

## 방송통신위원회 속기록

회의명 : 제31차 방송통신위원회 회의

회의일시 : 2020. 5. 27.(수) 10:00

장 소 : 방송통신위원회 4층 회의실

참석위원 : 한상혁 위 원 장  
표철수 부위원장  
허 욱 상임위원  
김창룡 상임위원  
안형환 상임위원 (5인)

불참위원 : 없 음

---

# 제31차 방송통신위원회 회의 속기록

---

【 10시 00분 개회 】

## 1. 성원보고

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

## 2. 국기에 대한 경례

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

## 3. 개회선언

- 한상혁 위원장
  - 2020년도 제31차 방송통신위원회 회의를 개의하겠습니다.

(의사봉 3타)

## 4. 전차 회의록 확인

- 한상혁 위원장
  - 제28차 및 제29차 회의의 회의록과 속기록을 확인하고 접수하도록 하겠습니다. 제출된 회의록과 속기록에 이의 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 그럼, 동의하신 대로 접수하도록 하겠습니다.

### 4-1. 서면회의 결과 확인

○ 한상혁 위원장

- 그리고 제27차 및 제30차 서면회의 결과 제의된 의결안건 5건이 원안대로 의결되었습니다. 자세한 내용은 회의록을 참고해 주시기 바라며, 제출된 회의록에 이의가 없으시면 접수하도록 하겠습니다. 위원님들, 이의 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 접수하겠습니다.

**5. 회의공개 여부 결정**

○ 한상혁 위원장

- 오늘 회의에는 의결안건 4건이 상정되었습니다. 이 안건을 공개로 심의하는데 위원님들, 이의 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 그럼, 오늘 회의는 공개로 진행하겠습니다.

안건 심의에 들어가겠습니다.

**6. 의결사항**

**가. 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 금지행위 위반에 대한 시정조치에 관한 건 (2020-31-137)**

○ 한상혁 위원장

- 먼저 <의결안건 가> “ 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 금지행위 위반에 대한 시정조치에 관한 건”에 대해 심의를 진행하겠습니다. 참고로, 본 안건은 사업자의 의견진술이 예정되어 있습니다. 효율적인 회의 진행을 위해 안건 내용 중 사실 관계에 해당하는 사항을 먼저 보고해 주시기 바랍니다. 방송시장조사과장님 보고해 주십시오.

○ 임필교 방송시장조사과장

- 보고드리겠습니다. 첫 번째, 의결주문입니다. ‘한국방송광고진흥공사의 방송광고판매대행 등에 관한 법률 위반행위에 대한 시정조치(안)를 아래와 같이 의결한다’입니다. 제안이유입니다. 한국방송광고진흥공사가 특정 방송사업자 또는 광고대행자(이하 ‘광고회사’)에 대하여 거래조건을 현저하게 유리하거나 불리하게 하는 행위에 대한 시정조치(안)를 심의·의결하기 위함입니다. 주요경과입니다. 작년 11월에 사실조사를 통지하고 조사를 실시하였습니다. 다음 페이지입니다. 피심인은 미디어랩법 제20조에 따라 KBS·MBC에 청약된 방송광고를 지역·중소지상파방송사업자와 결합판매할 의무가 있습니다. 피심인은 수년간 영업적자를 기록하고 있습니다. 다음 페이지입니다. 조사대상 기간입니다. 2015년부터 2018년까지 4년간으로 결정하였습니다. 조사결과입니다. 첫 번째, 결합판매 최소 지원규모 초과 금액 차별 지원 부분입니다. 피심인은 2015년도의 경인방송, 2017년도에 원음방송과 경인방송의 결합판매 최소 지원규모 초과 금액을 타 중소방송사보다 유리하게 차별하여 지원하였습니다. 결합판매 초과 지원 금액은 4억 9,400만원입니다. 다음 페이지입니다. ‘15년도의 결합판매 최소 지원규모 초과 지원 금액 6,300만원 중 경인방송에 6,100만원을 지원하고 기독교방송에 100만원, 극동

방송에 100만원을 지원하였습니다. 불교방송, 가톨릭평화방송 등 8개 중소방송사는 추가 지원하지 않았습니다. '17년도 결합판매 초과 지원 금액 4억 3,100만원 중 경인방송에 2억 5,800만원, 원음방송에 1억 6,500만원을 지원하였습니다. 불교방송·극동방송에 각 200만원, 기독교방송·가톨릭평화방송·경기방송·와이티엔라디오에 각 100만원 지원하였습니다. 다음 페이지입니다. 초과 금액 발생 경위를 조사한 결과 피심인은 '15년 11월 경인방송의 결합판매 최소 지원규모를 4,927만원 초과 달성했음에도 불구하고 12월에 추가로 또 지원하였습니다. '17년도 10월에 경인방송과 원음방송이 초과달성했음에도 불구하고 11월과 12월에 계속하여 지원하였습니다. 다음 페이지입니다. 기 방송된 광고의 청약을 보너스로 전환하여 요금 면제한 부분입니다. 광고회사는 방송종료 후 방송광고에 대한 광고료를 납부해야 하고 피심인은 이를 수금해야 합니다. 또한, 광고회사(광고주)의 귀책사유로 방송광고의 일부 또는 전부가 방송된 경우에는 광고요금은 광고회사가 부담해야 합니다. 피심인은 조사 대상기간 동안 청약 실적이 있는 약 450여개의 광고회사 중 74개 광고회사의 청약 11억 7,179만원을 수금하지 않고 보너스 광고로 전환하여 면제하였습니다. 같은 기간 광고요금을 면제한 금액은 중소방송사의 청약 2,087억원 대비 약 0.6%입니다. 제일기획이 2억 7,221만원, 에이치에스애드 2억 3,134만원, 이노션 1억 5,142만원 등 13개 광고회사가 전체 82.3%인 9억 6,421만원을 면제받았습니다. 다음 페이지입니다. 연도별 중소방송사 청약 대비 요금면제 비율입니다. '15년도 제일기획은 청약실적이 11.2%였는데 요금면제는 1.7%를 받았습니다. 에이치에스애드는 청약실적이 9.5%인데 요금면제는 31.4%를 받았습니다. '17년도 에이치에스애드는 청약실적이 6.9%인데 요금면제는 26.7%를 받았습니다. '18년도 제일기획은 청약실적이 14.9%인데 요금면제는 43% 받았습니다. 즉, 청약 대비 요금면제비율이 일정하지 않았습니다. '15년~'18년 주요 광고회사의 중소방송사 광고 청약 대비 요금면제 비율은 제일기획은 광고 청약 13.5%이며, 요금면제는 23.2%, 에이치에스애드는 광고 청약 7.1%이며, 요금면제는 19.7%였습니다. 이노션은 광고 청약 7.1%이며, 요금면제는 12.9%였습니다. 그 결과, 기독교방송 3억 7,310만원, 가톨릭평화방송 1억 4,933만원, 경인방송은 1억 4,864만원 등 중소방송사의 광고판매 매출에 손실이 발생하였습니다. 다음 10페이지입니다. 기타 부분입니다. 금지행위 위반이라고 판단하지는 않았지만 공정한 방송광고 거래질서를 확립하기 위해 제도개선이 필요한 사항을 확인하였습니다. 비결합판매 부분입니다. 방통위 고시상 결합판매와 비결합판매를 분리하여 운영하여야 하는데 그렇게 운영되지 않고 있었습니다. 그리고 업무처리 질차가 있지 않았습니다. 그래서 이것에 대한 개선이 필요하다고 판단하였습니다. 다음 페이지입니다. 보너스광고 집행 부적정입니다. 피심인은 광고회사에게 방송광고 판매방식별로 100~200%, 혁신형 중소기업의 경우 250% 이내의 보너스 광고가 가능합니다. 그렇지만 특정 광고회사(광고주)가 보너스 광고 기준을 초과하여 과도하게 지원받은 바를 확인하였습니다. 다음 페이지입니다. 세 번째, 선보너스 집행 후 청약 부분은 규정이 없는데도 불구하고 운영하고 있었습니다. 다음으로 청약 없는 보너스 광고입니다. 45개 광고회사에게 청약이 없었음에도 약 2억원의 보너스 광고를 제공하고 있었습니다. 다음 페이지입니다. 청약, 보너스광고 교차판매입니다. 기독교방송 9,000만원, 불교방송 5,300만원의 광고청약을 보너스 광고로 변경하고, 동 건을 가톨릭평화방송·원음방송·광고영어방송재단으로 청약하였습니다. 판매기준 현행화입니다. 장기 청약을 유도하기 위한 '업프론트' 판매기간을 약관의 6개월과 다르게 3개월로 운영하고 있어 개선이 필요합니다. 결합/비결합 구분 기준입니다. '방송광고 결합판매 지원고시' 제7조에 따라 결합/비결합판매를 구분하는 기준 마련이 필요합니다. KOBAnet 개선

부분입니다. 중소방송사가 결합/비결합을 구분하여 확인할 수 있도록 개선이 필요합니다. 청약을 중지·변경하거나 보너스 광고를 집행하는 경우 책임자의 결재와 명확한 사유 기재가 필요합니다. 우선 보고를 마치겠습니다.

○ **한상혁 위원장**

- 위원님들께서 확인하실 사항이나 다른 말씀이 없으시면 오늘 의견진술을 요청한 피심인 사업자 측 관계자 의견을 청취하도록 하겠습니다. 괜찮으시겠습니까? (“예” 하는 위원 있음) 장내를 정돈하여 주시기 바랍니다.

**(장내 정돈)**

**(피심인 관계자 입장)**

○ **한상혁 위원장**

- 지금부터 한국방송광고진흥공사의 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 위반에 대한 행정처분에 앞서 당사자 의견진술 절차를 시작하겠습니다. 오시느라고 수고 많으셨습니다. 방송통신위원회는 한국방송광고진흥공사의 방송광고 결합판매와 관련하여 중소지상파방송사 현장 점검을 실시하였고, 점검 결과 금지행위 위반 소지가 있음을 인지하였습니다. 이에 따라, 1월 20일부터 2월 21일까지 현장조사를 실시하였습니다. 오늘 이 자리는 해당 행정처분의 실시에 앞서 행정처분 당사자인 ‘한국방송광고진흥공사’ 측으로부터 직접 의견을 듣기 위해 마련되었습니다. 먼저, 참석자를 확인하겠습니다. 한국방송광고진흥공사의 오지현 본부장님 나오셨습니까?

○ **오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장**

- 예, 참석하였습니다.

○ **한상혁 위원장**

- 윤영태 전문위원님 나오셨습니까?

○ **윤영태 한국방송광고진흥공사 전문위원**

- 예.

○ **한상혁 위원장**

- 의견진술에 앞서 유의사항을 말씀드리겠습니다. 오늘 의견진술을 위한 자리는 모두에 말씀드린 것처럼 해당 행정처분의 실시에 앞서 행정처분 당사자인 한국방송광고진흥공사의 법위반 사유에 대한 소명을 듣고 향후 계획 등을 직접 확인하기 위해 마련되었습니다. 모쪼록 성실하고 진정성 있는 자세로 답변을 해 주시기 바랍니다. 그럼 먼저, 한국방송광고진흥공사 오지현 본부장님께서 이번 과징금 부과 사안과 관련해 3분 정도의 모두 발언을 하신 후에 위원님들의 질의가 있겠습니다. 오지현 본부장님 발언해 주시기 바랍니다.

