지요. 그다음에 현대HCN의 조석봉 상무님 앉으시고, 그다음에 CMB의 김병각 상무님 거기에 앉으시지요. 먼저 씨앤엠부터 의견진술해 주십시오.

○ 박민혁 씨앤엠 부사장

- 씨앤엠 부사장 박민혁입니다. 먼저 오늘 이렇게 허위·과장광고 이슈와 관련한 정부의 심의 대상으로 씨앤엠이 포함되어 참석하게 되어서 송구스럽게 생각합니다. 저희 씨앤엠의 이번 건에 대한 의견은 이미 서면으로 충분히 개진했다고 봐서 중언부언하는 것은 부적절한 것 같고, 간략히 제가 몇 가지만 제 사건 겹해서 의견을 말씀드리고자 합니다. 첫 번째는 광고….

○ 고삼석 상임위원

- 말씀 중에 죄송합니다. 의견진술인으로 나오셨으면 먼저 회사 입장을 공식적으로 말씀해 주십시오.

○ 박민혁 씨앤엠 부사장

- 회사 입장을 말씀 드리겠습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 먼저 '사건'이라고 말씀하셨기 때문에….

○ 박민혁 씨앤앰 부사장

- 정정하겠습니다. 첫 번째, 광고가 허위나 과장이나 이런 부분에 대한 인식의 차이가 일부 있는 것 같습니다. 잘 아시겠지만 광고가 짧은 시간에 제한된 지면에서 소비자에게 어필하는 그러한 포인트를 홍보하는 것인데, 그러다 보면 필연적으로 생략과 강조 이런 부분들이 속성상 있을 수밖에 없다고 말씀드리고 싶습니다. 생략과 강조가 된 부분이 소비자에게 잘못된 정보를 전달하거나 오인으로 인한 피해가 발생했느냐 하는 부분은 실제 광고 이후에 가입 과정에서 디테일한 가입조건에 대한 설명절차가 반드시 있고, 특히 한 번 팔아버릴 상품이 아니라 지속적으로 서비스를 이용하는 서비스의 경우에는 더욱 더 그럴 가능성이 낮다고 보여서 허위·과장광고에 대한 인식이 저희 업계와는 조금 다른 면이 있지 않느냐는 말씀을 드립니다. 두 번째 이런 광고가 소비자의 이익이나 공정한 경쟁질서를 침해하는 그러한 고의 또는 악의가 있었느냐 하는 부분도 다시 한 번 봐 주셨으면 좋겠습니다. 저희 나름대로는 제한된 지면에서 소비자들이 알아야 할 사항들을 최대한 적시하고자 하는 그러한 부분들에 노력들을 하고 있다는 점을 말씀드리고 싶습니다. 세 번째로는 이러한 광고와 실제 계약 간 차이가 있거나 그런 것으로 인한 피해가 있어서 민원이 다발했다든가 하는 사례도 거의 없다는 점, 이런 부분들을 한 번 살펴서 심결을 내려 주셨으면 하는 입장을 말씀 드립니다. 물론 저희가 잘못 운영하고 있는, 과장이나 오해가 있을 수 있는 부분들에 대한 지적에 대해서는 겸허히 수용하고 즉시 시정하고 재발하지 않도록 최선의 관리를 다할 것을 약속드립니다. 다만, 아까 앞부분에서 규제에 대한 가이드라인이 정확한 전례가 있었느냐 이런 논의도 있었던 것과 연계해서, 지금 시점에 바로 과징금 같은 조치보다는 디테일한 시장에 대한 관리 가이드라인을 주시면 사업자들이 좀 더 잘 준수할 수 있지 않을까 이런 생각을 해서 그런 건의를 드리고 싶습니다. 이상입니다.

○ 최성준 위원장

- 지금 말씀하신 부분 중에, 광고의 내용과는 관계없이 가입과정에서 충분한 설명이 다 이루어지고 있다, 그다음에 이용자들로부터 피해를 입었다는 그런 민원제기가 별로 없었다고 하셨는데, 예를 들어 가장 대표적인 것으로 약정요금할인을 마치 어떤 경품을 주는 것처럼, 또는 방송이나 인터넷 둘 중의 하나를 무료, 공짜인 것처럼 광고가 나간 경우에, 가입하는 과정에서 “실은 이것이 공짜가 아니고 인터넷에서 얼마가 할인된 것이고 방송에서 얼마가 할인된 것이고 실제로는 비용이 이렇습니다.”라고 설명한다는 것입니까?

○ 박민혁 씨앤앰 부사장

- 그렇습니다. 지적사항 중에 결합상품의 경우 인터넷요금만 적시되고 방송요금은 적시되지 않았으므로 고로 허위·과장광고라는 이런 부분은 저희가 서면에서도 진술했지만 방송과 결합했을 때 인터넷요금이 얼마라는 부분의 정보의 제공이고, 단품보다는 결합했을 때 인터넷요금이 할인된다는 정보의 제공인데, 마치 그것이 방송은 공짜인 것처럼 표현을 했다고 이해하시는 것은 조금 저희 생각과 다른 부분이라고 생각됩니다.

○ 최성준 위원장

- 제가 알고 있기로는 또 저희가 조사한 바에 의하더라도 가입하는 과정에서 예를 들어 ‘방송 공짜’ 이렇게 나왔는데, 가입하러 오는 분에게 사실은 방송이 공짜가 아니고 여기에서 이만

큼 할인되고 여기에서 이만큼 할인되고 합쳐서 내는 돈이 이만큼이라는 것을 설명했다고는 볼 수 없을 것 같습니다.

○ 박민혁 씨앤앰 부사장

- 잘 모르겠지만 저희는 '방송공짜'를 광고하는 것은 없습니다.

○ 최성준 위원장

- 그러면 '인터넷공짜'는 어떻습니까?

○ 박민혁 씨앤앰 부사장

- '인터넷공짜'도 없습니다. 결합했을 때 할인이 더 된다는 것입니다.

○ 최성준 위원장

- 그런데 아까 말한, 결합했을 때 약정요금할인을 마치 경품 비슷한 혜택을 주는 것처럼 한 부분은 있습니까?

○ 박민혁 씨앤앰 부사장

- 그런 구체적인 사항은 제가....

○ 최성준 위원장

- 2년이고, 3년이고 기한약정하면 요금을 할인해 주지 않습니까? 그런데 그것을 요금할인으로 설명하는 것이 아니고 광고지에 TV를 하나 제공한다든지, 노트북을 제공한다든지 그런 식으로 광고한 것은 있습니까?

○ 박민혁 씨앤앰 부사장

- 저희는 그런 과도한 경품을 제공하는 것은 없습니다.

○ 최성준 위원장

- 그러면 씨앤앰은 광고에 있어서 잘못된 것이 없다는 것입니까?

○ 한상진 씨앤앰 전무

- 위원장님, 씨앤앰에서 전략기획실을 맡고 있는 한상진이라고 합니다. 위원장님께서 질문하신 것을 제 나름대로 해석해서 설명 드려도 되겠습니까?

○ 최성준 위원장

- 예.

