

방송통신위원회 속기록

회의명 : 제29차 방송통신위원회 회의

회의일시 : 2017. 9. 7.(목) 09:44

장소 : 방송통신위원회 4층 회의실

참석위원 : 이효성 위원장
허 욱 부위원장
김석진 상임위원
표철수 상임위원
고삼석 상임위원 (5인)

불참위원 : 없 음

제29차 방송통신위원회 회의 속기록

【 09시 44분 개회 】

1. 성원보고

- 이효성 위원장
 - 차중호 의안·정책관리팀장 성원 보고해 주십시오.
- 차중호 의안·정책관리팀장
 - 재적위원 전원이 참석하셔서 성원이 되었음을 보고드립니다.

2. 국기에 대한 경례

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

3. 개회선언

- 이효성 위원장
 - 2017년 제29차 방송통신위원회 회의를 개의하겠습니다.

(의사봉 3타)

4. 지난 회의록 확인

- 이효성 위원장
 - 제27차 및 제28차 회의의 회의록과 속기록은 위원님들께서 확인 중에 있으므로 차기 회의에서 접수하도록 하겠습니다.

5. 회의공개 여부 결정

○ 이효성 위원장

- 오늘 회의에는 <의결안건> 1건, <보고안건> 1건이 상정되었습니다. 이 안건들을 공개로 심의 하는데 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 그럼, 오늘 회의는 공개로 진행 하도록 하겠습니다.

안건 심의에 들어가기 전에 장내를 정돈하여 주시기 바랍니다. 오늘 회의에 상정된 안건을 심의하도록 하겠습니다. 안건 심의의 효율성을 위해 <보고안건>을 먼저 논의하고, 이어서 <의결안건> 순으로 심의하겠습니다.

7. 보고사항

가. 방송광고 결합판매 지원고시 일부 개정에 관한 사항

○ 이효성 위원장

- <보고사항 가> ‘방송광고 결합판매 지원고시 일부 개정에 관한 사항’에 대하여 김동철 방송 기반국장님 보고해 주십시오.

○ 김동철 방송기반국장

- 보고드리겠습니다. 보고이유입니다. 「방송광고 판매대행 등에 관한 법률」 제20조에 따라 「방송광고 결합판매 지원고시」 중 미디어랩별 결합판매 평균비율 [별표 1] 과 지원대상 사업자별 결합판매 최소 지원규모 [별표 2] 를 개정하기 위한 것입니다. 주요 경과입니다. 미디어랩 6개사의 영업보고서 검증을 회계법인을 통해 4월부터 7월까지 검증을 하였습니다. 여기에서 나온 결과를 토대로 미디어랩별 결합판매 평균비율과 지원대상 사업자별 최소 지원 규모를 산정하고자 하는 사항이 되겠습니다. 주요 내용입니다. 지상파 미디어랩별 결합판매 평균비율은 직전 회계연도 5년간(’12년~’16년) 미디어랩의 결합판매 총매출액을 동 미디어 랩의 총 지상파방송광고 매출액으로 나눈 비율이 되겠습니다. 다음 페이지가 되겠습니다. 이렇게 산정한 결과, 한국방송공사 및 (주)문화방송의 지상파방송광고의 판매를 대행하는 한국 방송광고진흥공사는 결합판매 평균비율이 12.4017% 그리고 SBS의 지상파방송광고의 판매를 대행하는 (주)미디어크리에이티브는 9.1133%로 산정되었습니다. 다음 지원대상 사업자별 결합판매 최소 지원규모입니다. 직전 회계연도 5년간 지원대상 지역·중소방송의 결합판매 매출액을 동 미디어랩의 총 지상파방송광고 매출액으로 나눈 비율이 되겠습니다. 산정결과는 아래 <표>를 참고하시면 되겠습니다. 다음 페이지 되겠습니다. 향후 계획입니다. 오늘 보고를 접수해 주시면 10월 말까지 행정예고 및 위원회 의결을 거쳐 고시를 시행하도록 하겠습니다. 첨부한 결합판매 평균비율 및 사업자별 최소 지원규모 세부 산정결과, 그리고 두 번째 「방송광고 결합판매 지원고시」 행정예고(안), 관련법령 1부는 참고해 주시면 되겠습니다. 이상 보고를 마 치겠습니다.

○ 이효성 위원장

- 보고받은 내용에 대해서 의견 있으시면 말씀해 주십시오. 부위원장님 말씀하십시오.

○ 허 옥 부위원장

- 당초 올해 업무추진계획에서 결합판매 제도개선 방안에 관해서 검토하신 것으로 알고 있는데 진전이 잘 되고 있습니까?

○ 김동철 방송기반국장

- 작년에 연구보고서가 나온 바가 있습니다. 현실적으로 실행하기가 쉽지 않은 문제들이 있어서 저희가 추가적으로 검토하고 있고, 내부적으로 의견이 정리되는 대로 위원님들께 보고드리려고 준비하고 있습니다.

○ 허 옥 부위원장

- 지상파 3사 광고매출이 지속적으로 감소함에 따라 결과적으로 보면 지역과 중소방송사의 생존 기반인 결합판매 지원비율도 계속적으로 줄어드는 추세이기 때문에 아까 말씀하신 제도개선 방안 때 그 문제를 중점적으로 보완하고 종합적인 개선안이 나와야 하지 않을까라는 생각입니다. 이 안 자체는 다른 의견 없습니다.

○ 이효성 위원장

- 혹시 또 다른 의견 없으십니까? 김석진 위원님 말씀하십시오.

○ 김석진 상임위원

- 간단히 말씀드리겠습니다. 지금 부위원장님 지적하신 대로 중소방송과 지역방송이 아주 어렵습니다. 그래서 이런 부분들이 결합판매로 묶여 있는데 결합판매비율을 어떻게 조정해서 아주 열악한 중소방송 또 지역방송을 좀 더 도와줄 수 있는 방안이 없는지 우리가 많이 고민해야 할 것으로 봅니다. 다만, 한계는 물론 있을 것입니다. 예를 들면 OBS 같이 거의 자본잠식이 다 돼서 거의 빈사상태에 허덕이는 이런 방송사를 지원하기 위해서는 다른 민방들의 몫을 뺏아가야 되는, 파이는 정해져 있고 이런 부분이 있기 때문에 형평에 맞게끔 어느 한쪽에 또 차별이 가서는 안 된다는 그런 한계가 있습니다만 다른 지원방안은 없는지 반드시 고민해주시기를 특별히 부탁드립니다.

○ 김동철 방송기반국장

- 잘 알겠습니다.

○ 이효성 위원장

- 결합판매 대상인 지역 지상파방송사들의 어려움이 가중되고 있기 때문에 좀 더 도움이 될 수 있는 방안을 많이 강구해 보라는 위원님들의 지적을 명심해 주기 바랍니다. 더 이상 의견 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 그러면 접수하겠습니다.

6. 의결사항

가. TV홈쇼핑사 금지행위 위반에 대한 시정조치에 관한 건 (2017-29-159~160)

○ 이효성 위원장

- <의결사항 가> ‘TV홈쇼핑사 금지행위 위반에 대한 시정조치에 관한 건’을 심의하도록 하겠습니다. 참고로 이 안건은 피심인 7개 TV홈쇼핑사의 의견진술이 예정되어 있습니다. 순서에 따라 김동철 방송기반국장님은 안건에 대한 조사결과와 위법성 판단을 먼저 보고해 주시기 바랍니다.

○ 김동철 방송기반국장

- 보고드리겠습니다. 먼저 의결주문입니다. ‘TV홈쇼핑사의 「방송법」 제85조의2제1항제7호에 따른 위반행위에 대한 시정조치(안)를 붙임과 같이 의결한다’입니다. 제안이유는 TV홈쇼핑사인 (주)지에스홈쇼핑, (주)씨제이오쇼핑, (주)우리홈쇼핑, (주)현대홈쇼핑, (주)홈앤쇼핑, (주)엔에스쇼핑, (주)공영홈쇼핑이 상품판매방송 제작비용의 전부 또는 일부를 납품업자에게 부당하게 전가하는 등 방송법령을 위반한 행위에 대하여 시정조치(안)를 심의·의결하기 위한 것입니다. 주요내용입니다. 경과를 말씀드리면 홈쇼핑PP 관련 금지행위가 방송법에 ‘15년 3월 31일 새로 도입되었습니다. 그리고 이에 대해서 저희가 개정 방송법 내용을 사업자를 대상으로 설명회를 개최해서 제작비를 전가하면 금지행위 위반이 된다는 점을 충분히 설명해 주었습니다. 그리고 홍보물도 제작해서 배포했고, 그리고 7개 홈쇼핑사 대상으로 작년 7월부터 실태점검 및 실태점검 결과 나타난 불공정행위에 대한 사실조사, 그리고 자료제출 요청 및 제출자료 분석 이런 절차를 거쳐 이어서 저희가 1차 현장조사를 작년 12월부터 실시를 했습니다. 그리고 2차 보완조사 및 확인서 징구, 그리고 자료를 보완하도록 통보를 했고, 영상자료도 추가로 분석을 했습니다. 그리고 여기에서 나온 금지행위 위반사항에 대해서는 금년 5월부터 법률검토를 6월까지 실시했습니다. 그리고 이런 법률검토를 거친 내용을 바탕으로 해서 7개 TV홈쇼핑사에 대해 시정조치(안)를 만들어 사업자들의 의견을 접수했습니다. 이렇게 나온 의견을 바탕으로 해서 추가로 법률자문을 실시해서 오늘 이렇게 안건을 올리게 됐습니다. 다음 일반현황에 대해 간단히 설명드리겠습니다. 먼저 TV홈쇼핑 시장 현황입니다. TV홈쇼핑은 아래 <표>에서 보시는 바와 같이 총 7개 사업자가 있고, 데이터홈쇼핑은 총 10개 사업자가 승인을 받아서 운영 중입니다. 이 중 5개사는 TV홈쇼핑과 데이터홈쇼핑을 겸영하고 있습니다. <표>를 참고해 주시기 바랍니다. 다음 페이지 되겠습니다. 다음 두 번째 TV홈쇼핑사와 납품업체 간 계약관계를 설명해 올리겠습니다. 먼저 TV홈쇼핑사와 납품업체 간의 거래는 일반적으로 「납품업자의 상품제안 → 상품 및 품질에 대한 평가 → 계약체결 → 방송송출」 순으로 진행됩니다. TV홈쇼핑에 입점하는 납품업자는 우선 거래여부에 관한 기본계약을 체결하고, 이후 방송일정을 협의해서 매 방송 편성 건마다 방송조건합의서를 체결한 후 상품판매방송을 진행합니다. 다음 페이지입니다. 거래기본계약입니다. 납품업자의 TV홈쇼핑 입점 시 체결하는 계약으로, 주요 내용은 양사의 관리와 의무, 대금 지급방법, 소비자보호 원칙 등이 되겠습니다. 그리고 방송조건합의서는 일반적으로 방송 3일 전에 TV홈쇼핑사와 납품업자가 체결하는 계약으로, 주요 내용은 프로그램명, 방송 예정일, 상품코드, 구성상품, 판매가, 협력사 지급액, 매

입형태, 배송/수거 형태 등 이런 내용들이 포함됩니다. 다음 TV홈쇼핑의 거래 및 상표권 보유 형태입니다. 거래형태는 홈쇼핑사의 물건판매 방식이 첫째, 납품업자의 상품을 홈쇼핑사 명의로 판매하고 상품판매 후 수수료를 공제한 상품판매대금을 납품업자에게 지급하는 위·수탁거래 형태, 그리고 두 번째로 홈쇼핑사가 매입한 상품 중에서 판매되지 않은 상품에 대한 판매책임을 직접 부담하고 납품업자로부터 상품을 매입하는 직매입거래 형태, 세 번째 매입한 상품 중에서 판매되지 않은 상품을 반품할 수 있는 조건으로 납품업자로부터 상품을 외상 매입하고 상품판매 후 판매수익을 공제한 상품판매대금을 납품업자에게 지급하는 형태의 특약 매입 거래로 분류가 됩니다. 다음 상표권 관련 사항입니다. TV홈쇼핑사가 판매상품의 상표권 관련한 권리를 소유하는 경우인데 첫째, 직접 자체브랜드를 운영하거나, 자체 보유 상품권 등 해외 유명 브랜드와 계약을 통해 획득한 국내 상표권을 납품업자에 다시 제공하는 형태가 있습니다. 다음 페이지 되겠습니다. 이번에는 TV홈쇼핑 상품판매방송 관련한 비용 부담 관련 사항입니다. TV홈쇼핑의 상품판매방송을 위해 발생하는 비용은 주로 판매촉진 비용과 방송제작비용 등이 되겠습니다. 먼저 판매촉진비용입니다. 판매촉진행사에 소요되는 비용을 의미하는데 주로 ARS 할인, 사은품 증정 등이 해당되겠습니다. 그리고 참고로 대규모유통법은 TV홈쇼핑사가 납품업자에 대해 판촉비용의 50% 이상을 초과하여 부담시키는 것을 금지하고 있습니다. 그리고 방송제작비용입니다. 판매전문가·보조출연자·방청객 등의 방송출연과 방송세트·사전영상제작물 등에 소요되는 비용을 의미합니다. 참고로 공정거래위에서는 '13년 6월에 「TV홈쇼핑 표준거래계약서」를 제정하여 방송제작비는 TV홈쇼핑 사업자가 원칙적으로 부담하도록 하고, 방송조건 합의서 등에 해당 비용의 부담주체를 명시하도록 표준거래계약서를 제정한 바가 있음을 참고적으로 말씀드리겠습니다. 다음 페이지 되겠습니다. 다섯 번째, TV홈쇼핑 방송의 사전영상 제작 현황입니다. 사전영상은 TV홈쇼핑 방송 시, 상품의 효능과 효과 등의 정보를 추가 제공하고 상품 이미지를 극대화하기 위해 사전에 제작하여 해당 상품판매방송 중간에 방송하는 영상물을 의미합니다. 사전영상물의 제작비용은 TV홈쇼핑사가 부담하거나 납품업자가 비용의 전부 또는 일부를 부담하기도 합니다. 사전영상제작물은 해당 상품에 대한 추가적인 정보와 상품의 특징점을 부각하여 보여줄 수 있어 패션·의류 분야를 비롯한 대부분의 상품판매방송에서 사용되고 있고, 납품업자가 제작하는 경우가 대부분입니다. <표>를 참고해 주시기 바랍니다. 다음 페이지 되겠습니다. 이번에는 조사 결과입니다. 조사방법은 넘어가겠습니다. 다음 사전영상 제작비용 전가 행위 관련 사항입니다. 먼저 홈쇼핑사가 직매입한 상품의 경우입니다. 사실관계를 보면 TV홈쇼핑사가 납품업자의 상품을 매입하여 직접 재고책임을 지고 판매하는 상품에 대한 사전영상제작 비용에 대한 분담내역을 조사한 결과, 지에스홈쇼핑 127건, 씨제이오쇼핑 243건, 현대홈쇼핑 170건, 우리홈쇼핑 101건, 엔에스홈쇼핑 55건, 홈앤쇼핑 8건, 공영홈쇼핑 39건에 대해 납품업자에게 비용의 전부 또는 일부를 부담시킨 것으로 확인되었습니다. 여기에서 언급된 건수는 조사기간 중 해당되는 내용들입니다. <표 3>을 참고하시면 되겠습니다. 다음 위법성 판단입니다. 방송법 제85조의2제1항제7호 및 동법 시행령 제63조의5 [별표 2의3] VII.3호는 TV홈쇼핑사가 “방송편성을 조건으로 납품업자에 대하여 상품판매방송의 사전제작 비용을 부담하게 하거나 출연료를 지급하게 하는 등 제작비용의 전부 또는 일부를 부담하게 전가하는 행위”를 금지하고 있음에도 불구하고 7개 TV홈쇼핑사 모두 상품을 매입하여 직접 재고책임을 지고 판매하는 상품임에도 불구하고 납품업자에게 사전영상 제작비용을 전가한 행위는 직매입을 통해 납품업자가 제작한 상품에 대한 권리가 이미 TV홈쇼핑사로 이전되고, 납품업자는 상품판매

