

## 방송통신위원회 속기록

회의명 : 제71차 방송통신위원회 회의

회의일시 : 2016. 12. 21.(수) 09:30

장소 : 방송통신위원회 4층 회의실

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

불참위원 : 없음

---

# 제71차 방송통신위원회 회의 속기록

---

【 09시 30분 개회 】

## 1. 성원보고

- 최성준 위원장
  - 이소라 의안·정책관리팀장, 성원 보고해 주십시오.
- 이소라 의안·정책관리팀장
  - 재적위원 전원이 참석하셔서 성원이 되었음을 보고드립니다.

## 2. 국기에 대한 경례

- 이소라 의안·정책관리팀장
  - 국기에 대한 경례를 하겠습니다. 모두 일어서 전면의 국기를 향해 주십시오. 국기에 대하여 경례, 바로. 자리에 앉아 주십시오.

## 3. 개회선언

- 최성준 위원장
  - 2016년도 제71차 방송통신위원회 회의를 개의하겠습니다.

(의사봉 3타)

## 4. 지난 회의록 확인

- 최성준 위원장
  - 제65차 회의의 회의록과 속기록을 확인하고 접수하도록 하겠습니다. 제출된 회의록과 속기록에 이의 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 그럼, 동의하신 대로 접수하도록 하겠습니다.

## 5. 회의공개 여부 결정

○ 최성준 위원장

- 오늘 회의에는 <의결안건> 2건, <보고안건> 4건이 상정되었습니다. 이 안건들을 공개로 심의 하는데 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 그럼, 오늘 회의는 공개로 진행하겠습니다.

## 6. 의결사항

### 가. 유료방송사업자의 금지행위 위반에 대한 시정조치에 관한 건 (2016-71-288 ~ 304)

○ 최성준 위원장

- <의결사항 가> ‘유료방송사업자의 금지행위 위반에 대한 시정조치에 관한 건’에 대하여 김영관 방송정책국장님 보고해 주십시오.

○ 김영관 방송정책국장

- 보고드리겠습니다. 의결주문은 ‘종합유선방송사업자·위성방송사업자의 「방송법」 위반행위 및 인터넷 멀티미디어 방송사업자의 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」 위반행위에 대한 시정조치(안)를 붙임과 같이 의결한다’입니다. 제안이유는 종합유선방송사업자인 CMB계열 6개 법인, 현대HCN계열 6개 법인, (주)CJ헬로비전과 위성방송사업자인 (주)KT스카이라이프, 인터넷 멀티미디어 방송사업자인 (주)KT, SK브로드밴드(주), (주)LG유플러스가 가입자를 모집하는 과정에서 거짓으로 고지하거나 이용조건 등 중요사항을 제대로 고지하지 않고, 또한 시청자가 동의하지 않는 가입조치를 하였으며, 시청자에게 이용계약과 다르게 요금을 청구하는 등 방송법령 및 인터넷 멀티미디어 방송사업자법령을 위반한 행위에 대하여 시정조치(안)를 심의·의결하기 위함입니다. 주요내용 보고드리겠습니다. 주요경과입니다. 티브로드 (구)씨앤엠에 대한 방송법령상 금지행위 위반 행정처분이 있는 이후에 다른 주요 유료방송사업자에 대한 실태점검 및 관련자료 검토가 진행되었습니다. 이후 '16년 5월 9일부터 현장조사, 사실관계 소명, 확인서 징구 등을 거쳤고, '16년 12월 7일부터 12월 14일까지 시정조치(안)에 대한 의견조회를 실시하였습니다. 다음 페이지입니다. 피심인은 방송법 적용 대상 사업자로 CJ헬로비전 계열 1개 법인, 23개 SO, CMB 계열 6개 법인, 10개 SO, 현대HCN 계열 6개 법인, 8개 SO, KT스카이라이프와 인터넷 멀티미디어 방송사업법 적용 대상 사업자인 KT, SKB, LGU+가 되겠습니다. 피심인의 자세한 일반현황은 3페이지, 4페이지 <표>를 참고하시면 되겠습니다. 5페이지로 넘어가겠습니다. 다음 피심인들의 '14년 11월부터 '15년 10월까지의 가입자 민원 및 요금환불 내역 자료 약 3,250만 건을 해당 사업자로부터 제출 받아 분석하고 조사한 결과를 보고드리겠습니다. 저희들이 3가지 유형으로 나누어서 조사를 하였는데 첫 번째는 거짓으로 고지하거나 중요사항을 고지하지 않은 행위, 두 번째 가입의사를 확인하지 않은 행위, 세 번째 이용계약과 다르게 요금을 청구한 행위입니다. 각각 3가지에 대해서 방송법 적용사업자 그리고 IPTV법 적용사업자로 나누어서 보고드리겠습니다. 먼저 거짓으로 고지하거나 중요사항을 고지하지 않은 행위입니다. MSO·위성방송사업자의 경우 방송상품을 판매하는 과정에서 요금·약정기간 및 할인반환금 등 중요사항에 대하여 안내를 제대로

로 하지 않는 사례, <2> 고령자 세대를 방문하여 디지털 상품에 가입하지 않으면 더 이상 방송을 볼 수 없다고 하거나 아날로그 방송용 노후 선로의 교체가 필요하다는 명목으로 방문하여 충분한 설명 없이 디지털 상품을 설치하는 등 거짓 고지한 것으로 인정되는 사례는 CJ헬로비전 총 2,536건, CMB 총 393건, 현대HCN 총 128건, KT스카이라이프 총 359건이었습니다. 다음 페이지입니다. IPTV 사업자의 경우에 <1> 방송 상품을 판매하는 과정에서 요금·약정기간 및 할인 반환금 등 중요사항에 대하여 안내를 제대로 하지 않은 사례와 <2> 인터넷·TV 등 기존상품에 TV상품을 추가하여 가입한 고객들에게 추가 TV상품의 가입으로 새로운 약정기간이 진행된다는 사실을 충분히 설명하지 아니하여 기존상품 만기시점에 해지를 요구하는 고객들이 추가TV의 잔여 약정기간을 이유로 할인반환금을 요구받아 사실상 계약을 연장할 수밖에 없게 되어서 민원을 야기한 사례 등 중요사항의 미고지 사례는 KT 1,641건, SKB 총 1,209건, LGU+ 총 775건이었습니다. 다음은 가입의사를 확인하지 않은 행위입니다. 해당 MSO와 위성방송사업자가 방송상품을 판매하는 과정에서 가입자의 자녀 등 제3자에게 상품을 안내한 후에 대리서명을 하도록 하고 방송설비를 설치하는 등 가입자의 명시적 동의를 얻지 않고 임의로 가입 또는 연장시킨 사례는 CJ헬로비전 총 45건, CMB 총 214건, 현대HCN 총 33건, KT스카이라이프 총 1,348건이었습니다. 다음 페이지입니다. 해당 MSO와 위성방송사업자가 텔레마케팅을 통해서 유료채널 및 VOD 월정액 등 부가상품을 판매하는 과정에서 1~2개월간 무료체험 후 가입여부를 결정하면 된다고 안내하고서 무료 체험기간이 종료되기 약 1주일 전 과금 관련 문자메시지만 발송하는 등 별도의 안내를 전혀 하지 아니한 채 가입자의 명시적인 동의를 받지 않은 사례는 CJ헬로비전 총 3,880건, CMB 총 3건, 현대HCN 총 115건, KT스카이라이프 총 98건이었습니다. 다음 페이지입니다. 가입의사를 확인하지 않은 행위유형에 대해서 IPTV사들이 방송상품을 판매하는 과정에서 고객이 기존 상품의 재약정 내지 동일한 조건의 계약 유지를 원했음에도 상위 상품으로 임의 변경하거나 신규 약정 가입 처리하는 등 가입자의 명시적 동의를 얻지 않고 임의로 가입시킨 사례는 KT 총 248건, SKB 총 74건, LGU+ 총 248건이었습니다. IPTV사들이 TM 내지 무료쿠폰을 통해 유료채널 및 VOD 월정액 등 부가상품을 판매하는 과정에서 1~2개월간 무료체험 후 가입여부를 결정하면 된다고 안내하고서는 무료 체험기간이 종료되기 약 1주일 전 과금 관련 문자메시지만 발송하는 등 별도의 안내를 전혀 하지 아니한 채 가입자의 명시적인 동의를 받지 않은 사례는 KT 총 368건, SKB 총 60건, LGU+ 총 1,484건이었습니다. 다음은 이용계약과 다르게 요금을 청구한 행위입니다. MSO·위성방송사업자의 경우 시청자가 가입 당시 계약서에 명시된 요금대로 청구하지 않았다는 이유로 민원을 제기하고 이에 대해 MSO와 위성사업자가 요금 오청구를 인정하거나 자체적으로 오청구를 인지하여 시청자에게 환불한 사례는 CJ헬로비전 총 4,018건, CMB 총 2,665건, 현대HCN 총 719건, KT스카이라이프 총 2,149건이었습니다. 다음 페이지입니다. 위 사안의 경우 가입 후 요금이 최초 청구된 시점으로부터 평균적으로 CJ헬로비전은 1.6일, CMB는 0.7일, 현대HCN은 0.8일, KT스카이라이프는 4.5일이 경과된 후에 환불이 이뤄진 것으로 확인되었으며, 환불금액은 CJ헬로비전의 경우 평균 17,868원, CMB는 평균 8,406원, 현대HCN은 평균 19,712원 및 KT스카이라이프는 9,383원입니다. 또한 요금 납부가 대부분 자동이체나 신용카드 결제로 이루어지고 있는 현실을 감안하면 가입자가 요금이 오청구되고 있음을 인지하기가 쉽지 않고, 인지하지 못할 경우 오청구가 지속되어 오청구액이 증가될 뿐만 아니라 환불이 이루어지지 않을 가능성도 배제하기 곤란하다고 생각됩니다. 하지만 해당 MSO와 위성방송사업자의 이

용약관에는 '시청자가 과오납 사실을 안 날로부터 1개월에서 6개월 등 정해진 기간 내 가입자에게 이의신청을 할 수 있고, 사업자는 시청자의 이의신청이 타당하다고 판단될 경우 환급'하도록 규정하고 있어 시청자들의 주의만 요구하고 있을 뿐 사업자 스스로 오청구를 줄이기 위한 적극적인 노력은 없었다고 판단됩니다. 다음 페이지입니다. IPTV의 경우에도 요금 오청구를 인정하거나 자체적으로 오청구를 인지해서 시청자들에게 환불한 사례는 KT가 8,721건, SKB 4,761건, LGU+ 1,332건이었습니다. 그리고 요금이 최초 청구된 시점으로부터 평균적으로 KT는 0.1일, SKB는 6.3일, LGU+는 0.5일이 경과된 후에 환불이 이루어진 것으로 나타났으며, 환불금액도 평균적으로 KT는 11,123원, SKB는 4,076원, LGU+는 47,721원으로 나타났습니다. 기타 내용은 앞에 보고드린 내용과 유사하므로 생략하고, 다음 페이지로 넘어가겠습니다. 이러한 3가지 유형에 대한 위법성 판단입니다. 먼저 거짓으로 고지하거나 중요사항을 고지하지 않은 행위입니다. MSO와 위성방송사업자의 경우 방송법 제85조의2제1항제3호 및 동법 시행령 제63조의5 [별표2의3] III.2.나목은 "자신의 서비스에 대해서 이용요금, 이용조건, 서비스의 품질 등에 관하여 거짓으로 고지하거나 자신의 서비스에 대해서 중요한 사항을 고지하지 않아 다른 방송사업자 등의 서비스 제공계약의 체결을 부당하게 방해하는 행위"를 금지하고 있고, 방송법 제85조의2제1항제5호 및 동법 시행령 제63조의5 [별표2의3] V.1호는 "이용약관을 위반하여 방송서비스를 제공하는 행위"를 금지하고 있음에도 불구하고, 해당 3개 MSO와 1개 위성방송사업자가 디지털 상품 미가입 시 방송 시청이 불가능하다고 거짓고지하거나 요금 및 위약금 등 약관상 중요사항을 미고지하는 행위를 하여 시청자가 원하지 않은 상품에 가입하게 되는 등 합리적인 상품의 선택을 차단하고, 시청자가 자사의 상품에 가입하도록 유도함으로써 궁극적으로 다른 방송사업자와의 서비스 제공계약 체결을 방해할 우려가 존재하며, "서비스 이용계약 시 이용자에게 요금, 할인반환금, 해지조건 등 중요사항에 대해 설명"하도록 이용약관에 규정되어 있으나 중요사항을 거짓으로 설명하거나 제대로 설명하지 않음으로써 이용약관을 위반하였다는 점에서 방송법 제85조의2제1항제3호 및 동법 시행령 제63조의5 [별표2의3] III.2호나목과 방송법 제85조의2제1항제5호 및 동법 시행령 제63조의5 [별표2의3] V.1호를 위반한 것으로 판단하였습니다. 다음 페이지입니다. IPTV의 경우 IPTV법 제17조제1항제2호 및 동법 시행령 제15조제1항 [별표 3] 2.가목은 "이용약관과 다른 내용으로 부당하게 서비스를 제공하여 해당 시청자의 이익을 현저히 침해하는 행위"를 금지하고 있음에도 불구하고, 해당 IPTV사들이 가입자 유치과정에서 요금·위약금·약정기간 등 중요사항들을 제대로 설명하지 아니한 행위는 고객에게 충분한 정보를 제공하지 않아 정보 비대칭 상황에 노출시킨 것이고, 동시에 고객이 원치 않는 상품에 가입시켜 합리적인 상품 선택을 차단하는 것이고, 결과적으로 "서비스 이용계약 시 시청자에게 요금, 할인반환금, 해지조건 등 중요사항에 대하여 설명"하도록 규정한 이용약관을 위반하였다는 점에서 IPTV법 제17조제1항제2호 및 동법 시행령 제15조제1항 [별표3] 2.가목을 위반한 것으로 판단됩니다. 다음은 가입의사를 확인하지 않은 행위입니다. MSO와 위성방송사업자의 경우 방송법 제85조의2제1항제5호 및 동법 시행령 제63조의5 [별표2의3] V.1호는 "가입자의 의사를 확인하지 않고 방송서비스를 제공하는 등 이용약관을 위반하여 방송서비스를 제공하는 행위"를 금지하고 있음에도 불구하고, 해당 MSO와 위성방송사업자는 가입자 본인의 동의 없이 자녀 등 타인에게 방송상품을 안내 후, 방송설비를 설치하고 대리서명을 받거나 VOD 및 유료채널 등 부가상품의 무료체험 기간 종료 후, 고객의 명시적인 가입의사를 구하지 않고 가입 전환시키는 행위를 하여 '이용계약 성립 후