○ 한상진 씨앤앰 전무

- 말씀하신 대로, 저희는 광고와 관련해서 허위정보들을 일단 광고하고 난 다음에 가입자와 상담 과정을 통해 그것을 바로 잡는 것은 하지 않습니다. 다만, 아까 저희 운영책임자가 말

씀드린 바와 같이 광고라는 어떤 특성상 지면의 한계가 있고, 키 포인트를 전달하는 것 때문에 미처 말씀드리지 못한 것들이 있다면 그런 것들은 부연해서 설명 드리는 형태의 상황은 있다는 것을 말씀 드리겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 그러면 씨앤앰의 위반사항은 주로 중요정보 누락 정도이지 다른 것은 없다?

○ 한상진 씨앤앰 전무

- 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 어떻습니까? 조사하신 측에서 씨앤앰 광고 중에 대표적인 유형이 어떤 것들이 있습니까?

○ 김용일 이용자정책총괄과장

- 광고 중에 HDTV, 광랜, 와이파이가 3가지를 모두 1년간 공짜로 제공한다는 광고가 있습니다. 그런데 실제 내용은 1년치에 해당하는 금액을 3년에 걸쳐 각 구성 상품별로 할인해 주는 내용인데, 이 내용을 3가지 상품에 대해 1년간 공짜로 제공한다고 오인할 수 있는 허위내용을 광고한 부분이 되겠습니다. 아까 중요정보 누락광고에 대해서, 단순히 방송의 상품가격만 누락한 것이 아니고 인터넷을 얼마만큼 할인해 주기 위해서는 예컨대 패밀리요금제 이상 가입조건들이 부대조건으로 명시되어야 하는데 그런 것들이 빠진 사항을 말씀 드린 것입니다. 단순히 방송요금 부분이 명시 안 됐다는 사항은 아닙니다.

○ 최성준 위원장

- 두 번째 것은 주요정보 누락이라고 하더라도 첫 번째 것은 공짜라는 것이 나오는데 안 나온다고 하시네요. 그러면 아직도 대리점이나 판매점, 영업점에서 하고 있는 광고내용에 대해 제대로 파악을 못한 것입니까?

○ 박민혁 씨앤앰 부사장

- 제가 말씀 드리면, 와이파이가 상품이라고 방송에 결합된, 번들된 상품이 출시가 됐고, 그 와이파이가 상품을 1년간 무료로 제공하는 것이 있는데, 지금 지적된 내용이 뭐냐 하면 저희 디지털 방송상품에 3가지의 유형이 있습니다. 고가인 프리미엄 상품이 있고, 중간인 패밀리 상품이 있고, 저가인 이코노미 상품이 있습니다. 소비자에게 가장 적합하게 홍보해야 할 부분은 즉 저희 이코노미 상품에서는 공짜를 제공하지 않기 때문에 “저희 방송상품 중에 HD 프리미엄 또는 중간인 패밀리에 가입하시면 와이파이를 1년 무료로 드립니다.”라고 광고했어야 지적되지 않는 사항입니다. 따라서 “방송에 가입하면 1년간 와이파이가 공짜입니다.”라는 것은 아까 말씀드린 대로 다소 과장된 영역이 있지만 완전 허위사실을 유포했다거나 그런 부분과는...

○ 최성준 위원장

- 그러면 약관상 와이파이를 공짜로 제공하는 것이 가능합니까?

○ 박민혁 씨앤앰 부사장

- 그것은 저희가 프로모션이나 기타 약관 신고를 통해 1년간 허용되어 있습니다.

○ 최성준 위원장

- 약관이 그렇게 되어 있습니까?

○ 박민혁 씨앤앰 부사장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 그러면 사실대로 광고한 것이네요? 다만, 아까 말씀하신 것처럼 어느 요금제에 되고 어느 요금제에 안 되고 그것만 잘못된 것이고….

○ 박민혁 씨앤앰 부사장

- 그것은 잘못했습니다.

○ 최성준 위원

- 실제로 1년 동안 무료로 제공한 것은 맞다?

○ 박민혁 씨앤앰 부사장

- 예, 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 그것은 맞습니까? 지금 신고한 약관에 의하면 약관상 1년 동안 무료로 제공하는 것이 허용이 됩니까?

○ 김용일 이용자정책총괄과장

- 저희가 약관을 직접 확인한 것은 아니고, 거기 담당자에게 확인한 결과로는 HDTV, 광랜, 와이파이가 이 3가지 상품을 합해서 월 9,000원의 요금으로 제공한다고, 실제로 그렇게 약관상 되어 있습니다. 1년간 공짜라고 광고한 부분이 명확하게 잘못된 광고라고 말씀드리는 것입니다.

○ 최성준 위원장

- 원래는 9,000원의 비용부담이 있는데 그것을 사실과 다르게 공짜라고 광고했다는 것을 인정했다는 것입니까?

○ 김용일 이용자정책총괄과장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 왜 그 부분은 이야기가 다릅니까?

○ 박민혁 씨앤앰 부사장

- 제가 정확히 그 사안은 잘 이해가 안 되는데….

○ 최성준 위원장

- 실제로 그 부분은 무료로 제공한 것이 맞다고 생각하고 계십니까?

○ 박민혁 씨앤앰 부사장

- 프리미엄과 패밀리 2가지 상품에 대해서는 무료로 제공하고 있고, 이코노믹에 대해서는 무료제공을 하지 않고 있는데 전체 포괄해서 “방송에 가입하시면 무료입니다”라고 표현한 부분은 저희가 잘못했다는 점을 시인합니다.

○ 최성준 위원장

- 그 부분만 시인하는 것입니까?

○ 박민혁 씨앤앰 부사장

- 예, 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 그러면 결국에는 전제가 다르니까 제가 여쭙 봤던 것을 더 여쭙 보는 것이 크게 의미가 없는 것 같습니다. 다른 위원님들 질문할 것이 있으십니까?

○ 이기주 상임위원

- 세 분 다 말씀하시고….

○ 최성준 위원장

- 그러면 현대HCN의 조석봉 상무님 의견진술 해 주십시오.

○ 조석봉 현대HCN 상무

- 현대HCN 영업을 총괄하고 있는 상무 조석봉입니다. 위원님들께, 저희 회사의 상품이 고객님들에게 올바르게 정확하게 전달될 수 있도록 지도·관리해야 할 책임자로서 그 책임을 다하지 못하고 문제를 일으켜 죄송스럽다는 말씀을 먼저 드립니다. 아무리 영업 현장의 경쟁이 치열하더라도 고객들이 허위·과장광고 행위로 인해 피해를 당하지 않도록 하기 위해 그동안 저희 회사에서는 전단지 디자인은 물론이거니와 문구 하나하나까지 본사에서 제작하고 그리고 대리점들에게 안내해 왔습니다. 그럼에도 저희들의 역량 부족 탓인지 현장 판매점들, 즉 대리점들의 활동들을 완벽하게 모니터링 하지 못한 것 같습니다. 지금 이 시간에도 이러한 행위가 발생되지 않도록, 또 우리 현장에 많은 노력들을 기울이고 있습니다만 앞으로는 보다 더 체계적인 교육과 허위·과장 영업을 방지할 수 있는 출선수범의 노력을 통해 고객님들이 구매결정을 하는데 올바른 정보가 제공될 수 있도록 최선의 노력을 기울이

했습니다. 뿐만 아니라 시스템적으로 모든 커뮤니케이션 수단에 대해 현장, 즉 대리점들의 재량권들을 대폭 축소시켜서 근본적인 문제가 발생하지 않도록 개선해 나가겠습니다. 저희의 이러한 각오와 노력들을 참작하셔서 위원님들께 선처해 주실 것을 요청 드립니다. 다시 한 번 이러한 일로 자리하게 된 점 죄송스럽게 생각합니다.