량과 무관하게 일정액을 미리 지급받기 때문에 납품업자가 사전영상제작 비용을 부담할 유인이 적어 자유로운 의사에 의한 합의로 보기 어렵다는 점에서 홈쇼핑사가 상품판매방송을 위한 사전영상 제작비를 납품업자에 부담하게 하여 제작비용을 부당하게 전가한 것으로 볼 수 있어 방송법 제85조의2제1항제7호 및 동법 시행령 제63조의5 [별표 2의3] 을 위반한 것으로 판단됩니다. 이번에는 홈쇼핑사가 상표권을 보유한 경우입니다. 사실관계를 보면 TV홈쇼핑사사가 직접 자체 브랜드를 운영하거나, 자체 보유 상표권 또는 해외 유명 브랜드와 계약을 통해 획득한 국내 상표권을 납품업자에게 다시 제공하는 형태의 상품판매방송에 대한 사전영상제작 비용에 대한 분담내역을 조사한 결과, 지에스홈쇼핑 356건, 씨제이오쇼핑 122건, 현대홈쇼핑 24건, 우리홈쇼핑 152건, 엔에스홈쇼핑 100건에 대해 납품업자에게 비용의 전부 또는 일부를 부담시킨 것으로 확인되었습니다. 자세한 내용은 <표 3>을 참고하시면 되겠습니다. 이번에는 위법성 판단입니다. 방송법 제85조의2제1항제7호 및 동법 시행령 제63조의5 [별표 2의3] IV.3호는 TV홈쇼핑사가 “방송편성을 조건으로 납품업자에 대하여 상품판매방송의 사전제작 비용을 부담하게 하거나 출연료를 지급하게 하는 등 제작비용의 전부 또는 일부를 부당하게 전가하는 행위”를 금지하고 있음에도 불구하고, 조사대상 홈쇼핑사 중 5개사(지에스홈쇼핑, 씨제이오쇼핑, 현대홈쇼핑, 우리홈쇼핑, 엔에스홈쇼핑)가 자신이 상표권을 보유한 상품임에도 불구하고 납품업자에게 사전영상 제작비용을 전가한 행위는 상품의 기획·생산과정을 TV홈쇼핑사가 주도하고 있고, 홈쇼핑 사업자가 자사 채널을 이용하여 자신의 상품을 판매하는 것에 가까우며, 납품업자보다 홈쇼핑사의 이익이 더 크거나 우선시될 가능성이 있어 납품업자는 사전영상제작 비용을 부담할 유인이 적고, 계약을 통해 유통경로를 제한 받고 있는 상품이 다수인 점에서 편성권을 가지고 있는 홈쇼핑사의 비용부담 요구를 거절하기 어렵다는 점을 감안해 볼 때 홈쇼핑사가 상품판매방송을 위한 사전영상 제작비를 납품업자에 부담하게 하여 제작비용을 부당하게 전가한 것으로 볼 수 있어 방송법 제85조의2제1항제7호 및 동법 시행령 제63조의5 [별표 2의3] VII.3호를 위반한 것으로 판단됩니다. 다음 페이지 되겠습니다. 다음 사전영상제작 비용 부담 주체 관련한 방송 합의서 관련 사항입니다. 사실관계입니다. 총 7개 TV홈쇼핑사 중 4개사(씨제이오쇼핑, 엔에스쇼핑, 홈앤쇼핑, 공영홈쇼핑)는 방송조건 합의서 등에 사전영상 제작비의 부담 주체를 명시하지 않고 있습니다. 또한 사전영상 제작비 부담 주체를 기재하고 있는 3개사(지에스홈쇼핑, 현대홈쇼핑, 우리홈쇼핑)는 방송 전 미리 제작된 사전영상의 비용 부담내역을 방송 3일 전에 작성하는 방송합의서에 정확히 기재하여야 하나, 실제 사전영상제작비 부담 내역과 방송합의서상의 불일치하는 사례를 다수 발견하였습니다. 이에 대한 위법성 판단입니다. 방송법 제85조의2제1항제7호 및 동법 시행령 제63조의5 [별표 2의3] VII.3호에 따르면 TV홈쇼핑사가 “방송편성을 조건으로 납품업자에 대하여 상품판매방송의 사전제작 비용을 부담하게 하거나 출연료를 지급하게 하는 등 제작비용의 전부 또는 일부를 부당하게 전가하는 행위”를 금지하고 있으나, 해당 TV홈쇼핑사가 방송조건 합의서에 사전영상 제작비용 부담 주체를 기재하지 않거나, 분담비율을 부정확하게 기록하는 등 관련자료를 적절하지 않게 관리한다는 사실만으로는 금지행위 위반여부를 판단하기가 어려웠습니다. 다음 페이지 되겠습니다. 다만, 향후 금지행위 위반 여부 판단을 위한 근거자료를 남기기 위해 TV홈쇼핑사가 방송조건 합의서에 사전영상 제작비용 부담주체와 분담비율을 정확하게 기재하도록 제도개선을 권고할 필요가 있다고 봤습니다. 다음 합의 없이 방송 편성을 변경·취소하는 행위 관련 사항입니다. 상품판매방송 편성 결과 통보 및 보존 행위 관련 사항입니다. 사실관계를 보면 총 7개 TV홈쇼핑사 중 상품

판매방송에 관한 편성결과를 전자시스템으로 통보하는 현대홈쇼핑을 제외한 나머지 6개 TV 홈쇼핑사들은 편성결과를 구두로 통보하고 있으며, 우리홈쇼핑과 엔에스홈쇼핑을 제외한 5개 TV홈쇼핑사들은 편성회의 결과도 보존하고 있지 않은 것으로 조사되었습니다. 다음 이에 대한 위법성 판단입니다. 앞서 말씀드린 방송법 제85조의2제1항제7호 및 동법 시행령 제63조의5 [별표 2의3] VII.1호는 “상품소개와 판매에 관한 전문편성을 하는 방송채널사용사업자가 방송편성을 조건으로 납품업자에 대하여 상품판매방송의 일자, 시각, 분량을 결정한 후 부당하게 사전합의를 거치지 않고 취소하거나 변경하는 행위”를 금지하고 있으나, 상품판매방송에 대한 편성 결과를 구두로 통보하는 행위와 편성회의 결과를 보존하지 않는 행위만으로는 금지행위 위반 여부를 판단하기가 어려웠습니다. 다만, 향후 금지행위 위반 여부 판단을 위한 근거자료를 남기기 위해 상품판매방송의 편성 결과를 명확히 통보하고, 편성회의 결과를 보존하도록 제도개선을 권고할 필요가 있다고 봤습니다. 다음 거짓자료 제출 행위 관련 사항입니다. 씨제이오쇼핑이 사실조사 자료를 거짓으로 제출한 행위에 관한 내용입니다. 먼저 사실관계입니다. 방통위는 사전영상 제작비의 부당한 전가 여부를 조사하기 위해 방송일자과 시간, 상품명, 판매방식 등 상품판매방송 현황 자료와 제작비 지출과 관련된 품의서 등 증빙 자료를 홈쇼핑사로부터 제출하도록 하였는데, 씨제이오쇼핑은 조사관이 10여차례 이상 수정·보완 및 확인 요청을 하였음에도 불구하고 실제 방송된 판매방송 현황과 일치하지 않는 자료를 지속적으로 제출함으로써 조사기간이 1개월 이상 지연되도록 하였습니다. 다음 페이지 되겠습니다. 또한 방통위에서 TV홈쇼핑사에 대해 상표권 및 상표사용권 등과 관련된 상품의 목록과 계약서 등 자료를 제출하도록 하였는데, 씨제이오쇼핑은 상표권을 15건 보유하고 있음에도 두 차례에 걸쳐 각각 8건, 11건으로 고의적으로 자료를 축소하여 제출하였습니다. 이에 대한 위법성 판단입니다. 방송법 제85조의2제4항 및 동법 시행령 제63조의4항은 방통위가 금지행위의 위반 여부에 관한 사실관계의 조사를 위하여 필요한 경우 방송사업자 등에게 자료의 제출을 요청할 수 있다고 명시되어 있으며, 동법 제108조제1항제19의2호는 이를 위반하여 자료제출을 거부하거나 거짓자료를 제출한 자에 대해 동법 시행령 [별표 4]에 따라 과태료를 부과할 수 있도록 되어 있습니다. 그런데 씨제이오쇼핑의 경우 방통위에서 사실관계 확인을 위해 사전영상제작 비용과 관련해 10여 차례 이상 관련 증빙자료의 보완을 요청하였음에도 불구하고 계속적으로 사실과 다른 자료를 제출하였으며, 상표권 관련 자료도 두 차례에 걸쳐 축소 제출한 것으로 밝혀진 바, 고의성이 있는 것으로 판단되어 거짓자료 제출로 인한 과태료 부과가 타당한 것으로 판단하였습니다. 다음 16페이지로 넘어가겠습니다. 이상 방통위 의견에 대한 피심인 의견입니다. 방통위 시정조치에 따른 과기정통부의 처분과 관련한 내용입니다. 방송법 제85조의2제2항에 따라 TV홈쇼핑사업자의 금지행위 위반에 대한 시정조치를 명한 경우, 방통위는 이를 과기정통부에 통보하여야 하고, 과기정통부는 방송법 제18조제1항제13호에 따라 승인 취소, 승인기간 단축, 영업정지 등의 처분을 할 수 있도록 되어 있습니다. 해당 조항에 따라 과기정통부가 영업정지 등의 처분을 내릴 경우, 위반행위에 비해 과도한 제재로 이어질 수 있으며, 납품업자 피해가 우려된다는 의견을 받았습니다. 다음 페이지 되겠습니다. 또 직매입 상품의 사전영상 제작비용 전가 행위에 관한 의견입니다. 직매입 상품은 방송합의서 작성 없이 홈쇼핑사가 단독으로 편성을 결정하므로, 방송편성을 전제로 하지 않아 “방송편성을 조건으로” 요건을 충족하지 않는다는 의견이 있었습니다. 또 상표권 보유 상품의 사전영상 제작비용 전가 행위에 관한 의견은 홈쇼핑사가 상표권을 보유한 상품의 경우에도 납품업자도 매출 증가 등 자신의 이익을 위해 사전영상제작비를 부담할 이유가

있다는 의견이 있었습니다. 그리고 사실조사 자료 거짓제출 행위에 관한 과태료 부과에 대해 씨제이오쇼핑이 의견을 제출했는데 사실조사기간 중 지속적으로 보정을 하였고, 최종 제출자료가 사실과 같으므로 거짓자료 제출로 보기 어렵다는 의견이었습니다.

○ 이효성 위원장

- 보고받은 내용에 대해서 의견 있으시면 말씀해 주십시오.

○ 허 옥 부위원장

- 피심인 의견을 듣지요.

○ 고삼석 상임위원

- 꼼꼼하게 잘 정리한 것 같습니다.

○ 이효성 위원장

- 지금부터 7개 TV홈쇼핑사의 방송법 위반에 대한 행정처분 전 당사자 의견진술 절차를 시작하겠습니다. TV홈쇼핑사 관계자 입장하도록 안내해 주시기 바랍니다.

(의견진술인 입장)

TV홈쇼핑 관계자 여러분, 먼 길 오시느라 수고하셨습니다. 방송통신위원회는 TV홈쇼핑사의 납품업자에 대한 부당한 제작비 전가 등을 금지하는 방송법 개정 이후 작년 11월부터 사실 조사를 실시하고, 조사결과 TV홈쇼핑사에서 상표권을 보유하거나 직매입한 상품에 대해 납품업자에게 사전영상 제작비용을 부당하게 전가한 사례들을 확인한바, 이에 대해 지난 7월 4일 각 사에 관련 행정처분 사전통지를 하였습니다. 앞서 각 사로부터 문서를 통해 사전통지에 대한 소명 등을 접수하였습니다. 오늘 이 자리는 TV홈쇼핑사로부터 추가 의견 및 향후 계획 등을 청취하는 자리입니다. 먼저 참석자를 확인하겠습니다. (주)지에스홈쇼핑 전무이신 조성구 님 맞습니까?

○ 조성구 (주)지에스홈쇼핑 전무

- 예, 맞습니다.

○ 이효성 위원장

- (주)현대홈쇼핑 부사장이신 임대규 님 맞습니까?

○ 임대규 (주)현대홈쇼핑 부사장

- 예, 맞습니다.

○ 이효성 위원장

- (주)씨제이오쇼핑 상무이신 신윤용 님 맞습니까?

○ 신윤용 ㈜씨제이오쇼핑 상무

- 예.

○ 이효성 위원장

- ㈜우리홈쇼핑 상무이신 전성을 님 맞습니까?

○ 전성을 ㈜우리홈쇼핑 커뮤니케이션전문부장

- 예.

○ 이효성 위원장

- ㈜엔에스쇼핑 전무이신 조항목 님 맞습니까?

○ 조항목 ㈜엔에스쇼핑 영업총괄장

- 예.

○ 이효성 위원장

- ㈜홈앤쇼핑 본부장이신 전순구 님 맞습니까?

○ 전순구 ㈜홈앤쇼핑 대외협력본부장

- 예.

○ 이효성 위원장

- ㈜공영홈쇼핑 이사이신 현하철 님 맞습니까?

○ 현하철 ㈜공영홈쇼핑 영업1본부장

- 예.

○ 이효성 위원장

- ㈜지에스홈쇼핑과 ㈜현대홈쇼핑의 법률대리인인 김앤장 법무법인 변호사 정진환 님 맞습니까?

○ 정진환 김&장법률사무소 변호사

- 저는 지에스홈쇼핑만 대리하고 있습니다.

○ 이효성 위원장

- ㈜현대홈쇼핑의 법률대리인인 안정호 님 맞습니까?