계약서, 요금표 등을 시청자에게 교부하며, 이에 대해 설명하고 동의를 받도록 한다' 내지 '무료서비스 제공기간 만료 후 시청자의 동의 없이 유료서비스로 전환하여서는 아니되며, 유료서비스로 전환하기 위해서는 시청자에게 동의를 얻어야 한다'고 규정한 이용약관을 위반하였다는 점에서 방송법 제85조의2제1항제5호 및 동법 시행령 제63조의5 [별표2의3] V.1호를 위반한 것으로 판단됩니다. 다음 페이지입니다. IPTV 사업자의 경우 IPTV법 제17조제1항제2호 및 동법 시행령 제15조제1항 [별표3] 2.다목은 "시청자의 서비스 이용의사를 확인하지 아니하고 서비스를 제공하여 시청자의 이익을 현저히 침해하는 행위"를 금지하고 있음에도 불구하고, 해당 IPTV사들이 가입자 본인의 동의 없이 본인 외 타인에게 방송상품 안내 후 방송설비를 설치하고 대리서명을 받거나 VOD 및 유료채널 등 부가상품의 무료체험 기간 종료 후 고객의 명시적인 가입의사를 구하지 않고 가입 전환시킨 행위는 '이용계약 성립 후 계약서, 요금표 등을 시청자에게 교부하며, 이에 대해 설명하고 동의를 받도록 한다' 내지 '무료서비스 제공기간 만료 후 시청자의 동의 없이 유료서비스로 전환하여서는 아니되며, 유료서비스로 전환하기 위해서는 시청자에게 동의를 얻어야 한다'고 규정한 이용약관을 위반하였다는 점에서 IPTV법 제17조제1항제2호 및 동법 시행령 제15조제1항 [별표3] 2.다목을 위반한 것으로 판단하였습니다. 다음 이용약관과 다르게 요금을 청구한 행위입니다. MSO와 위성방송사업자의 경우 방송법 제85조의2제1항제5호 및 동법 시행령 제63조의5 [별표2의3] V.2호는 "이용계약과 다르게 이용요금을 청구하는 행위"를 금지하고 있음에도 불구하고, 해당 MSO와 위성방송사업자는 시청자에게 이용계약 체결 당시 약정된 요금과 다른 요금을 청구하였는바, 이는 비록 의도하지 않은 과실이라 하더라도 해당 사들의 행위인 점이 분명하고 요금 오청구 사실을 인지한 주체도 가입자인 점에서 해당 사들이 자발적으로 환불한 것이라 보기도 어려우며, 이러한 사실을 가입자가 인지하지 못할 경우 요금 과다 청구행위가 지속되어 궁극적으로 가입자들에게 더 큰 금전적 피해가 발생할 가능성이 있다는 점에서 방송법 제85조의2제1항제5호 및 동법 시행령 제63조의5 [별표2의3] V.2호를 위반한 것으로 판단됩니다. 다음 페이지입니다. IPTV의 경우 IPTV법 제17조제1항제2호 및 동법 시행령 제15조제1항 [별표3] 2.나목은 "이용약관과 다른 내용으로 부당하게 요금을 청구하여 해당 시청자의 이익을 현저히 침해하는 행위"를 금지하고 있습니다. 하지만 해당 IPTV사는 시청자에게 이용계약 체결 당시 약정된 요금과 다른 요금을 청구하였는바, 이는 비록 의도하지 않은 과실이라 하더라도 해당 사의 부당이득 행위라는 사실은 부인하기 어렵고 요금 오청구 사실을 인지한 주체도 가입자인 점에서 해당 사들이 자발적으로 환불한 것이 아님이 분명하며, 나아가 이러한 사실을 가입자가 인지하고 못하고 요금 과다 청구행위가 지속될 경우 궁극적으로 가입자들에게 더 큰 금전적 피해가 발생할 가능성도 배제할 수 없다는 점에서 IPTV법 제17조제1항제2호 및 동법 시행령 제15조제1항 [별표3] 2. 나목을 위반한 것으로 판단됩니다. 지금까지 설명드린 관련 법령은 <표>를 참조하시면 되겠습니다. 다음 페이지입니다. 저희들이 조사한 내용에 대한 피심인 의견입니다. 거짓고지 또는 중요사항 미고지 행위에 대해서는 '12년과 '15년 방통위의 타 사업자 제재에 따라 관련 개선 조치를 시행하고 있으나 본 조사대상기간에 발생한 민원은 개선조치 이전에 유발된 내용도 포함되어 있으며, 현재는 정기적인 예방 교육과 해피콜 실시, 청약검증 절차 및 시스템 개선 등을 통해 자체 개선하고 있다는 의견을 제시하였습니다. 가입의사를 확인하지 않은 행위에 대해서는 방송상품의 경우 재약정과 신규 가입 시 본인확인 절차를 의무화하고 영업 관련 제도 개선 및 자체 교육 등의 시행을 통해 위법 행위를 방지하고자 노력하고 있으며,

부가서비스 관련 불공정행위 근절을 위해 금번 조사에서 발견된 불법행위 유형과 관련한 프로모션 및 마케팅을 중지하고 고객 대상 SMS 및 전화 등을 시행하겠다는 의견입니다. 용계약과 다르게 요금을 청구한 행위에 대해서는 상담사의 단순 착오와 과실로 인해 발생한 사안으로 DB정비 작업, 할인코드 누락 여부에 대한 전수 검증, 상담사 교육 등 자발적으로 요금 관련 오청구를 줄이기 위해 노력하고 있다는 의견을 제시했습니다. 그리고 그밖에 위반을 산정 기준과 관련해서 기존 제재 사례를 참조할 필요는 있으나, 조사대상 기간 내 신규 가입자를 위반을 산정의 모수로 정하는 것보다 전체 가입자 기준으로 정하는 것을 고려할 필요가 있으며, 약정기간과 부가서비스 가입의사 미확인 등 위반행위가 디지털 상품에서 발생한다는 점 등을 고려하여 과징금 산정 시 관련 매출액 산정기준은 아날로그 방송 관련 매출액을 제외하여 산정할 필요가 있다는 의견을 제시하였습니다. 다음은 앞서 보고드린 행위유형에 대한 시정조치(안)입니다. MSO 3개사, 위성방송사업자가 방송법 제85조의2제1항제3호, 제5호 및 동법 시행령 제63조의5 [별표2의3] III.2.나목, V.1호, V.2호를 위반한 행위에 대해서는 각 법인별로 동법 제85조의2제2항 및 제3항에 의한 금지행위의 중지, 금지행위로 인하여 시정조치를 명령받은 사실의 공표 등 필요한 시정명령과 과징금의 부과가 가능하겠습니다. KT, SKB 및 LGU+ 등 3개 IPTV사가 IPTV법 제17조제1항제2호 및 동법 시행령 제15조제1항 [별표3] 2.가목부터 다목을 위반한 행위에 대해서는 동법 제26조제4항에 의한 위반행위의 중지, 이용약관의 변경, 계약조항의 삭제 등 시정에 필요한 조치가 동법 제17조제2항에 의한 과징금 부과가 가능하겠습니다. 이러한 법률을 근거로 해서 저희들이 마련한 조치방안을 보고드리겠습니다. 먼저 피심인들에 대한 시정명령(안)이 되겠습니다. 첫 번째로 거짓으로 고지하거나 중요사항을 고지하지 않는 행위, 가입의사를 확인하지 않은 행위, 이 용계약과 다르게 요금을 청구하는 행위 등 관련법령 위반행위를 중지할 것, 두 번째 시정명령을 받은 날부터 3개월 이내에 방송법령 위반행위가 재발하지 않도록 실질적인 업무관리 개선대책을 수립할 것, 여기에는 현장 영업직원에게 대한 관리·감독 강화, 텔레마케팅을 통한 상품판매 시 가입동의 절차 강화, 계약과 다른 요금 청구의 주요 원인인 전산입력 오류를 줄이기 위한 개선방안 마련 및 시청자의 피해 보전이 포함되도록 하겠습니다. 다음 세 번째 시정명령을 받은 날부터 1개월 이내에 방송통신위원회로부터 시정명령 받은 내용을 방송채널을 통해 3회 이상 자막으로 고지하며 각사의 홈페이지에 5일 이상 게시할 것, 네 번째로 두 번째, 세 번째의 각 시정명령 이행기간 만료 후 10일 이내에 이행결과를 보고할 것을 명하고자 합니다. 다음 페이지입니다. 다음 과징금 부과 방안입니다. 먼저 MSO와 위성방송사업자에 대한 안입니다. MSO, 위성방송사업자인 KT스카이라이프에 대해 「방송법」 제85조의2제3항과 동법 시행령 [별표5] 및 「방송법 금지행위 위반에 대한 과징금 부과 세부기준」에 따라 매출액의 2% 범위 내에서 과징금 부과가 가능하고, 예전에 비해 전반적으로 평균 위반율은 줄고 있으나 거짓고지, 중요사항 미고지 및 가입의사 미확인 등의 위반행위가 지속적으로 발생하는 점, 본 건과 유사한 위반행위에 대하여 '12년 9월과 '15년 10월에 방통위의 과징금 부과가 있었다는 점 등을 고려하면 과징금 부과가 필요하다고 판단됩니다. 다만, 이용계약과 다르게 요금을 청구한 행위의 경우 '15년도 조사결과와 마찬가지로 대다수 건들이 입력오류 및 시스템에러 등에 의한 요금 과·오 청구 건이었고, 이에 대해 환불 등의 조치가 이루어진 점 등을 고려하여 과징금을 부과하지 않고 업무처리절차개선 등의 시정을 명하고, 거짓으로 고지하거나 중요사항을 고지하지 않은 행위와 가입의사를 확인하지 않은 행위에 대해서만 과징금을 부과하는 것이 적절하다고 판단됩니다. 과징금 부과대상

사업자는 조사 대상 14개 법인 중 위반 건수가 월 평균 1건 이상인, 그래서 총 위반건수가 12건 이상인 CJ헬로비전 등 13개 법인에 대해서는 과징금을 부과하되, 12건 미만인 현대 HCN서초방송의 경우 과징금 부과 대상에서 제외하는 것이 적절하다고 판단하였습니다. 다음 페이지입니다. 과징금 산정 방안입니다. 과징금은 먼저 관련 매출액과 부과기준율을 곱하여 기준금액을 산정한 후 필수적 조정, 추가적 조정을 거쳐 관련서비스 매출액의 2% 이내에서 부과하도록 되어 있습니다. 먼저 부과기준율은 '15년 처분 시 부과기준율, 그리고 금번 사실조사 시 사업자별 위반율 분포 그리고 시장상황 등을 함께 고려하여 상한을 0.2%로 해서, 4개 구간으로 나누어 적용하고자 합니다. 평균위반율의 130%를 초과한 사업자에 대해서는 0.2%, 평균위반율 이상 평균위반율의 130% 이하인 사업자에 대해서는 0.15%, 평균위반율 미만 평균 위반율의 70% 이상인 사업자는 0.1%, 평균위반율의 70% 미만인 사업자는 0.05%의 부과기준율을 적용하고자 합니다. 다음 필수적 조정은 위반행위 기간 및 횟수에 따라 기준금액의 50% 이내에서 가중할 수 있는데, 과징금 부과 대상인 13개 법인 모두 위반 기간이 '6개월 초과 1년 이내'로 20%를 가중하고자 합니다. 추가적 조정은 필수적 조정을 거친 금액의 50% 이내에서 가중 또는 감경하도록 되어 있습니다. 과징금 부과 대상인 13개 법인 모두 조사협력 20%, 조사착수 이전 위반행위 자진 시정에 대해서는 '15년도 처분을 참고하여 30%, 합쳐서 총 50%를 감경하고자 합니다. 다음 페이지입니다. 이러한 과징금 산정 절차를 거쳐서 마련한 과징금 산정액은 아래 <표>를 보시면 되겠습니다. 그래서 MSO와 KT스카이라이프에 대한 총 과징금 산정액(안)은 12억 2,950만원으로 산정하였습니다. 다음 페이지입니다. IPTV 3개사에 대해 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」 제17조제2항과 동법 시행령 [별표2] 및 「인터넷 멀티미디어 방송사업법 금지행위 위반에 대한 과징금 부과 세 부기준」에 따라 매출액의 2% 범위 내에서 과징금 부과가 가능하고, IPTV사들에 대한 금지행위 위반에 대한 최초의 조사결과로서, 향후 동일한 위반행위의 재발을 방지하고, 타 유료 방송사업자들과의 형평성 등을 고려하여 과징금 부과가 필요합니다. 다만, 이용계약과 다르게 요금을 청구한 행위의 경우 '15년도 조사결과와 마찬가지로 대다수 건들이 휴먼에러 및 시스템에러 등에 의한 요금 과·오납 청구 건이었고, 이에 대해 환불 등의 조치가 이루어진 점 등을 고려하여 과징금을 부과하지 않고 시정조치만 명령하며, 중요사항을 고지하지 않은 행위와 가입의사를 확인하지 않은 행위에 대해서만 과징금을 부과하는 것이 적절하다고 판단됩니다. 조사 대상 3개 IPTV 중 위반 건수가 12건 이상인 3개 IPTV 모두에 대해서 과징금을 부과하고자 합니다. 과징금 산정 방안은 앞에 보고드린 내용과 동일하기 때문에 생략하도록 하겠습니다. 다음 페이지입니다. 이에 따라 마련한 과징금 산정액(안)이 <표>로 정리 되어 있습니다. 총 과징금 산정액(안)은 7억 7,040만원이 되겠습니다. 이상 보고를 마치겠습니다.

#### ○ 최성준 위원장

- 수고하셨습니다. 방대한 양을 조사해서 시정 방안까지 마련하느라 고생 많으셨습니다. 우선 위원님들 의견을 듣기 전에 조금 확인할 부분이 있습니다. 10페이지에 보면 이용계약과 다르게 요금을 청구한 행위와 관련해서 예를 들면 10페이지에 “위 사안의 경우 가입 후 요금이 최초 청구된 시점으로부터 평균적으로 CJ헬로비전은 1.6일, CMB는 0.7일, 현대HCN은 0.8일이 경과된 후에 환불이 이루어진 것으로 확인되었다” 이렇게 되어 있습니다. 그런데 이것이 요금이 최초 청구된 시점으로부터 하루도 안 돼서 환불이 이루어졌다는 이야기가

되는 것이지 않습니까?

○ 김영관 방송정책국장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 환불이라고 하면 일단 청구가 되고 그다음에 이용자가 요금을 납부하여야 환불이 이루어지는 것일 텐데 여기에서 말하는 환불이라는 것은 최초 청구된 것에 대해서 이의를 제기하니까 요금을 정정해 줬다는 의미입니까? 청구된 날로부터 하루도 안 돼서 환불이 됐다고 하니까 선뜻 이해는 잘 안 가는 것 같아서 궁금해서 여쭙 봅니다.

○ 신승한 방송시장조사과장

- 최초 청구되어 이용자가 이것을 인지하고 나서 환불요구를 한 시점으로부터 1.6일, 0.7일이 있다는 것이 정확한 내용이 되겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 그러면 최초 청구된 시점이 아니고 환불 요구한 시점부터 그렇게 바꾸었으면 좋겠습니다.

○ 김영관 방송정책국장

- 수정하겠습니다.

○ 최성준 위원장

- IPTV도 마찬가지로인 것 같습니다.

○ 신승한 방송시장조사과장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 그다음에 중요한 것은 아닌데 6페이지 IPTV의 경우에 세 번째 줄에 동그라미 <2>번에서 “인터넷·TV 등 기존상품에 TV상품을 추가하여 가입한 고객들에게” 그러면 이미 TV를 보고 있는 사람에게 TV상품을 또 추가해서 가입한 경우도 있습니까?

○ 신승한 방송시장조사과장

- 예, 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 한 회선이 아니고 두 회선을 보는 것입니까?

○ 신승한 방송시장조사과장

- 결합상품에서 추가로 인터넷과 전화만 이용하다가 TV를 추가로 신청하는 경우도 있습니다.

○ 최성준 위원장

- 인터넷과 전화를 이용하다가 TV 추가하는 것은 이해가 되는데 인터넷과 TV까지 보다가 거기에 TV를 추가하는 경우도 있었습니까?

○ 신승한 방송시장조사과장

- 예, 집에 텔레비전이 2개 있는 경우에 추가로 TV를 신청한 경우가 있었습니다.

○ 최성준 위원장

- 알겠습니다. 위원님들께서 의견 있으면 말씀해 주십시오. 김석진 위원님 말씀하십시오.