○ 최성준 위원장

- 수고하셨습니다. 다음은 CMB 의견진술해 주시기 바랍니다.

○ 김병각 CMB 상무

- CMB 마케팅정책실의 김병각 상무입니다. 우선 이 자리에 대표이사가 참석해서 의견진술해야 하는데도 불구하고 대신해서 참석하게 된 점, 양해를 부탁드립니다. 우선 저는 의견에 대한 진술보다는 향후의 개선방안 및 이용자보호에 대해 더 노력하겠다는 다짐을 말씀드리겠습니다. 또한 이번 결합상품 제도개선에 대한 방통위의 노력에도 불구하고 조사과정에서 저희의 위법성이 판단된 데 대해서는 특히 방통위와 이용자에 대해 깊은 반성과 사과 말씀을 올리겠습니다. 우선 케이블사업자는 지역단위로 허가를 받는 사업자이기 때문에 광고홍보가 체계적이지 못한 것은 사실입니다. 그러나 이용자에 대한 사실관계가 허위·과장광고라기보다는 이용자에 고지된 법리적인 판단들에 대한 무지라고 판단됩니다. 그런 부분들에 대해 양해를 부탁드립니다. 현장 영업에서 정확한 지침이 시행될 수 있도록 노력하겠습니다. 특히 앞서 말씀 드린 바와 같이 조사 지역이 광주가 있고 대전도 있는데, 광주는 없는데도 불구하고 대전이 발견되어서, 그런 사실관계의 이유들을 보면, 지역권역의 영업홍보가 조금씩 다르기 때문에, 표현이 다른 사항이 될 수도 있는 것 같습니다. 그것이 물론 의도하지 않게 허위·과장광고나 또는 정보 누락으로 위반사실이 됐는데, 이 부분에 대해서는 저희도 깊은 반성을 하고 있습니다. 저희가 조사 건을 일부 확인한 결과, 영업을 하다 보면 개별적으로 일반인들이 영업을 하시는 분들이 있습니다. 그런 부분들에 대한 관리감독, 표현이나 상품에 대한 인지..., 저희 전담에도 보면 일부 IPTV라고 쓰는 것도 봤습니다. 저희 상품을 정확하게 인지하지 않고 영업을 하는 부분들은 사업자로서 관리감독을 못 했던 것이 아닌가 하는 반성을 합니다. 이런 부분에 대해 발생 경위와 문제점을 우선 파악해서 분사 내부적으로 홍보방안 뿐만 아니라 협력업체에 대한 관리감독을 강화해서 다시는 이런 일이 생기지 않도록 노력하겠습니다. 이번 기회를 통해 사업자가 스스로 반성할 수 있는 기회를 주셨으면 좋겠습니다. 동시에 사업자가 스스로 법을 지킬 수 있도록 시행규칙이나 가이드라인 또는 세부규정을 보완할 수 있도록 기회를 주셨으면 좋겠습니다. 마지막으로 제안 드리면 아까 CJ헬로비전뿐만 아니라 모든 사업자들이 이야기했지만, 사실 SO는 상당히 어려운 환경 속에서 지금 영업을 하고 있습니다. 특히 과열되는 방송통신시장 상황에서 모바일, 인터넷방송이 동등하게 할인이 되거나 또는 정확한 요금청구가 될 수 있도록 제도 개선이 필요할 것 같습니다. 이것이 결국은 지역을 기반으로 하는 사업자가 품질 경쟁을 통해 이용자에게 혜택이 될 수 있도록 하면 될 것 같습니다. 저희 CMB도 지역사회를 기반으로 해서 지역사회에 환원도 할 수 있고, 또 지역문화를 창달하는 그런 역할을 할 수 있도록 이번 기회에 선처와 제도를 부탁드립니다. 이상입니다.

○ 최성준 위원장

- 수고하셨습니다. 위원님들 질문할 내용이 있으시면 해 주십시오. 이기주 위원님 질문하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 몇 가지만 코멘트 겸 질문 드리겠습니다. 아까 씨엔엠에서 “이용약관을 신고했다”, 그 진위 여부는 떠나서, 신고를 했기 때문에 위반되지 않는다는 이야기를 하셨는데, 방송통신시장의 질서 확립을 책임지고 있는 방통위 입장에서는 아주 중요한 대목이라고 생각합니다. 저 개인적으로는 설사 미래부가 됐든 방통위가 됐든 신고수리가 된 이용약관이라 하더라도 전기통신사업법 상 금지행위에 위반이 되어서 제재를 받을 수 있다고 생각합니다. 경우에 따라서는 인가 받은 이용약관일지라도 거기에 금지행위에 저촉되는 사안이 있으면 사후에라도 시정이 되어야 한다고 생각합니다. 참고하십시오. 2가지 질문은 어느 분이 이야기해도 상관 없이 있는데 오늘 보면 IPTV 사업자, 이용자보호국에서는 4개사라고 하는데 저는 3개사라고 생각하고..., 케이블TV 사업자, 다 조사 대상에 있는데 의견진술 하러 케이블TV사업자만 나오셨는데, 혹시 그 이유가 무엇인지 아시는지, 어느 분이 이야기하셔도 좋습니다. 두 번째 질문은 아까 부위원장님께서도 잠깐 말씀이 있었는데, 결합상품을 구성할 때 결합하는 서비스별로 비용과 수익을 구분하고 있습니다. 다른 케이블TV 사업자에게 부위원장님께서 질문을 하셨을 때 여기에서는 답을 못 하시는 것 같은데 그러면 회사에 가면 자료가 있는지, 그러한 자료가 정확한 것인지를 묻고 싶습니다. 어느 분이 답변하셔도 상관없습니다.