○ 안정호 김&장법률사무소 변호사

- 예.

○ 이효성 위원장

- (주)씨제이오쇼핑, (주)우리홈쇼핑, (주)엔에스쇼핑의 법률대리인인 세종 법무법인 변호사 강신욱 님 맞습니까?
- 강신욱 법무법인 세종 TMT 변호사
 - 예.
- 이효성 위원장
 - 장준영 님 맞습니까?
- 장준영 법무법인 세종 TMT 파트너변호사
 - 예.
- 이효성 위원장
 - 이한빛 님 맞습니까?
- 이한빛 법무법인 세종 TMT 변호사
 - 예.
- 이효성 위원장
 - (주)홈앤쇼핑의 법률대리인인 바른 법무법인 변호사 임훈택 님 맞습니까?
- 임훈택 법무법인 바른 구성원변호사
 - 예.
- 이효성 위원장
 - (주)공영홈쇼핑의 법무팀장이신 송성환 님 맞습니까?
- 송성환 (주)공영홈쇼핑 법무팀장
 - 예.
- 이효성 위원장
 - 의견진술에 앞서 유의사항을 말씀드리겠습니다. 의견진술 및 질의형식은 각 사의 대표자 자격으로 참석해 주신 임원님들께서 진술을 하시고, 추가 보충 설명이 필요한 부분에 대하여 법률대리인을 통해 의견을 진술하는 형식으로 진행되며, 각 사별 진술이 끝난 후 위원님들의 질의가 있겠습니다. 아울러, 의견진술인이 다수인 관계로 시간 관계상 각 사별 5분 이내에 모두 발언 및 의견 진술을 마무리해 주시길 바랍니다. 그럼 먼저, 자리에 앉은 순서대로 지에스홈쇼핑 조성구 전무님부터 발언해 주시기 바랍니다.
- 조성구 (주)지에스홈쇼핑 전무
 - 안녕하십니까? 지에스홈쇼핑 전무 조성구입니다. 우선 전체회의에 앞서 발언기회를 주신 방

송통신위원장 님 그리고 위원님들께 감사의 말씀을 드립니다. 잘 아시는 바와 같이 1994년 2개 사업자로 시작한 홈쇼핑 시장은 1917년 현재 데이터홈쇼핑을 포함해 모두 17개 사업자로 확대되었습니다. 그에 따라 사업방식도 초창기에 비해 많이 달라졌고 사실상 동등한 지위에서 거래가 이루어지고 있으며, 그동안 지적되던 불합리한 관행들을 개선하기 위해 홈쇼핑사업자들도 많은 노력을 기울이고 있습니다. 그럼에도 불구하고 다소 미진한 점이 남아 있고 미처 챙기지 못한 부분이 있는 것도 사실입니다. 구체적으로는 의견서와 소명 과정을 통해 소상히 말씀드리겠습니다만 회사가 상표권을 보유하고 있는 라이선스 상품은 저희 홈쇼핑채널 외 다른 유통채널에서도 상품을 판매할 수 있다는 점과 금번 조사가 관련 규정이 도입된 이후 최초 조사로서 납품업자가 제작한 사전영상물에 대해 홈쇼핑사업자의 명확한 비용 부담 기준이 없었던 점을 고려하여 주시면 대단히 감사하겠습니다. 그에 따라 위원회에서 사전영상물 제작 비용 부담과 관련해 합리적인 가이드라인을 제시해 주신다면 저희 회사는 이를 철저히 준수하여 공정한 시장 질서 확립에 만전을 기할 것을 약속드립니다. 바쁘신 와중에도 귀한 시간 내주신 위원장님과 위원님들께 감사말씀을 드리며, 궁금하신 사항은 질문해 주시면 성실하게 답변드리도록 하겠습니다. 보다 자세한 사항은 당사의 법률대리인을 통해 좀 더 상세한 말씀을 드려도 되겠습니까?

○ 이효성 위원장

- 예.

○ 정진환 김&장법률사무소 변호사

- 안녕하십니까? 지에스홈쇼핑 대리인 김앤장 정진환 변호사라고 합니다. 사전에 배포된 유인물을 바탕으로 설명드리겠습니다. 3페이지를 봐주시면 좋겠습니다. 우선 시정조치(안)에 대해서는 시정조치(안)는 상표권 보유 상품, 직매입 상품의 사전영상 제작비용을 홈쇼핑사가 모두 부담해야 함을 전제로 하고 있습니다. 잘 아시는 바와 같이 홈쇼핑사가 방송을 함에 있어서는 홈쇼핑사가 제작하는 사전영상이 있을 뿐만 아니라 납품업자가 자신들의 상품을 더욱 더 홍보하기 위해 제작하는 납품업자 제작 사전영상이 있습니다. 우선 홈쇼핑 제작 사전영상은 당연히 GS홈쇼핑이 부담했습니다. 그리고 납품업자 제작 사전영상은 말씀드린 것처럼 상품 판매촉진을 위해 납품업자 스스로 제작할 유인도 있었고 그리고 이러한 제작된 영상이 홈쇼핑 방송을 통해 방송됨으로써 광고효과도 있게 됩니다. 이러한 점을 고려하면 납품업자 자체도 이러한 사전제작 영상을 만들 경제적 유인이 있다고 볼 수 있습니다. 이러한 입장에 따를 때 만약 시정조치(안)의 입장을 그대로 따른다면 납품업자가 자신의 경제적인 유인에 따라 부담한 사전영상을 홈쇼핑사가 전혀 방송할 수 없다는 약간 불합리한 결과를 초래할 수도 있습니다. 또한 뒤에서 말씀드리겠지만 납품업자가 제작한 사전영상은 다른 유통채널에서도 함께 사용되고 있습니다. 그렇다면 이러한 비용을 GS홈쇼핑이 전적으로 부담해야 한다는 것은 조금 불합리한 결과도 있을 것으로 사료됩니다. 다음 페이지 보시겠습니다. 다음 페이지는 시정조치(안)에서 문제된 개별 상품에 대해 말씀드리겠습니다. PB상품입니다. PB상품 같은 경우에는 시정조치(안)에서는 사전영상 제작비용 중 일부 또는 전부를 납품업자가 부담하는 것을 전제하고 있습니다. 그러나 밑에서 보시는 바와 같이 저희가 사전영상 제작 관련해서 조사를 받던 확인서입니다. 밑에서 두 번째 <표>를 보시면 쏘울 제품이 있습니다. 이 쏘울 제품이 PB상품인데 상품건수는 60건수이지만 납품업자가 제작한 사전영상은

하나도 없음을 보실 수 있습니다. 이렇기 때문에 시정조치(안)에서 말씀하신 PB상품에 대한 사전영상을 GS홈쇼핑이 전부 부담했음에도 불구하고 이 부분을 납품업자에게 부당하게 전가했다는 부분은 조금 사실관계가 다른 부분이 있습니다. 다음 5페이지입니다. 라이선스 상품입니다. 상표권 보유상품이라고 하는데 시정조치(안)에서는 부당한 전가의 주요한 이유로 GS홈쇼핑 또는 그 계열사로 유통채널이 한정되어 있다고 보셨습니다. 그러나 저희가 의견을 통해 제출한 납품업자와의 계약서에 따르면 왼쪽을 보시면 됩니다. 오프라인 부분에서 프리미엄 아울렛, 다른 백화점에도 납품업자들은 상품을 판매하고 있습니다. 더군다나 온라인에서는 신세계, 그리고 현대 같은 경쟁사업자를 통해서도 납품업자가 상품을 판매할 수 있습니다. 이와 같이 유통채널이 GS홈쇼핑만이 아니라 GS홈쇼핑 계열사 이쪽으로 한정되어 있지 않고 다른 경쟁사의 유통채널을 통해서도 상품이 판매되고 있습니다. 그 외에도 이와 같이 납품업자가 제작한 영상물은 GS홈쇼핑 외 이렇게 유통채널이 다양할 뿐만 아니라 다른 쇼핑몰을 통해서도 사용되고 있습니다. 그러한 점을 고려할 때 라이선스 상품에 대해서 납품업자가 제작비용을 일부 부담한 것을 두고 과연 부당성이 있는가 부분은 다시 한 번 고려해 주셨으면 합니다. 다음 페이지입니다. 라이선스 상품에 대해 몇 가지 더 말씀드리면 시정조치(안)에서는 “물마이어”와 “에디티드” 브랜드 상품의 경우에도 GS홈쇼핑이 상표권을 보유한 것으로 판단하셨습니다. 그러나 “물마이어”나 “에디티드” 상품의 경우에는 GS홈쇼핑이 상표권자가 아니라 납품업자인 물마이어코리아, 또는 신세계인터내셔널이 상표권자입니다. 그렇기 때문에 시정조치(안)에서 말씀하신 상표권자가 GS홈쇼핑이라는 부분은 조금 잘못된 부분이 있다고 생각합니다. 끝으로 직매입 상품입니다. 마지막 7페이지입니다. 시정조치(안)에서 보시면 납품업자가 직매입 상품에 대해 매출에 대한 이해관계가 없음에도 불구하고 사전영상 제작비용을 부담하는 것은 “방송편성을 조건”으로 한 부당한 전가행위로 판단하였습니다. 이 부분 관련하여 납품업자로서는 이미 상품을 판매했기 때문에 제작비용을 부담할 경제적 유인이 없다고 보고 계셨습니다. 그러나 이러한 납품업자 같은 경우에도 GS홈쇼핑을 통해 이러한 영상이 방송될 경우에는 추가 납품, 속칭 말로 완판이 되는 경우에는 추가적인 상품을 납품을 통해 매출을 증대할 수 있는 기회가 충분히 있습니다. 또한 사전영상 제작물이 홍보영상으로서 홈쇼핑 방송을 통해 방송되는 경우 충분히 광고효과를 누릴 수 있는 점도 있습니다. 즉, 경제적 유인이 전혀 없다고 볼 수 없는 부분이 있습니다. 또한 직매입 상품 같은 경우에는 GS홈쇼핑이 모두 이것을 구입해서 판매를 합니다. 만약 방송이 되지 않더라도 납품업자 같은 경우에는 어떠한 부담이 없습니다. 그렇기 때문에 과연 방송편성을 조건으로 했는가 부분에 대해서는 다시 한 번 고려해 주셨으면 합니다. 저희가 알고 있기로는 직매입 상품 같은 경우에는 대부분의 사전영상이 미리 만들어 놓은 것으로 알고 있습니다. 또한 일부 상품 같은 경우에는 TV광고를 통해 방송되는 경우도 있다고 들었습니다. 그러한 점을 고려할 때 이러한 부분에 대해서는 다시 고려해 주셨으면 합니다. 결론을 간단히 말씀드리겠습니다. 지금까지 말씀드리면 GS홈쇼핑 같은 경우에는 유통채널이 다른 채널로 또 넓혀 있을 뿐만 아니라 다른 유통채널에서도 동일한 납품업자가 제작한 사전영상을 사용하고 있습니다. 이런 관계로 어느 정도의 비용을 GS홈쇼핑이 부담해야 할지 이런 부분에 대해 명확한 기준이 없었던 것은 사실입니다. 이러한 점을 고려하시어 제작비용 부담에 대해 명확한 가이드라인을 제시해 준다면 이 부분에 대해 적극 준수하고 앞으로 따르도록 하겠습니다. 이상 GS홈쇼핑 대리인의 의견을 마치겠습니다. 감사합니다.

○ 이효성 위원장

- 수고하셨습니다. 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 복수로 법률대리인이 나온 경우도 있을 것이고, 아마 거의 동일한 사안에 대해 동일한 입장 일 것입니다. 그리고 모두 회사의 입장을 들어보면 공통된 것이 있고 또 개별사에 한정해서 특별히 설명해야 하는 부분들이 있을 것입니다. 먼저 시작하셨으니까 공통된 의견들은 아주 간략히 정리해 주시고 개별 사에 특별히 해당되는 부분들 중심으로 입장을 밝히시면 좋을 것 같습니다.

○ 이효성 위원장

- 고 위원님께서 지적하신 바대로 겹치지 않는 부분에서 이야기해 주시면 좋겠습니다. 다음은 현대홈쇼핑 임대규 부사장님 발언해 주시기 바랍니다.

○ 임대규 (주)현대홈쇼핑 부사장

- 현대홈쇼핑의 경영지원본부를 맡고 있는 임대규 부사장입니다. 무엇보다도 협력업체와의 관계에서 이번 사안의 문제점이 지적된 것에 대해 송구스럽게 생각합니다. 향후 협력업체의 부담이 최소화될 수 있도록 노력할 것을 먼저 약속드리고, 먼저 이번 시정조치(안)에 대해 당사의 의견을 법률대리인을 통해 설명드려도 괜찮겠습니까?

○ 이효성 위원장

- 예, 그렇게 하시지요.

○ 안정호 김&장법률사무소 변호사

- 안녕하십니까? 현대홈쇼핑의 법률대리인입니다. 우선 사전영상물은 납품업자가 제작하여 홈쇼핑사에 제공하는 것이 일반적이며, 이것이 시장의 거래 관행이었습니다. 그 이유는 상품의 장점과 마케팅 포인트를 납품업자가 보다 잘 이해하고 있어 효과적인 사전영상물 제작이 가능하기 때문이고, 효과적인 사전영상물의 사용은 매출 증진으로 이어져 홈쇼핑사와 납품업자 모두에게 이익이 되기 때문입니다. 시정조치(안)에서는 홈쇼핑사가 상표권을 보유하고 있는 상품과 직매입 상품의 경우 납품업자가 이것을 제작하여 제공하는 것이 위법하다고 판단하고 있습니다. 그러나 이러한 경우에도 시장의 일반적인 거래관행에 의한 것이고, 본 문헌에 따를 때에도 금지행위 요건에 해당한다고 보기 어렵습니다. 방송법상 금지행위에 해당하기 위해서는 납품업자의 방송편성을 조건으로 납품업자에 대하여 방송제작비용의 전부 또는 일부를 부당하게 전가하는 행위가 있어야 합니다. 그런데 현대홈쇼핑의 경우 사전영상물을 제공하는 경우에만 방송을 편성해 주겠다고 조건을 부과한 사실이 전혀 없으며, 홈쇼핑사가 상표권을 보유하고 있다는 사실이나 직매입 상품이라는 사실만으로 이와 같은 행위가 있었다고 추단할 수도 없는 일입니다. 특히 직매입 상품의 경우 홈쇼핑사가 자신의 상품을 자신의 방송으로 판매하는 것이기 때문에 금지행위 요건인 “납품업자의 방송편성을 조건으로”라는 요건에 처음부터 해당되지 않는다고 할 것입니다. 따라서 방송법상 규율 대상으로 보기 어려워 보입니다. 또한 본건의 경우에 납품업자에게 “부당하게” 비용을 “전가”하였다

고 볼 수도 없습니다. 시정조치(안)에서 지적된 상표권은 페리엘리스 1개 브랜드인데, 납품업자도 이 브랜드를 사용함으로써 200억원 이상 상당한 매출을 올렸습니다. 결국 납품업자 입장에서도 매출을 증대시키기 위해 사전영상물을 제작할 만한 충분한 유인이 있다고 볼 수 있습니다. 홈쇼핑사와 납품업자 간 상표권 계약에서 납품업자의 유통채널을 일부 제한하고 있으나 이는 현대홈쇼핑이 임의로 제한하는 것이 아니라 원상품권자의 요구에 따른 것으로서 방송특약과 완전 별개인 상표권 사용계약에 의해 부과된 것입니다. 홈쇼핑사가 납품업자에게 임의로 부과한 조건이 아니기 때문에 이를 이유로 부당하게 비용을 전가하였다고 보기는 어려울 것으로 보입니다. 또한 직매입 상품의 경우 사용된 사전영상물의 대부분은 이미 제작되어 있던 영상을 다시 사용한 것이기 때문에 납품업자에게 추가적인 비용이 발생한 것도 아닙니다. 위와 같은 점들을 종합적으로 고려할 때 시정조치(안)에서 지적된 행위들의 경우 금지행위 위반에 해당한다고 보기는 어렵습니다. 이상과 같이 법률대리인 의견을 말씀드립니다.