○ **오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장**

- 먼저 방송통신위원회 한상혁 위원장님을 비롯한 상임위원 여러분들께 금번 사실조사 시정조치(안)와 관련해서 코바코의 영업을 책임지고 있는 영업본부장으로서 일부 업무처리 관리가 미흡했다는 점에 대해서 송구하다는 말씀과 함께 의견진술 기회를 주신 점에 대해 감사의 말씀을 드리겠습니다. 코바코는 금번 조사 과정을 통해서 방송사의 안정적 재원조달을 우선순위에 두고 행해졌던 방송광고 판매 활동 전반에 대해 다시 한번 살펴보고 아울러 법에 명기된 코바코의 역할과 임무에 대해 재차 생각할 수 있는 계기로 삼고 있습니다. 금번 시정조치(안)에 대한 저희 코바코 의견을 간략히 말씀드리겠습니다. 먼저 2017년 일부 중소방송사의 결합판매 최소 지원규모가 타사 대비 상대적으로 초과한 사항입니다. 당시 2017년 9월부터 KBS·MBC 양대 공영방송사가 사상 초유의 파업을 했습니다. 그로 인해 광고매출이 급락하는 등 결합판매액의 기준이 되는 연간 광고판매액을 가늠하기 매우 어려운 시기였습니다. 이러한 상황에서 해당 중소방송사의 결합판매의 주 매체가 되는 KBS가 MBC보다는 상대적으로 양호한 영업환경을 보임에 따라서 해당 중소방송사의 결합판매액이 타 중소방송사보다 높게 나타나는 결과가 초래되었습니다. 동 건과 관련하여 2012년 법 시행 이후 코바코에서는 결합판매 최소 지원규모 이행 임무를 100% 성실히 수행해 왔고, 2017년도 그 해당 연도는 이러한 사례가 발생했지만 그 유사한 부분이 그 이외에는 발생하지 않았다는 점도 참작하여 주시기를 간곡히 요청드립니다. 다음으로 중소방송사의 일부 방송광고 실 청약을 보너스 광고로 전환한 건에 대해서는 지속적으로 하락하고 있는 방송광고시장 내에서 광고주의 광고비를 유치하기 위한 유료방송 등과의 보너스 방송에 대한 출혈경쟁에 따른 불가피한 업계의 관행이었다 하더라도 일부 업무처리에 부족했다는 점을 말씀드립니다. 다만, 광고회사(광고주)의 월 중 광고예산 조정 등 요청사항을 수용할 수밖에 없었던 현실적인 문제가 있었고, 또 이 모든 것은 방송사와 협의를 통해 시행하였다는 점을 참작하여 주시기 바랍니다. 코바코는 금번 시정조치와 관련하여 현 상황을 엄중하게 받아들이고 있습니다. 전반적인 영업 시스템의 개선을 통해 향후 미흡한 사례가 발생하지 않도록 철저한 관련 업무를 수행토록 하겠습니다. 구체적으로 11개 중소방송사 전체와 동 건을 공유하고 사안별로 방송사, 광고회사 3각의 협의체를 구성하여 개선방안을 도출하고 그 결과를 빠른 시일 내에 보고드리겠습니다. 아울러 내부적으로는 영업사원에 대한 교육 강화와 방송광고 관련 제규정의 정비 등 시정조치(안)에 대한 개선조치를 조속한 시일 내에 완료하겠습니다. 본 건과 관련하여 위원장님과 위원님들의 고견과 질책을 부탁드립니다.

○ **한상혁 위원장**

- 수고하셨습니다. 위원님들께서 의견진술에 참석하신 분들께 질문하실 사항 있으시면 질문해 주십시오.

○ **표철수 부위원장**

- 제가 먼저 하겠습니다.

○ **한상혁 위원장**

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ 표철수 부위원장

- 지난번 의견청취 과정에서 결합판매와 관련하여 원음방송, 경인방송에 초과분이 많이 집행된 것이 결국은 결합판매와 비결합판매를 다 합해서 비율을 맞추기 위한 것이라고 말씀하셨는데, 결합판매와 비결합판매 전체가 포함된 자료를 달라고 해서 자료를 받아보니까 안건에 적시된 원음방송과 경인방송의 경우 다른 중소방송사와는 달리 2016년에 비해 2017년도에 점유율이 상대적으로 상당히 올라갔습니다. 다른 중소방송사는 다 떨어졌습니다. 그래서 결과적으로 결합판매 초과금액을 별도로 많이 집행한 것이다, 이렇게 결론이 나오는데 여기에 대해서 따로 하실 말씀 있으십니까?

○ 오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장

- 총괄금액, 방송사별 광고총매출액 기준으로 그때 말씀드렸던 사안들은 당시의 결합판매 초과가 발생한 그런 부분들이 방송사에서는 결합판매 말고도 매년 일정 수준의 목표를 가지고 그것을 판매해야 하는데 그 외의 판매 부분과 합산해서 보면 크게 영향을 주지 않았다는 취지로 말씀드렸습니다. 그리고 '17년도에는 그런 경우로 인해서 일정 부분 점유율이 상승했었다 하더라도 그다음 연도 '18년도에 보면 또 전년 대비 실적이 다른 평균치보다 많이 떨어져 있습니다, 해당 경인방송 같은 경우. 그래서 그런 부분에 대한 흐름이 어떤 의도되어 있는 부분들이 아니라는 차원에서 말씀드린 것입니다.

○ 표철수 부위원장

- 그런데 설명을 듣더라도 자료를 보면 다른 기독교방송, 가톨릭평화방송, 경기방송 2016년에 비하면 점유율이 다 떨어졌습니다. 유독 원음방송은 2016년도 점유율이 6.4%에서 7.1%로 0.7%p 많이 올라갔습니다. 그다음에 경인방송도 0.2%p로 이것도 상대적으로 올라가 있고, 자료에서 보면 결합판매/비결합판매를 포함하더라도 이렇게 된다는 것입니다. 결국은 결합판매의 경우 초과분을 특정회사 두 회사에 더 많이 집행한 것이 자료에서도 나타난다는 것입니다. 설명을 그렇게 주셔도 2018년도에 다시 줄어들었다는 것은 다른 작은 방송사들도 모두 줄어들었기 때문에 그것은 설명이 안 된다는 것입니다. 이 부분은 제가 아무리 본부장님의 설명을 가지고 이해하려고 해도 이해가 안 된다는 것입니다. 그래서 이 부분은 잘못 집행이 되었다, 이런 식으로 임의집행이 되었다는 것은 인정해야 할 것 같습니다.

○ 오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장

- 결합판매가 '17년도 당시에 2개사가 타사 대비 초과분이 과다하게 많았다는 부분은 사실인 것으로 되어 있지만, 제가 말씀드렸던 부분들은 그것이 현저하게 차이를 줄 수 있게 전체 매출에는 영향을 주지 않았다, 그래서 말씀드렸던 부분입니다. 그래서 위원님께서 보시면 저희가 제출한 기관 의견서 7페이지에 방송사별 총 방송광고 매출 현황표가 있습니다. 그래서 퍼센티지를 전년도 대비 증감을 '18년도를 말씀드렸던 부분이 그것입니다. 그래서 거기에 보시면 저희 1분기의 중소라디오의 평균 전년 대비 감소율이 15.9%인데 경인방송의 경우는 17.9%라는 것입니다. 그래서 전년 대비 실적이 평균보다 더 떨어져 있다, '17년도 그 해는 점유율이 올라갈 수 있었겠지만 또 '18년도에는 그만큼 전년 대비 많이 떨어짐으로 인해서 점유율도 하락한다, 그런 연관성을 갖기는 어렵다는 말씀을 드리는 것입니다.

○ **표철수 부위원장**

- 그런데 비율이 떨어진 것으로 치면 점유율이 극동방송 같은 경우 4.7%에서 2018년도에 4.1%로 떨어집니다. 다른 방송들은 더 많이 떨어집니다. 원음방송이나 경인방송보다도 많이 떨어지는 방송이 많은데 이것이 떨어졌기 때문에 그나마 그 이후 조정해서 합리적으로 집행되었다는 설명도 이해가 안 된다는 것이지요. 왜냐하면 점유율 비율이라는 것이 대중 흐름이 일종의 트렌드가 맞아야 하는데 이렇게 차이가 많이 난다는 것입니다. 그래서 일정 부분 임의집행을 해서 격차가 나는 부분에 대해서 문제를 삼는 것입니다. 2018년도에 떨어졌다는 것은 전반적인 추세이고, 또 떨어진 비율이 결합판매에서 차등 집행되었던 원음방송이나 경인방송에 비해 극동방송 등 이런 쪽은 2018년도에 훨씬 더 많이 떨어져 있기 때문에 본부장의 그 설명도 이해가 안 된다는 것입니다.

○ **오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장**

- 극동방송은 저희가 가지고 있는 판매대행하고 있는 매체 중에서 선교방송의 성격이 매우 강한 매체입니다. 그래서 시장에서도 광고주 선호도 측면에서는 거의 어려운 매체이기 때문에 이 부분은 그렇게 자연스럽게 반영되었다고 이해해 주시면 될 것 같습니다. 다만, '17년도 상황이 초과분이 과다하게 발생한 부분에 대해서는 분명한 사실입니다만 그것이 현저한 차별을 주고 있지 않다는 측면에서 말씀드렸던 것이고, 분명히 업무처리에는 미흡한 부분이 있었다고 생각합니다. 다만, 저희가 의도하지 않았던 부분인 것이고, 결과적으로 결합판매라는 것이 연중을 결합판매 추정치를 가지고서 판매를 하고 있는 상황이기 때문에 매우 조절하기 어려웠다는 부분을 말씀드린 것입니다.

○ **안형환 상임위원**

- 지난번 간담회 때 제 질문에도 그런 식으로 대답했던 것 같습니다. 결합판매 실적은 연말이 되어서 알 수 있었기 때문에 중간에 알 수 없어서 이런 결과가 본의 아니게 또 예상치 않게 나타났다고 했는데 결합판매와 관련해서 지원 현황을 매일 또는 매달 회의를 통해 점검하고 있지 않습니까? 그때도 제가 이런 질문드렸었는데 정확한 대답을 이해 못 했습니다. 결합판매는 코바코의 아주 중요한 업무 중 하나인데 그러면 매달, 매일 체크할 것 같은데 그때 말씀은 “연말이 되어서야 종합적으로 판단할 수 있기 때문에 중간에 알 수 없어서 그런 식의 숫자적인 이런 오류가 생겼다”고 했는데 한 번 설명해 주십시오.

○ **오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장**

- 알 수 없다는 표현보다는 결합판매의 기준이 되는 금액이 총 매출액입니다. 총 매출은 연간 계정으로 따졌을 때 점유율을 가지고 판매를 하는 것인데 그것은 12월에 마감이 끝나고 연간에 모든 것이 확정될 때 해야지만 정확한 숫자가 나온다는 뜻에서 말씀드렸던 것입니다. 그리고 매달 판매를 하는 시점에서는 연간 매출액에 대한 부분도 추정할 뿐이라는 것을 말씀드렸던 것입니다. 그런데 평년 연에는 그런 부분들이 거의 문제가 생기지 않는데 '17년도에는 9월부터 KBS, MBC가 파업을 함으로 인해 그 매출이 급격하게 줄어들었던 상황인 것이고, 줄어들면 그간에는 평상시로 갔을 법한 그런 추정치에 의해서 결합판매를 판매해 오다가 총 판매액이 줄어드니까 거꾸로 초과분이 발생하는 여지가 발생한 것이지요. 그런데 문제는 그렇다고 해서 저희가 결합판매를 소홀히 할 수 없는 부분이 사업이 언제 끝날지 모르는



상황입니다. 그래서 9월에 시작됐지만 바로 또 종료될 수도 있고 10월에는 다시 회복이 될 수도 있고, 그러면 다시 또 모수가 커지고 이런 변동성이 있어서 그것에 대한 예측이 어렵다는 말씀을 드렸던 것입니다.

○ 안형환 상임위원

- 연초 판매비율에 대한 계획이 있을 것 아닙니까?

○ 오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장

- 예.

○ 안형환 상임위원

- 그리고 또 하나는 KBS가 파업을 한두 번 한 것도 아니고, 파업의 선례도 있는데 그런 경우에 대처하는 상황 대응 계획들이 없습니까? 지금 말씀을 들으면 '우리는 어쩔 수 없이 당할 수밖에 없었다' 이렇게밖에 해석이 안 되는데 코바코가 생긴지 1, 2년도 아니고 오랫동안 활동해 왔고, 또 제가 보기도 KBS의 파업은 한두 번 했던 것도 아닌데 '이렇게 당했다, 그렇기 때문에 어쩔 수 없었다'라는 대답은 너무 안이한 대답이 아닌가 싶습니다.