○ 김석진 상임위원

- 3,200만 건에 대한 그 방대한 분량을 조사하느라고 너무 고생 많았습니다. 보고만 약 30분 걸릴 정도인데 우리 사무처 노고에 대해서 감사하게 생각합니다. 보고를 들어 보니까 정말 천태만상의 영업 위법행위가 드러나고 있습니다. 어떻게 보면 사기에 가까운 그런 여러 가지 위반사항들 미성년자, 고령자에게 자세한 설명이 불가능한 점을 이용해서, 악용해서 그렇게 속이는 행위, 부당요금을 청구해서 모르면 그냥 넘어가는 행위 이런 영업행위가 혹여 각 사업자들 간에 “기발한 아이디어다”, “정말 영업행위를 잘한다”는 내부 평가를 혹시 받게 될까 정말 겁이 더러울 정도로, 그런 정말 이해할 수 없는 행위들이 나타나고 있습니다. 그래서 저는 이번 기회에 정말 일벌백계로 경종을 시장에 많이 울려 주어야 하지 않느냐, 편법이라든가 그런 기상천외한 영업행위는 이제는 발을 붙이지 못하게 해야 한다고 봅니다. 그래서 그런 의미에서 과징금 부과 대상에 모두 일률적으로 빠짐없이 모든 사업자에게 추가적 조정을 50%나 다 해 줬습니다. 그 이유가 모두 조사에 협력했기 때문에 20%를 감경해 주고, 또 조사 착수 이전에 위반행위를 자진해서 시정했기 때문에 또 30% 감해 주고, 그래서 50%를 전부다 감경해 줍니다. 제가 보기에는 조사협력을 안 할 겁니까? 당연한 것입니다. 또 자진해서 시정하지 않고 버티다? 위법행위를 했는데 말이 안 되지요. 이런 이유를 들어서 50%나 감경을 해 주는 것이 과연 맞는지, 시장에 어떤 시그널을 줄지 제가 우려스럽습니다. 20페이지에 보면 위법 건수와 위반율이 나오는데 CJ헬로비전 같은 경우는 위반 건수가 무려 6,000건이 넘습니다. 위반율도 0.366%이고, 다른 사업자와 비교해 볼 때 현대HCN서초방송은 4건에 불과하지만 CJ헬로비전은 6,400건입니다. 아시다시피 어제 오늘 보도를 보면 CJ헬로비전은 220억원대 허위 세금계산서로 매출 부풀리기를 한 의혹 혐의로 검찰에 직원과 법인 전원이 다 기소의견으로 송치까지 됐다는 보도가 있었습니다. 혹시나 어떤 사업자들이 도덕적 불감증에 걸려 있다면 이것은 반드시 우리가 강력한 제재를 가해서 시정되어야 한다고 봅니다. 대다수 선의의 사업자들이 법령을 잘 지켜 가며, 또 영업행위의 위법·탈법한 일을 하지 않고 정직하게 영업을 하는 업체와는 분명하게 차이가 있어야 합니다. 그래서 저는 이 50% 일률적 감경을 위반 행위가 과도하게 나타나는 사업자에게는 적용을 해서는 안 된다고 생각하는데 사무처 의견은 어떻습니까?

○ 김영관 방송정책국장

- 먼저 50% 감경한 부분에 대해서는 21페이지 보시면 저희들이 임의로 감경한 것은 아니고 저희들 기준에 보면 조사협력이라든지 조사착수 이전 위반행위 자진 시정 등에 대해서는

감경을 할 수 있도록 한 규정이 있습니다. 이에 따라서 감경을 한 것입니다. 전체적으로 봤을 때 지난번 조사에 비해서 이번에 조사한 결과를 보면 평균 위반율이 많이 낮아졌습니다. 물론 위원님 말씀하신 대로 위반한 것 자체는 잘못된 것이지만 전체적으로 위반이 줄어든 사항이 있기 때문에 지난번과 동일한 기준을 적용했다고 말씀드리겠습니다. 그리고 CJ헬로비전 같은 경우는 위반건수가 많지만 실제로 매출액이 다른 사업자들에 비해서 월등히 많기 때문에 실제 저희들이 최종 과징금을 매긴 금액을 보면 다른 사업자들에 비해서 차이가 많고 부과기준율이 높기 때문에 충분히 위원님께서 말씀하신 부분들이 반영된 것으로 보입니다. 앞으로 저희들이 많이 위반한 사업자들에 대해서 중점적으로 조사가 이루어질 수 있도록 '17년부터는 그렇게 할 수 있도록 준비해 나가겠습니다.

○ 김석진 상임위원

- 그렇게 해야 할 것 같습니다. 제가 지적하고 싶은 것은 규정을 위반해서 봐 줬다는 말씀이 아니라 조사협력을 당연히 해야 합니다. 조사협력을 안 하면 됩니까? 또 위법사항이 있으면 자진해서 처리하고 시정해야지요. 그것은 당연한 것으로 받아들여야지, 왜 이것을 20%, 30% 해서 50%나 깎아 주냐 이 말입니다. 그런 부분들은 지금까지 쪽 해 왔다니까 할 말은 없지만 앞으로는 그것을 적용할 때 엄격하게 적용하자, 저는 그렇게 지적하고 싶습니다. 이상입니다.

○ 최성준 위원장

- 지금 국장이 답변한 것처럼 추가적 조정기준도 임의로 하는 것이 아니고 시행령에 나와 있습니까, 고시에 나와 있습니까?

○ 신승한 방송시장조사과장

- 시행령에 나와 있는 것입니다.

○ 최성준 위원장

- 시행령에 나와 있는 대로 적용하는 것인데 지금 김석진 위원님께서서는 시행령에 나와 있는 것이니까 적용하되 엄격한 기준으로 적용하자, 그런 취지로 말씀하신 것으로 이해하겠습니다.

○ 김석진 상임위원

- 예.

○ 최성준 위원장

- 또 다른 의견 있으면 말씀해 주십시오. 부위원장님 말씀하십시오.

○ 김재홍 부위원장

- 적발된 유료방송사업자가 전체 유료방송사업자들의 몇 퍼센트나 됩니까?

○ 신승한 방송시장조사과장

- 지난번에 조사한 씨앤앰과 티브로드 사업자를 빼면 거의 70%에 달한다고 보고 있습니다. IPTV 3사는 이번에 다 모든 대상이 되겠습니다.

○ 김재홍 부위원장

- 다 걸렸고요?

○ 신승한 방송시장조사과장

- 예, 그렇습니다.

○ 김재홍 부위원장

- 그러면 유료방송사업자들 전반적인 문제라고 봐야겠네요?

○ 신승한 방송시장조사과장

- 예, 그렇습니다.

○ 김재홍 부위원장

- 유료방송사업도 방송사업입니다. 방송사, 방송의 공공성·공익성, 사회적 책무가 전제되어야 하지 않겠습니까? 다른 사회적 책무는 고사하고 우선 자기들 가입자, 이용자들에게라도 제대로 정직하고 성실하게 이용약관을 준수하고 고지도 안내하면 좋겠습니다. 정말 방송사업의 특성이라고 할까, 정체성을 모르고 그냥 돈벌이 수단으로만 생각한다면 정말 문제입니다. 거짓고지하거나 제대로 고지하지 않고 가입자들에게 불리하게 하면 기본적으로 방송사업을 할 만한 자질, 책임의식이 없다고 생각합니다. 전반적인 점검의 의미도 있는데 다시 재발되지 않도록 반복적으로 일어나지 않도록 해야 합니다. 70% 이상이 위반행위를 했다는 것은 정말 문제가 심각합니다. 이번에 시정조치하고 또 과징금도 부과하지만 업계에서 스스로 자율적으로 자성할 수 있도록 하는 조치도 함께 있었으면 좋겠습니다.

○ 신승한 방송시장조사과장

- 참고로 말씀드리면 대부분의 사업자들이 직접 영업하고 협력업체를 통해서 가입자를 유치하고 있는데 저희가 점검한 결과는 직접 영업형태보다는 협력업체하고 또 다른 기관과 협조를 통한 과정에서 이런 위법사항이 많이 발견됐습니다. 이 부분에 대해서는 저희가 계속 지속적으로 모니터링을 해서 이런 행위가 근절되도록 계속 조치를 취하겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 사업자들의 위반행위를 조사하고 제재할 때 제가 항상 느낀 것이 그것입니다. 사업자들이 위법행위로 해서 얻을 수 있는 경제적 이익이 우리가 과징금을 부과하는 것보다는 훨씬 그 규모가 큼니다. 그래서 위법 행위들이 계속해서 반복적으로 일어납니다. 지금 조사 대상 기간이 2014년 11월부터 2015년 10월 1년간이지요?

○ 신승한 방송시장조사과장

- 예, 그렇습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 제가 시청자권익보호위원회 위원장을 맡고 있어서 관련된 민원을 여러 번 접했습니다, 물론 제재는 직접 하는 것은 아니지만. 그런데 지금 이 실태조사 기간에 2015년 11월부터 금년 4월까지입니다. 그렇지요?

○ 신승한 방송시장조사과장

- 예, 그렇습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 이 기간 동안 혹시 동일한 이와 유사한 유형의 위법행위가 있었습니까, 없었습니까?

○ 신승한 방송시장조사과장

- 아마 저희가 뒤져 보면 전혀 없다고 말할 수 없을 것 같습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 전혀 없는 것이 아니고 위반율은 줄어들었지만 금년 1년 동안 이와 유사한 위반행위들이 계속해서 나옵니다. 신문고에 접수된 실태만 보더라도 그렇게 나옵니다. 직영점보다는 위탁해서 판매하게 하는 대리점에서 위반행위가 많이 나오는데 이것이 시스템적으로 위반행위를 거르지 못하는 상황은 아닙니다. 예를 들어서 가입확인 같은 경우는 1차적으로 전산에 입력하게 되면 본사에서 다시 한 번 확인하는 시스템을 철저하게 한다면 이렇게 허위 가입이나 계약사항과 다른 요금부과는 없습니다. 그리고 여기에서 가장 많이 일어나는 것 중의 하나가 VOD 등 부가서비스 무료체험 후에 유료가입자로 전환하는 것입니다. 그런데 실태를 파악해 보니까 어떤 사업자는 일단 무료체험 대상자들을 끊습니다. 자동으로 유료가입자로 전환하는 것이 아니라 시스템상으로 완전히 끊도록 되어 있습니다. 그래서 다시 이용자의 가입 의사를 확인한 다음에 들어가도록, 가입자로 처리되도록 하면 이 문제는 상당부분 해결이 됩니다. 그런데 시청자권익보호위원회에서 사업자들 불러서 의견을 들어보니까 그것을 하고 있는 사업자가 많지는 않습니다. 제가 다른 사업자들에게도 동일한 시스템을 도입하라고 이야기했기 때문에 나중에 업무처리절차, 이 시정명령에 그러한 내용이 포함되도록 해주시기 바랍니다. 그래서 김석진 위원님께서 말씀하셨던 그 내용과 동일한 것인데 18페이지 시정명령을 보면 '업무처리 절차 개선' 이 부분이 과연 반복적으로 위법행위가 발생하는 것들을 근절할 수 있느냐? 이것은 조금 정교하게 다듬어질 필요가 있습니다. 아까 말씀드렸던 무료체험자들이 자동으로 유료가입자로 전환되는 이런 것들은 시스템상으로 막을 수 있습니다. 그런데 업무처리 절차 개선에 있는 이 세부내용, 물론 다 적지 못하고 핵심적인 내용만 적었습니다만 그러한 것들을 걸러낼 수 있을지 한번 정교하게 다듬어 보시기 바랍니다.

○ 김영관 방송정책국장

- 예.

○ **고삼석 상임위원**

- 그리고 앞서 김석진 위원님께서 말씀하신 것에 대해서 저도 동의하는데 추가적 조정 부분에서 감경, 조사착수 이전 위반행위 자진 시정인데 아까 말씀드렸지 않습니까? 위반율은 떨어지는데 대신에 자진 시정이 100% 안 됩니다. 국장님, 어떻게 보십니까? 100% 자진 시정했다고 판단하시는 것입니까?

○ **김영관 방송정책국장**

- 시정을 위한 노력은 하고 있다고 판단한 것입니다. 그리고 아까도 말씀드렸듯이 지난 '15년도에 조사했던 사업주들에 비해서 이번 사업주들의 평균위반율이, 시장 전체 위반율이 낮아졌기 때문에 그런 점도 고려했다는 말씀을 드립니다. 그리고 아까 말씀 주셨던 그 부분은 저희들이 각각의 시정명령 관련해서 구체적인 내용은 저희 사무처와 사업주가 협의해서 구체적인 내용을 정하도록 되어 있는데 구체적인 내용을 정할 때 위원님께서 말씀하신 부분들이 반영될 수 있도록 하겠습니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 그렇게 해 주시기 바랍니다. 그래서 이번 건 같은 경우에는 사전에 몇 차례 제재의 수위에 대해서는 그것을 정교하게 해서 여러 번 논의를 했기 때문에 제가 특별히 이견을 제시하지는 않겠습니다만 조사착수 이전 위반행위 자진 시정 같은 경우는 적용을 좀 더 엄격히 했으면 좋겠습니다. 설사 위반율이 낮아지더라도 계속해서 동일한 유형의 위법행위들이 반복적으로 나타난다면 이 감경사유를 적용하는 것은 대단히 신중할 필요가 있습니다. 이것이 감경사유로 30%씩 적용됩니다. 조금 그 부분은 앞으로 우리가 이런 반복적으로 위반되는 사안을 조사·제재할 때는 이 감경사유를 적용하는 것은 신중하게 할 필요가 있다고 생각합니다.

○ **신승한 방송시장조사과장**

- 위원님 논의를 위해서 참고로 말씀드리겠습니다. 감경기준이 저희가 아까 조사협력 20% 이하이고, 조사착수 이전 위반행위 자진 시정 30% 해서 50%를 적용했는데, 감경사유가 21페이지에 보시면 <1>번부터 <7>번까지가 있습니다. 모든 것이 다 해당됩니다. 그런데 이 총합이 50% 이내에서 감경하게 되어 있습니다. 물론 이쪽 사업주들이 <5>번에 있는 자율 준수 프로그램 교육도 했고, 재발방지 조치 도입도 했습니다만 저희가 대표적인 것으로 해서 <1>번과 <3>번으로 감경사유를 적용한 것이 되겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 이기주 위원님!

○ **이기주 상임위원**

- 제가 간단한 것 몇 가지 물어보겠습니다. 시정조치(안)에 대해서는 동의를 합니다. 17페이지 <바> 시정조치(안) 이렇게 되어 있지 않습니까? 그리고 동그라미가 2개 있고 그다음에 네모

시정명령, 그다음에 또 네모 과징금 부과 이렇게 되어 있는데, 제 생각에는 <바> 시정조치(안) 다음에 네모로 해서 개요라든가 이렇게 들어가야 하지 않나 그런 생각이 듭니다. 두 번째는 여기 과징금 부과할 때 공정위와 협의하도록 방송법에도 되어 있고 IPTV법에도 되어 있지 않습니까?

○ **신승한 방송시장조사과장**

- 예, 그렇습니다.

○ **이기주 상임위원**

- 이번 경우에 공정위와 함께 어떤 식으로 어떤 내용을 가지고 협의를 했습니까?

○ **신승한 방송시장조사과장**

- 저희가 사업자에게 보낸 검토한 안을 공정위에 동일하게 보냈습니다. 공정위는 별 이견이 없는 것으로 회신을 받았습니다.

○ **이기주 상임위원**

- 규정에 보면 “방통위는 공정위와 협의하여 방송사업자 등이 금지행위를 한 경우 해당 사업자에게 대통령령으로 정하는 매출액의 100분의 1을 곱한 금액을 초과하지 아니하는 범위 내에서 과징금을 부과할 수 있다” 이렇게 되어 있지 않습니까? 그런데 사업자들에게 보내는 시정조치(안) 전체를 공정위에 의견조회를 한다고요?

○ **신승한 방송시장조사과장**

- 과징금 부과 기준을까지 보내지는 않고 위반행위에 대해서….

○ **이기주 상임위원**

- 제가 자꾸 규정을 이야기하는 것이지 않습니까? 전기통신사업법에는 이것이 없고 방송법과 IPTV법에 금지행위가 나중에 도입되면서 협의조항이 들어갔는데 이 규정 내용을 보면 과징금을 부과하는 경우에 협의하도록 되어 있는데 왜 조사내용 전체 내지는 시정조치(안) 전체를 가지고 협의를 하나요?