○ **임대규 (주)현대홈쇼핑 부사장**

- 마무리 말씀드리겠습니다. 방금 설명드린 법리적인 문제점들, 그리고 금번 조사는 방송법상 금지행위 규정이 신설된 이후 최초의 조사라는 점, 그리고 사전영상물 제작비용 부당 전가에 대한 판단 기준이 제시된 바가 없어서 저희 같은 수범자 입장에서는 어떤 기준으로 금지행위 규정을 적용해야 할지 난감했습니다. 그래서 그러한 부분을 충분히 고려해 주시고 향후 협력업체와의 상생관계를 충분히 유지할 수 있는 그런 마인드를 가지고 할 것을 약속드리고 이상으로 설명을 마치겠습니다. 경청해 주셔서 감사합니다.

○ **이효성 위원장**

- 수고하셨습니다. 다음 씨제이오쇼핑 신윤용 상무님 말씀하시기 바랍니다.

○ **신윤용 (주)씨제이오쇼핑 상무**

- 발언기회 주셔서 감사합니다. 씨제이오쇼핑 대외협력담당 신윤용입니다. 저희 씨제이오쇼핑은 협력사와의 상생협력을 위해 협력사에게 유리한 직매입 거래도 적극적으로 하고 있었고, 자금조달이 어려운 협력사들을 위해 상생펀드를 운영하고 또 무료 방송도 진행하고 해외 판로 지원 등 동반성장을 위해서 많은 노력을 하고 있었습니다. 이번 방송법 개정 이후에 첫 조사인 관계로 자료제출 과정 중 일부 미흡한 점이 있었으나 저희가 귀 위원회 조사를 방해하거나 고의로 거짓자료를 제출한 사실이 없음을 해아려 주시고, 그 미흡점을 개선하기 위해 많은 비용과 인력을 투입해서 보완하고 있습니다. 향후 귀 위원회의 사실조사 및 제도 개선을 적극적으로 협력할 것을 다짐하고 있습니다. 금번 귀 위원회 사실조사를 통해 금지행위 규정을 숙지하고 불공정행위 방지를 위해 최선의 노력을 다 하도록 노력하겠습니다. 시정조치(안)에 대한 자세한 의견은 저희 법률대리인을 통해 말씀드리도록 하겠습니다.

○ **이효성 위원장**

- 예, 말씀하시지요.

○ **강신욱 법무법인 세종 TMT 변호사**

- 위원장님, 저희가 3사 씨제이오쇼핑, 우리홈쇼핑, 엔에스쇼핑 3사 공동으로 하고 있기 때문에 모두 진술을 3사 공동으로 한 다음에 진술하도록 하겠습니다.

○ 이효성 위원장

- 우리홈쇼핑 전성을 상무님 발언해 주시기 바랍니다.

○ 전성을 ㈜우리홈쇼핑 커뮤니케이션부부장

- 안녕하십니까? 우리홈쇼핑 전성을 상무입니다. 홈쇼핑사가 내용이 상이한 내용들이 많습니다. 저희들이 2015년도부터 홈쇼핑사들이 전체적으로 대규모유통업법 도입 이후에 공정거래 질서를 위해 노력을 상당히 많이 하고 있는 점을 참작해 주시기 바랍니다. 2014년도 대규모유통업법 공정위 조사 이후에 지적된 사항이라든지 약정서 도입이라든지 이러한 노력들을 상당히 많이 하고 있는데 그런 것들이 잘 묻히고 있는 것 같습니다. 그런 노력도 헤아려 주시기 바라고, 금번 조사에 보시면 부당성 판단에 대한 세부기준이 부재함이 분명히 있다고 보입니다. 그런 부분을 헤아려 주시고, 또 이번 거래 유형이 상표권 사용이라든지 증빙거래에 제재가 가해진다면 분명히 협력업체라든지 유리한 면도 분명히 존재한다고 보입니다. 그 부분도 충분히 참작해 주시기 바랍니다. 그리고 모두에서 다 말씀드렸지만 세부적인 원칙이나 가이드라인을 마련해 주신다면 홈쇼핑사들이 공정거래 질서를 위해서 충분히 거기에 맞춰서 성실히 임할 것을 약속드리겠습니다. 이상입니다.

○ 이효성 위원장

- 다음 엔에스쇼핑 조항목 상무님 발언해 주시기 바랍니다.

○ 조항목 ㈜엔에스쇼핑 COO

- 안녕하십니까? 먼저 이런 소명의 기회를 주신 위원장님과 그리고 위원님들, 관계자 여러분께 감사의 말씀을 드립니다. 저는 엔에스쇼핑에서 대표이사를 보좌하고 회사의 전반업무를 총괄하고 있는 엔에스쇼핑 운영총괄 조항목 전무입니다. 오늘 이 사안이 상당히 중요해서 저희 대표이사께서 직접 오셔야 하지만 선약이 있어 제가 대신 참석했습니다. 이 점 너그러이 양해해 주시기 바랍니다. 저희 엔에스쇼핑은 여러 가지 면에서 부족한 측면이 많이 있는 회사입니다. 그래서 저희들은 귀 위원회를 비롯한 정부의 방침을 철저히 준수함으로써 저희들의 부족한 점을 보완해 나가려고 하는 그런 노력을 하고 있는 것도 사실입니다. 그러나 간혹 정부가 제정한 법률이나 방침들을 완벽하게 이해하지 못해서 실수를 하는 경우도 있는 것 같습니다. 이번 건의 경우에도 저희들이 중소협력사 지원 차원에서 기존 거래업체 상품을 직매입하거나 혹은 저희가 가지고 있는 상표를 무상으로 임대하는 그런 과정에서 세심하지 못한 부분이 있었던 것 같습니다. 다만, 이 건과 관련해서 저희 엔에스쇼핑은 직매입업체에게 상품대금 이외 별도의 2%의 수수료를 직접 지불하고 있으며, 또한 저희들이 가지고 있는 상표의 경우에는 무상으로 상표를 사용할 수 있는 임대권을 주고 있습니다. 이 점 고려하셔서 판단해 주실 것을 간청드립니다. 기타 자세한 사항은 저희 대리인이 별도로 드리도록 하겠습니다. 이상입니다.

○ 이효성 위원장

- 말씀하시지요.

○ 강신욱 법무법인 세종 TMT 변호사

- 법무법인 세종의 강신욱 변호사입니다. 방금 모두 발언을 한 씨제이오쇼핑, 우리홈쇼핑, 엔에스쇼핑을 대리해서 3사 공통의견을 말씀드리겠습니다. 사무국에서는 홈쇼핑사에서 직매입한 상품, 홈쇼핑사에서 상표권을 보유한 상품의 경우에는 사전영상 제작비용을 부담한 경우에는 별도로 부당한지 여부 판단 없이 제작비용을 부담한 전가로 판단하고 있습니다. 이에 대한 3사의 의견에 대해 말씀드리겠습니다. 아시다시피 본건 방송법 금지행위가 2015년도 도입될 당시에는 방송편성을 조건으로 해서 위탁거래 방식에서 주로 불공정 행위가 발생했기 때문에 그 부분 위주로 주로 논의대상이었습니다. 즉, 직매입 거래 및 홈쇼핑에게 사용권을 양도하는 상품의 거래는 납품업자에게 가장 유리한 거래형태에 해당되기 때문입니다. 직매입의 경우에는 채고책임을 홈쇼핑사가 전부 부담하기 때문에 과기정통부가 예전부터 재승인 때 항상 직매입 확대를 요구하던 사항이었습니다. 또한 주로 중소 브랜드의 경우에는 낮은 브랜드 인지도로 인해서 홈쇼핑사에게 상표권을 보유한 상품을 사용할 수 있도록 허락해 줄 때 무상이나 거의 실비 수준을 받고 양도하고 있는 사항입니다. 더군다나 제가 대리하고 있는 3사의 경우에는 비용의 경우에 자기가 자체제작 하겠다고 요구하거나 아니면 기존에 제작되어 있는 것 외에는 전부 직매입의 경우나 상표권 보유상품의 경우에도 비용을 부담하는 실정이었습니다. 물론 직매입의 경우나 상표권 보유상품의 경우에도 이런 부당한 경우가 개별적으로 살펴보면 있을 수 있을 것으로 사료됩니다. 그러나 본 사안의 경우에는 아쉽게도 무엇이 부당한지 여부에 대해서 전혀 개별적·구체적 판단이 이루어지지 않은 상황입니다. 방송법 시행령 입법 당시에도 당연히 방통위원회 금지행위의 중요성이나 무게성 때문에 어떠한 특수한 유형이나 거래유형이 부당하다고 판단할 경우에는 그 거래 자체가 금지된 그런 효과가 될 우려성이 있기 때문에 그런 것이 제기되어서 입법과정에서 “부당하게”라는 판단을 이 금지행위가 위반되기 위해서는 해야 한다고 논의가 됐었습니다. 축적된 판례에 따르더라도 이런 부당성에 대한 판단은 당해 행위가 어떤 의도나 목적을 갖고 있는지, 거래 상황이나 구체적인 태양이 어떤지에 대해서 종합적으로 고려가 되도록 되어 있는데 본 경우에는 아쉽게도 어떠한 형태가 위법한 지에 대해서 전혀 구체적·개별적·종합적인 판단이 이루어지지 않았습니니다. 따라서 존경하는 위원장님, 부위원장님 그리고 위원님! 사무국의 판단에 따를 경우에는 직매입 상품이나 상표권 사용권을 양도한 상품의 경우에 구체적인 판단 없이 사전영상 제작비용까지 홈쇼핑사가 부담하여야 한다는 그런 결론에 따르기 때문에 홈쇼핑사나 TV홈쇼핑 거래 관행에 있어서 결과적으로 납품업자에게 가장 유리한 거래 형태였던 직매입 형태나 사용권을 부여한 상품의 경우에 극도로 꺼릴 수밖에 없는 상황입니다. 즉, 당초 금지행위의 도입 취지와 다르게 직매입이 아닌 위탁거래방식을 선호한다든지 홈쇼핑 거래관행에 있어서 가장 유리했던 2가지 거래관행이 사라질 수도 있을 상황입니다. 위원장님, 그리고 부위원장님, 위원님! 아시다시피 금번 사실조사는 금지행위가 도입된 이후 첫 사실조사입니다. 따라서 통상 고시나 가이드라인이나 부당성에 대한 세부기준이 없이 이번에 이루어진 상황이라서 홈쇼핑사 입장에서는 어떠한 것이 부당한지에 대한 전혀 예측가능성이 없는 상황이었습니다. 즉, 위원회에 대한 판례가 전무하고 그것을 참조할 만한 고시나 가이드라인이 전혀 없었습니다. 통상 금지행위나 이런 새로운 규제가 신설될 경우에는 사업자에게 어떠한 형태가 위법한 지에 대해서 계도를 하기 위해 고시나 가이드라인, 그

다음에 안내서, 지침 형태 등 다양한 형태로 안내하고 계도기간을 거치게 됩니다. 최근 귀 위원회 역시, 전기통신사업법에 대한 금지행위 고시·시행령을 도입한 경우에 2년에 걸쳐 사업자에게 어떠한 형태가 부당한지에 대해 안내하고 협의하는 과정을 거쳐 구체적인 기준을 마련한 예가 있습니다. 그러나 본 사안의 경우에는 시행령 도입 이후에 그런 고시나 가이드라인에 대한 개별적인 것 전혀 없이 이루어진 경우라고 할 수 있습니다. 5페이지에 방금 말씀드린 것을 참조로 보시면 다른 경우에는 다 그런 판단의 기준이 있는데 본 사안의 경우에는 그런 것이 아직 마련되어 있지 않다는 것을 말씀드릴 수 있습니다. 구체적으로 귀 위원회 사무국에서는 직매입 거래 및 상표권 사용권 양도 거래에 대해 상품의 유통경로가 해당 TV 홈쇼핑에 제한되고 그다음에 실질적인 통제권을 갖고 있다는 일반적인 가정 하에 이것 자체가 부당한 전가행위라는 일반적인 가정에 이루어졌습니다. 그러나 최소한 제가 대리하고 있는 3개사의 경우에는 그렇지 않은 경우가 있습니다. 그 경우를 구체적으로 말씀드리면 저희의 경우에는 상표권 보유상품의 경우에도 자유롭게 납품업체의 영업력에 따라 다른 유통 채널, 심지어 경쟁 홈쇼핑에 팔 수도 있고 실제 그런 예도 있습니다. 또한 실질적인 통제권을 갖고 있는 것이 아니라 이것이 해외에 있는 라이선스를 가져올 때 해외 원소유자가 어떤 브랜드에 대한 퀄리티를 관리하기 위해 최소한 계약상에 있는 기준, 그 기준을 맞추도록 할 뿐 그 이외 어떤 실질적인 통제권을 갖고 있는 경우도 아닙니다. 전에 말씀드린 것처럼 이 상표권 보유로 인해 어떤 이득들은 전혀 없이 무상이나 혹은 실비 정도만 받고 이루어진 사항이라고 할 수 있습니다. 존경하는 위원장님, 부위원장님 그리고 위원님! 본 경우에는 사실상 첨언컨대 고시나 가이드라인을 마련한 이후에 사업자 예측가능성을 도모한 이후에 해도 늦지 않다고 생각이 듭니다. 그렇지 않다면 귀 위원회 사무국의 판단에 따를 경우에는 방송법이나 시행령 도입 취지와 다르게 납품업체에게 가장 유리한 거래형태였던 직매입이나 상표권 보유상품의 거래형태가 홈쇼핑사 입장으로서는 꺼리게 되고 결과적으로 납품업체에게 유리해지는 것이 아니라 불리해지는 그런 결과가 발생한다는 것을 다시 한 번 말씀드리고 싶습니다.