○ 오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장

- '17년도 상황을 말씀드리면 파업은 물론 그 전에도 있었지만 지상파가 시장에서 우위를 점하던 그러한 때의 파업은 영향을 어느 정도 줄 수 있었지만 그것이 크게 영업하는 행위에 있어서 많은 어려움을 주는 상황은 아니었다고 판단합니다. 다만, '17년도는 이미 직전인 '16년도에 지상파가 우리나라 총 광고매출에서 차지하는 비중이 15%입니다. 그런데 저희가 신공사 출범할 당시 '12년도 지상파의 점유율이 25%인데 그 5년 사이에 이미 10%가 감소한 부분이고, 또 '16년도에는 감소뿐만 아니라 경쟁에 있는 부분들, 온라인이나 인터넷광고뿐만 아니라 케이블 유료방송에 종편까지 합한 금액조차도 지상파를 이미 뛰어넘은 수준이 되었습니다. 이미 '16년도부터도 지상파의 경쟁력은 이미 많이 악화가 된 상황이었고, 그것이 '17년이 되어서 파업이 되다 보니까 더욱더 그런 부분에서 시장에서 열위한 상황이 되었다는 환경도 같이 겹쳐서 말씀드리겠습니다.

○ 안형환 상임위원

- 그런데 상황 이야기를 자꾸 하시는데 지상파의 광고시장에서의 영역이라고 할까요, 포선이 줄어들 것이라는 것은 매체 환경이 워낙 급변하고 있기 때문에 아마추어들도 다 알 수 있는 상황 아니겠습니까? 그런 것이 닦쳤기 때문에 게다가 파업까지 했기 때문에 대응을 못 했다고 하는 것은 코바코는 당연히 그런 예측을 해야 하는 것 아니겠습니까? 지상파의 광고시장이 줄어든다는 것에 대해서, 종합적인 예측을 하고 거기에 대응플랜을 가지고 있어야 하는데, 그렇지 않고 당했다고 설명하고 계신 것 같습니다. 물론 저도 이 건에 대해서 어떤 특정 직원이 개인적인 이익을 위해 했다고 생각하지 않습니다. 그러나 전체적으로 나타난 것을 본다면 코바코가 과연 거대한 업무를 할 수 있을 정도의 예측능력과 그에 대한 대응능력을 가지고 있는지를 의심케 하는 이야기를 계속하고 있는 것입니다. 그렇기 때문에 우려가 되어서 말씀드리는 것입니다.

○ **한상혁 위원장**

- 다른 분 의견 주시기 바랍니다. 김창룡 위원님 말씀하십시오.

○ **김창룡 상임위원**

- 다른 이야기를 하려고 합니다. 이미 방송된 광고청약을 보너스로 전환해 주는 부분에 있어서 우리 사무처 조사결과를 보면 특정 광고대행사의 정당한 사유 없이 혜택을 준 것으로 판단이 되는데, 어떤 기준으로 이렇게 했는지 추가 해명을 해 주시고, 아울러서 코바코 내에서 이에 대한 개선책을 어떻게 지금 구체적으로 아니더라도 어떤 방향을 잡고 있는지 그것까지 같이 이야기해 주십시오.

○ **오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장**

- 일단 실 청약을 보너스로 전환한 부분은 광고회사 단위로 이루어지는 부분은 아니고, 광고 청약 자체가 광고주별로 발생하고 있고, 또한 실 청약을 보너스로 전환한 건도 광고주별로 이루어지고 있는 사안입니다. 예시로 들었던 13개 광고회사 같은 경우에는 대형 광고회사이고 그만큼 광고주들도 많고 규모가 크다 보니 저희 중소방송사에 기여하고 있는 부분도 가장 크다고 볼 수 있습니다. 그래서 그런 측면에서 이루어진 행위입니다. 그다음에 기준이라면 따로 기준을 마련하고 있지 못한데 당시의 영업상황에서 광고주의 요청 부분들을 일정 부분 수용한 형태로 이루어진 부분입니다. 문제는 이 건이 어떤 옳은 방법으로 기준을 가지고 설정되어 있지 않다 하더라도 저희 업계에서 경쟁하고 있는 부분들로 쓰이고 있는 판매제도를 저희들로서도 어쩔 수 없이 선택해서 하고 있었던 사안이고, 사전에 이 부분도 시장과 같이 논의해서 개선방안을 찾도록 하겠습니다.

○ **김창룡 상임위원**

- 아직 개선방향이...

○ **오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장**

- 지금 이 부분이 일방적으로 선택해서 할 수 없는 부분이기 때문에 시장에서의 통용되고 있는 부분들을 저희만 예를 들어 전면금지하는 상황들을 하면 그만큼 저희 영업행위에 많은 제약이 발생할 수 있는 여지도 있는 부분이 있습니다. 그런 부분까지 검토해야 하고, 또한 같이 광고회사 의견수렴도 해야 하는 부분들이 남아 있기 때문에 저희가 일방적으로 결정할 수 없어서 앞으로 그렇게 추진하려고 하고 있습니다.

○ **한상혁 위원장**

- 허 욱 위원님 말씀하십시오.

○ **허 욱 상임위원**

- 전체 결합판매에 관련된 실적 관리나 이런 부분들을 연중 추정치로 산정한다는 것은 이해합니다. 왜냐하면 전년도 기준에 의해 결합판매 비율이 9월, 10월쯤에 나오기 때문에 그렇게 추진한다는 것이지요. 그렇다 하더라도 실적관리, 즉 결합판매의 최소 지원비율에 관련된 내용들은 월별로 계속적으로 관리해 오지 않습니까?

○ 오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장

- 추정에 의해서 하고 있습니다.

○ 허 욱 상임위원

- 추정에 의해서라도 어쨌든 비율관리는 계속 하고 있는 것이지요?

○ 오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장

- 예, 그렇습니다.

○ 허 욱 상임위원

- 2015년도나 2016년도 트렌드를 보면 대부분 1, 2, 3분기까지 꾸준히 관리하다가 4분기 들어서 최종적인 고시가 나오면 그에 따라서 비율 조정을 하는 것 같습니다.

○ 오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장

- 맞습니다.

○ 허 욱 상임위원

- 2017년도에 보면 상당폭, 예를 들면 극동방송이나 불교방송 같은 경우 전체 추정되었던 비율에 비해서 모수가 커졌기 때문에 대폭 낮춥니다. 그럼에도 불구하고 원음방송과 경인방송은 그에 미치지 않는, 즉 다른 비율로 임의적으로 차등 조정된 것 같다고 여겨지는데 그 이유는 무엇인지 설명할 수 있겠습니까?

○ 오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장

- 저희가 드릴 수 있는 말씀은 이것이 그때 상황으로 관리하기 어려운 상황들 때문에 결과적으로 그것이 나타난 부분이지, 어떤 의도성이나 임의성을 가지고 일어난 부분은 아니라는 말씀을 드리는 이유가 전체 광고매출액에 미쳤던, 그 해당 방송사에 미쳤던 그런 부분들로 놓고 봐서는 그것이 크게 미치지 않았다는 것을 말씀드리는 것입니다. 저희는 중소방송사에 판매를 할 때 결합판매라는 부분을 우선적으로 판매할 수밖에 없습니다. 시장에 그냥 맡겨 놓으면 그대로 결합판매의 법적 최소 지원규모를 맞출 수 없기 때문에 그러다 보니까 비록 추정에 의한 것이긴 하지만 매달 미달하지 않기 위한 수준으로 계속 결합판매를 우선적으로 판매하고 있는 상황입니다. 그렇게 하다 보니까 평년당에는 그런 부분이 발생하지 않았는데 '17년도에만 유독 그렇게 상황이 발생했다는 점을 말씀드립니다.

○ 허 욱 상임위원

- 그러면 임의적은 아니더라도 '17년도에는 그러한 차등 조정 행위가 있었다는 것은 인정하는 것이지요?

○ 오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장

- 차등 조정하려는 의미가 아니라 결과적으로 그렇게 발생했다는 것을 말씀드리겠습니다.

○ 허 옥 상임위원

- 알겠습니다.

○ 표철수 부위원장

- 제가 다시 말씀드리겠습니다.

○ 한상혁 위원장

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ 표철수 부위원장

- 시간이 많이 흘러서 미안합니다. 그러면 비율로 묻지 않고 이렇게 물어보겠습니다. 2017년도에 결합판매 초과한 지원 금액이 4억 3,100만원입니다. 그런데 4억 3,100만원 가운데 경인방송에 무려 2억 5,800만원을 지원하고, 원음방송에 1억 6,500만원을 지원하고 불교방송, 극동방송에 200만원씩, 기독교방송, 가톨릭평화방송, 경기방송, 와이티엔라디오에 100만원씩 이렇게 지원했습니다. 그러면 초과된 금액 가운데 200만원이나 100만원을 지원하는 방송사와 2억 5,800만원을 지원하는 경인방송 그리고 1억 6,500만원을 더 지원하는 원음방송 어떤 기준에서 이렇게 차이가 나게 지원을 하느냐는 것이지요. 이것 때문에 결국 차등 지원에 문제가 생깁니다. 이것은 아무리 뒤에 비결합판매와 합쳐서 어쩐다 하더라도 결합판매 초과분을 이렇게 불평등하게 지급하는 경우가 이해가 안 된다는 것이지요. 그것을 설명해 보십시오. 차이가 너무 나지 않습니까? 2억 5,800만원을 뚝 떼서 지원해 주는 방송하고 100만원을 지원해 주는 방송하고 너무 차이가 나지 않습니까? 이것을 설명해 달라는 것입니다.

○ 오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장

- 결과적으로 지원금액이 합산된 결과치로 봐서 그렇게 규모가 나타난 부분인데 광고거래가 결합판매 분으로 일정 부분 예산을 저희가 한 군데에 모아놨다가 혼한 표현으로 매체별로 배분하듯이 하는 그런 작업은 이루어질 수 없습니다. 광고주 건별로 판매행위가 이루어지고 그렇게 해서 들어온, 확보된 예산이 각 해당되는 방송사별로 작업이 이루어지고 이런 것이 쌓이고 쌓이면서 발생한 부분인데 저희로서도 그 부분을 결과적으로 나타난 결과이기 때문에 딱히 설명드릴 수 없고, 아무튼 과하게 초과된 부분은 분명히 저도 인정합니다.

○ 표철수 부위원장

- 그래서 이런 부분이 결과적으로 나타났다고 하면 정말 보통 사람들은 이해가 잘 안 됩니다. 그리고 아까 말씀드린 대로 이런 것들이 영향을 미쳐서 결국은 경인방송과 원음방송의 점유율이 다른 방송사들에 비해 높아진 것입니다. 그러니까 이것을 제도적으로 확실히 개선할 수 있는 방안을 코바코가 마련해야 합니다. 그래야 이런 문제가 발생하지 않지요.

○ 오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장

- 당시는 그것이 다는 아닐 수 있겠지만 파업이 아무튼 크게 영향을 미쳤다는 부분을 참작해 주시고, 향후에는 절대 그런 부분이 발생하지 않도록 잘 관리하도록 하겠습니다.

○ **한상혁 위원장**

- 더 질의 없으십니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 수고하셨습니다. 마지막으로 하실 말씀 있으면 하시지요.

○ **오지현 한국방송광고진흥공사 광고영업본부장**

- 저희가 지금 중소방송사의 판매가 코바코에게만 주어져 있어서, 문제는 광고주들이 갈수록 라디오광고를 하지 않는 추세이고, 지금도 절반도 안 되는 수준의 광고를 하고 있는데 라디오 광고 기피율이 계속해서 진행되고 있습니다. 특히 올해는 코로나로 인한 갑작스러운 사태로 인해 광고 기피현상이 더 심화될 것 같아서 저희로서는 아마 사상 초유로 결합판매 의무 비율을 맞추어야 되는데 그것을 맞출 수 있을까 할 정도로 걱정이 되는 것이 현실입니다. 그래서 그런 어려운 현실을 감안해 주십사 하는 부분이고, 그럼에도 불구하고 이번 조사에서 나타난 그리고 시정조치(안)에서 제시하고 있는 그런 지적들에 대해서는 엄중하게 생각하고, 모든 부분들을 내부 TF를 통해 개선해서 조속한 내에 그 부분을 보고드리겠습니다. 다만, 이번 조사가 미디어랩법이 생기고 난 이후 처음으로 실시된 것이었기 때문에 점점이나 계도 차원에서 그런 중심으로 저희를 살펴봐 주시고, 또 법에 명시된 저희 코바코가 그런 역할과 임무를 잘 수행할 수 있도록 많은 선처를 바라겠습니다. 끝까지 들어주셔서 감사합니다.