○ 김병각 CMB 상무

- 각사가 공통적일지 모르겠는데 제가 우선 답변 드리겠습니다. 아까 첫 번째 말씀하셨던 케이블TV 사업자만 의견진술하게 된 이유는, 다른 의도는 없고, 지금 방송결합, 특히 가족 결합 이후에 시장이 급격하게 결합시장이 됐습니다. 가족 결합 이후부터 광고나 지역홍보들이 본격화되면서 저희 사업자들이 상당히 어려움을 겪고 있다는 이야기를 하고자 가능하면 각사가 의견진술하는 것이 좋겠다는 판단에서 아마 의견진술을 한 것 같습니다. 저희도 지역을 기반으로 하고 있는 사업자이기 때문에 지역의 입장에서, 일하는 사업자 입장에서 이야기를 드리고자 온 것입니다. 결합수익에 대한 비용수익 분석은 각사의 전산시스템이 다를 수 있겠지만 이미 재허가 서류에 그 부분이 포함되어서 첨부되어 있습니다. 저희 같은 경우 초고속인터넷 결합상품은 동등할인, 20% 할인이 되어 있습니다. 할인이 되면 전산에 어떻게 반영되어서 비용이 어떻게 되고 있는지, 대변차변이 어떻게 되어 있는지, 또 비용 분리가 어떻게 되는지 이런 부분은 예상되기 때문에 크게 문제되지는 않을 것 같습니다. 특히 SO는 통신과 방송의 회계를 분리해서 영업보고서를 쓰게 되어 있습니다. 그렇기 때문에 그 문제는 없을 것이라고 판단하고 있습니다.

○ 한상진 씨엔엠 전무

- 방송이라는 산업 자체는 굉장히 많은 사업자, 즉 콘텐츠 사업자 그리고 그 이후에 많은 사업자와 세어 하는 구조입니다. 그러다 보니까 수익이라는 것이 사실은 엄격하게 구분이 되어 있고 거기에 따라서 유사한 사업자와 세어를 해야 하는 구조이기 때문에 당연히 회계 구분이 되어야 하는 것이고 말씀하신 바와 같이 결합으로 인한 할인의 경우에도 산업 간의 전이라든지 이런 것들을 방지하고자 하면 반드시 그런 것들은 지켜져야 하고 동등할인율이 지켜져야 합니다. 이상입니다.

○ **최성준 위원장**

- 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ **고삼석 상임위원**

- 박민혁 부사장님의 약력을 보니까 SK텔레콤에서 근무를 하셨는데 혹시 실례가 안 된다면 얼마 동안 어떤 부서에서 근무하셨고 케이블 쪽으로는 언제 오셨는지 말씀해 주실 수 있습니까?

○ **박민혁 씨앤앰 부사장**

- 저는 SK텔레콤에서 2년 근무를 했고, 그때 했던 담당업무는 P2B 기업영업을 했었습니다. 그 전에는 SK브로드밴드에서 현재 SK브로드밴드가 사업수행하고 있는 업무를 상무로 근무했었습니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 그러면 결합상품이나 상품구성, 마케팅 쪽은 업무를 한 적이 없습니까?

○ **박민혁 씨앤앰 부사장**

- 그 사업에 대해 대략적인 이해를 가지고 있습니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 부사장님께서 말씀하셔도 좋고, 다른 분이 하셔도 좋습니다. 상품구성이나 가격 이외에 방송 분야에 케이블TV가 제공하는 결합상품과 이통사들이 제공하는 결합상품에 차별성이 있다고 보십니까?

○ **박민혁 씨앤앰 부사장**

- 굉장히 큰 차이가 있다고 느낍니다. 현재 우리 사회를 정의할 수 있는 굉장히 중요한 키워드가 저는 이동성, 개인화 이런 부분이라고 생각합니다. 특히 ICT 산업에서 이동성은 거의 기본이 되고 있는 상황인데 케이블사업자는, 물론 일부 사업자가 MVNO를 부분적으로 하고 있지만 기본적으로 유선 베이스의 방송과 전체 인터넷 마켓셰어의 15% 남짓밖에 안 되는 작은 인터넷 시장, 그리고 아주 지역적인 VoIP 전화, 이 결합으로 판매하고 버티고 있는 것이 케이블사업자의 형국입니다. 반면 텔코(telco), 이동전화사업자는 아까 말씀 드린 가장 큰 트렌드이자 무기인 이동성, 모바일 비즈니스를 기반으로 해서 거기에 유선 비즈니스를 첨가한 구조입니다. 이미 가족 내에서도 집전화가 다 없어지고 집에서도 모바일로 통화하고 그런 요금제가 경제성이 오히려 더 높아지는 이런 여러 가지 변화 때문에 케이블사업자가 경쟁하기에는 아주 힘든, 따라서 계속 쇠락하고 있는 그런 시장환경을 위원님들께서도 아주 잘 아실 것으로 생각합니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 저희가 지금은 결합상품 시장의 허위·과장광고 문제를 가지고 이야기하지만 사실 이것이 어떤 문제에 대한 결론을 내리는 것은 아니고 개선방안 마련을 위한 출발점입니다. 흔히 과장

광고에 대해 들여다보고, 그다음에, 말씀하신 본질적인 지배력 전이에 대해서도 살펴보고 하는데, 거기까지 본격적으로 논의하기는 그렇습니다만 과거에 SKT의 지배력 전이와 관련해서 방송통신위원회가..., 이것이 작년 사안입니다. 그리고 공정거래위원회에서 2012년, 2013년에 시장 지배력 전이와 관련해서 심의를 했었습니다. 그때 케이블 입장에서 관심을 가졌습니까? 혹시 모르셨습니까? 아니면 알면서도 의견제시나 특별한 대응을 안 한 것입니까? 아시는 분이 말씀해 주시면 좋겠습니다. 그때 언론에 다 보도가 됐으니까, 다 아셨지요? 제가 알기로는 그때는 특별하게 말씀을 안 하셨습니다.

○ 조석봉 현대HCN 상무

- 그때는 언론에 크게 부각되어 보도된 것은 아니고, 그리고 그 당시에는 그 정도로 위험성이 있고 또 가까운 시일 내에 우리의 목을 조를 것이라고, 굉장히 큰 폭탄일 것이라고 그렇게 심각하게 생각하지 못 했습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 시장지배력 전이와 관련해서 국내 대법원 판례, 미국 대법원 판례 이런 것들을 보면 상당히 엄격하고 일관되게 기준을 적용하고 있습니다. 케이블TV 사업자나 이통사들이 제기하는 것을 보면 초점들은 다릅니다만 아까 부사장님은 결합상품 시장에서의 주력상품을 모바일로 보는 것이지요?

○ 조석봉 현대HCN 상무

- 그렇습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 다 동일하게 보십니까? (“그렇습니다” 하는 의견진술인 있음)

○ 고삼석 상임위원

- 그것이 일반적으로 법원 판례나 학계에서 인정되는 것입니까? 통용되는 것이라고 봅니까?