○ 이효성 위원장

- 수고하셨습니다.

○ 이한빛 법무법인 세종 TMT 변호사

- 3사 의견에 추가적인 각 사별 보충의견을 말씀드리겠습니다. 먼저 씨제이오쇼핑 보충 의견 말씀드리겠습니다. 씨제이오쇼핑은 직매입 상품의 사전영상 제작비용을 전액 부담하는 등 납품업체에 대한 제작비용의 부당한 전가 행위 자체가 없었습니다. 또한 방송제작비를 피싱인이 부담하는 것을 원칙으로 하고 있으며, 이를 방송조건 협약서에도 명시적으로 규정하고 있습니다. 또한 납품업체가 제작비용을 부담하는 경우는 극히 소수로 납품업체의 요청이 있는 경우에 한하며, 이 경우에도 합리적인 비용 분담이 이루어지도록 씨제이오쇼핑은 조치하고 있습니다. 다음 우리홈쇼핑 보충 의견 말씀드리겠습니다. 시정조치 대상이 된 상표권 보유상품은 우리홈쇼핑의 개발에서부터 운영까지 관리하는 PB상품이 아니라 전부 우리홈쇼핑이 원상표권자로부터 상표권 사용허락을 받고 납품업체에게 상표권 사용권을 양도하는 라이선스 브랜드 상품에 해당합니다. 또한 시정조치 대상이 된 직매입 상품은 전부 위탁판매방식에서 직매입 방식으로 전환된 상품에 해당하느냐, 위탁거래 시 이미 제작된 사전영상을 활용하는

것에 불과하여 납품업체에게 추가적인 비용 및 손해가 발생하지 않습니다. 이렇듯 피심인 (주)우리홈쇼핑에서는 사전영상제작물 비용부담을 원칙으로 하고, 납품업체 의사에 의한 경우에 비용을 부담하도록 하고 있어 합리적인 비용분담이 이루어지도록 조치하고 있습니다. 다음으로 엔에스쇼핑 보충 의견 말씀드리겠습니다. 시정조치 대상이 된 상표권 보유상품은 단 1건에 불과하고, 이 경우도 자유로운 합의를 통해 사전영상 제작비용을 분담한 사안입니다. 또한 직매입 상품은 전부 특약매입거래방식에서 직매입 방식으로 전환된 상품에 해당하는바, 엔에스쇼핑 경우에도 이미 제작된 사전영상을 활용하는 것에 불과하여 납품업체에게 추가적인 비용 및 손해가 발생하지 않습니다. 또한 엔에스쇼핑은 총 공급가의 2%를 방송대행 수수료로 지급하는 등 납품업체의 이익을 보호하기 위해 최선의 조치를 다하고 있습니다. 이러한 피심인들의 사정을 적극 고려해 주시기를 부탁드립니다.

○ 이효성 위원장

- 수고하셨습니다.

○ 장준영 법무법인 세종 TMT 파트너변호사

- 안녕하십니까? 피심인 씨제이오쇼핑의 거짓자료 제출 관련 과태료 부과 건에 대해 의견진술 하도록 하겠습니다. 본 사안의 본질은 업무처리의 미흡으로 인해 그리고 추후 보완을 전제로 한 일부 자료의 누락이 과연 고의에 의한 거짓자료 제출이나, 그리고 조사 결과의 무결성이 결과적으로 훼손되었느냐 여부입니다. 물론 한 번에 위원회의 보완요청에 의해 모든 자료가 보완이 완료되었으면 이러한 논란은 없었을 것입니다. 하지만 이번에 최초로 이루어진 귀 위원회의 홈쇼핑 조사 및 새로운 형식의 자료 제출 요청 양식, 그리고 피심인에 대한 1만여 건에 이르는 방대한 양의 전수조사가 있었습니다. 그리고 이러한 점을 고려했을 때 피심인이 자료제출 기한이 정해져 있던 귀 위원회의 자료제출 요청에 대해서 추후 보완을 예상해서 제출을 하게 된 측면이 강하다고 생각합니다. 그리고 5년마다 재승인을 받아야 하는 피심인의 입장에서는 과기정통부에 대한 재승인 신청 과정에서 한번 신청서를 제출하고 나면 수십 차례 보완절차를 거치게 되는 것이 일반적인 현상입니다. 그리고 재승인 조건이 부과된 이후에도 그 재승인 조건 이행실적 점검 과정에서도 수차례 보완행위를 거치는 것이 일반적인 절차로 이루어져 왔었던 것이 이 시장 관행이었습니다. 또한 피심인의 경우에는 비록 귀 위원회의 단 한 번의 보완요청에 마무리는 짓지 못했었지만 귀 위원회 보완요청 때마다 최선의 노력을 거쳐 보완했었고, 그 결과 조사가 종결된 시점에서는 모두 정상적인 조사결과가 수집이 됐습니다. 그래서 결과적으로는 그 어떠한 조사결과와 무결성이 훼손됐다고 볼 여지가 없다고 생각합니다. 그리고 과태료 부과에 관한 일반법이고 법무법인에서 소관하고 있는 질서 위반행위 규제법에 따르더라도 고의가 없는 과태료 위반행위에 대해서는 과태료를 부과할 수 없다고 규정하고 있고, 만약에 과태료 부과 요건에 대해 착오가 있었을 때 그 착오의 정당한 사유가 있으면 그 역시 과태료를 부과할 수 없다고 규정하고 있습니다. 따라서 여태까지 씨제이오쇼핑이 수차례 보완요청이 있었지만 거기에 대해서 최선의 노력을 했고, 결과적으로 수집된 조사결과와 내용에 어떠한 무결성이 훼손되지 않았다는 점을 고려할 때 그리고 이러한 질서 위반행위 규제법의 일반적인 원칙에 비추어 볼 때 더 이상 씨제이오쇼핑의 이러한 일부 자료 제공 누락행위에 대해서는 처벌이 어렵다는 것이 저희 생각입니다. 그리고 과거 귀 위원회 선례 역시 이번 사안보다 조금 더 위법성이 중하다고 평가될 수 있

있던 허위 증빙자료 제출 행위에 대해서 과태료 부과가 아니라 그 경우에 여러 사정을 고려했을 때 과태료 부과에 실익이 없다는 이유로 “경고” 조치를 한 선례가 있음을 간곡히 고려해 주시기 바랍니다. 이상입니다.

○ 이효성 위원장

- 수고하셨습니다. 다음 홈앤쇼핑 전성구 본부장님 발언해 주시기 바랍니다.

○ 전성구 (주)홈앤쇼핑 대외협력본부장

- 안녕하십니까? 홈앤쇼핑의 대외협력본부장 전성구입니다. 오늘 이렇게 의견진술의 기회를 주신 위원장님과 위원님들께 감사의 말씀을 드립니다. 저희 (주)홈앤쇼핑은 중소기업 제품 판로 지원 목적은 사업 승인을 받고 매년 80% 이상 중소기업제품을 편성하고 있습니다. 본건의 대상이 되고 있는 직매입 운영은 정부의 중소기업 지원정책에 따른 방송사업 승인조건에 따라 확대 운영하고 있고, 협력사가 최초 입점 시에 위·수탁계약으로 론칭한 이후에 판매상황에 따라 협력사와 상호협의를 의해 직매입으로 전환하는 구조로 운영되고 있습니다. 따라서 협력사에서 타 홈쇼핑 등의 다양한 매체에서 활용했던 영상물을 위·수탁 판매 거래 시 사용요청을 해서 그대로 사용하게 되고, 또 직매입으로 전환해서 진행 시에도 광고효과를 일반 협력사의 요구에 따라 그대로 활용을 하게 됩니다. 직매입 전환을 한다고 새로운 영상물 제작을 요구하지도 않고, 별도로 제작하는 경우도 없습니다. 이러한 부분은 협력사가 해당 제품의 특징점이나 소구포인트에 대해서 가장 잘 알고 있기 때문에 이를 반영해서 위·수탁 판매 및 직매입 판매 시에도 판매성과를 올리기 위해서 동일한 사전영상물을 사용해 줄 것을 협력사가 요청을 하고 사용 동의 후에 활용하는 것이 일반적인 운영 형태로 되어 있습니다. 본건 방송 당시에도 협력사의 사용동의서를 받고 활용을 했고 지금까지 협력사의 불만사항도 접수된 바가 없습니다. 오늘 해당 건과 관련하여 위원회로부터 시정명령이 결정될 경우에 이 업체에서는 이를 준수하면 될 것으로 사료는 됩니다만 본건의 경우 시정명령 발부 시 방송법에 따라 해당 업체에 대해서 과기부 장관은 업무정지나 승인의 유효기간 단축을 명할 수 있도록 되어 있습니다. 저희 홈앤쇼핑 같은 경우는 그 해당 건이 2개 업체 8건의 방송입니다. 이와 같은 업무정지나 승인기간 단축에 중대한 결과를 입게 될 우려가 있다는 이런 점을 감안해 주시고 선처 있으시기를 부탁 말씀드립니다. 향후에도 이러한 방송법 금지행위를 철저히 준수하고 준법방송을 하도록 철저히 노력하도록 하겠습니다. 보충설명은 저희 법률대리인을 통해 말씀 올리도록 하겠습니다.

○ 이효성 위원장

- 수고하셨습니다. 보충설명 말씀하시지요.

○ 임훈택 법무법인 바른 구성원변호사

- 보충설명드릴 법무법인 바른의 임훈택 변호사입니다. 다른 홈쇼핑사께서 말씀을 다 해 주셨기 때문에 공통되는 부분은 말씀드리지 않고, 지금 전성구 본부장 말씀하신 부분에 보충해서 법률적으로 보완해 드리도록 하겠습니다. 제가 강조드릴 부분은 3가지입니다. 일단 금지행위 요건에 대해 다시 한 번 환기해 드리겠습니다. 지금 문제되는 금지행위는 방송편성을 조성으로 해야 하고 사전 제작비용을 전가해야 하며 그 전가가 부당해야 합니다. 3가지 요건

을 충족해야 합니다. 그 조건으로 했는지에 대해서 먼저 말씀드리겠습니다. 지금 (주)홈쇼핑이 문제되는 건은 “해피콜” 제품과 “매직캔” 제품입니다. 해피콜 제품은 위·수탁 방식으로 127회가 방송됐고, 매직캔 제품은 723회가 방송됐습니다. 이것은 홈쇼핑 1사의 경우이고 해피콜 같은 경우 7개사에서 방송이 됐고 매직캔은 2개사에서 방송이 됐습니다. 무슨 말씀을 드리느냐 하면 저희가 사전제작비용을 전가시키기 위해 방송편성을 조건으로 했다는 것이 이러한 횡수에서도 수궁하기 어려운 것이 아닌가 그 점을 말씀드립니다. 그다음에 홈쇼핑은 본부장님께서 말씀하셨듯이 중소기업 전용 홈쇼핑으로 승인을 받았고 승인을 받을 당시에 중소기업제품을 직매입 방식으로 일정 수준 이상으로 진행하라고 승인조건을 부여받았습니다. 그런 조건에 따라 지금 말씀드린 해피콜 127회, 매직캔 723회의 위·수탁 방송에도 불구하고 그 승인조건을 준수하기 위해 직매입 방식으로 방송을 했습니다. 시청자들이 느끼기에는 방송 형태에서는 전혀 변화가 없었습니다. 그렇기 때문에 저희가 어떤 방송편성조건을 근거로 제작비용을 전가하라고 한다거나 부당하게 전가했거나 그런 부당성은 인정될 수가 없지 않을까 그렇게 사료됩니다. 또한 사무국에서 주신 시정조치(안)에 따르면 직매입 방식의 경우에는 매도자가 판매하고 나서 이해관계가 없기 때문에 굳이 사전영상물을 제공할 유인이 있겠느냐 그렇게 말씀하셨는데, 방금 말씀드린 사례처럼 수백 건이 되는 건에서 계속 이어져 오는 방송에서 만약에 효율이 없으면 편성에서 빠질 수 있기 때문에 그런 유인이 전혀 없다고 보기도 어렵습니다. 그리고 지적하신 것처럼 저희가 방송법에 따라서 과도한 제재가 나타날 수 있는데 저희는 8건에 불과하다는 점을 감안해 주실 것을 부탁드립니다. 이상입니다.

○ 이효성 위원장

- 수고하셨습니다. 다음은 공영홈쇼핑 현하철 이사님 발언해 주시기 바랍니다.

○ 현하철 (주)공영홈쇼핑 영업1본부장

- 안녕하십니까? 저는 공영홈쇼핑의 영업을 총괄하고 있는 현하철 이사입니다. 먼저 저희 입장을 말씀드릴 수 있는 기회를 주신 위원장님과 위원님, 또 방통위원회 측에 깊은 감사의 말씀드립니다. 잘 아시고 계시지만 저희 회사는 중소기업과 농수축산물의 판로를 확보하기 위해 2년 전에 개국했습니다. 100% 국내 중소기업과 농수축산물을 매우 낮은 수준으로 판매하고 있고 아직까지 적자이긴 하지만 설립 취지에 맞도록 공적 역할을 성실히 수행해 나가고 있습니다. 참고로 저희 회사는 주주에 대한 이익 배당도 금지가 돼서 이익을 내야 할 이유는 없습니다. 손익분기점 경영을 하고 있습니다. 이번에 시정조치 대상이 된 직매입 상품은 전체 19개입니다. 그중에서 18개는 저희가 판매를 하고 있던 상품을 재고 부담을 덜어주기 위해 직매입으로 전환한 것이고 1개의 또 중소기업 제품을 기획해서 매입했는데 그때 견적서에는 명확하게 동영상비가 들어있는 내용으로 했고 다른 데는 위·수탁 상품을 타사에서 설명드린 것처럼 업체에서 제시한 가격에 당연히 제조원가에 직접비와 홍보비, 간접비를 포함했다고 해서 관행적으로 이렇게 매입을 했습니다. 그리고 저희가 판매하는 상품은 전체가 19건에 33억원 정도 되고, 업체당 평균 매입금액이 1억 7,600만원 정도 되는 상당히 작은 금액입니다. 저희가 직매입을 시작한 지가 얼마 되지 않았습니다. 그러다 보니 대부분 타사에서 판매를 해야 할 것이고, 또 업체들이 저희 회사를 기반으로 해서 다른 홈쇼핑이나 티커머스, 대형 유통업체로 진출하고 있기 때문에 저희가 또 영상물을 100% 비용을 내서 대는

것은 아니라고 생각했었습니다. 저희가 직매입을 늘려 나가고 있습니다. 그 이유는 정부에서 중소기업에 대한 재고부담을 완화시키라고 해서 직매입을 권장하고 있습니다. 저희 회사는 정부 정책에 맞춰서 금년도 사업계획에도 15%라고 하는 굉장히 큰 금액을 직매입으로 하고 사업계획에 반영했습니다. 그래서 궁극적으로는 선진국형 유통산업으로 가는 초석이 되려고 노력을 하고 있습니다. 이익도 배당을 하지 않는 회사가 업체에게 방송편성을 조건으로 해서 제반비용을 부담시키거나 전가하는 경우는 저희 자체적으로 절대 하지 않고 있습니다. 이런 점을 평가해 주시면 감사드리겠습니다. 이번에 방송기반국 조사에서 방송조건합의서에 사전 영상제작비를 정확히 기재하도록 지적을 하시고 제도개선을 권고했는데 이런 부분들은 저희가 타사 사례나 법무법인 협조를 얻어서 즉각적으로 바로 개선해 나가겠습니다. 다만, 방통위 방송기반국의 의견대로 직매입과 관련해서 이것이 법 개정 시행 초기이고 아직 홈쇼핑사에 내재화가 되어 있지 않다고 보고, 저희도 신설회사다 보니까 미진한 부분이 많이 있습니다. 그런 부분들은 지적을 뼈저리게 받고 많이 개선해 나가도록 하겠습니다. 다만, 저희가 아직 신생기업인 점을 감안해서 제도개선으로 권고해 주시면 철저히 개선하고 설립 취지에 맞는 공익적 역할을 충실히 해 나가겠습니다. 이렇게 바쁘신 와중에도 소명할 기회를 주셔서 감사드리고, 저희가 앞으로 중소기업과 벤처기업, 농민의 발전을 위해서 열심히 일하도록 하겠습니다. 그리고 법률대리인 진술은 제가 대신한 것으로 하겠습니다. 감사합니다.