○ **신승한 방송시장조사과장**

- 조사한 내용 자체가 과징금과 연결된 행위라고 판단해서….

○ **이기주 상임위원**

- 처음에 규정 들어갈 때 취지를 감안해서 한번 생각해 보십시오. 왜 우리가 시정조치(안) 전체를 가지고 협의해야 하는지 저는 이해가 안 갑니다. 그다음에 끝으로 주요경과를 보면 실태점검을 시작한 이후에 전체 기간이 1년 좀 넘게 걸렸지 않습니까? 이 기간에 대해서 어떻게 생각하십니까? 물론 처음에 실태점검부터 하다가 나중에 조사로 연결되었는데 저는 이 기간이 인력 사정이다, 다 이해는 하려고 합니다만 기간이 너무 긴 것 같다는 생각이 듭니다. 물론 조사 대상 사업자도 많고 또 지방에도 있고 이것은 알겠는데 저는 항상 그런 생각

이 듭니다. 금지행위 위반여부에 대한 조사도 방통위의 우리가 일종의 규제기관으로 이야기는 하지만, 정책적인 함의가 다 있는 것입니다. 그래서 조사 역량이나 인력을 감안해서 어떤 때는 스팟식으로 조사를 해서 빨리 결론을 내서 시장에 시그널을 보내는 경우도 있어야 되는데 늘 보면 대부분 전체 내지는 많은 사업자를 가지고 일제히 하는 경향이 있습니다. 여기 보면 5개월 정도 실태점검, 관련자료 검토하고 그다음에 현장조사하고 관련자료 분석을 또 3개월 하고, 중간중간에 몇 개월씩 이렇다는 것입니다. 그런데 조사행위에 따라서 사업자는 하나를 하더라도 아주 난도가 높은 것이 있습니다. 그런데 제가 보기에 이번에 조사한 내용은 난도가 그렇게 높은 것은 아니라고 생각됩니다. 그래서 왜 이렇게 많은 시간이 경과가 됐는지, 아니면 처음부터 이렇게까지 오래 갈 생각은 없었는데 단계적으로 하다 보니까 결과적으로 이렇게 된 것인지, 실제 조사를 담당할 과장께서 한번 말씀해 주시기 바랍니다. 저에게 디펜스 하려고 하지 말고 그냥 소감을 한번 이야기해 보십시오.

○ **신승한 방송시장조사과장**

- 위원님 말씀대로 앞으로는 기간을 단축하려는 것도 저희가 충분히 공감합니다. 그래서 내년 부터 기획조사 쪽으로 방침을 두고 검토하고 있습니다. 그리고 실무적으로 말씀드릴 것은 지난 2015년 10월에 했던 2개사보다는 이번에 대다수의 유료방송 시장을 하고 있는 규모가 큰 7개사를 조사하다 보니까 일단 양이 방대했습니다. 그리고 민원대장을 위주로 보다 보니까 3,200만건이 넘는 내용을 확인하고 또 소명을 받고 하려다 보니까 기간이 길어졌는데 그 부분에 대해서는 최대한 기간을 줄여서 실효성 있는 조사가 될 수 있도록 앞으로 개선을 하겠습니다.

○ **이기주 상임위원**

- 그러니까 조사기간이 길어질 것 같으면 대상 사업자를 단계별로 하든지, 아니면 위반행위를 특징적인 것 한두 개 해서 집중하든지 해야지, 저는 이렇게 굉장히 늘어지는 것은 여러 가지 측면에서 적절하지 않은 것이 아닌가 그런 생각이 들어서 의견을 말씀드렸습니다.

○ **최성준 위원장**

- 아까 공정거래위원회와 협의하는 부분과 관련해서는 시정조치(안) 중에서 과징금 부분에 대해서 과징금을 이리이러한 행위에 대해서 부과하려고 한다, 그 내용만 협의하면 되는 것이 아닐까요? 그렇지요?

○ **신승한 방송시장조사과장**

- 예.

○ **최성준 위원장**

- 그래서 아마 이기주 위원님이 지적하시는 것은 다른 시정명령에 관한 것까지 공정거래위원회에게 보내 줄 필요는 없지 않느냐는 취지에서 말씀하신 것 같습니다.

○ **이기주 상임위원**

- 예.

○ 최성준 위원장

- 그 부분은 앞으로 업무할 때 참고하시도록 하고, 그다음에 지금 다른 위원님도 말씀하셨고 이기주 위원님도 말씀하셨는데 이제는 사업자 전체에 대한 조사는 인력이나 시간이 너무 많이 소요가 되는 것이고 물론 효과는 충분히 있긴 합니다만 앞으로는 좀 더 효과를 높이기 위해서는 지금 과장님도 말씀하셨던 것처럼 과거의 사례, 또 그다음에 지금 현재의 시장 상황, 또 민원 들어온 것 등을 종합적으로 고려해서, 특히 위반이 많은 사업자 위주로 조사해서 제재하는 것이 경우에 따라서 더 큰 효과를 낼 수도 있지 않을까 생각합니다. 같은 경우라고 생각할 수는 없지만 단말기유통법의 경우에도 위반이 여기저기에서 다 일어나고 있지만 가장 위반이 심한 사업자를 대상으로 해서 제재하고 있듯이 이 경우도 가능하면 저희가 희망하는 것은 위반이 하나도 없는 방송시장을 원하겠지만 그렇게 되는 것은 사실상 힘들고 정도에 차이가 있는 것을 용인할 수밖에 없을 것 같은데 그런 것을 감안해서 좀 더 신속하게 또 효과적으로 제재할 수 있는 방안도 한번 연구해서 강구할 필요가 있을 것 같습니다.

○ 김영관 방송정책국장

- 예, 그렇게 하겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 시청자권익보호위원회 위원장님께서 말씀하신 것을 조금 더 구체적으로 실행에 옮기기 위해서는 우리가 꼼꼼히 살펴봐야 하는 것이 전년도 조사·제재가 보니까 2015년 10월에 있었고 지금 1년 지난 다음에 이번에 하는 것입니다. 제가 느낀 것이 뭐냐 하면 앞서 말씀드렸다시피 지금 여기에서 다루고 있는 동일한 유형의 위법들이 금년에도 상당히 많이 나옵니다. IPTV사업자 그다음에 위성방송 그리고 이번에 하면 SO들까지도 다시 한 번 전체적으로 민원 들어온 것을 봅니다. 다시 보면 사업자들 입장에서는 연례행사가 되는 것입니다. 1년 내내 위법행위하고 우리는 연말쯤에 이렇게 조사·제재하고, 그러면 즉각적인 이용자의 피해구제에 있어서는 조금 미흡하지 않느냐는 생각을 합니다. 그래서 위원장님과 다른 위원님들이 지적했다시피 연례적으로 전체를 다 할 것이 아니라 위반이 특히 심했던 사업자 중심으로 그리고 위성방송은 하나입니다만 IPTV나 케이블의 경우는 특정 사업자에게 포커스를 맞춰서 조사하는 것이 어떨까 싶습니다. 그 부분들은 이번 심결이 끝나고 다들 내년 연말이나 또 있을 것으로 생각하지 않습니까? 그렇게 오관하지 않도록 조사계획들을 검토해 주십시오.

○ 김영관 방송정책국장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 다른 의견이 더 없으시면 지금 좋은 의견들을 많이 주셨습니다만 저희가 의결하고자 하는

시정조치, 시정명령과 과징금에 대해서는 이견이 있으신 것은 아닌 것으로 이해해도 되겠습니까? (“예” 하는 위원 있음) 그러면 이 안건은 원안대로 의결하고자 합니다. 가결되었습니다.

#### 나. 위치정보보호 법규 위반 사업자에 대한 시정조치에 관한 건 (2016-71-305)

##### ○ 최성준 위원장

- <의결사항 나> ‘위치정보보호 법규 위반 사업자에 대한 시정조치에 관한 건’에 대하여 박노익 이용자정책국장님 보고해 주십시오.

##### ○ 박노익 이용자정책국장

- 보고드리도록 하겠습니다. 먼저 의결주문은 ‘「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률」 위반 사업자에 대한 시정조치(안)를 아래와 같이 의결한다’입니다. 제안이유는 위치정보법을 위반한 3개 사업자에 대하여 시정조치(안)를 심의·의결하고자 합니다. 조사개요입니다. 위치정보 오·남용 및 유출 방지를 위해서 아래의 <표>에서 보시는 바와 같이 이동통신 3개 사업자와 그다음에 개인위치정보를 서버로 전송하는 국내 주요 앱 중에서 다운로드 건수가 1,000만 이상인 5개 사업자 등 총 8개 사업자를 대상으로 실태조사를 실시하였습니다. 다음 쪽은 조사결과가 되겠습니다. 먼저 에스케이텔레콤은 위치정보의 누출, 변조, 훼손 등을 방지하기 위하여 방화벽의 설치나 암호화 소프트웨어의 활용 등의 기술적 조치를 하여야 함에도 불구하고 다음 4쪽의 그림에서 보시는 바와 같이 가상 단말기 기능을 하는 PC에서 별도의 이용자 인증 절차나 IP 통제 등 접근통제 조치가 미흡하였음을 확인하였습니다. 다음 5쪽이 되겠습니다. 네이버는 택시 서비스의 DB 내에서 승객 ID, 또 출발지와 목적지의 주소, 그다음에 위·경도값을 평문으로 저장하여 그 암호화 조치가 미비하였고, 또한 위치정보 이용·제공사실 확인자료를 위치정보시스템에 자동적으로 기록·보존되도록 하여야 함에도 불구하고 그러한 조치를 취하지 않은 사실을 확인하였습니다. 다음 카카오는 택시 서비스 DB 내에서 승객 ID와 출발지, 목적지 주소를 평문으로 저장해서 암호화 조치가 미흡하였음을 확인하였습니다. 이에 대한 위법성 판단은 에스케이텔레콤, 네이버, 카카오가 방화벽의 설치나 암호화 소프트웨어의 활용 등의 기술적 조치를 취하지 아니한 행위는 위치정보법 제16조제1항 위반에 해당되고, 네이버가 위치정보 이용·제공사실 확인자료를 위치정보시스템에 자동으로 기록·보존되도록 하지 않은 행위는 위치정보법 제16조제2항 위반에 해당된다고 판단됩니다. 이에 대한 제재방안으로서는 사업의 폐지 또는 정지 명령이나 사업정지명령 대신 매출액의 100분의 3 이하의 과징금 부과가 가능하고, 또한 1년 이하의 징역 또는 2,000만원 이하의 벌금에 해당됩니다. 다음 8쪽 시정조치(안)이 되겠습니다. 에스케이텔레콤에 대해서는 사업의 폐지 또는 정지 명령을 할 경우, T-map 등 위치기반서비스를 이용하는 약 1,000만명의 이용자가 불편을 겪어 이용자의 이익을 현저히 침해할 것으로 판단되므로 위치기반서비스사업 매출액의 100분의 3 이하의 과징금을 부과하되, 관련 법령에 따라서 1차 위반으로 사업정지 2개월 처분에 해당하는 3,000만원을 부과하고자 합니다. 한편 이미 수사기관에서 해당 사안에 대해서 수사를 하였으므로 조사결과를 이첩할 실익은 없다고 판단됩니다. 다음 쪽 네이버가 되겠습니다. 보호조치의 내용에 대해서 구체적으로 규정한 관련 고시가 없는 점 등을 고려할 때 택시 서비스 이용자의 출발지·목적지 주소에 대한 암호화 저장 의

무는 사업자가 사전에 법적 의무로 인지하기 어려웠다고 판단되고, 또 그 사업의 폐지 또는 정지 명령을 할 경우, 약 2,500만명의 이용자가 불편을 겪어 이용자의 이익을 현저히 침해할 것으로 판단되므로 관련 서비스 사업 매출액의 100분의 3 이하의 과징금 부과가 가능하지만 해당 서비스가 무료로 제공되고 이와 관련된 별도의 매출액도 없으므로 과징금을 부과하는 대신에 시정권고하고자 합니다. 한편 사업자가 법적 의무로 판단하기가 어려웠고 또 위반사항에 대해서 시정조치를 진행 중에 있는 점 등을 감안해서 조사결과를 수사기관에 이첩할 필요는 없다고 판단됩니다. 다음 쪽은 카카오에 대해서 역시 택시 서비스 이용자의 출발지·목적지 주소에 대한 암호화 저장 의무는 사업자가 사전에 법적 의무로 인지하기 어려웠다고 판단되고, 또 사업의 폐지 또는 정지 명령을 할 경우에 약 1,000만명의 이용자가 불편을 겪어 이용자의 이익을 현저히 침해할 것으로 판단되므로 과징금 부과가 가능하나 해당 서비스는 모두 무료로 제공되고 일부 서비스의 이용 시 카드선결제로 인한 매출액은 미미하므로 과징금 부과 대신 역시 시정권고하고자 합니다. 한편 네이버와 동일한 사유로 조사결과를 수사기관에 이첩할 필요는 없다고 판단됩니다. 다음은 11쪽입니다. 기타 사항으로서 현행 법령상 시정명령의 근거가 없어서 3개 사업자에 대해서는 위반행위에 대한 시정조치와 위치정보 취급자에 대한 교육 실시결과를 포함한 위치정보 보호 대책을 저희 위원회에 제출하도록 권고하고자 합니다. 이상으로 보고를 마치겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 수고하셨습니다. 네이버 그다음에 카카오에 대해서 ‘과징금 부과 대신 위법소지가 있는 사항은 시정권고’ 이렇게 되어 있습니다. 이 시정권고와 그다음에 시정명령과 차이가 있을 것 같은데 어떤 차이가 있는 것입니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 시정명령은 법에 명시적으로 근거가 있고 그다음에 시정명령은 이행을 하여야 하며 시정조치의 일환으로서 시정명령을 이행하여야 하고 만약 이행하지 않을 경우에는 거기에 상응하는 추가적인 제재가 이루어지는데 권고는 일종의 시정명령보다 하위의 개념으로서 일종의 행정지도 검토 수준으로 이해하시면 될 것 같습니다.

○ 최성준 위원장

- 그런데 사유가 ‘위치정보법 등 같은 법 시행령에서 보호조치의 내용에 대해서 구체적으로 규정한 관련 고시가 없는 점 등을 고려할 때 사업자가 법적 의무로 인지하기 어려웠다’ 이렇게 보신 것이 아닙니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 망법과 차이가 있어서….

○ 최성준 위원장

- 그런데 사안으로 보면 암호화를 하는 것은 꼭 필요하다고 생각되지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 그렇다면 이번에 시정권고를 하는 것은 좋은데 저희가 시행령에 위임이 되어 있는지 모르지만 관련고시를 신속히 제정해서 사업자들이 자신들이 어떻게 해야 하는지를 최소한, 그것도 물론 다른 방법의 경우와 마찬가지로 해야 할 것 하나하나 일일이 나열하는 것이 아니고 최소한의 것을 규정하고 그다음에 그 밑에 있는 것은 위치정보보호를 최대한으로 하되 유출이 절대로 일어나서는 안 되는 그런 기술적인 조치를 할 수 있도록 하는 내용이어야 될 것 같습니다. 그래서 그런 부분에 대해서도 바로 준비를 해 주시기 바랍니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 위원님들 의견 있으면 말씀해 주십시오. 김석진 위원님 말씀하십시오.