○ **한상혁 위원장**

- 수고하셨습니다. 이상으로 ‘한국방송광고진흥공사’에 대한 의견청취를 마치겠습니다. 의견 진술인께서는 퇴장해 주시기 바랍니다.

**(피심인 관계자 퇴장)**

이어서 사무처 검토의견을 보고해 주시기 바랍니다.

○ **임필교 방송시장조사과장**

- 보고드리겠습니다. 위법성 판단 부분입니다. 결합판매 최소 지원규모 초과 금액 차별 지원 부분입니다. 광고판매는 결합판매와 비결합판매로 구분되며 중소방송사는 방송광고매출의 약 75.6%를 결합판매에 의존하고 있습니다. '15년, '17년 결합판매 초과 지원 금액 4억 9,400만원의 98%인 4억 8,400만원을 원음방송·경인방송에 지원하고, 기독교방송 등 9개 중소방송사에 1,000만원을 지원하였습니다. 중소방송사에 대한 결합판매 초과 금액 지원 결과는 향후 5년간 지원규모 산정에 영향을 미치므로 경인방송은 최소 약 6억 3,500만원, 원음방송은 최소 약 3억 2,000만원의 이득 발생이 추정되고 있습니다. 피심인은 광고주가 경인방송과 원음방송에 청약을 하지 않았음에도 '15년, '17년 거래조건인 광고판매에 관한 이용약관, 광고주의 방송광고 청약신청에 의한 광고판매를 위반하여 현저하게 약관(광고주의 방송광고 청약신청에 의한 광고판매)을 위반하여 현저히 유리하게 차별 지원하였습니다. 이는 피심인이 정당한 사유 없이 특정 방송사에게 거래조건을 현저히 유리하게 차별한 것으로 미디어랩법상 금지행위 위반으로 판단됩니다. 다음 페이지입니다. 기 방송된 광고의 청약을 보너스로 전환하여 요금 면제한 부분입니다. 방송광고 거래약관상 보너스 광고는 계약 체결 규모가 결정된 후 가격할인 등의 목적으로 제공되는 개념입니다. 피심인이 기 방송된 광고를 수금

하지 않고 보너스 광고로 전환한 것은 '방송광고 거래약관'과 '방송광고 업무처리 지침' 등 규정을 위반한 것입니다. 피심인은 조사대상 기간 청약 실적이 있는 약 450여개의 광고회사의 약 16%인 74개 광고회사의 청약 11억 7,179만원을 수금하지 않고 보너스 광고로 전환하여 요금을 면제하는 차별행위를 하였습니다. 370여개 광고회사는 요금 면제 사례가 없습니다. 제일기획 2억 7,221만원, 에이치에스애드 2억 3,134만원 등 13개 광고회사가 전체 금액의 82.3%인 9억 6,421만원을 면제받아 타 광고회사에 비해 실질적인 요금할인 혜택을 받았습니다. 이는 피심인이 정당한 사유 없이 특정 광고회사에게 거래조건을 현저히 유리하게 하는 행위로 미디어법상 금지행위 위반으로 판단됩니다. 다음 페이지입니다. 기타 부분입니다. 미디어법상 금지행위 위반은 아니나 제도개선이 필요한 사항입니다. 방송사와 협의하여 비결합판매 지원 계획을 구체적이고 적절하게 마련, 차별 없는 보너스 광고 집행 및 투명성 제고를 위한 개선방안 마련, 선보너스 및 방송사의 청약·보너스 교차 지원제도 보완, 다음 페이지입니다. 업프런트, 정기물의 판매기준 현행화, '방송광고 결합판매 지원고시' 제7조에 따른 결합/비결합 구분기준 마련, KOBAnet 개선 부분입니다. 중소방송사가 결합/비결합 구분하여 확인할 수 있도록 개선, 청약을 중지·변경하거나 보너스 광고 집행 시 책임자의 결재와 사유 기재 등입니다. 피심인 의견은 생략하겠습니다. 20페이지 시정조치(안)입니다. 시정명령입니다. 피심인에게 금지행위 중지, 업무처리 절차 개선, 시정조치 이행 계획 제출 및 이행결과 보고를 명령할 수 있습니다. 과징금 부과입니다. 미디어법 제38조제3항 각호의 사항, 위반행위 주도 여부, 방송시장에 미치는 영향 등을 고려하여 기준금액에 필수적 조정, 추가적 조정을 거쳐 산정할 수 있습니다. 다음 페이지입니다. 피심인은 공공기관으로서 더 공정하게 방송광고판매대행자의 공적책무를 수행하여야 함에도 불구하고 금지행위를 위반하고 방송광고의 거래질서를 문란하게 하여 과징금 부과가 필요합니다. <1안>입니다. 중대성 약함입니다. 위반행위로 인해 매출 증가 등 피심인이 이익을 취한 부분이 없는 점, 관행으로 업무를 처리한 점, 위반행위가 최초로 적발된 점입니다. <2안>입니다. 중대성 보통입니다. 위반행위에 대해 정당한 사유를 충분히 소명을 하지 못하는 점, 재허가를 받지 않은 공영 미디어법으로 엄정한 제재 필요, 동일사례의 방지를 위한 제재의 실효성 제고입니다. 다음 페이지입니다. 필수적 조정 부분입니다. 위반행위의 기간 및 횟수에 따라 기준금액의 100분의 50의 범위에서 가중할 수 있습니다. 차별이 7개월 이상 지속되어 100분의 50을 가중하였습니다. 추가적 조정 금액입니다. 위반행위의 주도 여부, 조사 협조 여부 등을 고려하여 필수적 조정을 거친 금액의 100분의 50의 범위에서 가중하거나 감경할 수 있습니다. 추가적 가중은 없습니다. 추가적 감경은 50%입니다. 조사에 적극 협력 10%, 과실에 의한 위반행위 20%, 자율준수 프로그램 교육 및 중소방송사와 다양한 협의 진행하고 있는 점 10%, 기타 청약과 보너스 제공 불일치 관련하여 '20년부터 개선하여 운영되고 있는 점 10%를 감경 적용하였습니다. 다음 페이지입니다. 초과 감경 부분입니다. 50% 초과 감경 가능 부분입니다. 가중·감경한 금액이 피심인의 현실적 부담능력, 처한 사업여건의 변동 등을 고려하여 과징금이 과중하다고 인정되는 경우에는 100분의 50을 초과하여 감경이 가능합니다. 피심인의 연도별 당기순이익은 2016년 77억원, 2017년 114억원, 2018년 100억원 순으로 매년 적자가 지속되고 있습니다. 최종 과징금입니다. 기준금액에 가중·감경 사유를 종합하여 피심인에게 과징금을 최종 부과합니다. 다음 페이지입니다. <제1안>입니다. 중대성 약함으로 하여 추가적 조정 50%, 초과감경 30%를 적용하여 총 80% 감경해서 최종 과징금은 3,000만원입니다. <제2안>은 중대성 보통에 추가적 조정 50% 감경, 초과감경 30% 감경 총 80% 감경하여 최종 과징금은 6,000만원입니다. 다음으로 별칙

규정입니다. 미디어랩법 제15조제1항제2호의 금지행위를 한 자는 2년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금 적용을 검토할 수 있습니다. <1안>입니다. 피심인 자체 감사 후 처분하는 안입니다. 특정인에 대한 감사가 아닌 금지행위에 대한 사실조사로 형사고발 대상 특정이 곤란하였습니다. 피심인 자체 감사 후 적절히 조치하도록 통보하는 안입니다. 다음 페이지입니다. 직접 형사고발하는 안입니다. 동일사례의 방지를 위한 제재의 실효성 제고, 법 위반행위에 대한 경각심 해이 차단을 위해 직접 형사고발하는 안입니다. 기타입니다. 미디어랩은 방송의 공공성과 공익성에 이바지하여야 하며 방송광고 산업 발전을 위하여 노력하여야 합니다. 피심인은 타 미디어랩과 달리 재허가를 받지 않으므로 광고판매대행 업무를 더욱 투명하고 공정하게 처리해야 할 공적 책임 있습니다. 따라서 제도개선이 필요한 사항은 계획 및 재발방지 대책을 제출토록 권고하도록 하겠습니다. 이상 보고를 마치겠습니다.

○ **한상혁 위원장**

- 위원님들께서는 <의결안건 가>의 시정조치(안)에 대한 의견을 말씀해 주시기 바랍니다. 김창룡 위원님 말씀하십시오.

○ **김창룡 상임위원**

- 본 안건은 한국방송광고진흥공사가 정당한 사유 없이 특정 방송사 또는 광고대행자에 대해 거래조건을 차별해서는 안 된다는 방송광고판매대행 등에 관한 법률 제15조제1항제2호를 위반했는가를 심의·의결하는 안건입니다. 현재 지상파 방송 광고 시장의 위축 등으로 코바코도 큰 어려움을 겪고 있는 상황에서 코바코에 대한 금지행위 위반 여부에 대해 심의하는 것은 상당히 안타깝게 생각합니다만 비록 코바코가 방통위 산하 공공기관이기도 하지만 근본적으로는 방송광고 미디어랩이라는 점에서 미디어랩법에서 규정하고 있는 금지행위를 해서는 안 된다고 생각합니다. 사무처 안건에서처럼 코바코는 결과적으로 결합판매 최소 지원규모를 초과한 금액을 특정 방송사에게 차별 지원하고 또 이미 방송된 광고의 청약을 보너스로 전환해서 특정 광고대행사에게 정당한 사유 없이 혜택을 준 것으로 저는 판단했습니다. 이에 따라서 금지행위 중지, 업무처리 절차 개선 등을 명한 시정명령과 함께 이 사안의 중대성을 보통으로 판단하고 과징금을 부과하는 사무처 <2안>에 동의하는 바입니다. 다만, 이 사안에서 형사고발 대상을 특정하기가 곤란하다는 점을 고려하여 코바코 자체 감사를 통한 그 조치결과를 통보하는 방안이 타당하다고 생각합니다. 이번 의결을 계기로 코바코가 앞으로 더욱 방송의 공공성과 또 방송광고 산업 발전에 이바지하는 계기가 되기를 바랍니다. 이상입니다.

○ **한상혁 위원장**

- 다른 분들 의견 말씀해 주십시오. <2안>에 동의하는 의견입니다. 안형환 위원님 말씀하십시오.

○ **안형환 상임위원**

- 먼저 코바코에 대한 행정처분을 내리는 이런 회의가 열리게 된 것 자체가 상당히 유감스럽습니다. 코바코는 저희 방통위의 산하기관입니다. 다시 말하면 저희들이 평소에 관리감독을 소홀히 하지 않았느냐는 그런 자책을 하게 하는 회의가 된다고 말씀드릴 수 있습니다. 이것은 저희들에게는 상당 부분 책임이 있다고 볼 수 있습니다. 그래서 지금 사무처에서 <1안>, <2안>을 가지고 왔습니다. 그런데 저도 방금 존경하는 김창룡 위원님 말씀처럼

‘중대성 보통’, 이 말씀을 드리는 것은 중대성이 약하다고 한다면 우리 스스로에게 자책의 의미가 약하지 않느냐는 생각이 들었습니다. 그래서 ‘중대성 보통’은 코바코의 잘못에 대한 징계일뿐만 아니라 우리 스스로도 관리감독을 소홀히 한 점에 대한 그런 의미, 그런 징계가 된다고 생각합니다. 특히 코바코는 지금 상당히 어렵습니다. 영업손실이 1년에 200억원씩 나는 조직이 되었습니다. 그래서 코바코가 이번 일을 계기로 다시 한번 각성해서 뭔가 새로운 활로를 모색할 수 있는 그런 계기를 마련해 줄 것을 당부드립니다. 그리고 형사고발과 관련하여 형사고발 건은 아니라고 보고, 그러나 자체 내에서 아주 엄격한 감사를 한 후에 코바코 자체 내에서 적절히 조치하기를 바랍니다. 이런 행정처분을 내린 것에 대해서는 정말 안타깝습니다. 그래서 다시 한번 코바코의 각성과 또 새로운 계기가 되어 줄 것을 부탁드립니다.

○ 한상혁 위원장

- 허 욱 위원님 말씀하십시오.