○ 이효성 위원장

- 수고하셨습니다. 지금부터는 위원님들께서 TV홈쇼핑사의 방송법 위반여부와 관련하여 확인하실 사항에 대해 질의해 주시기 바랍니다. 먼저 발언권을 얻어 주시기 바랍니다. 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 본 내용과 관련된 논의는 조금 있다 하고, 관련 법규가 만들어진 것이 벌써 1년 반 됐습니다. 그리고 방통위 조사는 처음이지만 지난해에도 계속 이와 관련된 기존의 관행을 개선해 달라는 요구는 했을 것입니다. 물론 첫 번째 조사이기 때문에 법을 적용하는 데 있어서 우리 사무처와 사업자 간 이견이 있는 것 같고, 사례나 판례가 누적되어 있지 않기 때문에 그런 이견은 충분히 있다고 봅니다. 그런데 제가 의견을 드리면서 드는 생각은 뭐냐 하면 자꾸 “납품업자가 불이익을 받지 않았다”, “불만이 없다” 이렇게 이야기하시는데 그것은 홈쇼핑사 입장에서 생각하는 것이라고 보는 것입니다. 그다음에 지금은 직매입 중심으로 논의가 됐습니다만 뒤에 보면 제일 문제 삼는 관행이 뭐냐 하면 편성입니다. 편성회의 결과를 문서로 남겨놓는다거나 대체적으로 납품업자에게 편성됐다는 통지를 무엇으로 하십니까? 7개사 다 한 번씩 이야기해 보시지요. 납품업자에게 어떤 방식으로 통지하시지요?

○ 전순구 (주)홈앤쇼핑 대외협력본부장

- 전산시스템 자체가 구축되어 있고 입점하게 되면 전산상 다 시스템상으로 확인하도록 되어 있습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 홈앤쇼핑은 그러시고, 다른 데는요? 지금 100% 다 전산으로 하시고 유선이나 문자로 공식

화하십니까, 아니면 구두로 하십니까?

○ **현하철 (주)공영홈쇼핑 영업1본부장**

- 저희가 문서로 보내지는 않았고 구두 통지는 하는데 저희 전산에 접속을 해서 편성을 확인할 수 있도록 되어 있습니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 다른 데는요?

○ **조성구 (주)지에스홈쇼핑 전무**

- 지에스홈쇼핑에서 말씀드리겠습니다. 지에스홈쇼핑 같은 경우에는 협력업체와 같이 쓰는 워드넷이라는 전산시스템을 통해 편성뿐만 아니라 모든 계약서를 다 같이 공유하고 있습니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 뒤에 구체적인 내용들은 얘기 하겠습니까만 우리가 홈쇼핑사에 대해서 법이 개정되고 또 금지행위 위반으로 해서 다루는 첫 번째 사례입니다. 이것이 아마 과기정통부로 가게 되면 추가적인 제재가 있기 때문에 크게 생각하신 것 같습니다. 타 법에 의한 제도개선들은 많이 하시는지 모르겠습니다만 위원회 입장에서는 1년 반이라는 시간이 지났음에도 불구하고 이 법이 개정되고 시행된 후에 과연 관련규정을 준수하기 위해 홈쇼핑사 자체적으로 어떠한 노력을 했는지 잘 모르겠습니다. 피부로는 와 닿지 않습니다. 일단 그 전제가 되어야 할 것 같습니다. 왜냐하면 1시간 동안 피심인인 사업자 여러분들 의견 들어보니까 저희가 번지수를 잘못 짚었다는 느낌을 가집니다. 대전제는 그것입니다. 지금 우리가 이야기하는 소위 갑을 관계의 개선 문제, 또 여기에서 다루는 금지행위 위반 같은 경우는 우월적 지위에 있는 사업자 입장에서 볼 것은 아닙니다. 그 전제가 되어야 합니다. 그리고 구체적인 논의는 다시 하도록 하겠습니다.

○ **이효성 위원장**

- 다른 분들 의견 주시지요. 부위원장님 말씀하십시오.

○ **허 욱 부위원장**

- 씨제이오쇼핑 측에 묻겠습니다. 씨제이오쇼핑 측은 사실자료를 제출했는데 제출자료가 부실하거나 과실이 있다고 해서 그것을 거짓자료 제출이라고 한 것은 지나친 것 아니냐는 주장이신 것 같습니다. 사업계획서 같은 경우는 사업계획서 양식이나 내용에 미진한 부분이 있을 경우에 추가로 보정하는 것이 가능하겠지만 실제로 이것은 사실이지 않습니까? 조사를 나가서 '이러이러한 문제가 있으니 실제로 이렇습니까?'라고 하는데 계속적으로 축소하고, 그다음에 다시 한 번 또 사무처에서 조사해서 내면 그때 내는 부분들은 과실이라고 판단하기보다 이것은 상당한 고의성이 있다고 보는데 어떻게 생각하십니까?

○ **장준영 법무법인 세종 TMT 파트너변호사**

- 부위원장님께서 지적하신 사항 역시 틀린 말씀은 아닙니다만 일반적으로 사실조사라는 것이

강제조사와 달리 자료제출 요청이 이루어지면 우선 제출기한이 정해져 있습니다. 그래서 피심인 측 입장에서는 1만여 건에 이르는 전수조사를 당하고 있던 입장이었고 그리고 상당히 자료제출 요청 양식조차 생소했던 부분이 분명히 존재했었습니다. 그래서 물론 한 번에 또는 최소한 두세 번에 걸쳐 모든 것이 다 수정이 돼서 완벽한 자료가 제출이 되면 특별히 문제가 되지는 않았을 것이라고 생각되는데 약간 업무처리 미흡도 분명히 존재를 했었습니다. 그다음에 어차피 기존의 모든 홈쇼핑사업자들이 사업계획서라든지 재승인 조건 점검을 받을 때 우선 자료도 제출하는데 일부 수치라든지 여러 가지 사실관계와 다른 부분이 포함되어서 나중에 계속 보완하는 것이 일반적이었습니다. 그래서 이 부분 역시 그 연장선상에 있었다고 판단되고 결과적으로 보면 최대한 노력을 했었고 모든 팩트가 다 제대로 전달될 수 있도록 모든 노력을 했고 그 결과, 사실조사가 종결됐을 때는 모두 완전한 자료가 구비됐었습니다.

○ 허 옥 부위원장

- 완전한 최종적인 자료는 사무처의 추가적인 조사와 노력에 의한 것이지, 씨제이오쇼핑 측에서 자발적으로 우리가 이만큼 냈다고 하는 그런 노력에 의한 것이 아니라고 봅니다.

○ 신윤용 ㈜씨제이오쇼핑 상무

- 제가 부연으로 한 말씀드리겠습니다. 물론 저희가 많은 자료 그다음에 저희가 최근에 직매입이나 라이선스 브랜드를 많이 쓰고 있었습니다. 그것이 많다 보니까 그다음에 그것이 저희 내부적으로 자료 정리하는 데 미흡했던 부분도 있었고, 그러면서 조금씩 자료를 정확하게 제출 못한 점은 저희가 잘못된 것 같습니다. 그 점은 나중에 고치도록 하겠습니다.

○ 허 옥 부위원장

- 중간에 추가로 말씀드리면 아까도 계속적으로 전산으로 ERP를 어떻게 적냐라고 이야기하는데 현재 어떻게 진행됐는지 모르겠습니다만 아무리 1만건이라고 하더라도 필요한 사안들을 전체 정리하는데 그것을 전부다 수작업으로 하고 계십니까?

○ 신윤용 ㈜씨제이오쇼핑 상무

- 새로 들어온 브랜드는 전산상으로 명확하게 정리가 안 된 부분도 있습니다. 그러다 보니까 누락된 부분이 있었습니다.

○ 허 옥 부위원장

- 현재 씨제이오쇼핑만 그렇게 제대로 분류가 안 되고 있는 것입니까? 다른 쪽에서는 어떻게 처리하고 있습니까? 업체 전체가 그렇습니까?

○ 신윤용 ㈜씨제이오쇼핑 상무

- 다른 쪽은 모르는데 저희는 조금 미비했던 부분이 있었던 것은 죄송하게 생각합니다.

○ 표철수 상임위원

- 추가로 한 가지만 더 여쭙 보겠습니다. 상표권 15건 보유하고 있었는데 씨제이오쇼핑 측에서는 상표권을 15건 가지고 있는 것은 굉장히 간단한 사안 아닙니까? 그 자료조차 어떻게 두

차례나 보정을 해야 할 정도로 그렇게 허술했지요?

○ **강신욱 법무법인 세종 TMT 변호사**

- 제가 추가로 말씀드리겠습니다. 대리인입니다. 실제로 말씀드리면 처음에 8건이 된 것들은 관행적으로 예전에 브랜드 상품을 제출하라고 했을 때는 PB상품을 제출했었습니다. 그렇기 때문에 한 사람이 관리해서 담당하는 것이 아니라 개별 MD들이 상표권 보유상품에 대해서 이야기하는데 처음에 PB상품만 제출했었습니다. 그리고 그 뒤에 그것이 1차 보정이었고, 2차 보정 때 보정된 것은 보시면 아시겠지만 브랜드 상품이 똑같은 브랜드인데 의류가 있고 침구가 있고 '베라왕 침구', '베라랑 속옷' 이런 것이 있는데 파는 사람 입장에서 이것을 하나로 본 것입니다. 그것이 실제적으로 법률적으로 보면 각각 '베라왕 침구', '베라왕 의류' 이것이 각각 다른 개별 상품이었습니다. 보면 그 2가지입니다. 이것이 실제적으로 15개 간단한 것이라고 이야기하시겠지만 그것을 했을 때 바로바로 숨기려고 한 것이 아니라 숨길 이유도 없었던 것이 참고로 말씀드리면 지금 빠진 상품 자체가 씨제이오쇼핑에서 제작비를 부담한 상품이었습니다. 그렇기 때문에 이것을 의도적으로 숨길 이유도 전혀 없었던 상품입니다. 그렇기 때문에 결과적으로 두 차례 보정한 것은 굉장히 유감스럽지만 이것이 일부러 숨긴 것은 절대 아니었다는 점을 말씀드리고 싶습니다. 참고로 말씀드리면 다른 데는 안 하는데 씨제이오쇼핑만 이런 경우가 발생하느냐고 하는데 그것은 실무적으로 보면 씨제이오쇼핑에 대해서만 전수로 자료를 6개월치 내라고 해서 전수한 사항이 있기 때문에 그런 면도 있는 것 같습니다. 이상입니다.

○ **표철수 상임위원**

- 실무진, 씨제이오쇼핑에만 이 자료를 내라고 했습니까?

○ **신승한 방송시장조사과장**

- 7개사 공통으로 다 말을 했고, 씨제이오쇼핑 쪽에 미진한 부분이 있어서 저희가 두 차례 보정이 이루어졌고, 그 부분에 대해서는 처음에는 7개사 공통이었고 씨제이오쇼핑 부분에서 확인해야 할 부분이 많고 잘못된 자료가 많았기 때문에 씨제이오쇼핑에 대해 전수조사를 하게 된 것입니다. 그 이후에 일어난 일입니다.

○ **표철수 상임위원**

- 실무진 설명이 있었으니까 씨제이오쇼핑도 참고해 주시기 바랍니다. 그리고 법이 개정되고 시행령까지 다 손을 봐서 설명회도 있고 홍보물도 다 제작해서 공표한 것으로 아는데 각사에서 말씀하시는 사항을 이 건에 관해서 예규나 고시가 따로 별도로 없어서 디테일하게 적용하지 못했다고 말씀하시는데 다시 한 번 실무진께 물어보겠습니다. 설명회 할 때 충분히 설명하지 않았습니까?

○ **신승한 방송시장조사과장**

- 설명회는 2단계로 설명을 했고, 법이 개정된 이후 시행령이 '15년 12월 31일에 개정됐습니다. 그래서 일단 CEO들이 이러한 부분을 인식해야 한다고 판단해서 전임 방송통신위원장님과 각 7개사 대표자들 간담회를 통해 개정된 법 취지를 설명했고 그 이후로 저희가 리플릿을

제작해서 각 사에 있는 실무자를 대상으로 설명회와 간담회를 개최했었습니다.

○ 이효성 위원장

- 김석진 위원님 말씀하십시오.