○ 김석진 상임위원

- 저는 심각하게 보고 있습니다. 지금 택시를 이용하는 가입자가 기하급수적으로 엄청 늘고 있지 않습니까? 특히 심야 이동이나 또 여성 등 자기를 보호할 수 있는 능력이 약한 이런 취약한 계층에서 카카오택시, 네이버 택시 서비스를 많이 이용하고 있습니다. 가입자도 굉장히 빠르게 1,000만명, 2,000만명, 네이버는 위치정보에 동의한 가입자가 2,000만명, 카카오 택시는 1,000만명이 넘고 있습니다. 그런데 휴대전화번호가 암호화로 저장되지 않고 있다는 것은 저는 굉장히 심각하게 됩니다. 예를 들어서 이렇습니다. 우선 심야에 여성이 또는 재산이 많은 사람으로 보이는 그런 옷차림이 대개 짐작이 되지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 김석진 상임위원

- 택시기사에게 얼굴이 노출되고 자기 모습이 노출됩니다. 그러면 목적지 기록이 다 남아 있고 또 그 사람의 ID, 전화번호, 어디까지 갔다는 목적지가 다 나올 것 아닙니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다.

○ 김석진 상임위원

- 그것을 암호화로 저장하지 않고 평문으로 저장한다면 혹시 흑심을 품고 택시기사가, 만에 하나입니다. 택시기사가 범죄에 이용할 수도 있다는 것입니다. 그래서 그 사람의 재산상태도 짐작할 수 있고 예를 들어 집도 으리으리하다, 또 여성인 경우 모습이 눈에 띈다, 여러 가지 이런 기록이 암호화되지 않는다는 것은 범죄에 노출될 염려가 크다는 것입니다. 그런

데 피심인들 의견을 보니까 “목적지, 주소까지 모두 암호화하여 저장하도록 하는 것은 과도한 처분으로 사료됩니다” 피심인들이 이런 안이한 인식을 갖고 있습니다. 그런데 관련 고시도 아직 마련되어 있지 않고, 또 사무처 판단을 보면 “서비스 이용자의 출발지·목적지, 주소에 대한 암호화 저장 의무는 사업자가 사전에 법적 의무로 인지하기 어려웠다고 판단된다” 이런 판단을 내놓고 있습니다. 이것도 우리가 안이하게 보는 것 아닙니까? 그러면 법적 의무로 인지할 수 없겠다라고 한다면 빨리 그렇게 인식해서는 안 된다는 그런 인식을 우리가 주어야 하는 것입니다. “또 무료로 제공되니까 과징금까지는 너무 과하지 않느냐”라는데 무료로 제공되기만 하면 정보가 보호되지 않아도 상관없다는 뜻이 아니지 않습니까? 저는 그것이 우려스럽다는 것입니다. 이 사안을 대하는 인식이 저는 굉장히 우려스럽습니다. 또 위치정보시스템에 위치정보 이용 확인자료가 자동으로 기록되고 보존되어야 하지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 김석진 상임위원

- 그 정보를 보면 ‘위치정보를 제공받는 자’ 택시기사를 이야기하는 것이지요. 또 이용날짜, 취득 경로 이런 것이 보존이 안 된다면 나중에 수사할 때 이 정보가 노출되어서 범죄에 이용당했을 때 수사에 활용하려고 해도 기록이 안 남아 있습니다. 이런 것을 따져볼 때도 굉장히 중요한 보호조치라고 봅니다. 그런데 이번에 위원장님도 지적하셨습시다만 그냥 아무런 과징금 부과도 하지 않고 또 무료로 제공되고 있기 때문에 그냥 봐 줄 수도 있다? 시정 권고로만 그친다? 저는 이것은 아니라고 봅니다. 왜냐하면 이용자가 굉장히 빠르게 늘고 있고 제 가족인 딸도 이것을 이용합니다. 그런데 늘 불안해합니다. 왜냐하면 내 이름 ID와 목적지, 주소, 전화번호가 다 그대로 아직 기록이 남아 있는데 보니까 평문 처리되고 있습니다. 암호화 안 되어 있습니다. 그리고 의무도 없습니다. 또 법적으로 인지하기 어려웠음을 우리가 또 배려까지 해 줍니다. 이것은 빨리 시정해야 한다고 봅니다. 이번에 시정 권고로 그칠 것이 아니라 네이버와 카카오의 가입자가 얼마나 됩니까? 엄청난 가입자를 갖고 있는 또 우리가 서비스가 점점 앞으로 발전되어 나가는, 어떤 서비스가 또 나올지 모릅니다. 우리 법령이 이 속도를 못 따라가고 있지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다.

○ 김석진 상임위원

- 그런데 시정 권고로 그친다는 것은 저는 아니라고 봅니다. 사무처의 의견은 어떻습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 일단 전반적으로 본문의 마지막 페이지에 위치정보법 개정안을 첨부해 놓았습시다만 지난번에 저희들이 개정안을 위원회에 보고드렸듯이 기본적으로는 정보통신망법과 위치법이 보호에 관련된 내용이든, 특히 제재에 관련된 부분이 아주 현격하게 차이가 나고 있습니다. 특히 위치정보법은 일종의 대부분 미비한, 불비한 상황에 있습니다. 그래서 저희들이 지난번

에 거의 전면 개정에 가까운 수준으로 대폭 개정 중에 있습니다. 그래서 그 부분을 빨리 저희들이 국회에 통과될 수 있도록 최대한 노력을 하겠습니다. 또 하나는 과거에 위치서비스와는 달리 최근에 지금과 같이 카카오 또는 네이버의 택시 앱처럼 이런 기술 발전에 따른 신규 서비스가 다양하게 진출하고 있는데 상대적으로는 저희들이 법적 의무화와 관련해서 그동안 정보통신망법에 의한 개인정보에 치중을 했던 것이 사실입니다. 지금과 같이 새로운 형태의 위치기반서비스가 막 등장하고 있는 것에 대해서는 저희들이 조금 소홀히 한 측면도 있다고 생각합니다. 그래서 그 부분도 이번 조사제재를 계기로 해서 개인정보와 앞으로 위치정보를 같이 맞물려서 내년도부터는 교육 홍보부터 하고, 또 고지도 없습니다. 그 부분도 아까 위원님 말씀하신 대로 제정하고, 그다음에 암호화는 네이버 같은 경우는 휴대전화 번호에 대해서는 암호화 조치를 했습니다만 아마 대규모 포털사업자임에도 불구하고 아까 전에 말씀드렸던 그런 사유로 개인정보보호와는 달리 위치정보에 대해서는 사업자들도 인식이 조금 부족하지 않았나 싶습니다. 그래서 저희들도 교육홍보가 미흡했고, 또 최근에 갑자기 등장한 그런 신규 서비스이다 보니까 사업자들도 이런 여러 가지 기술적·관리적 조치를 취해야 한다는 부분이 조금 미흡하지 않았나 생각합니다. 그래서 저희들이 이번 건을 계기로 해서 전반적으로 수준을 업그레이드 할 수 있도록 하고, 그다음에 과징금 관련해서는 지금 현행 규정상 사실은 정액과징금이 없습니다. 그래서 매출액 기준, 매출액 베이스의 과징금만 있어서 하다 보니까 대부분 무료로 매출액이 아예 없거나 또는 아주 적은 금액이어서 사실상 매출액 부과에 의미가 없어서 이렇게 시정권고로, 그다음에 시정명령도 하긴 해야 하는데 지금 법적으로 보면 시정명령조차도 근거가 없습니다. 그래서 어쩔 수 없이 이번에는 시정권고를 하되, 아까 말씀드린 바와 같이 위치법을 가능한 한 국회에서 통과시킬 수 있도록 노력을 하겠습니다.

○ 김석진 상임위원

- 특히 여성 같은 경우 자기 전화번호가 카카오택시나 네이버 택시에 남아 있다는 것, 또 자기 집이 어떤 주소라는 것, 또 몇 시쯤에 자기가 이용했다는 것에 대해서 혹시 이것이 무슨 범죄에 악용되지 않을까 하는 걱정을 많이 갖고 있습니다. 그런 것을 우리가 감안해야 합니다. 그래서 지금 암호화 조치가 되고 있습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 말씀하신 것처럼 지금 현재 이번 조사를 통해서 이미 시정조치를 하고 있습니다.

○ 김석진 상임위원

- 반드시 암호화 처리를 해야 합니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 김석진 상임위원

- 그리고 위치정보 이용·제공사실 확인자료도 자동으로 남아 있어야 나중에라도 수사에 활용될 수 있도록 반드시 해야 합니다. 좌우지간 사업자들 인식이 문제입니다. 시정권고보다 좀

더 강하게 나가야 한다고 봅니다. 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 네이버와 카카오의 경우에 휴대전화번호는 암호화로 저장한 것입니까?

○ 김기석 개인정보보호조사팀장

- 예, 기존에 하고 있었습니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 그것은 개인정보로서...

○ 최성준 위원장

- 다만, 이것이 승객의 ID, 출발지·목적지, 위·경도값 이런 것이 평문으로 저장되었던 것입니다. 지금 현재는 물론 저희가 시정권고를 합니다만 네이버와 카카오가 이미 그런 것들도 다 암호화 조치를 하고 있습니까?

○ 김기석 개인정보보호조사팀장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 아까 김석진 위원님 지적하셨던 것처럼 카카오의 경우에는 피심인 제출 의견으로서 '목적지 까지 암호화하는 것은 과도한 처분이다'라는 의견을 냈던데 그렇지는 않습니까?

○ 김기석 개인정보보호조사팀장

- 초기에 의견을 그렇게 냈기에 사업자를 저희가 불렀습니다. 사실상 그것보다도 그런 것까지 암호화 조치를 해야 하는지 법적인 부분을 잘 몰랐다, 그래서 바로 시정조치를 하겠다는 의견을 받았습시다.

○ 최성준 위원장

- 그래서 위치정보법이 제가 알고 있기로도 전 세계에 우리나라가 유일하지 않습니까? 다른 나라들은 개인정보보호에 관련된 법령에 다 같이 포함되어 있는데 우리만 독립되어 있다 보니까 이것이 제정된 지가 상당한 기간이 되어서 지금 현 상황을 제대로 반영 못하고 있는 부분도 있습니다. 저희가 이번에 개정안을 법제처 심사를 거쳐 곧 국회에 제출할 예정인데 그것은 그 작업대로 가고, 그다음에 아까 말씀드린 것처럼 저희가 고시로서라도 우선적으로 세부적인 조치를 할 것이 있을 테니까 그것을 잘 챙겨봐 주시기 바랍니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 부위원장님 말씀하시지요.
- 김재홍 부위원장
  - 지금 위원장님 말씀하신 것처럼 위치정보법 손질, 개정안을 마련 중입니까?
- 박노익 이용자정책국장
  - 예, 그렇습니다.
- 김재홍 부위원장
  - 개인정보보호, 정보통신망법과 달리 위치정보법은 위치정보 유출에 따른 신고의무나 과징금 부과 규정이 없습니까?
- 박노익 이용자정책국장
  - 과징금 부과는 매출액 기준만 있고 정액과징금이 없습니다.
- 김재홍 부위원장
  - 과징금 부과규정이 없다는데 여기 3페이지를 보십시오.
- 박노익 이용자정책국장
  - 지금 현재는 같음 과징금으로서 매출액 베이스의 과징금 부과는 있습니다.
- 김재홍 부위원장
  - 매출액 기반으로 할 수 있는 것입니까?
- 박노익 이용자정책국장
  - 예, 매출액 기반으로...
- 김재홍 부위원장
  - 개인정보 유출사고가 나면 방법에 따른 개인정보 유출에 따른 신고의무처럼 신고해야 합니까?
- 김기석 개인정보보호조사팀장
  - 위치정보법에는 망법처럼 구체적으로 신고사항이 없고 위치정보도 개인정보로 봐서 신고를 한 것입니다.
- 김재홍 부위원장
  - 그러면 이 법이 허점이 너무 많다는 이야기네요? 제재할 수 있는 과징금 부과규정은 있습니까?
- 김기석 개인정보보호조사팀장

- 과징금 규정도 같음 규정입니다. 폐지 내지는 정지 명령을 할 수 있는데 그것에 대해서는 이용자의 이익을 현저히 저해하기 때문에 거기에 따라서 같음 과징금으로….

○ 김재홍 부위원장

- 일반 개인정보보다 위치정보가 훨씬 더 사생활과 관련되어 있고 강력사건, 강력범죄에 이용될 위험이 매우 높은 것 아니겠습니까?

○ 김기석 개인정보보호조사팀장

- 예.

○ 김재홍 부위원장

- 개인정보보호보다 훨씬 더 위치정보법이 강해야 한다고 생각하는데 개인정보보호 관련 정보통신망법보다 훨씬 더 허술하고 보호장치가 덜 되어 있는 것 같습니다. 이번에 개정안을 만들려면 근본적으로 내용을 강화한다고 할까, 하여튼 제대로 보완해야 할 것 같습니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 김재홍 부위원장

- 딸을 둔 부모들이 불안해하면….

○ 최성준 위원장

- 그런 내용을 포함해서 저희가 지난번에 의결했고 거기에는 시정조치도 있고 그다음에 위반행위 관련된 매출액 대비 얼마의 과징금, 또 정액과징금 그런 절차들은 일단 보완해 놓았지요?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 그래서 그런 것들을 더 꼼꼼하게 잘 챙겨봐 주셨으면 좋겠다는 것이 우리 위원님들의 공통적인 의견인 것 같습니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 김재홍 부위원장

- 경찰이 홍신소 수사하다가 적발됐고 그렇게 해서 우리가 알게 된 것 아닙니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.
- 김기석 개인정보보호조사팀장
  - SKT의 경우 그렇습니다.
- 김재홍 부위원장
  - 이 사업자가 유출된 것에 대해서 우리에게 신고한 것도 아니고요?
- 박노익 이용자정책국장
  - 예.
- 김재홍 부위원장
  - 그러면 진짜 문제 있는 것이지요.
- 최성준 위원장
  - 문제는 SKT는 처음에 그렇게 해서 문제가 됐고, 그다음에 그러다 보니까 저희가 위치정보 전반에 대해서 점검해 봐야겠다고 해서 지금 SKT뿐만 아니고 위치정보를 다루는 3페이지에 나와 있는 사업자들을 다 저희가 무슨 신고가 있거나 또는 누출이 있어서 한 것이 아니고 저희가 스스로 조사를 한번 시작해 본 것이지요?
- 박노익 이용자정책국장
  - 예, 그렇습니다.
- 최성준 위원장
  - 이기주 위원님 말씀하십시오.
- 이기주 상임위원
  - 이통3사와 대표적인 인터넷 기업이라고 할까, 그렇게 해서 모두 8개 회사인데 그중에 KT, LGU+는 아니고 SKT와 네이버, 카카오 이렇게 3개사가 문제라는 것이지 않습니까?
- 김기석 개인정보보호조사팀장
  - 예.
- 이기주 상임위원
  - 그것은 뜻밖의 결과인데 여러 위원님들이 지적하신 것처럼 하나의 법령의 미비로 인해서 오늘 사무처에서 보고한 시정조치(안)대로 권고하는 것으로밖에 할 수 없다고 저는 판단되는데, 문제는 SKT 개인위치정보 유출 경로도를 보면 해커 PC를 통해서 유선망을 타고 위치정보시스템에 접속을 하는데 가입자 인증절차가 안 되어 있다는 것이지 않습니까?
- 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 이기주 상임위원

- 저는 이것 하나만 딱 보고 어떤 생각이 드느냐 하면 암호화가 안 됐다, 접근통제가 미비하다 등등이 결국에는 대표적인 통신사, 포털 이런 데서도 네트워크가 갈수록 복잡해지는데 위치정보보호법에 대한 인식도 낮고 그런 법령이 있다는 존재감도 아주 미미하고, 모르긴 몰라도 이 위치정보시스템을 구축·운영하는 회사 내의 직원도 일반적인 이동통신망이나 인터넷망을 운영하는 사람과 별도로 되어 있어서 일반적으로 정보통신망법에 의한 개인정보 보호 문제, 기술·관리적인 조치를 해야 하고 교육을 받고 이런 것이 아주 현격하게 차이가 있다고 강하게 추정됩니다. 그래서 위치정보법 개정을 추진하는 것은 추진하는 것대로 신속히 하되, 그 전에라도 저는 8개사를 대상으로, 전반적으로 봤습니까? 김 팀장님, 어떻습니까? 전반적으로 한번 봤습니까? 8개 회사가 위치정보사업자로서 위치정보를 관리·제공함에 있어서 개인정보보호 차원에서 기술적·관리적 조치를 제대로 되고 있는지 전반적으로 한번 보셨습니까?

