

방송통신위원회 속기록

회의명 : 제14차 방송통신위원회 회의

회의일시 : 2024. 3. 13.(수) 10:03

장소 : 방송통신위원회 4층 회의실

참석위원 : 김홍일 위원장
이상인 부위원장 (2인)

불참위원 : 없음

제14차 방송통신위원회 회의 속기록

【 10시 03분 개회 】

1. 성원보고

- 김홍일 위원장
 - 성원 보고해 주시기 바랍니다.
- 박동표 의안정책관리팀장
 - 재적위원 두 분 중 두 분이 참석하셔서 성원이 되었음을 보고드립니다.

2. 국기에 대한 경례

- 박동표 의안정책관리팀장
 - 국기에 대한 경례를 하겠습니다. 모두 일어서서 전면의 국기를 향해 주십시오. 국기에 대하여 경례, 바로. 자리에 앉아 주십시오.

3. 개회선언

- 김홍일 위원장
 - 2024년도 제14차 방송통신위원회 회의를 개의하겠습니다.

(의사봉 3타)

4. 전차 회의록 확인

- 김홍일 위원장
 - 2024년도 제9차, 제10차, 제11차, 제12차, 제13차 회의록과 속기록을 확인하고 접수하도록 하겠습니다. 제출된 회의록과 속기록에 대해서 이의 없으십니까?
- 이상인 부위원장
 - 이의 없습니다.

- 김홍일 위원장
 - 그럼 동의하신 대로 접수하도록 하겠습니다.

5. 회의공개 여부 결정

- 김홍일 위원장
 - 오늘 회의에는 <의결안건> 2건과 <보고안건> 1건이 상정되었습니다. 이 안건을 공개로 심의하는데 위원님, 이의 없으십니까?
- 이상인 부위원장
 - 이의 없습니다.
- 김홍일 위원장
 - 그럼 오늘 회의는 공개로 진행하겠습니다.

안건 심의에 들어가겠습니다.

6. 의결사항

가. 2023년도 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가결과에 관한 건 (2024-14-044)

- 김홍일 위원장
 - <의결안건 가> “2023년도 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가결과에 관한 건”에 대해서 보고해 주시기 바랍니다.
- 고남현 디지털이용자기반과장
 - 보고드리겠습니다. 의결주문입니다. ‘2023년도 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가결과를 [별지]와 같이 의결한다’입니다. 제안이유입니다. 「전기통신사업법」 제32조에 따라 실시한 2023년도 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가결과를 심의·의결하기 위함입니다. 주요 추진경과입니다. 지난해 6월 위원회 관련 평가계획 의결 이후 서면평가, 현장점검 등을 거쳐 작년 12월 최종 평가결과를 도출하였습니다. 평가개요입니다. 평가대상기간은 2022년 1년간이며, 대상사업자는 이동통신 등 13개 분야 46개사로 기간통신 21개, 부가통신 22개 사업자와 구글 등 디지털플랫폼사업자 3개 사업자입니다. 다음 페이지입니다. 제시된 <표>는 평가대상사업자의 분류표이며, 참고로 밑줄 친 8개 사업자는 시범평가 대상사업자입니다. 평가위원회는 평가의 객관성과 공정성 확보를 위해 민간 전문가 총 20인으로 구성·운영하였습니다. 평가기준과 배점은 「전기통신사업법」 시행령 기준에 따라 이용자 보호 업무 관리체계의 적합성 등 총 5개 분야에 대해 평가하였습니다. 다음 페이지입니다. 기간 및 부가통신사업