○ 허 욱 상임위원

- 존경하는 안형환 위원님 말씀 주셨듯이 이 안건의 피심인이 방송광고 판매대행과 진흥업무를 수행하는 우리 위원회 산하기관이라 심결을 하면서도 마음이 무거운 것이 솔직한 심정입니다. 앞서 피심인 의견진술 과정에서 드러났지만 사무처와 피심인 간 위반행위 사실에 대한 관점 차이가 매우 큽니다. 코바코는 위반행위 사실 각각에 대해 영업행위의 재량권 행사 측면에서 접근하고 있습니다. 결합판매 제도가 광고시장에서 매체의 경쟁력이 낮은 중소라디오방송사를 지원하기 위한 것이고, 영향력에 따른 정상적인 방송광고판매가 어려운 영업 현실을 타개하기 위한 관행으로 위반행위를 소명하고 있습니다. 이에 반해서 사무처는 방송광고판매대행 등에 관한 법률 제15조제1항제2호와 동법시행령 제10조 및 피심인과 광고회사 간 거래약관은 준수되어야 함을 전제로 특정 시점, 즉 2017년 방송광고 거래조건 차별 사례를 적발해서 금지행위 위반에 해당된다고 지적하고 있습니다. 구체적으로 결합판매 최소 지원규모를 초과한 금액의 차별적 지원이라는 금지행위 위반에 대해서 피심인은 결합판매실적은 4분기 이후에 확인이 가능하고, 2017년 KBS 파업에 의한 결합매체 초과금액을 일부 줄이려는 노력이 방송사 별로 차별 없이 추진했으나 결과적으로 그런 상황이 발생했다고 주장하고 있습니다. 그러나 피심인은 연초부터 결합판매 최소 지원 비율을 관리해 왔고 중소라디오방송사의 결합판매 초과 금액을 인위적으로 차등 조정한 점이 일부 사실로 인정됩니다. 시장경쟁 체제에서 영업행위의 재량권은 인정되어야 하지만 코바코는 지상파 방송 광고시장의 약 70%를 점유하고 있는 과점 사업자이고 정부의 규율을 받는 공사로서 법령과 거래약관에서 정한 거래규칙을 준수해야 하는 제한적 재량권을 갖는 사업자라고 보는 것타당하다고 판단됩니다. 따라서 여러 점들을 종합적으로 고려할 필요가 있다고 여겨집니다. 법 위반행위가 2017년에 한정된 점, 그리고 피심인이 이익을 취하지 않은 점뿐만 아니라 미디어렐의 경쟁체제 전환 이후에 심화된 방송광고 영업 환경에서 다른 미디어렐사와 달리 결합판매라는 또 다른 부담을 안은 채 영업을 하고 있는 점, 그리고 방송광고 진흥사업도 맡고 있는 코바코의 구조적 어려움 등을 종합적으로 고려할 필요가 있다고 여겨집니다. 이를 감안할 때 저는 시정명령과 함께 과징금 부과는 ‘중대성 약함’으로 별칙 적용은 감사 실익 외에 <1안>조차도 큰 실익이 없다고 판단되어서 면제하는 것으로 처분하는 것이 합당하다고 여겨집니다. 이상입니다.



○ 한상혁 위원장

- <1안>에 동의하시고, 벌칙조항에 대해서는 <1안>도 아니라는 말씀이지요?

○ 허 욱 상임위원

- 예, 면제하자는 것입니다.

○ 한상혁 위원장

- 정리해 주십시오. 부위원장님 말씀하십시오.

○ 표철수 부위원장

- 코바코가 영업환경이 좋았을 때와 지금하고는 판이하게 달라 여러 가지 영업형태가 달라져야 하는데 영업행태는 계속되어 온 것 같습니다. 결론적으로 저는 이것도 '중대성 보통'으로 처리하는 것이 과징금의 경우에는 낫겠다, 왜냐하면 2가지 중에 택해야 한다면 '중대성 보통'으로 택해서 위원회가 산하기관에 대해서도 개선할 필요가 있는 사안에 대해서는 엄중히 한다는 것을 천명할 필요가 있다고 생각합니다. 그리고 벌칙에 관해서는 자체감사를 해서 처분하는 것으로 했으면 좋겠습니다. 아울러 시정명령을 내려서 개선계획을 앞으로 코바코가 마련하고 저희가 보게 될 텐데, 이렇게 임의성이 개재될 가능성이 큰 불합리한 관행은 반드시 고치도록 개선계획을 또 사후에 면밀히 점검할 필요가 있다고 생각합니다.

○ 한상혁 위원장

- 저는 미리 조정을 해서 말씀을 나누었어야 한다고 생각을 하는데 필수적 조정에서 50%를 가중하면서 금지행위 위반기간이 7개월 이상 지속되었다고 말씀을 하셨는데 이것이 어떤 기준으로 그런 말씀을 하신 것인지 사무처에서 의견을 제시해 줬으면 좋겠습니다. 이것이 위법행위에서 위법상태가 꼭 계속되는 것이 아니고 1회에 한해서 딱 벌어지는 것 아닙니까? 이것을 7개월 동안 계속 되었다고 볼 수 있는 것입니까?

○ 임필교 방송시장조사과장

- 두 번째 기 방송된 광고의 청약을 보너스로 전환하여 요금 면제한 부분은 4년 내내 발생했습니다. 그것이 첫 번째 이유이고, 두 번째 이유는 2017년도에 초과하여 발생했는데 그것에 대한 위반 기간 규정 자체가 다음번 위원회 심결 있기 전까지라는 규정이 있어서 사실 두 번째 건만 가지고도 7개월이 초과가 되고, 첫 번째 위반을 '15년~'17년에 이어진 것으로...

○ 한상혁 위원장

- 해당 안건이 2개인데 그중 하나가 7개월 이상 지속되었다고 해서 전체다시에 대해서 50% 가중하는 것이 법리적으로 타당한 것입니까?

○ 임필교 방송시장조사과장

- 예, 그렇습니다.

○ 한상혁 위원장

- 자문관님, 저는 앞엿것, 초과 부분 결합판매 지원금 차등 지원 부분은 이것을 기간으로 한정 할 수 있는 부분이 아니라는 생각이고 그래서 7개월 이상 적용하기는 곤란한 측면이 있다고 보입니다. 두 번째 것은 지금 말씀하신 대로 위법성 상태가 계속되었다고 하면 7개월 동안 계속되었다고 볼 수 있는데, 그러면 2가지 사안 중에서 어떤 것이 엄중하느냐면 앞에 부분이 더 중한 경우에 해당되지 않습니까?

○ 이태순 법률자문관

- 예.

○ 한상혁 위원장

- 그 2가지 중 7개월 이상 지원되었고, 하나는 이례적인 것인데 전체적으로 50% 가중하는 것이 과연 타당한지에 대한 문제제기를 하는 것입니다. 그 부분 자문관 의견 있으시면 말씀해 주십시오.

○ 이태순 법률자문관

- 이것이 행위 자체는 일시적이지만 차별효과가 지속된다는 것이 일리는 있다고 생각합니다. 행위는 이례적이지만 효과는 지속되기 때문에….

○ 한상혁 위원장

- 이것은 검토가 필요한 부분인 것 같습니다.

○ 임필교 방송시장조사과장

- 방송광고판매대행 등에 관한 법률에 따른 과징금 부과 세부기준입니다. 위반기간은 위반 행위를 개시한 날부터 종료한 날까지 기간을 말한다. 그리고 <가>에 보면 동 이득의 취득 또는 피해가 방송통신위원회 심의 종결일에 발생하는 경우에는 동 심의 종결일을 위반행위 종료일로 본다입니다. 그리고 초과 지원금액으로 인한 것은 향후 5년간 최소 지원규모에 영향을 미치기 때문에 오늘 심의하면 오늘 종료일까지 보게 되어서 실제 첫 번째 건 가지고도 위반기간이 3년이 넘습니다. 그렇게 규정이 되어 있습니다.

○ 한상혁 위원장

- 위반행위를 종료했지 않습니까? 그때 초과지급한 것으로 끝난 것이지 지금까지 종료하지 않은 경우로 봐야 합니까?

○ 임필교 방송시장조사과장

- 이득의 취득 부분인데 금지행위 초과 지원규모는 최소 지원규모에 영향을 미쳐서 '17년도에 금지행위 초과 지원한 부분이 '18년, '19년, '20년, '21년, '22년까지 계속 추가적으로 이득을 보게 됩니다.

○ 한상혁 위원장

- 이득을 보는 것과 그것은 행위로 인한 반사적인 것이고 당연히 그렇게 되지요. 그런데 초과

부분이 지급된 것은 그때 1회로 딱 끝난 것 아니냐는 것을 이야기하는 것입니다. 위원님 의견이 어떻습니까?

○ 허 욱 상임위원

- 저 역시 만약에 7개월이 지속되었다면 그 부분은 보너스를 청약으로 전환한 부분, 청약을 또 보너스로 전환한 부분에 대한 기간들을 문제 제기하는 것 같습니다. 지금 시정명령에 구체적으로 중대하게 본 것은 결국 위반행위이기 때문에 저는 그것을 추가 사유로 해야 하는지에 관해서는 동의하기 어렵습니다. 아까 별칙조항에서 저는 별칙 면제를 하고 동시에 시정명령을 강조한 것은 kobaco 영업본부장은 업무 관행이라는 주장을 계속하고 있습니다. 자체감사를 한들 과연 그것이 달라지겠는가, 그런 면에서 보면 시정명령을 명확히 지키고 그 이행계획을 내도록 하는 것이 보다 더 효과가 있지 않은가 하는 의견을 말씀드렸습니다.

○ 한상혁 위원장

- 지금 전체적으로 필수적으로 50%를 가중한 부분이 과연 해석상 타당한 것인가 하는 문제제기를 한 것입니다. 위원님 어떻게 생각하시는지 그 부분에 대해서 의견을 말씀해 주시지요. 7개월 이상 지속되어서 가중을 한다고 했는데 제가 아무리 봐도 첫 번째 것은 7개월 이상 지속되었다고 보기가 어려운 측면이 있습니다. 한 해에 결산하는 시점에서 딱 끝나는 것 아닙니까?

○ 임필교 방송시장조사과장

- 설사 그 부분이라고 하더라도 두 번째 안전 자체가 첫 번째가 가령 3개월이고, 두 번째가 2년인데 첫 번째가 중요하기 때문에 3개월만 해서 두 번째 위반 부분이 4년 내내 지속된 것이기 때문에 이것을 저희가 첫 번째로 해서 7개월 이하로 볼 수 없었습니다.

○ 표철수 부위원장

- 이것은 법률자문관님 의견을 다시 명확하게 말씀해 주십시오.

○ 안형환 상임위원

- 마이크를 켜고, 아까 못 들었습니다.

○ 이태순 법률자문관

- 이것이 만약 7개월 효과 지속되어야 한다는 것이 일회성 행위로만 따지게 되면 아마 이 조항을 적용할 수 있는 부분이 존재하지 않을 것으로 생각합니다. 그렇게 되면 계속 지속적으로 이렇게 차별을 줄 수 있는 행위는 아마 없을 것으로 보입니다. 한 행위의 효과는 뒤에 따라오는 행위 효과가 7개월 정도 된다, 이렇게 판단을 해야 하지 않을까 생각합니다. 한 행위로만 판단하면 가중하는 규정을 적용할 수 있는 안을 상정하기는 어렵다고 보입니다.

○ 한상혁 위원장

- 이것이 불이익 처분하는 것인데 조금 엄격하게 해석할 필요가 있지 않을까 해서 드린 말씀입니다. 위원님들 의견을 말씀해 주시면 그 부분 참고해서 논의를 하지요.

○ 표철수 부위원장

- 지금 이 건에 대해서 7개월로 끝난 것이냐, 그 행위가 지속되느냐인데 좀 더 검토를 해 봐야 할 사항 같습니다. 오늘 안건을 일단 보류하시고 위원들이 다시 검토한 뒤 더 논의를 해서 다음 회차에서 의결하시는 것이 어떻습니까?

○ 김창룡 상임위원

- 동의합니다.