○ 김기석 개인정보보호조사팀장

- 전반적으로 봤다기보다도 제16조제1항과 제2항 기술적·관리적 보호조치 그 부분과 기록하고 저장하는 그 부분을 중점적으로 봤었습니다.

○ 이기주 상임위원

- 그래서 제 생각에는 법적인 미비점 보완하는 것은 보완하는 것이고, 특히 이번에 대표적인 SKT, 네이버, 카카오 3개사이지 않습니까? 시정권고안대로 조치가 됐는지 강제성은 없다 하더라도 반드시 단기간 내 확인을 했으면 좋겠습니다. 그리고 모두 위치정보사업자와 기반서비스사업자가 거의 1,000개도 넘지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그렇습니다.

○ 이기주 상임위원

- 제가 그래서 지난번에 KISA 원장에게도 그런 제안을 한 것인데 8개사 말고 다운로드 건수가 1,000만명 이상인 것만 했다면 그다음에 500만 이상 이렇게 해서 빨리 점검을 해야 할 것 같습니다. 큰 회사들도 이렇다면 꼭 저희가 무슨 제재를 한다, 이런 것보다는 하여튼 위치정보보호법에 의한 개인 위치정보가 제대로 관리되고 있는지를 빨리 점검하고 또 먼저 점검해서 시정권고 난 것은 그 권고한 대로 이행이 됐는지 또 확인하고 이런 것이 많이 필요할 것 같다는 생각입니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 그러겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 내년에 개인정보보호조사팀이 조사과로 승격하지 않습니까? 지금 위치정보에 관련되어서는 법 개정 전까지 또 저희 고시 마련 전까지 약간 이 규정에 부족한 부분도 있긴 하지만 규정 위반이어서 저희가 제재하고 과징금 부과하고 그런 차원이 아니고 사전 예방적인 차원에서 위치정보가 철저히 잘 보호되고 있는지, 또 만약에 부족한 부분이 있다면 저희가 행정지도 형식으로 해도 아마 위치정보사업자들은 바로바로 거기에 따라서 조치를 취해 주리라고 생각합니다. 그런 사전 예방적인 활동을 좀 더 강화해 주시기를 당부하는 것이 아마 위원님들의 대체적인 의견인 것 같습니다. 다른 의견 더 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 그러면 이런 여러 가지 입법적인 사항 등 때문에 저희가 할 수 있는 조치의 수준이 미흡하더라도 이렇게 될 수밖에 없다는 것을 양해해 주시면 이 안건을 원안대로 의결하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 가결되었습니다.

## 7. 보고사항

### 가. APEC CBPR 가입신청에 관한 사항

#### ○ 최성준 위원장

- <보고사항 가> ‘APEC CBPR 가입신청에 관한 사항’에 대하여 박노익 이용자정책국장님 보고해 주십시오.

#### ○ 박노익 이용자정책국장

- 먼저 추진배경은 글로벌 서비스의 확산으로 개인정보의 국외이전이 활발해짐에 따라 APEC 회원국간 개인정보보호 인증체계인 CBPR 가입을 통해 아·태지역 회원국간 개인정보보호를 위한 공동기준 적용 및 법집행 공조 등 협력체계를 강화하기 위함입니다. 그간 관계기관 협의체를 구성·운영하였고 이와 관련된 연구용역도 수행하였습니다. 도입절차는 아래 그림에서 보시는 바와 같이 저희 방송통신위원회는 이미 지난 '14년 8월에 CBPR 사전 단계인 CPEA, 즉 APEC 회원국간 법집행협정이라고 합니다. CPEA에 이미 가입하였으므로 그다음 단계인 CBPR 가입 신청 및 국내인증기관 신청 등의 후속조치가 필요합니다. 다음 쪽이 되겠습니다. 신청서류로서 먼저 가입의향서에는 CPEA에 가입한 사실과 1개 이상의 국내인증기관을 지정할 수 있음을 명시하고, 그다음에 부속자료에는 인증 적정성 여부를 모니터링하고 제재할 수 있는 법제도의 근거와 CBPR의 50가지 요구사항을 이행할 수 있는 관련규정을 비교 작성하여야 합니다. 향후 이 CBPR 가입이 이루어질 경우에는 우리 국민의 개인정보보호가 좀 더 강화되고 해외 진출 기업을 지원할 수 있으며 APEC 역내에서 리더십 확보 등의 효과가 있을 것으로 기대됩니다. 이상으로 보고를 마치겠습니다.

#### ○ 최성준 위원장

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

○ 이기주 상임위원

- 이것은 오랫동안 국내에서 전문가들 간에 많이 토론도 되고 APEC 관련 회의에 가서도 많은 논의 끝에 준비해 왔다고 생각합니다. 그래서 아주 의미 있는 일이라고 생각합니다. 2페이지에 CBPR 도입 절차 및 신청서류가 있는데 지금 APEC CPEA 가입은 완료된 상태이지 않습니까? 그러면 앞으로 할 것이 우선 제일 먼저 CBPR 가입 신청을 한다는 것이지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 이기주 상임위원

- 그러면 가입신청, 국내인증기관 지정·신청, 이것이 앞으로 예상되는 소요기간은 어느 정도 생각하는 것입니까?

○ 최윤정 개인정보보호윤리과장

- 가입 승인까지는 3개월로 예상하고 있습니다.

○ 이기주 상임위원

- CBPR 가입신청 후 승인까지 3개월?

○ 최윤정 개인정보보호윤리과장

- 예, 그렇게 예상하고 있고 그 이후에는 CBPR 가입에 따라서 인증기관을 신청해야 합니다.

○ 이기주 상임위원

- 별도로요?

○ 최윤정 개인정보보호윤리과장

- 예. 그래서 저희가 방통위 내에서 인증기관을 어디로 할 것인지를 먼저 지정한 다음에 그 지정한 인증기관을 APEC에 인증기관으로 신청해야 합니다.

○ 이기주 상임위원

- 그것이 또 얼마 걸릴 것 같습니까?

○ 최윤정 개인정보보호윤리과장

- 그것은 1년 내에 심사를 해서, 저희가 준비까지 해서 인증을 시행할 수 있는 준비기간을 1년 정도로 잡고 있습니다.

○ 이기주 상임위원

- 그러면 내년 말에 APEC CBPR이 운영될 것으로...

○ 최윤정 개인정보보호윤리과장

- '18년 정도는 CBPR를 운영할 수 있을 것 같습니다.

○ 이기주 상임위원

- '18년 1월 초부터요?

○ 최윤정 개인정보보호윤리과장

- 예.

○ 이기주 상임위원

- 제 생각에는 한국의 개인정보보호 제도, 특히 정보통신망법, 개인정보보호법까지 APEC 회원들 간에, 지금 가입신청, 인증 이런 것을 담당할 사람들은 대부분 잘 알고 있다고 생각합니다. 그리고 국내인증기관도 지금 어디를 고려하는지 모르겠지만 만약에 인터넷진흥원이라면 그 기관도 아주 잘 알려져 있기 때문에 그동안에 많은 검토와 논의 끝에 뒤에 기대효과에 명시된 것처럼 APEC CBPR에 가입하는 것이 좋겠다, 그런 판단이 섰기 때문에 저는 그 이후에는 가능하면 신속하고 효율적으로 절차를 진행하는 것이 좋겠다, 그리고 APEC에서도 그것이 가능할 것 같다고 저는 예상됩니다. 그러니까 CBPR 가입 신청해 놓고 그것 나온 다음에 또 인증기관 지정해서 또 신청하고 이거보다 신청해 놓고 바로 그다음 국내 절차를 준비해서 행정적으로 CBPR 가입이 완료되면 바로 할 수 있도록 준비했으면 좋겠다는 생각입니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 시간을 최대한 줄일 수 있도록 미리미리 협의하고 준비해 주시기 바랍니다. 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 한 가지만 확인하겠습니다. CBPR 가입 준비단계에서도 그렇고 지금 신청하는 과정에서도 신청기관이 우리 위원회와 행자부가 공동으로 하지 않습니까? 영역 다툼을 하자는 것이 아니라 뒤에 나와 있는 기대효과가 제대로 나타나도록 하기 위해서는 국내 담당기관 간의 업무 분장이나 협조체계 그리고 국내기업들 그리고 CBPR을 운영하는 APEC과의 협의 창구 이런 것들이 대단히 중요한 것 같습니다. 그러면 지금 주무는 어디로 봐야 합니까?

○ 최윤정 개인정보보호윤리과장

- 주무는 방통위라고 보시면 됩니다.

○ 고삼석 상임위원

- 그것은 행자부와 이야기가 다 된 부분입니까?

○ **최윤정 개인정보보호윤리과장**

- 예, 협의가 된 사항입니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 그런 부분들이 혼선이 없이 잘 정리가 되어서 여기에서 우리가 원하는 기대효과들이 충분히 나타날 수 있도록 하면 좋을 것 같습니다.

○ **박노익 이용자정책국장**

- 예.

○ **최성준 위원장**

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ **김재홍 부위원장**

- CBPR이 유럽의 개인정보보호 적정성 평가보다 엄격하지 않지요?

○ **최윤정 개인정보보호윤리과장**

- 예, EU 적정성 평가보다는 조금 낮은 수준입니다.

○ **김재홍 부위원장**

- 그래서 우리는 유럽의 적정성평가를 추진하다가 지금은 담보상태인 것 같고, 계속 추진해 갑니까?

○ **최윤정 개인정보보호윤리과장**

- 예, 추진하고 있습니다.

○ **김재홍 부위원장**

- CBPR 태평양 연안국가들은 아시다시피 너무 다양성이 있다 보니까 이질적이라고까지 이야기 합니다. 말하자면 미국, 유럽 대서양 축에 비해서 너무 이질적인 국가들로 구성되어 있습니다. 그런데 개인정보보호의 수준이 낮다면 거기에서 더 또 문제가 생기는 것 같습니다. 예를 들면 미국의 구글 페이스북이나 애플 같은 디지털 산업체가 유럽에서 소송을 많이 당하고 시정조치도 많이 당하고 있습니다. 그런데 우리가 CBPR에 가입하면 그런 미국의 산업체들이 우리나라에 진출하기가 용이해지는 것입니까? 그 회사를 우리가 간접 규제할 수 있게 되는 것입니까?

○ **최윤정 개인정보보호윤리과장**

- 간접규제가 좀 더 용이해집니다.

○ **김재홍 부위원장**

- 우리가 간접규제할 수 있는 근거가 생기는 것입니까?

○ 최윤정 개인정보보호윤리과장

- 예, 그렇습니다.

○ 김재홍 부위원장

- 종전보다는 훨씬 더 CBPR이 생김으로써...

○ 최윤정 개인정보보호윤리과장

- 예, 집행 협조가 가능해집니다.

○ 김재홍 부위원장

- 또 하나는 CBPR만 가입하고 유럽 적정성 평가를 안 받으면 우리가 미국 쪽 기업에 대해서 개인정보보호 수준을 높여야겠다라든가 조금 더 규제한다든가 이것이 지렛대가 없어지는 것 아닙니까?

○ 최윤정 개인정보보호윤리과장

- CBPR 가입했을 경우예요?

○ 김재홍 부위원장

- 예. CBPR만 가입하고 유럽의 적정성 평가를 받지 않으면...

○ 최윤정 개인정보보호윤리과장

- 유럽 부분은 또 유럽 부분대로 따로 계속 추진해야 하는 부분이라고 생각하고, CBPR도 저희가 우선은 지금 가입하지만 그동안 저희가 세미나를 하면서도 전문가들과 논의해 보면 CBPR를 가입해서 지금은 APEC 회원국 간 정보격차가 크기 때문에 이 정도 수준에서 하지만 앞으로는 좀 더 한국이 주도적인 역할을 하면서 CBPR 수준도 끌어올릴 필요가 있다고 보고 있습니다.

○ 김재홍 부위원장

- APEC 역내 국가들을 상대로 우리가 정보산업을 활성화시킨다든지 진출하는데 도움이 됩니까?

○ 최윤정 개인정보보호윤리과장

- 도움이 된다고 생각합니다.

○ 김재홍 부위원장

- 그래도 유럽의 적정성 평가를 제대로 추진하고 가입을 해야, 그것을 받아놓아야 미국 쪽이나 다른 나라에 대해서 좀 더 개인정보보호를 엄격하게 적용할 수 있지 않을까 생각되는데 계속 그것을 추진하기 바랍니다.

○ 최성준 위원장

- 지금 설명하신 부분이 글로벌 리더십 확보에 있는 내용으로서 지금 미국, 일본 등 CBPR에 가입되어 있지만 우리나라도 가입해서 CBPR 전체의 수준을 더 끌어올리는 역할을 하려고 생각하고 있는 것이지요?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 그다음에 유럽 EU의 적정성 평가와 관련해서는 지금 개인정보보호법, 정보통신망법이 같이 가입하면 좋은데 개인정보보호법에 대해서 이견이 있어서 경우에 따라서는 정보통신망법 위주로 해서 독자적으로 가입하는 방안도 검토하고 있는 등 EU 적정성 평가에 대해서 지금 방송통신위원회의 입장은 적극적으로 추진한다는 입장인 것이지요?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 최성준 위원장

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

**나. 2016년도 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가결과에 관한 사항**

○ 최성준 위원장

- <보고사항 나> ‘2016년도 통신사업자 이용자 보호업무 평가결과에 관한 사항’에 대하여 박노익 이용자정책국장님 보고해 주십시오.

○ 박노익 이용자정책국장

- 먼저 금년도 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가결과와 그 활용방안을 보고드리고자 합니다. 금년 6월부터 11월까지의 기간을 대상으로 해서 이동전화 등 총 25개 사업자를 대상으로 전문가 16인으로 구성된 평가위원회에서 평가를 실시하였습니다. 그리고 전기통신사업법 시행령의 관련규정에 따라서 다음 페이지에서 보시는 바와 같은 평가기준에 따라서 평가를 실시하였습니다. 다음 3쪽이 되겠습니다. 평가결과는 전체적으로 봤을 때 개인정보보호에 대한 관리는 전반적으로 잘 이루어지고 있으나 일부 초고속인터넷 사업자는 약정기간 만료 후에 계약서를 재교부하지 않았고 또 일부 알뜰통신 사업자는 불만처리 결과에 대해서 만족도조사 등을 시행하지 않는 등의 사실을 확인하였습니다. 세부평가 결과는 4쪽의 <표>에서 보시는 바와 같습니다. 다만, 평가 대상 사업자 중에서 포털사업자는 금년도 시범 평가를 하였으므로 그 결과는 공개하지 않되, 내년도에는 평가지표 등을 보완해서 본평가를 실시하고 그 결과를 공개하도록 하겠습니다. 다음은 인센티브 부여 및 평가결과 활용방안입니다. 먼저 「전기통신사업법」 제53조에 따른 과징금 부과 시 우수 등급을 받은 경우에는 30% 이내에서 감경하고, ‘매우우수’ 등급의 1위 사업자에게는 위원장님 명의 상장을 수여하

며, 그다음에 사업자별로 우수·미흡사항을 안내해서 이용자보호를 위한 업무개선을 유도해 나가도록 하겠습니다. 이상으로 보고를 마치겠습니다.