○ 한상진 씨앤엠 전무

- 그런 예는 나오지 않은 것 같습니다. 어느 누구든지 일반적으로 봤을 때 고객들이..., 아까 허 부위원장님께서 QPS라는 말씀을 하셨습니다. 그런데 지금 케이블 시장에서 QPS는 없습니다. TPS만 있습니다. 그런데 이동통신 3사 같은 경우에는 앵커서비스 자체가 모바일인 것이고, 아까 박 부사장이 설명 드렸드시피 그 모바일에 추가로 IPTV와 인터넷상품이 결합하는 구조입니다. 저희 케이블 업계는 아까도 답변했습니다만 TV에서부터 출발했기 때문에 그 TV가 앵커서비스인 것입니다. 아직도 TV가 차지하는 전체 매출액 비중이 60%~70%를 차지하고 있고, 저희 같은 경우 MVNO를 한다고 하지만 안 하는 사업자들이 거의 대부분입니다. 그러다 보니까 경쟁을 할 수 없는 것입니다. 예를 들어서 모바일의 보조금은 계속 조사하고 과징금도 물리고 있지만 보통 보조금의 규모 자체가 몇 십 만원씩 되지 않습니까? 거기에 또 인터넷 단품만 하더라도, 위원님들도 스왑 문자메시지를 받아보셨으면 아시겠지만, 인터넷에 대해 최대 45만원까지 나오고 있고, IPTV도 아무리 적어도 5만원 이상 7만원

정도의 보조금을 신습니다. 그러다 보면 이동통신 3사의 앵커서비스인 모바일 자체도 보조금이 크지만 그 이외 다른 상품들도 거의 50만원이 넘는 그런 보조금들을 계속 투입하고 있다는 것입니다. 저희들이 오늘 이렇게 의견진술에 나온 것이 이번에 허위·과장광고 부분도 있지만 이런 의견들을 진솔하게 말씀 드리고 싶어서입니다. 저희는 경쟁상대가 되지 않는다..., 이동통신은 QPS가 될지는 모르겠지만 저희 케이블은 QPS가 절대 될 수 없고 TPS 밖에 되지 않습니다.

○ 김병각 CMB 상무

- 한 가지 추가로 말씀 드리겠습니다. 저는 관점을 다르게 보면, 케이블사업자가 모바일을 갖고 있지 않기 때문에 전체적으로 시장에서 열위다, 그러면 케이블사업자도 모바일을 가지면 되지 않느냐, 그런 논리로 볼 수 있습니다. 그런데 다른 관점에서 보면 우리가 할인을 하는 경우는 사업자가 공통비를 줄여서 원가율을 통해 할인을 해서 소비자에게 이용후생을 주는 것인데, 우리가 초고속인터넷이나 방송은 같은 망을 쓰기 때문에 결국은 원가를 절감할 수 있는 것입니다. 저희도 마찬가지로 케이블망을 통해 그 망에 방송이 들어가고 초고속도 들어가기 때문에, 한 기사가 가서 설치해 주면 비용이 저렴하니까 그만큼 원가율을 낮추어서 낮은 가격으로 서비스를 할 수 있는 것입니다. 그러나 모바일은 원가율이 전혀 다릅니다. 모바일은 무선망을 통한 주파수 대역 원가율 즉 별도 망에 대한 원가율이기 때문에 이것을 결합하게 되면 모바일로 마케팅 비용이 전이되어서 방송시장이 와해될 수 있고, 지역에 있는 케이블사업자가 지역밀착형 서비스, 지역매체로서의 어떤 지역정보 역할을 해야 하는데, 시장이 왜곡되고 전이되어서, 실질적으로 그 역할을 못하게 된다면 이것은 제도를 한 번 개선할 필요가 있지 않느냐는 개인적인 의견입니다.

○ 고삼석 상임위원

- 제가 그렇게 여쭙 봤던 이유 중의 하나가 뭐냐 하면, 지금 이동통신과 결합된 결합상품에 있어서 특히 시장지배적 사업자의 지배력 전이 문제를 언제부터 심각하게 받아들였는지를 알아보기 위해서입니다. 과거에, 예를 들어 IPTV가 초기에 나왔을 때 그리고 KT IPTV가 가입자를 아주 급격하게 확보해 나갔을 때, 그때 결합상품의 핵심적인 이슈는 초고속인터넷과 IPTV의 결합 아니었습니까? 그렇게 받아들인 것이지요? 단순히 광고의 문제에 국한해서 결합상품 시장을 보는 것은 1차원적인 접근인 것입니다. 사실 이 문제는 이기주 위원께서 거의 확고한 신념을 가지고 말씀하시는데, 저희가 좀 더 고차원적으로 올라가야 한다는 것입니다. 시장지배력 전이 문제나..., 그러나 이러한 시장지배력 전이 문제와 관련해서는 앞서 말씀 드렸듯이 지금 현재 피상적으로 시장 상황에 따라, 그리고 사업자군에 따라 그리고 사업자 입장에서 볼 것이냐, 아니면 이용자 입장에서 볼 것이냐에 따라 포인트가 달라진다는 것입니다. 그렇기 때문에 이 문제는 앞으로 사업자 간에 훨씬 심도 깊은 논의, 그리고 그것을 뒷받침할 수 있는 데이터, 논거, 판례 등이 종합적으로 검토되어야 할 필요가 있다고 생각합니다. 그다음에, 아까 CMB의 김병각 상무님께서 말씀하신 것 같은데 간단히 답변해 주시고, 나중에 공유를 해 주십시오. CMB 광주방송의 경우 위반사실이 확인되지 않았습니니다. 그것에 대해 잘 모니터링 했다고 하는데 그렇게 포괄적으로 표현하지 마시고, 광주방송의 경우에는 어떻게 시스템을 운영하고 있습니까?

○ 김병각 CMB 상무

- 우선, 아까 서두에 의견진술에서 말씀드린 것처럼 지역마다 특색이 있기 때문에 그런 부분들은 다를 수도 있습니다. 저희가 두 군데 조사를 받았는데, 우선 위반사실이 많은 대전 때문에 의견진술을 하게 된 것이고, 광주는 지역단위 밀착이다 보니까 그 현장단에서 무엇이든 파악이 되는 것 같습니다. 그러다 보니까 전단이나 온라인, 소위 말하면 지역 담당자의 능력에 좌우되는데, 이번 위반사실을 통해 이런 부분들에 대해 전체적인 본부 차원의 체계를 잡아서, 이런 사례를 가지고 향후에 다른 지역에도 적용을 해서 그런 일이 없도록 준비를 하도록 하겠습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 케이블TV협회 차원에서 SO 정책협의체가 있지요?

○ 김병각 CMB 상무

- 예, 있습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 거기에서 이런 시스템이나 노하우에 대해서는 같이 공유해 주시기 바랍니다.

○ 김병각 CMB 상무

- 예, 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 또 다른 질문사항 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 그러면 씨앤엠, 현대HCN, CMB 모두 다 추가로 더 하실 말씀 없으십니까? (“없습니다” 하는 의견진술인 있음) 돌아가셔도 좋습니다.