○ 안형환 상임위원

- 저도 지금 이 사안 자체가 당장 급한 문제는 아니기 때문에 좀 더 면밀히 검토해서 다음 회차에 올리는 것이 낫지 않을까 싶습니다.

○ 허 욱 상임위원

- 저도 동의합니다.

○ 한상혁 위원장

- 그러면 첫 번째 안건은 필수적 조정 부분에 대한 법률검토 등을 위해서 오늘 의결을 보류하고 차기 회의에 다시 상정하도록 하겠습니다. 위원님들, 이의 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 그럼, 본 안건은 의결을 보류하도록 하겠습니다.

**나. 2021년도 예산안 및 방송통신발전기금 운용계획안에 관한 건 (2020-31-138)**

○ 한상혁 위원장

- 이어서 <의결안건 나> “2021년도 예산안 및 방송통신발전기금 운용계획안에 관한 건”에 대하여 재정팀장님께서 보고해 주시겠습니다.

○ 이소라 재정팀장

- 보고드리겠습니다. <1> 의결주문입니다. 방송통신위원회 소관의 2021년도 예산안 및 방송통신발전기금 운용계획안을 다음과 같이 의결한다입니다. <2> 제안이유입니다. 국가재정법에 따라 방송통신위원회 소관의 「2021년도 예산안 및 기금운용계획안」을 위원회 심의·의결을 거쳐 기획재정부에 제출하기 위함입니다. 다음 경과입니다. 5월 1일 기획재정부가 방통위에 지출한도 2,537억원을 통보하였습니다. 그리고 어제 5월 26일 과기정통부와 공동으로 운영하는 방송통신발전기금운용심의회에서 「2021년도 기금운용계획(안)」을 심의하였습니다. 다음 주요내용입니다. 먼저 <가> 2021년도 예산안 및 기금운용계획안 개요입니다. 세입은 1조 4,236억원으로 과학기술정보통신부 소관 기금수입을 포함한 전체 금액에 해당합니다. 다음 세출은 2,537억원입니다. 다음 페이지입니다. <나> 세부내용 보고드리겠습니다. <1> 2021년도 총 세입은 1조 4,236억원으로 올해 2020년도 계획 대비 1,728억원 증가하였습니다. 일반회계 세입은 242억원으로 개인정보보호 법규위반 관련 과징금 및 과태료 수입의 개인정보보호위원회 이관 등으로 인해 감소하였습니다. 기금 세입은 1조 3,994억원으로 방송사 법정분담금 징수액은 1,947억원, 주파수 할당 대가의 경우 9,966억원으로 예상됩니다. 이 외에 여유자금

회수 등으로 인한 기타수입은 2,081억원으로 예상됩니다. 다음 페이지입니다. 다음 2021년도 총 세출은 2,537억원으로 기재부 지출한도에 따라 2020년도 2,610억원 대비 73억원 2.8% 감소하였습니다. 일반회계는 635억원이고, 기금은 1,902억원입니다. 다음 세 번째로 2020년도 사업예산 편성내역입니다. 먼저 편성 기본방향은 2가지입니다. 첫째, 방송통신 콘텐츠 진흥, 허위조작 및 불법 유해정보 등 인터넷 역기능 대처, 그리고 데이터 3법 통과 후속조치 등 방송통신 분야 주요현안에 적극 대응하는 것입니다. 둘째, 포스트 코로나 대응을 위한 사업을 적극 발굴하고 재원을 집중적으로 중점 투자할 계획입니다. 다음 페이지 신규 또는 주요 증액 사업에 대해 설명드리겠습니다. <1> 방송통신 콘텐츠 지원입니다. 교육방송, 지역·중소방송, 공동체라디오 등 방통위 소관 방송사업자에 대한 프로그램 제작비 예산을 증액하는 한편, '공익성 방송프로그램' 등 다양한 분야의 프로그램에 대한 제작비 지원 예산과 공영 디지털 방송콘텐츠 아카이브 구축을 위한 예산을 신규로 편성하였습니다. 자세한 내용은 <표>를 참고하여 주시기 바랍니다. <2> 인터넷 역기능 대처입니다. 최근 사회적 문제로 부각되고 있는 N번방 사건 등 디지털 성범죄와 허위 조작정보에 대한 대응체계를 구축하기 위해 관련 예산을 증액 편성하였습니다. 마찬가지로 <표>를 참고하여 주시기 바랍니다. 다음 페이지입니다. 세 번째로 포스트 코로나 대응 관련입니다. 감염병 확산에 원활하게 대응하기 위해 재난방송 지원을 강화하고, 코로나 장기화에 따른 경제활동 위축으로 피해를 받는 소상공인에 대한 광고제작 지원을 확대하겠습니다. 또한 코로나 이후 비대면화·디지털화 등 데이터 경제 사회의 급격한 구조변화에 대응하기 위해 미디어 리터러시, 위치정보 산업 등 관련 사업에 대한 투자를 확대하겠습니다. 자세한 내용은 <표>를 참고하여 주시기 바랍니다. 마지막으로 <4> 데이터 3법 통과 후속조치입니다. 금년 8월 5일 데이터 3법 시행에 맞추어 방통위 소관 개인정보보호 관련 업무가 개인정보보호위원회로 이관됨에 따라 관련 사업을 분리하고, 방통위에 남는 본인확인기관, 앱 접근권한 등 관련 사업을 추가하였습니다. 다음 페이지입니다. 감액에 대해 말씀드리겠습니다. 먼저 국회에서 지속적으로 지적되고 있는 아리랑TV의 소관 문제에 대해서는 프로그램 제작비만 편성을 하였고, 국악방송에 대해서도 라디오 제작비만 편성을 하였습니다. 다음으로 매년 방통위가 자체적으로 시행하는 재정사업 자율평가에서 '미흡' 평가를 받은 3개 사업 개인정보보호 강화, 안전한 위치정보 이용환경 조성, 불법스팸대응체계 구축 예산은 10% 범위 내에서 삭감하였습니다. 기타 외부평가 또는 예정된 계획 등에 따라 사업이 축소되는 부분은 아래 <표>를 확인하여 주시기 바랍니다. 마지막으로 <5> 향후 일정입니다. 오늘 의결하여 주시면 5월 29일 금요일까지 예산안 및 기금운용계획안을 기재부에 제출토록 하겠습니다. <붙임>자료도 참고해 주시기 바랍니다. 이상 보고를 마치겠습니다.

#### ○ 한상혁 위원장

- 보고받은 내용에 대해서 의견 있으시면 말씀해 주십시오. 허 옥 위원님 말씀하십시오.

#### ○ 허 옥 상임위원

- 예산은 정부 정책을 현실화하는 수단입니다. 따라서 신규 예산과 증액 예산 사업을 통해 내년에 우리 위원회가 지향해야 할 정책방향을 제시하고 있다고 봅니다. 보고안과 같이 2021년도 예산안 및 방발기금운용계획안에는 방송통신 콘텐츠 진흥과 인터넷 역기능 대처, 특히 코로나 이후 비대면화·디지털 등에 대응하는 관련 사업 투자를 확대하는 방향이 제시

되었습니다. 이러한 예산 편성 방향은 매우 시의적절하다고 여겨집니다. 방통위가 규제기관이지만 진흥 정책을 도외시 할 수는 없습니다. 규제와 진흥은 강학상으로 구분 가능하지만 특정 분야에 대한 규제가 다른 분야에 있어서는 진흥사업으로 작용하고 있는 것이 정책 현실입니다. 따라서 우리 위원회가 규제기관이라는 외부 관점에 비추어 스스로 업무범위를 축소하기보다 과감하게 진흥사업을 발굴하고, 시청자와 이용자 및 방송통신사업자를 지원할 필요가 있다고 생각합니다. 이러한 관점에서 기존에 시행하고 있는 방송콘텐츠 경쟁력 강화사업의 증액과 방송프로그램의 공익성 제고를 위한 제작 지원 사업, 한류 확산을 위한 해외 공동 제작 지원사업, 독립PD나 MCN 등 콘텐츠 제작사들의 제작을 지원하는 디지털 아카이브 구축사업이 신규로 반영된 것은 의미가 크고 이의 실현을 위해 저희 위원들과 사무처가 더욱 노력해야 할 것입니다. 또한 내년에 우리 위원회는 최근 사회 문제로 대두되고 있는 N번방 사건 등 디지털 성범죄와 허위조작정보에 대한 대응체계를 구축하는 예산 증액을 제시했습니다. 올해 구축한 팩트체크 시스템 고도화 예산은 반드시 증액시켜야만 이 시스템이 허위 조작정보 대응을 위한 기본 인프라로 작동할 수 있을 것입니다. 우리 위원회는 코로나 대응 대책 가운데 재난방송과 미디어 리터러시 사업의 주무기관으로 역할을 하고 있습니다. 감염병 확산에 따른 대국민의 정보제공을 위한 재난방송의 강화와 데이터 경제사회로의 변화에 대응하는 미디어 리터러시 투자를 확대하는 국민이 중심이 되는 방송통신위원회를 만들어 가겠다는 4기 방통위 정책목표에 부합하는 예산이라 생각합니다. 3차 추경 전이라서 기재부가 올해 예산보다 약 2.8%를 삭감한 2,537억원을 지출한도로 통보해 왔지만 코로나19로 인해 전 세계가 전대미문의 상황에 처한 만큼 경제위기 극복을 위한 한국형 뉴딜 등의 범정부적 정책을 추진하는 과정에 우리 위원회도 정책적 상상력을 더욱 발휘해서 위기 극복 작업에 적극 나서 줄 것을 당부 드립니다. 의결주문에 동의합니다.

○ **한상혁 위원장**

- 다른 분들 말씀해 주십시오. 안형환 위원님 말씀하십시오.

○ **안형환 상임위원**

- 사무처에서 예산안 짜시느라 고생 많으셨습니다. 일단 기재부가 방통위의 지출한도를 지난해에 비해 73억원이나 감소시킨 것에 대해서는 유감을 표합니다. 방송통신 분야가 급변하고 있고, 또 많은 현안들이 있습니다. 이에 대한 대응을 하기 위해서는 충분한 예산 확보가 필요함에도 불구하고 기재부가 지출한도를 줄였다는 데 대해서는 다시 한번 유감을 표합니다. 사실 현 정부가 굉장히 재정 확대를 꾀하고 있습니다. 그런 만큼 방통위에서도 재정 확대 속에서 어떠한 역할을 할 수 있을 것인지에 대해서 고민이 필요할 것 같습니다. 지금 전체적인 예산안의 취지, 방향은 저도 동의합니다. 차후 추경이 더 많이 편성될 것으로 예측이 됩니다. 그때 저희 방통위의 역할에 부응할 수 있는 그런 사업들을 더 발굴해서 재정 확대에 대한 발맞춤 그런 노력이 있어야 할 것 같습니다. 원안에 동의합니다.

○ **한상혁 위원장**

- 김창룡 위원님 말씀하십시오.

○ **김창룡 상임위원**

- 존경하는 허 위원님께서 시의 적절한 중점사업에 대해서 잘 말씀해 주셨는데, 저도 내년도 방통위에서 역점적으로 진행하고자 하는 방송통신 콘텐츠 지원이나 또 인터넷 역기능 대처 이런 사업들이 잘 진행되기를 바라고, 기재부와 국회의 심사를 잘 통과하도록 사무처에서 힘을 써 주시기 바랍니다. 이번 예산안 작성에 우리 사무처 직원 분들 고생하셨다는 말씀드리고 싶고, 사무처 안에 동의합니다.