○ 최성준 위원장

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

○ 이기주 상임위원

- 이용자 보호업무 평가라는 것이 처음에는 법적 근거 없이 시작하다가 법적 근거도 만들고 대상 사업자나 서비스도 이동통신, 브로드밴드만 하다가 점차 확대되고 계속 이렇게 보완·발전·확대일로에 있지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 이기주 상임위원

- 그런데 문제는 방통위가 이용자 보호 업무 평가를 할 때 여러 가지 행정적으로도 그렇고 사업자들이 느끼는 부담도 있는 것이지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 이기주 상임위원

- 그래서 결국은 이것이 계속 확대되니까 몇 개 사업자만 할 때는 모르겠는데 아주 많아지니까 사업자들이 느끼는 부담보다도 우리가 이 정책·제도를 운영함으로써 이용자, 소비자들, 국민들이 느끼는 혜택이 커야 합니다. 그래서 저는 연도별로 계속 평가해서 결과가 이렇다, 이것도 좋지만 제가 말씀드린 그런 측면에서 계속 생각해 봐야 할 것 같습니다. 즉석에서 생각나는 것이 4페이지 평가결과를 보면 '매우우수'가 있고 '우수', '양호', '보통', '미흡'이 있지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 이기주 상임위원

- 예를 들면 '매우우수'를 받았다면 평가를 그다음에 면제한다든지, 국세청에서 우수납세자에 대해서 세무조사를 유예·면제한다든지, 그런데 연도별로 평가하지 않으면 이용자 보호업무를 소홀히 할 가능성이 있을 수도 있고 민원이 들어올 수도 있습니다. 그러면 그다음에 또 한다든지 이렇게 해서 약간 과징금 부과할 때 인센티브뿐만 아니고 이용자 보호업무 평가 그 자체를 받는 부담을 줄여주고 '양호', '미흡'은 좀 더 타이트하게 한다든가 이렇게 약간 유연성·탄력성을 발휘할 때가 되지 않았나 싶습니다. 이 평가업무가 시작된지 오래 됐지 않

습니까? 제가 정확히 모르겠지만 한 10년 가까이 된 것 같은데 처음에 사업자들이 아주 부담을 느꼈지 않습니까? 정부가 하는 것이 맨날 결과 발표해서 그것을 국민에게 알려서 마케팅에 좋게 효과가 나는 것보다 하여튼..., 그래서 저는 그런 것도 한번 생각해 보면 좋을 것 같다는 생각입니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 내년에 계획을 새롭게 보고드리겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 너무 긴장이 풀어지지 않도록 예를 들자면 '매우우수'를 2년 연속 받은 기업은 매년 조사하는 것이 아니고 격년으로 조사한다, 그런데 격년으로 조사하다가 '우수'로 떨어지게 되면 다시 또 매년 조사를 한다든지 이것은 제가 든 하나의 예시이고 그런 식으로 뭔가 인센티브를 좀 더 줄 수 있는 방안을 강구해 주시기 바랍니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 전체적으로 지금 이용자보호 수준은 향상되고 있다고 하는 지표가 나오는 것이지요? 어떻습니까?

○ 안근영 이용자보호과장

- 예. 그래서 저희가 전체적으로 볼 때 평균점수를 뽑아봤더니 작년에 87.4점에서 올해 전체 평균점수가 91점으로 3.6점 증가하였습니다.

○ 이기주 상임위원

- 난이도에 따라 수능점수가 평균이 올라갔다 내려갔다 하는데 그것도 그럴 수 있는 것 아닙니까? 절대적으로 점수가 올라가면 좋다고 봐야 합니까?

○ 안근영 이용자보호과장

- 저희가 지표는 항상 똑같은 것을 하기 때문에 수치를 보고드릴 때는 점수로 항상 보고드릴 수 있습니다.

○ 최성준 위원장

- 알겠습니다. 김석진 위원님 말씀하십시오.

○ 김석진 상임위원

- 매년 평가결과를 내고 있고 또 전부 예전에는 '양호', '보통', '미흡'도 있었지만 이제는 전부 '우수' 쪽으로 들어오고 있지 않습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 예.

○ 김석진 상임위원

- 그러면 이 제도를 도입한 소기의 성과를 상당히 달성했다고 봅니다. 저는 인센티브 부여에 대해서 보니까 '우수' 등급을 받으면 과징금을 부과될 때 30% 이내 감경해 준다 이런 인센티브가 있습니다. 그런데 보니까 '매우우수', '우수'까지 해당되지요?

○ 안근영 이용자보호과장

- 예, 그렇습니다.

○ 김석진 상임위원

- 초고속인터넷 같은 경우를 보면 사업자가 대부분 KT, SKT, LGU+, CJ헬로비전, HCN까지 전부다 '우수' 안에 들어왔습니다. 그러면 변별력이 없어지고 다들 우수한 수준까지 올라왔으나 인센티브를 매년 30% 이내로 감경해 왔습니까?

○ 안근영 이용자보호과장

- LGU+가 감경을 받았었고 제 기억으로는 10% 정도….

○ 최성준 위원장

- 지금 말씀하신 것은 기준….

○ 김석진 상임위원

- 매년 30%였냐고요?

○ 안근영 이용자보호과장

- 기준은 매년 30% 이내입니다.

○ 김석진 상임위원

- 이제는 기준을 낮출 필요가 있지 않겠습니까? 대부분 해당하니까 별 차별화도 없어지고 그리고 정말 '매우우수' 또는 '우수'가 굉장히 어렵게, 정말 많은 노력을 해야 겨우 달성할 수 있을 것 같으면 우리가 평가에 따라서 인센티브를 30% 소위 깎아주는 것인데 이것을 끝까지 30%를 계속 유지해야 할지, 많은 사업체들이 다 이 수준까지 올라갔으니 입법 목적도 어느 정도 달성됐으니까 20%로 깎는다고 이렇게 검토해 볼 용의가 있습니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 있습니다.

○ 김석진 상임위원

- 제가 이야기한다고 하는 것이 아니고 한번 검토해 보시라는 것입니다.

○ 박노익 이용자정책국장

- 그렇게 하겠습니다. 아까 말씀하신 부분 포함해서 내년도 평가계획에….

○ 김석진 상임위원

- 괜히 과징금만 너무 깎아주는 결과가 될까 봐….

○ 최성준 위원장

- 그것도 이렇게 보면 되지요. '매우우수' 업체들이 여러 개 생겼으니까 '매우우수'는 30% 이내, 또 '우수'는 20% 이내 이것도 하나의 예시인데 그런 다양한 방안을 검토해서 내년 초에 제도개선을 하도록 하십시오.

○ 박노익 이용자정책국장

- 예, 알겠습니다.

○ 이기주 상임위원

- 그 말씀을 들어보니까 '과징금 부과 시 우수한 등급을 받은 경우' 이렇게 되어 있는데 '매우우수'한 등급을 받은 경우는 해당이 안 됩니까?

○ 박노익 이용자정책국장

- 포함됩니다.

○ 이기주 상임위원

- 그러니까 워딩이 바뀌어야 할 것 같습니다. 위원장님이 예시라고 말씀하신 것들은 제가 보기에는 하면 될 것 같습니다.

○ 김석진 상임위원

- '매우우수' 포함해서….

○ 최성준 위원장

- 다른 의견이 더 없으시면 이 안건은 원안대로 접수하고자 합니다. 이의 없으시지요? ("예" 하는 위원 있음) 접수하겠습니다.

**다. 2016년도 등록대상 방송사업자 콘텐츠 제작역량 평가결과에 관한 사항**

○ 최성준 위원장

- <보고사항 다> '2016년도 등록대상 방송사업자 콘텐츠 제작역량 평가결과에 관한 사항'에 대하여 배중섭 방송기반국장님 보고해 주십시오.

○ 배중섭 방송기반국장

- 보고드리겠습니다. 먼저 보고사유는 2016년도 등록대상 방송사업자 콘텐츠 제작역량 평가결

과를 보고하기 위함입니다. 두 번째, 추진경과 중 지난 주 12월 12일 방송콘텐츠 제작역량 평가위원회 심의를 거쳤음을 보고드립니다. <3>번 평가 개요입니다. 평가참여 사업자는 총 82개 사업자 139개 채널이 되겠으며, 평가대상 기간은 2015년 1월 1일부터 12월 31일 기간입니다. 평가항목은 자원, 프로세스, 성과 경쟁력을 총 13개 항목으로 세분화해 평가하였습니다. 다음 쪽입니다. 전년도 평가 대비 개선사항 중 중요한 것으로 평가대상 그룹 기준을 조정하였습니다. 사업자 규모 및 방송시장에서 실질적 영향력을 고려하여 평가그룹 구분을 기존 '계열PP/개별PP'에서 '가/나그룹'으로 변경하고, 평가를 진행하였으며, 가그룹은 재승인/재허가 사업자와 계열관계에 있거나 대규모PP를 말하며, 나그룹은 가그룹에 속하지 않는 PP를 의미합니다. <4> 평가 결과입니다. 총점을 기준으로 가그룹에서는 매우우수 등급에 MBC스포츠플러스 등 10개 채널이 포함되었으며, 우수 등급에는 올리브네트웍 등 19개 채널이 포함되어 있습니다. 다음 쪽입니다. 나그룹에서는 매우우수 등급에 MTN 등 11개 채널, 우수 등급에 서울경제TV 등 17개 채널이 포함되어 있습니다. 다음 페이지입니다. 5페이지 자원 경쟁력 분야, 6페이지 프로세스 경쟁력 분야, 7페이지 성과 경쟁력 분야 등 분야별 평가결과는 안전 내용을 참조하여 주시기 바랍니다. 8페이지입니다. 다섯 번째, 『제작역량 우수상』 수상 사업자 선정입니다. 방송콘텐츠 제작역량 평가 총점을 기준으로 가그룹과 나그룹에서 각각 1위를 차지한 평가 대상에게 제작역량 우수상을 수여하고 가그룹에서는 엠비씨플러스, 나그룹에서는 머니투데이 방송을 수상 사업자로 선정하게 됩니다. 앞으로 시청자 및 SO의 채널선택 기준으로 활용될 수 있도록 본 결과를 공표하고 미래부와 협업을 통해서 등록PP 콘텐츠 제작 지원이 이루어질 수 있도록 노력하겠습니다. 이상 보고를 마칩니다.

○ 최성준 위원장

- 수고하셨습니다. 제작역량 평가위원회 운영하시느라고 이기주 위원님 수고 많으셨습니다. 참고로 말씀드리면 원래는 매우우수, 우수, 보통, 미흡, 매우미흡 이렇게 쪽 평가를 다 하지 않습니까?

○ 배중섭 방송기반국장

- 그렇습니다.

○ 최성준 위원장

- 그런데 공개는 매우우수와 우수만 공개하지만 보통, 미흡, 매우미흡에 해당되는 채널들도 자신들이 어디에 속하는지 다 통보를 받는 것이지요?

○ 배중섭 방송기반국장

- 예.

○ 최성준 위원장

- 그렇게 통보를 받아야 자극이 되어서 더 나은 방송을 하려고 노력을 하지 않을까 싶습니다. 위원님들 보고받은 내용에 대해서 의견 있으면 말씀해 주십시오. 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ **이기주 상임위원**

- 방송사업자 콘텐츠 제작역량 평가위원회, 이것은 아까 고 위원님이 위원장을 맡고 계신 시청자권익보호위원회처럼 법적 근거도 없고 예산도 없고 여러 가지 위상이 열악한 가운데서 제가 3년을 해 보니까 처음에 미미하게 시작했습니다. 아직도 법적 근거도 없고 이 평가 제도를 운영하는 예산도 아주 미미하지만 제가 보기에는 민간 평가위원들의 열성적인 참여 그리고 KISDI의 평가지원단 한 사람이 계속 이것을 해서, 여전히 미흡하지만 나름대로 보완·발전이 되는 느낌이 많이 듭니다. 그리고 방송기반국에서도 이 업무가 비중이 낮게 취급은 되지만 어쨌든 담당하는 분들이 계속 애착을 갖고 해 주셔서 저는 말씀드린 그런 분들에 대해서 아주 고맙게 느낀다는 그 말씀을 한번 드리고 싶습니다.

○ **최성준 위원장**

- 어려운 상황에서도 애써 주신 위원님들께 다시 한 번 감사의 말씀드립니다. 평가결과 공개할 때 매우우수와 우수 등급을 공개하게 되어 있는데 4페이지에 보면 총점 기준으로는 보통, 미흡, 매우미흡이 다 들어 있습니다.

○ **신종철 편성평가정책과장**

- 예. 저희가 보도자료를 통해서 공개하게 되고, 보도자료 공개할 때 우수와...

○ **최성준 위원장**

- 이 안전 자료는 공개 안 하는 것입니까?

○ **신종철 편성평가정책과장**

- 안전은 개별적으로 확인할 수 있겠지만 저희가 대외적으로 공표할 때는 보도자료를 통해서만 하고 있습니다.

○ **최성준 위원장**

- 여기 보통, 미흡, 매우미흡이 대외적으로 확인되는 것은 공개하는 것과는 서로 상치되는 것 아닙니까?

○ **신종철 편성평가정책과장**

- 확인한다면 확인할 수 있겠지만 저희들은 이 결과를 개별적으로 업체에 통보해 주고 공식적으로는 보도자료를 통해서 매우우수와 우수만 발표하고 있습니다.

○ **최성준 위원장**

- 안전에 들어있기에 혹시 걱정이 되어서 드리는 말씀입니다. 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ **고삼석 상임위원**

- 한 가지만 언급하겠습니다. 이기주 위원님께서 위원장을 맡으셔서 여러 가지 어려운 여건에서 매년 좋은 결과를 이렇게 내놓는 것 같습니다.

○ 이기주 상임위원

- 감사합니다.

○ 고삼석 상임위원

- 한 가지만 지적을 하면 우리가 매우우수와 우수만 공표하고 미흡, 보통, 매우미흡은 공표하지 않고 개별 사업자에게 통보하는데, 여기를 보니까 미흡의 가그룹을 보면 공개하지 않기로 했기 때문에 제가 사업자를 특정하지는 않겠습니다만 유료방송의 대형 플랫폼 사업자 계열PP들이 두 군데 들어가 있습니다. 그리고 그중의 한 사업자 같은 경우는 나름 콘텐츠산업 발전에 기여하기 위해서 이런 PP를 운영한다는 명분을 내세우고 있는 것으로 알고 있습니다. 그렇기 때문에 사무처에서는 당연히 중립적인 입장에서 '미흡하게 나왔습니다' 이렇게 의견을 전달할 수도 있습니다만 제가 보기에는 이 결과를 활용해서 점검이 필요한 것 같습니다. 제가 이것을 보고 이해가 안 됩니다. 대형 플랫폼사업자 두 군데가 미흡에 들어가 있습니다. 그 계열PP들이 전부 여기에 들어가 있지 않습니까? 그냥 단순히 통보할 것이 아니라 점검이 필요하지 않나 싶습니다. 방송의 품질을 제고시킨다는 측면에서 보면 이러한 콘텐츠 평가결과를 여러 가지 좋은 측면으로 활용할 필요가 있는 것 같습니다.

○ 최성준 위원장

- 또 다른 의견 더 없으십니까? (……) 그러면 지금 위원님들이 주신 의견을 고려해서 점검할 부분은 점검하고, 또 저희가 개선을 찾아볼 수 있는 내용들은 찾아보시기 바랍니다. 이 안건은 원안대로 접수하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 접수하겠습니다.

**라. 2016년도 방송매체이용행태조사 결과에 관한 사항**

○ 최성준 위원장

- <보고사항 라> '2016년도 방송매체이용행태조사 결과에 관한 사항'에 대하여 배중섭 방송기반국장님 보고해 주십시오.