(씨앤엠, 현대HCN, CMB 의견진술인 퇴장)

○ 최성준 위원장

- 시정조치안을 설명해도 되겠지요? 따로 이 사실관계에 대해서 논의할 것은 없으시지요? (“없습니다” 하는 위원 있음) 그러면 시정조치안에 대해 보고해 주시기 바랍니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 보고 드리겠습니다. 시정조치안은 크게 2가지입니다. 하나는 시정명령으로서 전기통신사업법으로 위반한 23개 사업자에 대해 허위·과장광고 행위의 중지, 시정명령을 받은 사실의 공표, 업무처리절차의 개선, 이행계획서의 제출, 그리고 이행결과의 보고를 명령하고자 합니다. 두 번째, 과징금 부과입니다. 과징금 부과는 사업자별 여러 가지 특성이 있기 때문에 위반율과 사업자 규모에서 특히 매출액과 사업구역 등을 고려해서 기준금액을 차등 있게 나누어 보았습니다. 먼저 위반율이 70% 이상이고 전국적 영향을 미치며, 위반건수가 300여건이 넘고 내용의 오인 가능성이 높은 경우, 매우 중대한 위반행위로 7억원, 위반율이 70% 이상이고

위반건수가 300여건이 넘으며 내용의 오인 가능성이 높으나, 상대적으로 사업규모가 작은 경우, 중대한 위반행위로 3억 5,000만원, 위반율이 높지만 전국적 영향을 미치지 못하고 사업규모가 작은 경우, 중대성이 약한 위반행위로 3,000만원, 위반율이 낮고 전국적 영향을 미치지 못하며 사업규모가 작은 경우, 중대성이 약한 위반행위로 1,500만원을 기준금액으로 하고자 합니다. 다음은 6페이지입니다. 이에 따라 사업자별 정액 과징금의 기준금액안은 아래의 <표>와 같습니다. 이에 대한 가중은 해당사항이 없고, 추가적인 감경사유로 위반사업자 모두 조사에 적극 협조하였고, 또한 재발방지 조치를 취한 점 등을 고려해서 관련 규정에 따라서 각각 20%와 30%를 합하여 총 50%를 감경하고자 합니다. 세부적인 감경사유는 아래를 참고하시면 되겠습니다. 다음은 7페이지가 되겠습니다. 이에 따라 최종 과징금은 KT, SKT, LGU+에는 각 3억 5,000만원을 부과하되, 다만 SKT와 SKB의 경우에는 대부분 중복되는 점 등을 고려하여 SKB에 대한 과징금 부과는 유예하고자 합니다. CJ계열과 티브로드 계열은 총 9,000만원, 씨앤앰 계열은 총 6,000만원, 현대HCN 계열은 총 1,500만원, CMB 계열은 총 1,500만원의 과징금을 부과하고자 합니다. 향후 계획입니다. 오늘 심의·의결해 주시면 시정조치안에 대한 사업자 통지를 6월 초순에 완료하고, 그다음에 저희들이 그동안 제도개선 TF를 구성·운영 중에 있습니다. 이를 토대로 해서 결합상품에 대한 제도개선 방안을 6월 말까지 마련하겠습니다. 그리고 이번에는 허위·과장광고에 대한 조사·제재가 이루어집니다만 그밖에 결합상품 금지행위가 다양한 형태로 이루어질 수 있기 때문에 오늘 논의한 내용 등을 토대로 해서 하반기 이후에는 다른 유형의 금지행위에 대해서도 철저히 조사·제재할 계획입니다. <붙임>은 참고하시면 되겠습니다. 이상으로 보고를 마치겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 수고하셨습니다. 아까 고삼석 위원님께서 말씀하신 자료를 찾아서 왔는데, 그 당시에 “TB끼리 온가족 무료” 결합상품과 관련해서, 실태점검을 하고 개선사항을 통보하는 형식으로 한 것 중에 상품별 요금 비중에 따른 할인이 아니라 해당 유선상품만을 전액 면제해 주는 것으로 착각할 여지가 있다고 해서 ‘무료’라는 표현은 사용하지 않도록 하라는 개선사항을 통보한 사실이 있는 것이 확인됐습니다.

○ 이기주 상임위원

- 위원장님, 지금 말씀하신 문서를 보니까 舊 방통위 때이지 않습니까? 그런데 문서를 보니까 시장조사과장 전결로 나갔습니다. 그런데 저는 문건을 보니까 어떻게 판단이 되냐면, 이것이 시장조사과에서 나가는 했는데 이용약관을 인가하는 것은 지금 미래부의 통신이용제도과에서 담당한다는 점입니다. 그런데 결합상품 관련한 가이드라인은 누가 운영하고 있습니까? 미래부에서 운영합니까, 이용자정책국에서 운영합니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 지금 현재 구조상으로 보면 미래부에서 운영하고 있습니다. 인가조건에….

○ 이기주 상임위원

- 제 이야기는 이번에 허위·과장광고에 대한 조사가 처음이나, 아니냐는 측면에서 봤을 때 저는 처음이라는 생각이 든다는 말씀입니다. 그 당시에 시장조사과가 이 문서처리를 하긴 했

지만 이용약관 인가를 담당하는 그 당시의 방통위 기능 차원에서, 인가받은 이용약관과 다르게 운영되는 부분을 시정했으면 좋겠다는 것이었지, 금지행위의 위반여부를 조사해서 제재의 일환으로 권고가 나간 것은 아닌 것 같다고, 저는 문서를 보니까 이렇게 해석이 되는 것 같습니다.

○ 최성준 위원장

- 이것이 처음이냐, 아니냐는 그렇게 큰 의미는 아니고, 다만 이 당시에도 어떤 면에서의 접근, 인가에 관계없이 이런 무료라는 부분이 문제가 된 사안이 있었다는 정도로 참고하시면 될 것 같습니다. 위원님들 의견 말씀해 주십시오. 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 시정조치안은 적절하다고 생각합니다. 단지 몇 가지 사소한 것 같긴 하지만 조사대상이 'IPTV 사업자 4개사' 이렇게 되어 있지 않습니까? 케이블사업자 몇 개, IPTV 사업자, 그런데 IPTV 사업자가 4개사가 맞습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- SKT는 정확하게는 IPTV 사업자는 아니지만 예를 들어 SKB, 일종의 재판매를 통해 같이...

○ 이기주 상임위원

- 재판매사업자까지 한다? 우리가 시장에서 IPTV 사업자가 3개사다, 이렇게 이야기하는 것과 안 맞지 않느냐는 생각이 들었습니다. 그다음에는 과징금을 부과함에 있어서 SKB는 유예한다는 표현을 썼는데, 위원장님께도 '유예'라는 말이 적절한 것인지 한 번 여쭙 보고 싶습니다. 왜냐하면 SKT와 SKB가 이동전화와 IPTV 그리고 초고속인터넷을 결합해서 서비스를 제공하면서 거기에 따른 광고를 한다고 했을 때, 쉽게 이야기하면 두 회사가 공동으로 비용을 부담해서 공동주체가 되어서 했다고 볼 수 있지 않습니까? 그러면 제재대상으로 보면 그중에 한 사업자를 해야 하는데 다른 사업자는 유예라고 해야 하는지, 아니면 아예 과징금 부과대상이 안 된다고 봐야 하는지...

○ 최성준 위원장

- 그 부분은 이렇게 정리하기로 하지요. 지금 지적하신 것처럼 사실 유예는 적절한 표현이라고 보기는 힘들지 않을까 싶습니다. 유예라는 것은 지금은 부과하지 않지만 또 다시 나중에 부과할 여지가 있다는 의미도 담겨있다고 볼 오해의 소지도 있어서, 가장 무난하게 쉬운 말로 표현하면 '이러이러한 사정으로 인해 SKB에 대해서는 과징금을 부과하지 않기로 함', 간단하게 그러면 되지 않을까 싶습니다.

○ 이기주 상임위원

- 그것이 맞습니다.