○ 김석진 상임위원

- 피심인 의견을 들어보면 사전영상 제작비용을 납품업자가 물게 되는 것이 관행이었다, 그리고 납품업자도 그 영상광고 효과가 있었기 때문에 이익을 함께 누린 것이다, 일방적으로 납품업자에게 불리한 것은 아니었다, 관행이었다, 그리고 또 계도기간 없이 곧바로 이 부분에 대해서 시정조치를 하는 것은 부당하다, 그다음에 편성을 조건으로 삼았는데 직매입이나 상표권 같은 경우는 자사 제품이나 마찬가지로이기 때문에 그것은 편성을 당연히 하는 것이다, 그래서 그 요건에 맞지 않다 이렇게 대충 공통적으로 말씀들을 하고 계십니다. 물론 일견 납품업자가 만든 사전영상물이 제품의 특성이나 여러 가지를 가장 잘 파악하고 있고, 또 “지금까지 같은 영상을 꼭 사용해 왔기 때문에 직매입으로 바뀌더라도 그 영상을 그대로 옮겨서 쓰기 때문에 제작비가 더 이상 들지 않았다” 이런 주장도 일견 타당하게 들립니다. 그것은 충분히 저는 이해하고 있습니다. 그것은 받아들일 수 있는 부분입니다. 그런데 제가 묻고 싶은 것이 상품이 따라오면서 사전제작물이 같이 오는 것이지 않습니까? 그러면 여기에 분명히 제작비가 쓰여 있기 때문에 아무리 관행이었다 하더라도 그 대가는 주는 것이 맞다고 봅니다. 그런 부분을 사무처에서 지적하고 계도한 것으로 저는 알고 있습니다. 즉각 시정을 해서 납품업자와 함께 계약을 따로 만들든가, 직매입을 한 경우에 그 비용을 없어서 준다는가 했어야 타당하다고 보는 것이지요. 그런 부분이 건성으로 들으신 것 같습니다. 시정조치라는 것이 나오니까 다들 우려하시는 것 같은데, 다른 위원님들 말씀하셨지만 과기정통부에 올라가더라도 반드시 영업정지를 바로 매기지 않을 것입니다. 지금 많은 시정조치들이 나옵니다. 그런데 그렇게 아주 절망적인 그런 조치들이 반드시 있으리라고 생각할 필요는 없을 것 같습니다. 어쨌든 행정기관으로서 그런 부분들을 발견한 이상 또 행정조치가 나가지 않을 수 없습니다. 지금이라도 인식을 바꿔서 결국 우리가 보고 있는 것은 혹시 갑을관계에서 우월적 지위를 이용해서 납품업자 약자에게 비용도 전가시키고 또 편성을 조건으로 해서 혹시 그런 횡포를 부리지 않느냐 이런 것을 들여다보는 것입니다. 건전한 상거래, 또는 상도의를 위해라도 그것을 지키겠다는 의식이 있어야 할 것 같습니다. 그래서 피심인, 제가 쪽 경청을 했습니다만 그런 부분에 대해서 잘못을 인정하고 또 시정조치가 없더라도 저희들이 앞으로 납품업자에게 그런 우월적 지위를 이용한 횡포가 가지 않도록 세심한 배려를 하겠다는 의견을 기대했는데 크게 나오지는 않은 것 같습니다. 그래서 인식을 바꾸시기를 제가 부탁을 드립니다. 사무처에서 올린 안이 과연 타당한지 오늘 피심인들 의견을 들었으니까 저는 좀 더 고민해 보겠습니다. 제가 한 가지만 더 말씀드리겠습니다. 편성이 아주 중요하다고 생각합니다. 납품업자들도 편성 가지고 별별 뻗니다. 좋은 시간대에 몇 번 내줄 것인가? 그런 부분을 가지고 홈쇼핑사에서 납품업자들에 대해서 소위 이런 용어는 쓰고 싶지 않지만 갑질을 하는 일이 있어서는 안 됩니다. 그래서 제도개선에 나와 있습니다만 반드시 앞으로는 편성이 됐다는 것을 일시, 시간, 횟수, 상품명까지 투명하게 해야 할 것 같습니다. 그것을 반드시 납품업자에게 고지를 해 주시고 기록을 남기지 않고 구두로 할 것이 아니라 그렇게만 해 주신다면 저희들 피심인 의견을 저로서는 선의로 받아들이겠습니다. 그렇게 약속들을 해 주십시오.

그것이 반드시 필요하다고 봅니다. 그래야 상거래가 건전하게 이루어질 수 있는 것입니다. 그런 점을 각별히 말씀드리고 싶습니다.

○ 이효성 위원장

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ 허 옥 부위원장

- 전체적으로 말씀하신 대로 제도개선의 의지들은 다 있는 것 같습니다. 이것이 첫 번째이고, 종전의 사례가 없었기 때문에 구체적인 사전영상 제작비용의 전가행위, 그것의 부당성 여부에 관련된 세부적인 기준이 있다면 그것을 따르겠다는 것이 공통된 의견이라고 봅니다. 그래서 그것을 제도개선인 것이냐, 아니면 시정조치를 내릴 경우에 관련된 우려가 크신 것 같습니다. 그 염려에 대해서는 충분히 이해가 됩니다. 그럼에도 불구하고 지금 조사를 통해 사례가 다 적발됐습니다. 사무처에서는 오랜 시간과 비용을 들여서 전부다 적발했던 것이고, 그런데 이것이 실질적으로 할 수 있는 시행조치는 시행령에 따른 것밖에 없는 것입니다. 그래서 구체적인 기준이나 다른 내용 없이 반증사례의 몇 가지를 들어서 시행요구하면 과도한 적매입이나 상표권 사용에 대한 범주적인 시정조치가 된 큰 우려가 있고 이렇게 되면 결과적으로 보면 과기부에서 이를 근거로 또 다시 이중 제재, 혹은 과도한 제재의 가능성을 우려하시는 그런 사안이지요? 어쨌든 주어진 사안에서 합리적인 조치가 이루어진다면 대부분 그 부분을 따르겠다는 의사가 있는 것이지요? (“예” 하는 의견진술인 있음) 그것 이외에 다른 안이나 완전히 부당하다고 생각하시는 측 있으십니까? (“없습니다” 하는 의견진술인 있음) 그런 것은 아니지요? (“예” 하는 의견진술인 있음)

○ 이효성 위원장

- 표철수 위원님 말씀하십시오.

○ 표철수 상임위원

- 법률전문가이신 법률대리인들이 많이 오셔서 제가 한 가지만 여쭙 보겠습니다. 대부분 공통된 의견이 적매입 상품이 우리뿐만 아니고 다른 여러 방송에도 다 나가고 있기 때문에 그것은 우리가 제작비를 특별히 취급한다는 것에 대해서 별로 동의를 하지 않는 것 같은데 다른 방송에 나간다고 하더라도 우리 쪽에 나가는 것은 우리 회사가 책임을 지고 지급해야 한다는 논리에 대해서는 어떻게 생각하십니까? 다른 사에 나가는 것은 다른 사의 문제지요. 아무래도 한번 말씀해 주십시오.

○ 강신욱 법무법인 세종 TMT 변호사

- 일단 7개사의 사정을 다 아는 것은 아니니까 일단 3개사의 경우만 말씀드리겠습니다. 지금 말씀하신 대로 다른 곳에 트는 경우도 있지만 저희 3개사의 경우 거의 예외 없이 기존에 예를 들어 다른데 팔았던 것이 아니라 나에게 납품하던 것들을 위탁거래방식에 의해 납품하다 보니까 이미 제작물이 제작되어 있던 상황을 다시 트는 것이기 때문에, 위원님 말씀도 맞습니다. 예를 들면 최소한 다른데 틀면 7분의 1이라도 부담을 해야 하는 것 아니냐는 말씀이지만 저희는 이미 위탁거래방식으로 기존에 제작되어 있던 것, 아니면 어떤 업체의 경우

브랜드의 통일성이나 출연료나 자기 이미지와 관련되어 있기 때문에 우리가 만들겠다고 하는 것이 있습니다. 전체적으로 비용이라는 것이 부담해야 하는 것이 지금 여기에서 문제가 되는 것이 사전영상 제작비용만 이야기한 것이지만 위탁비를 어떻게 할 것인지 수십 가지 종류가 있습니다. 당연히 여기에서 내가 부담할 테니 다른 것에 있어서 종합적으로 보려면 총 비용에 있어서 홈쇼핑사는 얼마나 부담했고 그리고 납품업자는 얼마나 부담하는 것이 통상적인 것이고, 그 예에 비추어 보면 이것은 부당하다고 이야기가 됐어야 하는데 딱 이것만 뜯어내고, 그리고 저희 3개사의 경우에는 지금 말씀하신 그런 사례가 아니라 이미 제작되어 있는 경우이기 때문에 사실 그런 면이 있습니다.

○ 표철수 상임위원

- 홈쇼핑사의 거래관행에 대해 여기에 있는 위원장 이하 위원님들 원래 소상하게 알고 있습니다. 그리고 이 법과 시행령의 취지가 이런 관행을 고치자는 것입니다. 그래서 여러 가지 설명회도 하고 홍보물도 만들고 또 그 이후에 조사과정을 거쳐 오늘에 이르게 됐는데 하여튼 피심인 쪽에서 오신 모든 분들이 꼭 이 법과 시행령 이 제도의 취지를 잘 이해해 주시고 더 많이 시정을 해서 좋은 환경에서 납품업자와 홈쇼핑이 발전할 수 있기를 기대합니다.

○ 이효성 위원장

- 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 앞서도 말씀드렸습지만 예를 들면 GS홈쇼핑 의견서 결론 부분입니다. 주로 앞부분이 직매입 상품에서 사전제작 영상물을 쓴 것에 대해 그것은 금지행위 위반이 아니라는 취지로 말씀하셨는데 <1>번 결론입니다. “납품업자가 스스로의 상품 판매 극대화를 목적으로 제작·제공하는 사전영상의 제작비용은 납품업자가 부담하는 것이 합리적이다”. 직매입 상품의 판매 극대화를 왜 납품업자의 이익으로만 보시지요?

○ 정진환 김&장법률사무소 변호사

- 말씀드리겠습니다. 직매입 같은 경우에는 위원님께서 말씀 주신 것처럼 납품업자가 홈쇼핑에서 완판이 되는 경우는 추가적으로 매출할 수 있는 기회가 늘게 됩니다. 그러면 결국에는 그 매출을 또 GS홈쇼핑에서 하게 되면 직매입 납품업자로서도 마진이라든가 이런 이익을 볼 수 있는 충분한 유인이 있습니다. 홈쇼핑을 통해 많이 매출이 발생할수록 그들도 홈쇼핑에서 매출할 수 있는 기회가 더 많아지는 것이고, 그리고 홈쇼핑을 통해 방송이 되면 광고 효과도 있습니다. 그러면 자기들도 다른 유통채널을 통해서도 팔 수 있는 판로효과가 있습니다. 그렇기 때문에 경제적 유인은 있다고 생각합니다.

○ 고삼석 상임위원

- 제 질문에 대한 이해를 잘 못한 것 같습니다. 직매입 했으니까 상품이 완판, 잘 판매가 되면 홈쇼핑사가 1차적으로 이익이지 않습니까? 그러면 홈쇼핑사가 만들 수 있는 것 아닙니까?

○ 정진환 김&장법률사무소 변호사

- 홈쇼핑사가 분명히 만들 수 있는 부분도 있습니다. 그런데 기존에 영상물을 가지고 있습니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 이해는 하고 아까도 앞서 말씀드렸지 않습니까? 법이 개정되고 시행령이 마련되고 적용되어서 이뤄진 첫 번째 조사와 제재인데, 납품업자들이 납품한 상품과 영상물을 하나의 말 그대로 납품물로 볼 것이냐, 아니면 별개로 볼 것이냐 이 차이가 있는 것 같습니다. 그런데 홈쇼핑사업자 측에서는 이것을 한 묶음으로 보는 것이고, 우리 사무처나 납품업자 입장에서는 말은 못하지만 이것을 왜 꼭 하나로 묶어서 보는 것이냐 하는 것입니다. 아니면 그것을 계약서상에 명시하면 큰 문제가 있습니까? 큰 문제는 없지 않습니까? 안 되니까 이런 해석상의 문제가 생기는 것입니다. 그리고 분명하게 이런 것들은 개선될 필요가 있는 것 같습니다. 이번 제재 건이 아니더라도 분명한 것은 홈쇼핑사 입장에서 보지 마시고 납품업자의 입장에서 볼 필요가 있지 않나 그런 생각입니다.

○ **조성구 ㈜지에스홈쇼핑 전무**

- 위원님, 제가 잠깐 말씀드려도 되겠습니까?

○ **이효성 위원장**

- 예, 말씀하시지요.

○ **조성구 ㈜지에스홈쇼핑 전무**

- 지금까지 저희 회사 입장이나 홈쇼핑 전체 업자 입장을 말씀드렸습니다만 과거 2개 홈쇼핑사업자가 그때는 편성 기회가 적기 때문에 홈쇼핑사업자들이 우월적 지위가 있었던 것도 사실이고, 지금도 전혀 없다고 할 수는 없겠지만 지금은 17개 사업자가 하는 티커머스를 포함한 17개 채널이 있기 때문에 과거보다는 상당히 홈쇼핑사와 협력업체의 관계가 많이 동등해졌습니다. 일부 납품업체의 경우에는 저희가 거꾸로 제발 물건을 달라고 하는 경우도 상당히 생기고 있습니다. 그래서 위원회에서 말씀하시는 취지는 저희가 충분히 알아듣고, 또 말씀하신 공정하게 편성도 더욱 더 보완해서 완전히 구두가 아니고 지금도 하고 있습니다만 더욱 전산화해서 제대로 할 수 있도록 하겠습니다. 그리고 하나 마지막으로 말씀드리고 싶은 것은 꼭 시정조치가 아니더라도 이미 저희 회사가 제도 개선(안)을 위원회 사무국에 제출한 바 있습니다. 그래서 홈쇼핑사는 꼭 무슨 시정조치나 이런 것을 떠나서 공정경쟁과 시장개선을 위해서 사전에 위원회의 취지에 따라서 받아들일 준비가 충분히 되어 있다는 말씀을 드리고 싶고, 그에 따라서 선처해 주시면 꼭 제재를 떠나서 위원회의 취지를 충분히 받아들여서 제대로 개선하도록 하겠습니다.

○ **이효성 위원장**

- 여러분들 나와서 진술해 주신 것 중에 저희가 타당하다고 생각하는 것은 충분히 시정조치에 반영하도록 하겠습니다. 그러나 명백하게 법 위반사항이 있는 것은 법에 따라서 시정조치가 나갈 것으로 예상됩니다. 제가 구체적인 것보다 포괄적으로 저희 위원회의 방침이나 어떤 입장을 여러분들에게 말씀드리고 이것을 잘 감안해 주시기 바랍니다. 지금 문재인 정부가

국민이 주인인 정부를 말씀하시는데 그것은 모든 국민이 상생하는 것 아니겠습니까? 그것은 홈쇼핑의 경우에는 납품업체가 홈쇼핑사업자 간의 상생을 또 이야기하는 것이고, 그런 관계가 서로 도움이 됐을 때 아까 저희 조성구 전무님이 지금은 갑을관계가 거의 해소됐다고 말씀하시지만 그래도 아직은 갑을관계에 있다고 생각되고 홈쇼핑업체들이 납품업체에 비해서는 우월적 지위에 있다고 생각합니다. 저희 제4기 방송통신위원회는 어떠한 유형의 갑을관계, 어떠한 유형의 우월적 지위를 남용한 그런 행위에 대해서는 철저히 해소하려는 의지를 갖고 있습니다. 그래서 이번 사건에서 꼭 여러분들이 그런 식의 행위를 했다는 것은 아니지만 그럴 가능성이 지금 보이는 것 같고, 앞으로는 이번 계기가 돼서 그런 일이 없었으면 좋겠습니다. 명심해 주시고 저희 방침을 잘 이해해 주시고 따라 주시면 좋겠습니다. 그렇게 해서 전 국민이 잘 사는 나라가 되는 것이, 행복한 나라가 되는 것이 좋지 않겠습니까? 홈쇼핑사업자와 납품업체 간 굉장히 밀접한 관계인데 어느 한쪽이 불리한 것을 당한다는 것은 바람직하지 않다고 생각합니다. 그러면 상생도 안 되는 것입니다. 그래서 우리나라 홈쇼핑의 업체 발전을 위해서 그리고 중소기업 제품들의 판매를 위해 여러분들이 기여한 것 우리도 다 알고 있습니다. 또 국가적인 차원에서는 우리 산업발전에 큰 기여를 하신 그 공로도 다 잘 알고 있는데 앞으로도 좀 더 공정한 거래관행을 확립해 주시고 그런 차원에서 기여해 주시기를 당부 드리겠습니다. 바쁘신 일정 중에도 의견청취에 성실히 임해 주신 TV홈쇼핑사 관계자 여러분께 오늘 고생하셨다는 말씀드립니다. 모두 오랜 시간 동안 수고하셨습니다. 이상으로 TV홈쇼핑사의 의견청취를 마치도록 하겠습니다. 의견진술인께서는 자리를 이동해 주시기 바랍니다. 원활한 회의 운영을 위해 장내 좌석을 정돈해 주시기 바랍니다.