○ **한상혁 위원장**

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ **표철수 부위원장**

- 결론적으로 원안에 동의를 합니다. 그런데 오랫동안 우리의 숙제가 되어 온 아리랑TV에 대해서는 이번에는 프로그램 제작비만 확실히 지원하는 것으로 편성되는 것이 확실합니까? 안은 올라가고 또 과정을 거쳐서 또 300 몇 십 억이라는 돈이 나가지 않느냐는 것입니다. 그리고 이것뿐만 아니고 이미 전년도에 국악방송이 텔레비전 PP를 만드는 데 있어서 기금을 운용하는 방송통신위원회와 상의 없이 또는 이 문제를 다루는 국회 소관 상임위원 과방위에서도 전혀 알지 못하는 상태로 예결위 과정에서 별도 편성되어서 나간 경우가 있습니다. 이것은 당연히 과방위원장을 비롯한 과방위원들이 절대 동의할 수 없다고 했음에도 불구하고 집행이 되는 것은 제가 볼 때 기획재정부에 문제가 있다고 생각합니다. 이런 식으로 올해도 국악방송에 대해 라디오 제작비만 편성되었는데 이것도 이대로 과연 될 것인가에 대해서는 걱정이 있습니다. 기획재정부가 예산을 총괄적으로 편성하고 기금도 일반회계, 일반예산과 같이 운용하는데 기금 조성은 실컷 방송사업자들이 어려운 가운데서 기금을 조성해 주는데 쓰는 것은 우리 소관부처도 아닌 쪽에 가서 기금이 나가고 있고, 또 우리와 전혀 상의 없는, 주무부처가 알지도 못하고 주무 상임위원회도 알지 못하는 상태에서 예산이 편성되는 것은 반드시 시정해야 합니다. 이런 일이 없도록 예산이 결정되는 과정에서 각별히 유념해 주시기 바랍니다. 그다음에 재난방송 운영지원에 9억 2,000만원이 더 늘었는데 KBS가 재난방송의 주관방송인데도 재난방송센터를 가보면 굉장히 열악합니다. 지금 재난이 자연재난도 발생빈도가 굉장히 많아지고 또 규모도 커지고 있고, 그다음에 이번에 코로나처럼 사회적인 재난도 심각한 것이지요. 특히 코로나는 굉장히 장기적으로 온 세계를 휩쓸고 있는 상황인데, 재난방송을 제대로 할 수 있도록 KBS 재난방송지원센터 같은 곳에 예산이 보다 더 확보될 수 있도록 해야 합니다. 여기에 방송통신위원회의 재난방송상황실도 제대로 안 되어 있어서 이 예산 중 일부가 여기에 쓰일 것 같은데, 이런 쪽은 물론이고 실제 방송 현장에서 이것을 운용하는 KBS에 지원이 될 수 있도록 각별히 노력해 주시기 바랍니다.

○ **김동철 방송정책국장**

- 예, 알겠습니다.

○ **한상혁 위원장**

- 더 추가 의견 없으시면 이 안건은 원안대로 의결하고자 합니다. 위원님들, 이의 있으십니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 가결되었습니다.

## 다. 개인위치정보사업 신규허가에 관한 건 (2021-31-139 ~ 149)

### ○ 한상혁 위원장

- 이어서 <의결안건 다> “개인위치정보사업 신규허가에 관한 건”에 대하여 개인정보보호윤리과장께서 보고해 주시겠습니다.

### ○ 신종철 개인정보보호윤리과장

- 개인위치정보사업 신규허가에 관한 건 보고드리겠습니다. 의결주문은 ‘(주)오픈잇, (주)에이디티캡스, (주)비코닉스, 에이맨시스템(주)를 개인위치정보사업자로 허가하고 아래의 허가조건을 부과한다’입니다. 제안이유는 위치정보법 제5조 및 「2020년도 개인위치정보사업 허가계획」에 따라 제3차 개인위치정보사업 허가 신청법인에 대한 심사결과를 심의·의결하기 위함입니다. 주요경과로는 5월 1일부터 5월 8일까지 허가 접수기간이 있었으며, 이에 대해 (주)트라이브언 등 총 11개 법인이 개인위치정보사업 허가를 신청하였습니다. 주요현황은 <표>를 참고하시면 되겠습니다. 결격사유 조치가 있었습니다. 결격사유 관련하여 임원의 결격여부와 법인 여부에 대해서 결격사항이 없었으며 모두 정상이었습니다. 심사위원회를 구성하여 심사를 개최하였습니다. 재무, 영업, 기술별 각 전문가 9인으로 심사위원회를 구성하였고, 5월 18일, 5월 19일 양일간에 걸쳐 심사를 진행하였습니다. 다음 페이지입니다. 심사결과입니다. 심사기준은 「개인위치정보사업허가 세부심사기준별 평가방법」에 따라 위치정보사업 계획의 타당성 및 재무구조의 적정성, 위치정보사업 관련 설비규모의 적정성 및 기술적 능력, 위치정보 보호 관련 조치계획의 적정성을 심사하게 됩니다. 심사기준은 총점 70점 이상, 심사사항별 60점 이상이며, 즉 71점이 넘을 경우 적격 판정하게 됩니다. 심사결과로는 (주)오픈잇 등 총 4개 법인은 총점 70점 이상, 심사사항별 60점 이상을 취득하여 적격으로 판정되었으나 (주)트라이브언 등 총 7개사는 총점 70점에 미달하여 부적격으로 판단하였습니다. 심사결과 세부내용은 <표>와 같습니다. 허가조건으로는 위치정보 보호의 실효성 확보를 위하여 의결주문과 같이 허가조건을 부과하려고 합니다. 향후계획으로는 오늘 심의·의결해 주신다면 개인위치정보사업 허가 심사결과를 사업자에게 통보하고 관련 제반 조치를 이행하도록 하겠습니다. <붙임>의 내용은 참고해 주시면 감사하겠습니다. 이만 보고를 마치겠습니다.

### ○ 한상혁 위원장

- 보고받은 내용에 대해서 의견 있으시면 말씀해 주십시오. 김창룡 위원님 말씀하십시오.

### ○ 김창룡 상임위원

- 본 안건은 개인위치정보사업을 신청한 11개 사업자들의 허가 여부를 심의·의결하는 안건인데 한국인터넷진흥원의 최근 연구결과를 보니까 2020년 국내 위치정보산업은 약 1조 8,400억원을 기록해서 작년 매출액 1조 5,900억원보다 약 15% 정도 증가할 것으로 예측되었습니다. 이렇게 위치정보산업이 더욱 유망할 것으로 예측되는 만큼 개인위치정보사업 허가 신청이 앞으로도 증가할 것으로 예상됩니다. 사무처에서는 신규허가 신청 개인위치정보사업자들에 대한 엄격한 심사를 앞으로도 지금처럼 잘해 주시기를 당부드리고, 신청한 11개 법인 중 심사위원회 심사결과 총점 70점을 넘긴 (주)오픈잇 등 총 4개 법인의 개인위치정보사업 허가에 동의합니다. 이상입니다.



○ **한상혁 위원장**

- 안형환 위원님 말씀하십시오.

○ **안형환 상임위원**

- 사무처 직원들, 그리고 심사위원 여러분들 고생 많으셨습니다. 개인위치정보보호 중요성 때문에 상당히 엄정한 심사를 한 것으로 생각합니다. 그런데 하나 아쉬운 것은 제가 허가 신청 법인들 주요사업을 보니까 상당히 아이디어가 좋은 사업들이 많습니다. 그런데 탈락한 업체들의 상당 수는 재정성, 돈 문제 때문에 재정이 확보되지 않았다는 점, 또 영세하다는 점 때문에 충분한 점수를 받지 못해서 탈락을 한 것 같습니다. 사실 이것이 허가제이기 때문에 이들 상당수의 업체들이 짧은 아이디어를 가지고 사업을 시작한 사람들일 텐데 이런 허가라는 규제 때문에 꿈을 펼칠 수 없었다는 것이 아쉽다는 생각입니다. 지금 아마 허가제를 등록제로 바꾸는 법안이 국회에 상정되었다가 이번에 폐기되는 것이지요?

○ **신종철 개인정보보호윤리과장**

- 폐기되었고, 저희가 21대 새로운 회기에 다시 동일한 내용을 더 보완해서 정부의견으로 안건으로 상정할 예정입니다.

○ **안형환 상임위원**

- 그 방향이 맞다고 생각합니다. 허가제보다는 등록제를 통해서 꿈이 있는 좋은 아이디어들이 적극 발굴되어서 사업화되어서 많은 일자리가 창출할 수 있기를 바랍니다. 그렇지만 사후 규제는 우리가 엄격히 하는 방향으로 이 사업이 추진되어야 할 것 같습니다. 원안에 동의합니다.

○ **한상혁 위원장**

- 허 욱 위원님 말씀하십시오.

○ **허 욱 상임위원**

- 올해 세 번째 개인위치정보사업 신규허가인데 심사에서 11개 사업자 가운데 4개 사업자만 적격 판정받고 7개 사업자가 부적격 판정을 받았습니다. 과거 심사에서 없었던 상황이라고 여겨집니다. 그만큼 엄중하게 봤다는 것이기도 하고, 또 다른 면에서 보면 자격이 부족한 업체들도 신청하는 성향이 나타났다고 볼 수도 있을 것 같습니다. 사무처에서 허가 심사 설명을 통해 관련 법령과 허가사업자로서 준비할 필수사항을 충분히 설명했지만 사업자의 준비 정도는 기대에 미치지 못한 것 아닌가 여겨집니다. 부적격 판정을 받은 사업자들의 사유를 보면 자금 조달계획의 실현 가능성이 부족하고 위치정보사업 관련 기술적 능력이 결여되어 있으며, 위치정보보호 관련 기술적인 준비나 관리계획의 부실 등 전반적 자질이 다소 부족한 것으로 심사위원회들이 평가했습니다. 제가 볼 때 앞으로도 이러한 다수의 사업자들이 탈락되지 않을까 여겨집니다. 올해 현재 위치정보사업자로 허가받은 사업자 수가 242개에 달합니다. 우리나라 상황으로 볼 때 상당히 포화 수준일 수도 있고, 또 니치의, 즉 틈새시장에 따라서는 더 나올 수도 있다고 여겨집니다. 그런데 심사에 탈락된 사업자들을 보면 직원 수가 작은 곳은 2명, 많은 곳도 13명에 불과합니다. 자본금 규모도 200만원 적자인 회사부터 700만원,

4,400만원 이런 정도 수준이라서 결국 꼼꼼한 심사의 필요성이 더욱 더 요구되고 있지 않나 여겨집니다. 앞으로 심사에서도 기본적인 사업역량을 만약에 갖추지 못한 영세 스타트업 기업들이 허가를 신청할 개연성이 높다고 여겨집니다. 따라서 위치정보의 사업은 진흥을 목표로 하되, 개인위치정보 관리 능력을 갖추지 못한 기업들에 대해서는 잘 걸러내서 개인위치정보 관리가 잘 이루어질 수 있도록 꼼꼼하게 심사해 줄 것을 당부드립니다. 원안에 동의합니다.

○ **한상혁 위원장**

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ **표철수 부위원장**

- 특별한 의견 없습니다. 원안에 동의합니다.

○ **한상혁 위원장**

- 추가 의견 없으시면 이 안건은 원안대로 의결하고자 합니다. 위원님들, 이의 있으십니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 가결되었습니다.

**라. 2020년도 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가계획(안)에 관한 건 (2021-31-150)**

○ **한상혁 위원장**

- 마지막으로 <의결안건 라> “2020년도 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가계획(안)에 관한 건”에 대하여 이용자보호과장님께서 보고해 주시겠습니다.