○ 최성준 위원장

- '이런 점을 고려해서 SK브로드밴드에는 과징금을 부과하지 않기로 함'으로 하겠습니다. 그

다음에 혹시 시정조치안 중에 과징금 부과와 관련해서 지금 5개 케이블TV 쪽의 의견진술을 듣고, 조사한 세부적인 내용을 일일이 살펴보지는 않았지만 소위 말해 IPTV를 하는 KT, SK 브로드밴드, LGU+의 허위·과장광고와 케이블TV의 허위·과장광고에 있어서 건수의 문제가 아니라 정도의 문제에 있어서, 조사를 하신 분으로서 IPTV 쪽이 오인이나 과장이나 중요정보 누락에 있어 좀 더 정도가 컸다는 판단은 혹시 안 하셨습니까?

○ 김용일 이용자정책총괄과장

- 양측의 광고지를 비교해 본 결과, 사실은 건수 차이는 나지만 실제적인 내용 면에서는 오인이나 중요정보 누락이나 실증 불가한 광고에 있어서 거의 유사한 수준으로 대체적으로 비슷한 것으로 파악이 됐습니다.

○ 최성준 위원장

- 제가 그것을 여쭙 보는 이유는, 뒤에 예시되어 있는데 광고의 많은 부분들이 주로 이동전화 가입과 관련해서 그것이 매개가 되어서 다른 부분이 무려다, 이렇게 나가는 경우가 많이 있는 것 같습니다. 그렇지 않습니까? <붙임 4>에 보면 첫 번째 건은 경품에 관한 부분이니까 그렇다 치고, 두 번째 것도 파워콤, SK브로드밴드, KT QOOK으로 이동전화가 됐을 때 어떻게 된다는 것으로 보이고, 그다음에 오인광고도 'KT 스마트폰 2대 이상 사용 시 인터넷 공짜' 이런 말이 나옵니다. 그래서 전체적으로 광고의 경향이, 물론 건수가 많아서 그럴 수도 있겠지만 이동전화와 관련해서 다른 부분을 오인시키거나 또는 사실과 다르게 하는 부분들이 있지 않나 싶은 생각이 듭니다. 그렇지는 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 그렇습니다.

○ 김용일 이용자정책총괄과장

- 통신사 쪽이 그런 경향이 강한 것 같습니다. SO 같은 경우 QPS가 안 되는 사업자도 있기에 빠진 부분이 많은 것 같습니다.

○ 최성준 위원장

- 그래서 이것은 제 개인적인 생각입니다만 우리가 기준금액을 정할 때, 이것은 고시에 제한이 있는 것이 아니고 여러 가지 상황을 고려해서 저희가 정액과징금 범위 내에서 기준금액을 정한 것이지 않습니까? 그렇다면 전국적인 망을 가진 SKT, KT, LGU+에 7억원을 하고, 그다음에 케이블TV 계열사는 그 지역 하나당 3,000만원으로 한 것이지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 이 비율이 케이블TV 쪽이 높지 않은가 싶은 생각이 듭니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 그런 건수, 그다음에 광고의 내용, 전국이나, 지역이나를 따져 봤을 때, 예를 들어 CJ 같은 경우에는 6군데라고 해서 3,000만원씩 1억 8,000만원이 된다고 하면 KT, SKT, LGU+ 이동통신 3사라고 봤을 때 7억원과 1억 8,000만원이 됩니다. 그런데 여러 가지 규모 등등을 비교해 봤을 때 이 균형이 적절한지에 대해 생각을 달리하게 됐고, 지금 또 케이블TV 측에서 의견진술한 것들을 종합해 볼 때 조금 과하지 않나 싶은 생각이 듭니다. 위원님들 생각은 어떠신지 모르겠습니다.

○ 허원제 부위원장

- 저도 비슷한 공감을 합니다. SKT, SKB도 어떻게 보면 2개의 회사지요. 우리가 케이블은 CJ 계열로 해서 6개 회사, 티브로드 계열 6개..., SKT와 SKB는 동일한 광고가 2개의 회사를 통해서 나갔다고 본다면, 어떻게 보면 이통사는 사실은 케이블과 다 같이 겸하고 있는 의미가 있고, 단지 SKT만 유·무선이 아직 결합이 안 되어 있어서 따로따로 이렇게 회사가 되어 있는 상황인데, 그런 것으로 보면 케이블사들의 경우에 독립된 사들의 규모로 보면 이렇게 따로 6개를 모두 산정해서 한다는 것이 과도하다는 느낌을 확실히 갖습니다. 이것도 같이 그 숫자를 어떤 식으로 조정해 주는 것이 바람직하지 않느냐는 생각이 듭니다.

○ 최성준 위원장

- 매출액과 비교해도 KT 10조원, SKT 14조원, LGU+ 6.5조원인데 케이블TV는 CJ가 2,700억원, 차이가 많이 나지 않습니까? 그런데 기준금액은 7억원, 1억 8,000만원이면 4배 정도밖에 되지 않는데, 위반행위가 더 중하다면 그렇게 볼 수도 있겠지만..., 그렇다고 이것을 또 케이블TV 사이에서도 규모가 있기 때문에 차등화를 해야 하는데 차등화를 하기 위해 저희가 케이블TV 규모에 따라 조사대상업체 숫자를 정한 것 아니겠습니까? 그렇다면 기준금액으로 되어 있는 3,000만원을 반 정도로 줄여야 오히려 형평이 더 맞는 것이 아닌가 하는 생각을 개인적으로 해 봤는데 위원님들 생각은 어떠신지 모르겠습니다. (“동의합니다” 하는 위원 있음)

○ 이기주 상임위원

- MSO가 직접 한 것이 아니고 지역의 개별SO들이 한 행위라서 전국적으로 하는 것과는 또 무게가 다를 것 같습니다.

○ 최성준 위원장

- 괜찮으시겠습니까? (“예” 하는 위원 있음) 간단히 말씀 드리면 CJ, 티브로드, 씨앤엠, 현대 HCN, CMB에 대한 과징금은 지금 최종적으로 나온 금액의 2분의 1이 되는 셈입니다. 그렇지요?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 그러면 위원님들 다 같은 생각이시면 그렇게 감액하는 것으로 정하도록 하겠습니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 현대HCN의 경우에는...

○ 최성준 위원장

- 그것도 똑같이 위반이 훨씬 낮기 때문에 저희가 2분의 1로 해 준 것이지 않습니까? 마찬가지로 기준금액을 750만원으로 하면 되지 않을까요? 나머지는 기준금액을 1,500만원으로 하고 현대HCN은 750만원으로 하도록 하겠습니다.