○ 배중섭 방송기반국장

- 보고드리겠습니다. 먼저 보고 사유입니다. 본 방송매체이용행태조사는 방송매체에 대한 이용자 인식과 시청행태의 변화를 정기적으로 분석하여 이용자 정책 수립 등에 효율적으로 활용하기 위함입니다. 추진 경과는 생략하겠습니다. <3> 조사 개요 중 조사대상은 전국 4,366 가구, 13세 이상 가구원 7,385명으로 가구방문 면접조사로 이루어졌습니다. 다음 페이지입니다. 2016년 조사 결과 나타난 주요 트렌드입니다. 먼저 디지털TV 가구 보유율이 증가하고 스마트폰의 보급이 지속적으로 확대되고 있습니다. 다음 일상생활에서 가장 중요한 필수매체로 스마트폰을 선택한 비율이 작년보다 큰 폭으로 TV를 넘어섰으며, 재난 시에 가장 의존하는 매체로 TV보다 스마트폰을 선택하는 것으로 나타났습니다. 그리고 지상파 TV 프로그램 시청은 주로 TV 수상기를 이용하는 것으로 나타났습니다. TV 수상기를 이용한 실시간 시청이 다른 매체와 대비하여 높고 VOD 시청도 TV 수상기 이용이 높은 것으로 나타났습니다. 다음 페이지입니다. <5>번 분야별 주요 조사 결과는 상세내용은 안건 내용을 참조하

여 주시기 바랍니다. 다음은 11페이지입니다. 오늘 위원회 보고 이후에 모두 400부를 발간해서 국회 등에 배포하고 공공데이터 포털 등에 공개할 예정으로 있습니다. 이상 보고를 마칩니다.

○ **최성준 위원장**

- 수고하셨습니다. 제일 마지막에 보면 '주요 내용은 인포그래픽으로 제공할 예정' 이렇게 되어 있는데 요즘 트렌드는 서술형으로 설명하는 것보다 인포그래픽으로 해서 한 눈에 알아볼 수 있도록 하는 것에 많은 관심들이 있는 것 같습니다. 그래서 이것을 인포그래픽으로 잘 가공을 해서 전체적인 경향을 파악하는데 도움이 될 수 있도록 해 주시기 바랍니다.

○ **배중섭 방송기반국장**

- 그렇게 하겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 보고받은 내용에 대해서 의견 있으면 말씀해 주십시오. 김석진 위원님 말씀하십시오.

○ **김석진 상임위원**

- 제가 간단하게 말씀드리겠습니다. 시간대별 방송프로그램 시청 추이를 보면 그래프에서도 볼 수 있듯이 물론 저녁 시간대가 가장 주시청시간대로 인식이 된다는 것은 주지의 사실입니다. 그런데 여기 매체별로 보면 역시 짐작했던 대로 유료방송의 경우는 오후 1시에서 5시 낮시간대에 지상파보다 더 실시간 시청률이 높게 나오고 있습니다. 이 말은 곧 바꿔 말하면 유료방송의 경우는 가장 비중 있는 시간, 지상파방송보다도 더 경쟁력이 있는 시간이 오후 시간대라는 것입니다. 우리가 각종 제재를, 편성비율 제재를 할 때 주시청시간대만 제재를 하고 있습니다. 그렇지요? 그래서 보도비율이라든가 오락비율 이런 부분들을 보게 되는데 유료방송의 경우는 이런 개념을 바꿔서 유료방송의 매체 경쟁력이 있는 낮 시간대를 주목할 필요가 있다, 그런 필요성이 더 부각이 된다고 봅니다. 그래서 지상파와 똑같은 동일 잣대로 저녁시간만 주시청시간대로 인식을 해서 편성비율을 규제할 것이 아니라 유료방송의 경우는 낮시간대를 주시청시간대로 그렇게 매체별로 달리 적용하는 방법은 없는지, 정식적인 검토가 필요한 시점이라고 강조하고자 합니다. 사무처 국장님 생각은 어떠십니까?

○ **배중섭 방송기반국장**

- 위원님 말씀하신 대로 그 시간대에 종편이 지상파보다 조금 더 높게 나타나는 것은 사실인데 어쨌든 현재 주시청시간대에 상당히 많이 보고 있기 때문에 차이점이 다소 있을 수는 있겠지만 위원님께서 말씀하신 대로 매체별 특성이 반영될 수 있는 것들을 방송평가 등 분야별 제도나 기본계획을 수립할 때 검토해서 하도록 하겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 현재 저희가 주시청시간대의 편성비율과 관련해서는 오락의 경우 이외에는 규제를 하고 있는 것은 없습니다. 다만, 지금 말씀하신 것처럼 평가에 반영한다든지 또는 각 방송의 재허가·재승인 때 그런 것에 대해서 심사를 하는데, 지금 지적하신 내용들이 반영될 수 있도록

이것은 방송기반국뿐만 아니고 방송정책국과 같이 자료를 공유하면서 검토해 주시기 바랍니다.

○ 배중섭 방송기반국장

- 알겠습니다.

○ 최성준 위원장

- 이기주 위원님 말씀하십시오.

○ 이기주 상임위원

- 김 과장님, 방송매체 이용행태라고 했는데 방송매체가 맞습니까, 방송미디어가 맞습니까?

○ 김성규 미디어다양성정책과장

- 통상 방송미디어라는 표현은 제가 알기로는 같이 잘 안 쓰는 것으로 알고 있고, 지적하신 매체라는 표현도 약간 시대 변화에 따라서 개념에 혼선이 있을 수 있습니다.

○ 이기주 상임위원

- 그런데 2008년 10월에 통계청 국가 통계 승인을 받았다고 하는데 거기에 '방송매체'라고 되어 있을 것 같은데 본문에는 계속 미디어 이야기가 나옵니다. 그래서 제가 말씀드립니다. 둘 다 마땅치 않아 보이지만 그것을 매체라고 하면 왠지 옛날에 공보처에 '매체정책국'도 있었지만, 그런데 미디어로 쓰면 아주 광범위해지는데 그것을 '방송미디어'라고 해야 할지, '영상미디어'라고 해야 할지 EU의 시청각 미디어 지침입니까? 하여튼 아주 어려운 것 같은데 저는 매체가 적절해 보이지 않는다는 말씀을 하나 드립니다. 두 번째는 자료의 활용인데 유의미한 내용들이 많이 있지 않습니까? 그래서 보도자료 뿌리고 국회에 보고서 내면 좋은데 문제는 실제로 우리가 활용하는 방법입니다. 저는 지난달에 위원장님도 참석하셨던 방송기반국에서 주관했던 공동제작 컨퍼런스가 시사점이 많다고 생각하는데 위원님들도 그렇고 시간이 혹시 되시면 터키에서 발표한 내용을 우리 사무처 직원들도 한번 꼭 읽어보실 것을 권합니다. 보면 저도 영어 잘 못하지만 그 영어의 수준이나 내용이 아주 잘 정리가 되어 있습니다. 터키의 방송시장 내지 정책제도에 대한 공동제작은 그것의 일부로 포함되어 있고 정리가 아주 잘 되어 있습니다. 그래서 결국에는 우리가 국가 간 협력을 할 때 면담을 할 때 그 터키 정부의 자료를 한번 보고 우리도 그런 것을 정리할 때 참고로 해야 할 것 같다는 생각이 듭니다. 오늘 보고한 매체이용 행태조사 결과에 대한 내용을 위원장님이 말씀하신 대로 누구든지 보기 좋게 짝 요약해서 이것을 곳곳에 활용했으면 좋겠다는 것입니다. 각 국에 공유해서 국제협력팀에서도 한국의 방송에 관해서 누군가가 어디 가서 발표를 하든 대답을 할 때 방송사업자가 어떻게 미래부는 뭐하고 방통위가 뭐하고 이런 이야기하기 전에 예를 들면 오늘 보고한 이 내용을 딱 한두 장으로 요약해서 한국은 이렇다, 이렇게 이야기하면 저는 아주 시사하는 바가 클 것이라고 생각합니다. 그래서 저는 자료 공유의 방법을 마이너한 것이지만 이야기했는데 그런 것을 참고하시면 좋을 것 같습니다.

○ 배중섭 방송기반국장

- 알겠습니다. 오늘 보고한 안전 형태가 아니라 조사결과에 대한 내용과 보고를 간단히 2장 정도 요약해서 저희 내부 업무방의 게시판에도 게시해서 전 직원들이 참조할 수 있도록 하고 함께 그때 터키의 발표내용도 같이 올리도록 하겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ **고삼석 상임위원**

- 조사하느라고 수고하셨습니다. 오늘 보고 때문에 멀리 KISDI에서 정 박사님 오신 것 같은데, 조금 전에 이기주 위원님께서 용어와 관련해서 말씀하셨지 않습니까? 사실 학술적으로 보면 그냥 방송매체라기보다도 지금 우리 조사한 내용으로 보면 미디어가 맞지요. 다만, 그것이 외래어이기 때문에 행정적 용어나 법률적 용어를 쓰는데 또 제약이 있지 않습니까? 조금 전에 이기주 위원님 용어 사용과 관련해서 혹시 의견이 있으시면 간단히 한 말씀해 주시지요.

○ **정용찬 정보통신정책연구원 미디어통계분석그룹장**

- 사전적 정의로 보면 매체라는 것이 미디어를 번역한 단어이지만 실질적으로 그 용어의 정의를 엄밀히 따지면 이기주 위원님께서 하신 말씀이 맞는 것으로 생각합니다. 다만, 저희가 2008년에 통계청 승인을 받을 때에는 제목 자체에 미디어라는 외래어보다는 그것에 상응하는 한글로 '매체'라는 것을 썼고, 그러다 보니까 보고서 안에도 일반적으로는 매체를 기준으로 하는데 통상적으로 다른 의미에서 특히나 신문이나 방송 이런 것을 지칭할 때는 미디어라는 것을 혼용되어서 쓰이기도 합니다. 이번에 지적하신 것을 기회로 해서 저희가 승인과 관련되어 있지만 통계청과 한번 협의를 해 보고 보다 더 적절한 용어로 미디어로 바꾸어도 지금 시점에서는 크게 무리가 없지 않은가라고 생각합니다. 그래서 후속조치를 밟아서 결과를 다시 한 번 알려드리도록 하겠습니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 위원장님과 이기주 위원님께서도 지적을 하셨습니다만 구체적으로 이 보고서 활용과 관련해서 보면 저는 대략 몇 가지가 가능하다고 봅니다. 여기에서 보시면 매체의 보급률이나 이용빈도 이런 것들이 해가 갈수록 현저하게 차이가 납니다. 그렇게 본다면 우리가 규제 체계 정비를 포함해서 매체정책에 어떻게 반영할 지에 대한 고민이 필요한 것 같습니다. 또 매체의 중요도나 이용빈도를 본다면 현재 재난 시에 우리가 국민 안전과 관련된 재난방송을 대단히 중요하게 생각하고 있지 않습니까? 그런데 지금 그것과 관련해서 보면 스마트폰에 앱 말고 자체적으로 라디오 수신 기능이라든가 이런 부분들도 한번 정책적으로 고려해 볼 필요가 있다고 봅니다. 그리고 보면 연령대별로나 아니면 지역별로 보면 매체의 보급과 이용행태가 상당히 큰 차이가 있습니다. 이러한 것들은 우리 소관일 수도 있고 미래부나 행자부의 소관일 수도 있습니다만 정보격차 해소 정책, 그리고 우리가 주무입니다만 미디어 리터러시 정책, 그리고 미디어 리터러시의 컨트롤타워의 문제 이러한 것들도 종합적으로 검토하고 대안을 마련하는데 이 자료가 적극적으로 활용될 수 있으면 좋겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 이기주 위원님!

○ **이기주 상임위원**

- 제가 방송매체와 방송미디어를 검토해 달라고 한 것은 저 혼자 결정할 수 없기 때문이지 저는 확신을 가지고 의견을 이야기한 것입니다. 왜 그러냐 하면 이것이 2008년에 통계청 국가통계 승인을 받은 것이지 않습니까? 지금 전기통신사업법에 나와 있는 전기통신사업서비스, 기간통신서비스, 부가통신서비스 이런 용어들이 과거에는 다 '역무'라고 되어 있습니다. 전기통신역무, 그것을 서비스가 이미 외래어긴 하지만 우리가 보편화된 언어로 바뀌었기 때문에 법제처에 이야기했을 때 법제처의 그 당시 상황이 그것이 외래어이기 때문에 법률용어로 못 쓴다고 했는데 그것이 다 바뀌었습니다. 지금 우리가 스틸 스마트 미디어 시대에 방송매체라는 용어를 쓰는 것은 아주 아웃오브데이트(out-of-date) 되어 있다고 생각하기 때문에 아까 KISDI에서 통계청과 협의하신다고 했는데 통계청이 그것을 이해 못하면 거기가 또 아웃오브데이트(out-of-date)된 것이라고 저는 생각해서, 단지 제가 고민했던 것은 그냥 미디어라고 말을 하면 아주 광범위해지고 또 부처 간에 막 이렇게 되기 때문에 그것을 방송미디어라고 해야 할지, 동영상 미디어라고 해야 할지 영상 미디어라고 해야 할지 그것을 제가 고민했었는데 저는 우리가 현행법상에서 가장 광의의 개념으로 하는 것이 차라리 낫지 않을까 이렇게 생각했는데, 저는 어쨌든 매체라는 말이 적절하지 못하다는 것을 강력하게 이야기하고 싶습니다.

○ **배중섭 방송기반국장**

- 알겠습니다.

○ **최성준 위원장**

- 지금 위원님들 다 비슷한 의견이신 것 같은데 그런 부분을 저희가 나름대로 논의해서 확정을 지은 다음에 통계청과 협의를 해서 빠른 시일 내에 변경될 수 있도록 해 주시기 바랍니다. 부위원장님 말씀하십시오.

○ **김재홍 부위원장**

- 상당히 유용한 조사자료인데 특이한 것은 매체 중요도 평가 인식에서는 스마트폰이 TV보다 훨씬 높는데 이용량은 TV이용이 스마트폰보다 2배 이상 앞서고 더 많습니다. 드라마, 뉴스, 예능 장시간 시청하는 것이 TV여서 그런 모양이지요? 스마트폰은 정보검색, 통화인데 절반도 안 됩니다. 특이한 점입니다.

○ **배중섭 방송기반국장**

- 그런 것 같습니다. 실제 이용시간도 TV가 더 많습니다. 아무튼 드라마나 이런 것들이 길기 때문에 그런 것 같습니다.

○ **김재홍 부위원장**

- 이용시간이 훨씬 많고, 또 하나 스마트폰 보급률이 83%라는 것은 여기에 폴더폰이 포함 안

된 것입니까? 스마트폰만 조사해서 그렇습니까? 13세 이상이면….

○ 배중섭 방송기반국장

- 그렇습니다.

○ 김재홍 부위원장

- 휴대폰 전체가 아십니까?

○ 최성준 위원장

- 휴대폰 전체는 여기 보면 96.6%입니다.

○ 김재홍 부위원장

- 스마트폰이 그렇다는 것이지요?

○ 최성준 위원장

- 스마트폰이 83.3%입니다.

○ 배중섭 방송기반국장

- 그다음에 스마트폰 보급률에서도 이것이 가정의 개인을 중심으로 했기 때문에 법인폰은 빠져 있습니다. 예전에 한번 논의하셨던 것으로 아는데 미래부에서 발표하는 전체 휴대폰 보급률과는 차이가 있습니다.

○ 최성준 위원장

- 스마트폰 보급률이 83.3%가 국제적으로 봤을 때 아주 높은 수치인 것 같습니다. 물론 보급률이 더 높은 나라들도 있는데 도시 국가나 인구가 몇 백만밖에 안 되는 그런 국가들이기 때문에 인구가 1,000만명대로 가는 국가로서는 최고 높은 것이 아닌가 그렇게 알고 있습니다. 더 이상 의견이 없으시면 이 안건은 원안대로 접수하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 접수하겠습니다.

## 8. 기 타

○ 최성준 위원장

- 오늘 상정된 안건 처리는 이것으로 마치겠습니다. 다른 논의사항 있으십니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 그러면 다음 회의는 12월 26일 월요일 오후 2시에 개최하도록 하겠습니다. 수고하셨습니다.

## 9. 폐 회

○ 최성준 위원장

- 이상으로 2016년 제71차 방송통신위원회 회의를 마치겠습니다.

(의사봉 3타)

【 11시 47분 폐회 】