○ **천지현 이용자보호과장**

- 2020년도 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가계획(안)에 관한 건입니다. 의결주문은 ‘이용자 보호업무 평가계획을 다음과 같이 심의·의결한다’입니다. 관련경과는 2013년부터 전기통신사업자의 이용자 보호업무 평가를 실시하였고, 2016년부터 포털을 시작으로 부가통신사업자에 대해서 평가를 확대해 왔습니다. 그리고 2014년에 전기통신사업법 개정으로 평가업무의 법적 근거가 신설되었습니다. 2020년도 평가계획입니다. 평가 목적은 이용자 피해예방을 위한 노력을 종합적으로 평가하여 사업자의 자발적인 업무개선을 유도하고 이용자 의견이나 불만처리 실태를 점검하여 신속한 이용자 민원처리 환경을 조성하는 것입니다. 올해 평가의 기본방향은 국내 사업자 간 차별없이 평가가 이루어질 수 있도록 하고, 세부 평가기준을 미리 공개하여 평가의 공정성을 강화하도록 하겠습니다. 그리고 5G 등 신규 서비스 도입과 서비스 전환 폐지 과정에서 발생된 민원·불만 처리과정 및 취약계층 대상 피해예방 노력에 대한 평가를 강화하도록 하겠습니다. 올해 평가 대상입니다. 평가대상기간은 작년도 1년으로 하겠습니다. 평가 대상사업자는 전기통신사업법 시행령 제37조의2제1항에 따라 이용자 규모 및 이용자 불만 발생 정도 등을 고려하여 5개 서비스 분야, 총 28개 사업자를 평가대상으로 선정하였습니다. ‘기간통신사업자’의 경우 이동전화, 알뜰폰, 초고속인터넷사업자는 전년과 같습니다. 다만, ‘인터넷전화’는 최근 4년간 평가결과가 매우우수 등급이 계속 유지되고 있어서 제외하고자 합니다. 다음 페이지입니다. ‘부가통신’은 월간 이용자수가 1,000만명 이상인 네이버 등 6개 서비스를 평가대상으로 하고, 작년에 시범평가를 실시한 3개 서비스

카카오톡, 유튜브, 페이스북은 올해 최초 본평가를 실시하고 평가결과를 공개하도록 하겠습니다. 그리고 부가통신 중 앱마켓사는 작년과 동일합니다. 다음 페이지입니다. 평가 기준 및 배점입니다. 사업법 시행령 제37조의2제2항의 각 호에 따라 업무관리 체계의 적합성, 법규 준수 실적, 피해예방 활동 실적 등 5개 분야 총 78개 항목에 대해 평가를 실시하고 항목별 세부 평가기준은 평가위원회에서 결정하도록 하겠습니다. 항목별 평가기준 및 배점은 아래에 제시한 <표>와 <붙임>자료를 참조해 주시기 바랍니다. 평가방법은 사업자 제출자료를 기반으로 하되, 현장실사라든지 ARS 시스템 모니터링, 유통점 모니터링, 이용자 만족도 전화조사 등 다각적 평가를 실시하도록 하겠습니다. 다만, 코로나 사태가 지속되거나 확산방지를 위해 필요하다고 판단될 경우 현장실사를 화상면담으로 대체하거나 미스터리 쇼핑 방식의 평가를 다른 평가지표로 대체평가를 하는 방안도 검토하도록 하겠습니다. 그리고 평가항목은 우수 사례 평가 시 작년에 평가한 위원회에서 미흡사항으로 지적된 사항에 대한 개선 실적에 대해서는 가점을 부여해서 업무개선을 유도하도록 하겠습니다. 그리고 최근 통신서비스 이용환경을 반영하여 평가지표를 강화·신설하고, 서비스별 특성에 맞게 평가척도를 정량화 하기 위해 법 개정으로 새롭게 들어간 ‘통신장애’ 그리고 ‘자율준수 프로그램’, ‘분쟁조정’, ‘맞춤형 피해구제 기준’ 등의 지표를 새롭게 신설하고 ‘불법정보 유통금지’와 ‘취약계층 보호’ 항목의 평가점수를 확대하도록 하겠습니다. 오늘 의결해 주시면 평가위원회를 민간 전문가 총 18인으로 구성해서 역무별, 사업자별 기준으로 3개 평가 소위원회를 구성해서 운영하도록 하겠습니다. 다음 페이지입니다. 각 사업자별 평가결과는 등급별 공개를 원칙으로 하되, 평가항목별 등급 또는 점수 공개는 평가결과 의결 시 결정하도록 하겠습니다. 평가결과, 우수한 사업자에 대해서는 기간통신과 부가통신 각 분야별 최고득점 사업자에 대해서는 위원장상을 수여하고, 전기통신사업법에 따른 과징금 부과 시 매우우수 등급의 경우 30% 이내, 우수 등급의 경우 20% 이내 감경을 해서 인센티브를 부여하도록 하겠습니다. 그리고 우수사례를 공유하고 미흡사항을 안내하여 다른 사업자들 간 업무가 서로 공유될 수 있도록 유도하겠습니다. 향후 계획입니다. 평가 자료 제출을 6월 말까지 받고 평가위원회 구성을 올 6월에서 9월 중 운영해서 올 10월에는 평가결과를 위원회에 보고하고 의결하도록 하겠습니다. 이상 보고를 마칩니다.

○ **한상혁 위원장**

- 보고받은 내용에 대해서 의견 있으시면 말씀해 주십시오. 안형환 위원님 말씀하십시오.

○ **안형환 상임위원**

- 일단 가장 관심이 가는 부분이 이용자들이 많은 카카오톡, 유튜브, 페이스북 같은 전년도에는 시범평가 대상이었던 그런 사업자가 본평가 대상에 들어온 매우 적절하다는 생각입니다. 또 이들에 대한 평가결과가 공개되어서 일반 이용자들이 그 평가결과를 판단할 수 있는 계기를 만든 것도 적절하다는 생각입니다. 그리고 이번에 방통위 차원에서 구글, 애플, 페이스북 정말 글로벌 거대한 사업자들을 평가대상에 포함시킨 것은 매우 적절하다고 생각합니다. 사실 이용자 보호 분야에서 국내 사업자에 대한 역차별 문제가 많이 대두되었는데 이번에 이런 글로벌 사업자들을 평가대상에 포함시킨 것은 매우 적절하다는 생각입니다. 그동안 매우 아쉬운 부분이었지요. 일부 해외사업자들이 협조에 응하지 않거나 또 적절하게 협조를 하지 않았던 것에 대해 앞으로 이 부분에 대해서는 더 노력해서 우리 방통위에서 이들 해외사업자

들을 정확하게 정확히 평가할 수 있도록 해 주었으면 고맙겠습니다. 그리고 평가항목에 취약자 계층을 보호할 수 있는 그런 항목이 들어갔다는 것도 제가 굉장히 높이 평가합니다. 또 최근 N번방 같은 이용자 보호 이슈를 신규 반영하거나 강화한 것에 대해서도 높이 평가를 합니다. 사무처에서 의안을 만드시느라고 고생 많았습니다. 원안에 동의합니다.

○ **한상혁 위원장**

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ **표철수 부위원장**

- 새로운 법률에 따른 평가항목을 추가하고 조정한 것은 굉장히 적절하게 잘하셨습니다. 그런데 실제 유튜브나 페이스북 등을 처음으로 본평가에 넣었는데 우리가 이용자 피해를 보호하기 위한 이런 것들, 실질적으로 조사가 잘 될 수 있겠습니까? 그것이 의문입니다.

○ **천지현 이용자보호과장**

- 그래서 저희가 국내 지사에서 이용자 보호업무 전담을 현재로는 하고 있지 않고, 해외에 있는 사무소에서 이용자 보호업무들을 처리하고 있습니다. 그래서 저희가 VOC 시스템에 대해서 본다거나 이런 부분들에 대해서는 일부 한계가 있을 수 있습니다. 그렇지만 작년에는 저희가 담당자들과 면담하고 업무처리 과정을 설명 듣고 이런 식으로 개선할 점이 없는지 이런 부분들에 대한 의견은 더 들었습니다. 올해 평가에서는 국내에 민원 처리할 수 있는 전담자를 좀 더 내실 있게 지정하는 부분들이라든지 업무처리절차를 저희가 조금 더 확실하게 절차별로 어떤 절차를 거치고 있는지 확인하고 개선을 유도하는 부분들을 좀 더 강화를 하도록 하겠습니다.

○ **표철수 부위원장**

- 하여튼 진행하는데 어려움이 예상됩니다. 적극적으로 노력을 해서 평가가 제대로 될 수 있도록 잘 챙겨 주시기 바랍니다.

○ **한상혁 위원장**

- 김창룡 위원님 말씀하십시오.

○ **김창룡 상임위원**

- 저는 이번 이용자 보호 평가 기본방향이 잘 잡혀 있다고 생각하고, 존경하는 표 위원님 말씀과 조금 맥을 같이 하는데 보니까 작년에는 글로벌 사업자들이 면담평가에 불출석했습니다. 아무래도 시범 차원에서 하다 보니까 그렇게 한 것 같은데, 이번에 어떻게 잘 협조할 것 같습니까?

○ **천지현 이용자보호과장**

- 최대한 협조를 할 수 있도록...

○ **김창룡 상임위원**

- 그쪽에서 자발적으로..., 왜냐하면 여기에 평가가 좋게 되면 여러 가지 과징금 감경 등 실질적인 이익이 있지 않습니까? 그렇기 때문에 적극적으로 평가에 올 수 있도록, 비록 해외에 사업체를 두고 국내 이용자를 관리하더라도 이런 부분에 대해 사업자들과 얼마나 소통이 되어 있는지 모르겠습니다.

○ **천지현 이용자보호과장**

- 저희가 최근 글로벌 사업자들 같은 경우 코로나 때문에 재택근무를 한다거나 이런 부분이 많은데 그런 환경들이지만 저희가 화상으로 회의를 진행하는 데는 크게 어려움은 없을 것 같습니다. 그런데 글로벌 사업자들이 자료제출하는 부분에 있어서 상당히 부담을 가지고 있는데 그 부분도 저희가 최대한 자료를 열람하거나 제출받는 쪽으로 해서 하겠습니다.

○ **김창룡 상임위원**

- 알겠습니다. 사무처가 이렇게 어려운 상대를 대상으로 처음으로 평가를 시도한다는 자체가 저는 굉장한 노력의 일환으로 보고 꼭 좋은 성과가 나오고, 또 이용자들도 어디가 정말 제대로 된 서비스를 하려고 노력하는지 그런 판단의 기준을 제시해 주는 것이 굉장히 좋다고 생각합니다. 이런 평가 작업이 의외로 돌출되는 어려움이 많습니다. 그런 것을 잘 돌파해서 성사시켜 주기를 바랍니다. 사무처 원안에 동의합니다.

○ **한상혁 위원장**

- 허 욱 위원님 말씀하십시오.

○ **허 욱 상임위원**

- 전기통신사업자 이용자 보호 업무 평가 계획은 우리 위원회의 이용자 보호정책을 리뷰하고 사업자들의 이용자 보호의식을 높일 수 있는 중요한 수단이라고 봅니다. 매년 평가대상이나 세부 평가항목에서 개선방안을 내놓으라고 사무처가 수고가 많으십니다. 카카오와 유튜브, 페이스북이 작년 시범평가에서 올해 처음으로 본평가를 하게 된 것은 매우 의미가 크다고 봅니다. 또한 최근의 통신서비스 이용환경을 반영해서 평가지표를 강화하거나 신설하고 통신서비스별 특성에 맞게 평가척도를 정량화하는 개선안을 마련한 것도 매우 잘한 내용이라고 여겨집니다. 통신장애 관련 지표를 신설한 것, 또 불법정보 유통금지항목 평가점수를 확대하고 이용자 피해예방 자율준수프로그램의 시행노력 지표를 신설해서 사업자의 자율규제를 강화한 것도 매우 시의성 있다고 여겨집니다. 다만, 올해는 코로나19 상황에 따라서 현장실사가 어려울 수 있다는 점을 염두에 뒀으면 좋겠습니다. 그래서 현장실사나 미스터리 쇼핑 방식의 실사 때 방역 수칙 등을 잘 준수해서 코로나19 상황에서도 전기통신사업자들의 이용자 보호업무 평가가 제대로 잘 진척됐다, 잘 이루어졌다는 그러한 이야기가 나올 수 있도록 신경 써서 추진해 줄 것을 당부드립니다. 의결주문에 동의합니다.

○ **한상혁 위원장**

- 위원님들 말씀 유념을 해서 평가를 잘 진행하셨으면 좋겠습니다. 글로벌 사업자 같은 경우에는 평가 과정에서 자료제출이나 이런 부분에 협조하는지 여부에 대해서도 국민들에게 알릴 수 있는 이런 시스템을 만들어서 자발적으로 협조를 할 수 있는 분위기를 조성하는 것도

중요하다고 생각합니다. 그 부분에 신경을 써 주셨으면 좋겠습니다. 다른 의견 없으시면 이 안건 역시 원안대로 의결하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 가결되었습니다.

## 7. 기 타

### ○ 한상혁 위원장

- 오늘 상정된 안건 처리는 이것으로 마쳤습니다. 다른 논의사항 있으십니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 없으시면 차기 회의는 대내외 일정 등을 고려하여 별도 공지하도록 하겠습니다. 수고하셨습니다.

## 8. 폐 회

### ○ 한상혁 위원장

- 이상으로 2020년 제31차 방송통신위원회 회의를 마치겠습니다.

(의사봉 3타)

【 11시 36분 폐회 】