(의견진술인 퇴장)

그러면 진술을 들었기 때문에 위원님들의 의견을 좀 더 말씀해 주시기 바랍니다.

○ 김석진 상임위원

- 제가 먼저 말씀드리겠습니다. 우선 피심인 의견을 들어보니까 일견 받아들여야 할 부분도 있어 보이고, 또 우리 사무처의 오늘 의결안이 다 적절하게 잘 작성됐습니다만 좀 더 들여다보고 혹시 수정할 부분이 있는지 그런 부분들을 조금 판단할 수 있는 시간을 일단 갖고 다음 회의에 다시 올리는 것이 좋겠다는 의견을 드리겠습니다.

○ 이효성 위원장

- 또 다른 의견 있으면 주십시오.

○ 표철수 상임위원

- 좋습니다. 그렇게 하시지요.

○ 허 욱 부위원장

- 저도 동의합니다. 사무처에서도 이 사안과 관련해서 상당한 고심을 해서 또 과징금 대신에 제도개선에 상당한 초점을 둔 것으로 알고 있습니다만 오늘 의견진술 들은 부분 관련해서 다시 한 번 숙고하고 한번 더 논의하는 것이 좋을 것 같습니다.

○ 이효성 위원장

- 사무처에서는 서면진술을 미리 받아서 봤기 때문에 오늘 여기에서 의결을 해도 된다고 생각하고 있는 것으로 알고 있고 또 그럴 수 있겠다고 생각합니다. 그래도 위원님들은 여기에서 오늘 새로 들었기 때문에 그렇게 시간이 급박한 것이 아니라면 다음 번 회차에서 조금 더 오늘 진술을 고려해서 시정조치를 내리는 것이 합리적이라고 생각합니다. 괜찮겠지요?

○ 김동철 방송기반국장

- 예, 알겠습니다.

○ 이효성 위원장

- 그러면 그렇게 하는 것으로 하고 의결을 보류하고 다음에 다시 상정해 주시기 바랍니다.

8. 기 타

○ 이효성 위원장

- 오늘 상정된 안건 처리는 이것으로 마쳤습니다. 다른 논의사항 있으십니까? 김석진 위원님 말씀하십시오.

○ 김석진 상임위원

- 지금 KBS와 MBC가 동시 파업을 하고 있습니다. 약 일주일째 맞고 있습니다. 많은 국민들이 제대로 된 방송을 보지 못하고 파행된 방송을 보고 있기 때문에 많이 불편하고 시청권도 많이 피해가 가고 있습니다. 그래서 이 사태를 어떻게 봐야 할지 참으로 안타까운 심정으로 보고 있습니다. 며칠 전에는 자유한국당 의원 한 80여명이 우리 방통위에 와서 항의를 하고 가는 일도 있었습니다. 내용은 다 보도가 됐기 때문에 말씀드리지 않겠습니다만 “방송사 사장에 대한 체포영장 발부가 정권의 방송 장악이 아니냐?” 이런 항의 내용이었습니다. 그래서 우리 방통위에서는 정말 신중하게 이 사태가 조속히 빨리 매듭을 짓고 국민들이 불편하지 않게 방송을 볼 수 있도록 해야 한다고 봅니다. 다만, 여기에서 가장 중요한 원칙과 기준과 입장이 저는 방송의 독립과 언론의 자유를 지키는 일이라고 생각하고 있습니다. 그래서 모든 것은 인위적으로 무리하게 강행을 해서 될 일이 아니고, 법과 절차에 따라 정해진 대로 가야 한다고 봅니다. 그래서 방통위에서 규정된 방통위 설치법에 따라 그것은 곧 방송 독립과 언론의 자유를 지키기 위해서는 우리 방통위가 정치적으로 중립을 지켜야 하고, 또 균형 있게 현안을 처리해야 한다고 믿습니다. 특히 MBC 같은 경우는 민간기구인 방송문화진흥회가 특별법에 의해서 설치가 되어 있습니다. 그래서 자칫 방통위가 MBC 사태에 지나치게 과도하게 개입하거나 관여할 경우 많은 오해를 살 수 있습니다. 법에 따라 우리가 어느 부분까지 할 수 있는지 이런 부분들을 면밀하고 신중하게 검토해서 조속히 이런 사태가 더 이상 이어지지 않도록 지혜를 모아야겠다는 말씀을 드립니다. 마지막으로 위원장님께서 어느 한쪽 일방의 주장과 입장만을 반영하는듯하다는 비판이 나온다면 안 될 것 같습니다. 그래서 양쪽 입장을 위원장님도 경청하시는 기회를 갖고 또 사업주 쪽도 만나보셔서 과연

이 사안을 어떻게 균형 있게 들여다볼 것인가를 검토해 주시기를 건의 드리겠습니다.

○ 표철수 상임위원

- 덧붙여서 짧게 말씀드리겠습니다. 제가 며칠 전에 회의에서 한번 이렇게 전개될 것이 예상되기 때문에 이 사태를 주시해야 한다고 말씀드린바 있습니다. 지금 실제 그런 상황이 진행되고 있고 이것이 단기간에 멈출 것처럼 보이지는 않습니다. 저희들 방송통신위원회의 고유한 직무와 관련된 사항입니다. 그래서 실무진에서도 면밀히 이 사안을 보고 있겠습니다만 어쨌든 여러 절차상 왜 이렇게까지 왔는지, 앞으로 어떻게 되어야 하고 어떤 것이 바람직한 것인지에 대해서는 저희들이 사안을 들여다볼 필요가 있다, 파악할 필요가 있다고 생각합니다. 그리고 그 과정에서 존경하는 김석진 위원님께서 말씀하셨습니다만 이것은 위원장이나 우리 위원들 개개인의 입장과는 별도로 총체적으로 저희들 위원회 입장에서 모든 것을 잘 파악해야 한다는 점을 다짐을 하고 같이 긴밀히 논의가 됐으면 좋겠습니다.

○ 이효성 위원장

- 고 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 김석진 위원님 그리고 표철수 위원님, 방송통신위원회의 입장에서 진심으로 현재 상황에 대한 우려 그리고 현재 상황들이 합리적으로 원만하게 조속히 해결되기를 원하는 그런 마음을 갖고 계신다는 것을 저는 그대로 받아들입니다. 저 또한 같은 마음입니다. 지금 정치권 일부와 일부 언론에서 현재 방송 정상화 노력에 대해 '새 정부의 방송 장악이다' 이렇게 비판하면서 정치 쟁점화 하고 있습니다. 이것은 저는 대단히 유감이고, 또 현재 상황을 해결하는 것을 더 어렵게 만든다고 생각합니다. 물론 입장에 따라 어떻게 되는 것이 정상화냐에 대해서는 다를 수 있습니다. 그러나 현재 KBS, MBC 공영방송이 비정상이라는 것, 그리고 지난 10년 동안 상당히 많은 부분들이 망가져서 지금 제 역할을 하고 있지 못하다, 이러한 평가는 이미 어느 정도 나와 있다고 봅니다. 그래서 대다수 국민들도 여론조사를 보면 60% 이상이 공영방송 개혁이 필요하다고 생각하고 있고, 또 KBS, MBC 구성원들은 90% 이상이 현재의 경영진들이 책임을 지는 방식으로 정상화해야 한다고 이야기하고 있습니다. 또한 정부 여당 입장에서는 결코 방송의 자유와 독립을 포기하지 않습니다. 포기해서도 안 됩니다. 방송통신위원회의 설치목적이 방송의 자유와 독립을 보장하는 것입니다. 그렇다면 지금 비정상적인 상태를 방치하고는 방송의 자유와 독립을 보장한다는 것이 의미가 없다고 생각합니다. 그렇기 때문에 현재 공영방송 상태가 크게 문제가 있고 제 기능을 하지 못한다는 것에 대해서 어느 정도 공감대가 형성되어 있다면 앞으로는 방송통신위원회 내부에서 위원장님과 위원님들끼리 논의를 해서 이것을 과연 어떻게 제 역할을 할 수 있도록 할 것이냐, 그것에 대해서 문제제기하고 있는 많은 국민들과 또 내부 구성원들에 대해서는 방송통신위원회가 어떠한 책임 있는 조치를 취할 것인가에 대해서 답을 주어야 한다고 생각합니다.

○ 이효성 위원장

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ 허 옥 부위원장

- 김석진 위원님, 표철수 위원님, 고삼석 위원님 말씀하신 대로 공영방송 MBC, KBS의 파업 사태가 조속히 또 원만하게 해결되어야 한다는 것에 관해서는 저도 같은 생각입니다. 그리고 방송통신위원회가 주 감독기관으로서 사실상 책임을 지고 있습니다. 그런데 제일 중요한 것은 해결의 방향성 그리고 기준이라고 봅니다. 지금 한편에 있어서는 방송 장악이라 하고 한편에 있어서는 공정방송의 노력을 인사권으로 의도적으로 막은 편파, 왜곡이 있었다고 하는 이 시각들에 관해서 4기 방송통신위원회가 해야 할 일들은 방송의 자유와 독립을 명확히 하되, 그에 따른 공적책임이 분명히 있다는 것을 명확하게 하고, 방송통신위원회 설치법, 또 방송법이 갖고 있는 본래의 목적에 맞게 어떻게 공영방송이 제 자리를 찾고 또 제 역할을 해야 할 것인지를 미래지향적으로 발전적으로 사태를 접근하는 것이 제일 필요하다고 생각합니다. 그래서 사무처에서도 그러한 미래지향적이고 발전적으로 이것이 권력의 방송, 권력의 공영방송이 아니라 시청자 국민이 주인이 되는 방송이 되기 위해 현 단계에서 무엇을 해야 할 것인가를 찾아가고 그것에 대한 해결책을 전체적인 의견들을 다 모아가는 방식으로 풀어가야 하지 않을까 싶습니다. 그런 의미에서 김석진 위원님 의견에 동의합니다.

○ 김석진 상임위원

- 저도 짚막하게 말씀을 보태겠습니다. 부위원장님 말씀에 전폭적으로 저도 동감을 합니다. 권력에 의한 방송, 정권만 바라보고 가는 방송 절대로 그런 일이 되풀이해서는 안 된다고 봅니다. 저는 이 사태를 우리가 보는 관점을 어떻게 가지는 것이 해법에 접근할 수 있느냐 그런 차원에서 말씀을 짚막하게 드리면 이것이 선과 악의 대결이 아니라고 봅니다. 그래서 어느 한쪽에서는 일방적으로 편향되게 나가는 것을 바로잡기 위해 가는 그런 서로의 다툼이라고 저는 봅니다, 한쪽은 왼쪽, 한쪽은 오른쪽 편의상 부른다면. 그래서 그런 이념 대결로 번지고 있습니다. 그것은 결코 바람직하지 않습니다. 공영방송이 갖고 있는 언론의 방송과 독립이 가치는 하나 아니겠습니까? 그래서 그것을 실현하는 방향을 가지고 서로 다툼이 있는 것입니다. 그래서 그런 부분이 선악 대결이 아니라 어떻게 보면 회사를 살리고 공영방송을 살린다는 관점이 서로 다른 것입니다. 그래서 그런 부분을 우리가 입장을 잘 정해서 그렇게 바라봐야만 해법이 더 바람직하게 나오지 않겠느냐, 그 말씀만 보태고 싶습니다.

○ 이효성 위원장

- 지금 KBS, MBC, 특히 한국의 대표적인 두 지상파방송인 공영방송이 파업에 돌입하고 또 방송의 일상적인 편성이나 송신이 제대로 안 되는 것으로 알고 있습니다. 그런 사태는 저희가 가장 우려했던 것이고 또 방송통신위원회가 그런 사태를 막거나 빨리 해소해야 하기 때문에 여러 위원님들도 드디어 이 문제로 방송통신위원회가 어떤 조치를 취할 수밖에 없는 상황인식을 잘하고 계신 것 같고, 또 여기에 의견이 다르다는 것도 분명한 것 같습니다. 일부 정치권에서는 이것을 방송장악으로 보고 있고, 또 다른 쪽에서는 방송의 정상화, 또는 방송자율을 위한 투쟁으로 보고 있는데 저는 개인적으로 어느 입장에서가 아니라 이런 사태를 정확하게 우리가 그 실태를 파악하고 또 우리가 무슨 조치를 취할 수 있는지, 최근에 의견이 분분합니다만 한쪽에서는 저희 위원회에 항의방문도 하고, 또 한쪽에서는 “왜 빨리 방송통신위원회가 개입해서 어떤 조치를 취하지 않느냐?”고 청원서까지 제출하고 또 학자들도 빨리 정상화되어야 한다고 성명서도 발표했는데 이런 것들을 모두 다 감안해서 저희가 취할 수 있는 조치

들을 보다 더 구체적으로 어떤 것들을 할 수 있는지 조사를 하도록 하겠습니다. 그리고 필요하다면 그 이상의 검사 또는 감사도 필요하다면 저희가 여러분과 상의해서 고려를 하도록 하겠습니다. 하여튼 이렇게 구체적으로 이 문제를 꺼내 주셔서 저희가 행동에 나서야 된다는 것을 말씀해 주시니까 위원장으로서 좀 더 적극적으로 이 문제를 시작하도록 하겠습니다.

8. 기 타

○ 이효성 위원장

- 오늘 상정된 안건 처리는 이것으로 마쳤습니다. 다른 논의사항 있으십니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 그러면 다음 회의는 9월 8일 금요일 오전 9시 30분에 개최하도록 하겠습니다. 수고하셨습니다.

9. 폐 회

○ 이효성 위원장

- 이상으로 2017년도 제29차 방송통신위원회 회의를 마치겠습니다.

(의사봉 3타)

【 11시 48분 폐회 】