○ 이기주 상임위원

- 위원장님, 의결하실 것이면, 과징금 문제는 아니고 시간이 많이 지나서 간단히 말씀 드리겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 말씀하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 향후 계획 부분입니다. 박 국장님, 여기에 보면 '방송통신 결합상품 금지행위 조사·제재'라고 되어 있는데 제재할지 안 할지는 조사해야 아는 것이니까 '금지행위 위반여부 조사'라고 하면 적절하지 않을까 싶습니다. 그 밑에 '이용자 이익저해행위에 대한 조사' 이런 것을 이야기했는데, 저는 그 줄이 필요하지 않다고 생각하는 이유가, 앞으로 시장조사를 한다면 시행령 별표 중 이번 사건에서 적용한 5호 바목뿐만 아니고 다른 금지행위 위반여부도 같이 들여다봐야 하는데, 그중에 대표적인 것이 4호에 나오는 '이용요금 등을 부당하게 산정하는 행위'를 했는지 여부도 중점적으로 봐야 할 것으로 생각합니다. 그래서 제재를 예단하는 표현이나 이용자 이익저해행위에..., 물론 시행령 별표 전체가 이용자 이익저해행위에 대한 기준과 유형을 정한 것이지만, 혹시라도 시행령 별표 중에 5호 바목만 가지고 조사를 하지 않을까 해서 그런 말씀을 드립니다. 어쨌든 그동안 이용자정책국 중심으로 제도개선 TF도 장기간 운영해 와서, 오늘 계획에 따르면 다음 달쯤이면 내용이 가시화될 것으로 보여서 아주 바람직하고 빨리 마무리했으면 하는 생각임을 말씀드립니다. 조사할 때는 전기통신사업법 뿐만 아니라 IPTV법, 방송법 다 같이 공통사항이지 않습니까? 그래서 예를 들면 이용자정책국의 통신시장조사과뿐만 아니라 방송시장조사과와 같이 합동으로 조사요원들을 구성해서 이번을 계기로 아주 종합적이고 체계적인 조사를 해서 그 결과, 제도개선에 반영할 것은 반영하고, 만약에 위반행위가 드러나면 제재하고 이런 식으로 아주 획기적인 조사가 됐으면 합니다. 끝으로 한 가지 더 말씀드리면 엇그저께 내년도 방통위 예산안 논의할 때 조금 이야기가 나왔었는데, 통신시장경쟁상황평가는 오랫동안 해왔고 방송시장경쟁상황평가는 2, 3년 되긴 했지만, 결합판매시장에 대한 경쟁상황평가를 이제는 제대로 할 때가 된 것 같다

고 생각합니다. 법적 근거가 있어야 할 수 있는지, 아니면 예산만 있으면 할 수 있는지, 아니면 이것도 저것도 여의치 않으면 기존의 방송시장경쟁상황평가에 포함시켜서 하든지 결합시장에 대한 경쟁상황평가를 지금까지 해 왔던 것보다는 좀 더 확대해서 제대로 할 수 있는 방안을 검토해 주시면 좋겠습니다. 이상입니다.

○ 최성준 위원장

- 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 저도 간단히 한 말씀 드리겠습니다. 시정조치안이나 과징금 부과에 대해서는 이의가 없습니다. 이 안건을 검토하면서 느낀 생각입니다. 방송상품의 무료 혹은 공짜 마케팅 같은 경우 이동통신사 입장에서는 주력상품이라고 할 수 있는 모바일 혹은 초고속인터넷 서비스의 경쟁력 제고 차원에서 하는 것입니다. MSO들은 이동통신사에 대응해서 가격 경쟁력 확보를 위해 이러한 결합서비스를 제공하고 있는데, 그 핵심은 뭐냐 하면 방송서비스, 즉 콘텐츠를 희생하는 것입니다. 이것이 그대로 방치될 경우에는 방송과 통신이 공멸하게 되는 그러한 결과를 가져온다, 그래서 저는 이것을 자해적 수준의 마케팅 전략이라고 단정했습니다. 그렇기 때문에 저희가 이 부분에 대한 문제점들을 파악해서 개선방안을 만들어야 할 것 같습니다. 그런데 방송통신 결합상품 제도개선 TFT를 운영해서 6월 말까지 방안을 내겠다는 것이 아닙니까? 제가 여기에서 우려하는 것은 법에서 허용하는 범위 내에서 정상적으로 운영되는 결합상품에 대해서는 가계 통신비 부담 완화나 소비자의 선택권 확대 차원에서 그동안 이동사들로 하여금 그리고 케이블TV 사업자로 하여금 결합상품을 많이 내도록 정부가 권장해 왔지 않습니까? 규제당국이 생각하는 결합상품의 폐해와 달리 KISDI나 최근에 소비자단체가 이용자를 대상으로 설문조사한 결과들이 나왔는데, 이것을 보면 다수의 결합상품 이용자들은 저렴한 가격과 요금의 통합고지나 이런 편리성으로 인해 결합상품에 대해 우호적인 입장을 보여주고 있습니다. 그래서 제가 당부 드리고 싶은 것은 방안을 마련하실 때, TFT 운영하시고 그 결과로 방안이 나올 텐데, 방송통신시장에서 공정경쟁 질서를 확립하는 이슈와 더불어서 소비자의 권익이 보장되는, 소비자 권익 보장이 대단히 중요한 핵심 이슈이지 않습니까? 그래서 이 양자 간에 균형을 잘 잡아서, 말씀 드리기는 쉽습니다만, 균형 잡힌 방안이 나올 수 있도록 각별히 살펴 주시기 바랍니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 그리고 마지막으로 아까 케이블TV쪽에서 나와 진술하실 때 몇몇 분이 말씀하셨는데, 이런 허위·과장광고와 관련해서 가이드라인이 있었으면 좋겠다, 그러면 그 범위 내에서 잘 지켜겠다는 취지의 말씀이 있었습니다. 그래서 그 부분에 대해서도 시간을 가지고 저희들이 가이드라인을 만들 수 있는지 검토해 주시기 바랍니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 알겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 그러면 이 안건은 수정해서 SKT 등 통신사업자 4개, 그다음에 CJ 양천방송 등 19개 유선방송사업자에 대해 시정명령을 하고..., 시정명령도 MSO에 대해 시정명령을 하는 것입니까, 각 지역 SO들에게 시정명령하는 것입니까? 어떻게 되는 것입니까?

○ **박노익 이용자정책국장**

- 각 SO라고 생각하시면 되겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 그러면 다시 정리하면 SKT 등 4개 통신사업자와 CJ 양천방송 등 19개 종합유선방송사업자에 대한 시정명령과 KT, SKT, LGU+ 등 3개 통신사업자에게 각각 3억 5,000만원의 과징금을 부과하고, 그리고 CJ 계열과 티브로드 계열에 대해서는 총 4,500만원, 씨앤앰 계열에 대해서는 총 3,000만원, 현대HCN 계열에 대해서는 총 750만원, CMB 계열에 대해서는 총 750만원의 과징금을 부과하는 것으로 의결하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 가결되었습니다.

7. 기 타

○ **최성준 위원장**

- 오늘 상정된 안건 처리는 이것으로 마쳤습니다. 다른 논의사항 있으십니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 없으시면 다음 회의는 6월 4일 목요일 오후 2시 30분에 개최하도록 하겠습니다. 수고하셨습니다.

8. 폐 회

○ **최성준 위원장**

- 이상으로 제23차 방송통신위원회 회의를 모두 마치겠습니다.

(의사봉 3타)

【 11시 50분 폐회 】