자는 5개 분야 총 90개 항목에 대해 평가하였습니다. 상세 평가기준과 배점은 <표>를 참조하여 주시기 바랍니다. 디지털플랫폼사업자는 '23년 처음으로 시범평가를 실시, 5개 분야 총 25개 항목에 대해 평가하였습니다. 상세 평가기준과 배점은 <표>를 참조하여 주시기 바랍니다. 다음 페이지입니다. 평가방법입니다. 우선 평가대상사업자가 제출한 자료를 기반으로 서면평가를 실시하고, 고객센터 최고책임자 면담 등을 현장점검과 병행하여 실시하였습니다. 아울러 각 사업자의 이용자를 대상으로 만족도 설문조사 등을 실시하여 실제 이용자 의견을 반영하였습니다. 시범평가 대상 8개 사업자는 2년 시범평가 기간 동안 비공개해온 기준에 따라 시범평가 대상사업자의 평가결과는 비공개할 예정입니다. 종전 '22년 평가결과 대비 개선된 점은 평가대상 사업자의 평가 이해도 제고를 위해 미흡사업자 대상으로 컨설팅을 실시하였으며, 디지털플랫폼사업자 3개사 및 부가통신사업자 1개사를 추가하여 평가대상을 확대하였습니다. 아울러, 평가항목 개선, 서비스 장애 대응 관련 평가 배점상향 및 평가지표 신설 등의 개선이 있었습니다. 평가결과입니다. 다음 페이지입니다. 평가접수는 시범평가 대상사업자를 제외한 38개 전기통신사업자의 전체 평균이 877.5점으로 전년 대비 2.4점 소폭 하락하였으나 평가등급은 전년 대비 매우우수, 우수, 양호에 해당하는 사업자가 모두 증가한 것으로 나타났습니다. 다만, 일부 부가통신사업자를 제외한 대부분 글로벌사업자 등의 평가결과는 보통 및 미흡으로 나타나고 있어 개선이 필요한 상황입니다. 세부내용은 아래 <표>를 참고해 주시기 바랍니다. 다음 페이지입니다. 서비스 분야별 주요 평가결과입니다. 기간통신 분야입니다. 이동통신사업자의 경우 전반적으로 우수 등급을 받았으며, 초고속인터넷사업장의 경우 전반적으로 우수 또는 양호한 것으로 평가되었으나, 서비스 장애 시 이용자 피해발생 보상기준 등은 미흡한 것으로 나타났습니다. 알뜰폰 사업자의 경우는 대체로 양호한 것으로 평가되었으나, 일부 중소기업자의 경우 이용자 불만처리, 서비스 중단 시 대응체계가 미흡한 것으로 나타났습니다. 부가통신 분야입니다. 앱마켓의 경우 애플스토어는 교육, 불만처리 체계 강화 등으로 전년보다 향상되었으나 여전히 전반적으로 미흡한 것으로 나타났으며, 검색·SNS의 경우 서비스 제공 중단·장애 시 대응체계 및 이용자 고지 등의 영역에서 개선이 필요한 것으로 나타났습니다. OTT·개인방송의 경우는 전반적으로 이용자 보호 수준과 사업자의 관심도가 낮은 것으로 나타나 적극적 개선이 필요한 것으로 나타났습니다. 쇼핑·배달의 경우는 전반적으로 우수한 것으로 평가되었습니다. 다음 페이지입니다. 시범평가 대상사업자 평가결과입니다. 카카오모빌리티는 우수 등급으로, 시범평가 1년차 대비 3등급 상승하는 등 전반적인 이용자 보호 수준이 향상되었으며, 당근마켓 역시 우수 등급으로 시범평가 1년차 대비 1등급 상승하였습니다. 최초 시범평가한 디지털플랫폼은 전반적으로 이용사업자 보호 정책 비전을 수립하는 등 이용자 보호를 위해 노력 중이나 서비스 장애 시 이용사업자 고지 등은 개선이 필요한 것으로 나타났습니다. 사업자별 우수사례입니다. LGU+는 빅데이터 분석을 통해 고객 불만을 예측하고, 최선의 맞춤형 서비스를 제공해 고객 만족도를 제고하였습니다. SK텔링크는 전체 고객 대상 온라인 설문을 실시하여 구체적인 불만사항 확인 및 관련 서비스 개선을 추진하였습니다. 다음 페이지입니다. LG헬로비전은 시니어 전용 상담창구를 운영하는 등 시니어 불편 해소를 추진하였고, 국민은행은 고객센터의 이용자 접근성 개선을 위해 24시간·365일 직원 연결 가능 체계를 마련하였습니다. 네이버는 위험·불법유해상품에 대한 이미지 DB를 축적하고 AI 모니터링 및 신고 기능을 제공하여 위반사항 확인 시 판매중지, 퇴점 등 조치를 진행하였습니다. 당근마켓은 시범평가 기간임에도 이용자 분쟁 시 외부 전문가로 구성된 '이용자보호위원회'를 구성·운영

하였고, 분쟁조정에 적극 대응한바 있습니다. 다음은 평가 관련 평가위원회 의견을 보고 드리겠습니다. 이용자 보호업무 개선 관련하여 기간통신사업자의 경우 변경 전에 평가항목 자료를 제출하는 경우 등이 있어 사업자 설명회 등을 통해 잘 알릴 필요가 있으며, 부가통신사업자의 경우 일부 해외사업자의 평가자료 제출 미흡에 대한 대처가 필요하다는 의견이 있었습니다. 평가업무 개선 관련해서는 시장상황 반영 및 실효성 있는 평가를 위해 평가지표 지속 개발·개선이 필요하고, 평가결과가 저조한 사업자를 대상으로 컨설팅도 지속할 필요가 있다는 의견이 있었습니다. 다음 페이지입니다. 평가결과 활용입니다. 평가결과 환류를 통해 사업자의 업무개선을 유도하고, 우수 사업자에 대해서는 과징금 부과 시 「전기통신사업법」 제53조에 따른 감경 등 인센티브가 제공될 수 있도록 하겠습니다. 우수사례는 타사업자가 이용자 권익보호 업무에 벤치마킹할 수 있도록 하고, 사업자의 이용자 보호 업무 노력을 국민에게 널리 홍보할 수 있도록 하겠습니다. 특히 조사 담당부서와 평가결과를 공유해 전기통신사업자의 약관 및 업무처리절차 개선 등 이용자 보호에 관한 제도개선에 활용될 수 있도록 하겠습니다. 향후 개선방안입니다. 먼저 시장상황과 평가분야별 특성을 고려하여 평가항목 개선을 적극 추진하겠습니다. 평가 실효성 제고를 위해 '미흡' 사업자에 대해서는 집중 컨설팅을 실시하고 평가결과가 연속적으로 최하위인 사업자에 대해서는 정부, 전문가 등 함께 협의 구성·운영하여 개선을 유도할 계획입니다. 금번 추가된 디지털플랫폼사업자 대상으로 실효성 있는 평가를 위해 현장평가를 실시하고 '24년 시범평가가 2년차인 디지털 플랫폼은 이용자 보호 및 사회적 책무 강화를 위한 평가항목 개선 및 신설을 검토하겠습니다. 향후 일정입니다. 오늘 의결해 주시면 보도자료를 배포해서 결과를 공유하고, 사업자별 평가결과를 통보하도록 하겠습니다. 이상 보고를 마치겠습니다.

○ 김홍일 위원장

- 위원님 의견 말씀해 주십시오.

○ 이상인 부위원장

- 의견 말씀드리겠습니다. 먼저 평가를 위해 방대한 자료를 조사·검토하고 평가해 주신 평가위원 분들과 사무처 담당직원들에게 수고 많았다는 말씀을 드립니다. 이번 평가는 사업자의 평가도, 이해도 및 관심도 제고를 위한 컨설팅 제도 도입, 평가대상 확대, 서비스 장애 대응 관련 배점 상향 및 평가지표 신설 등 평가제도 개선을 위해 노력한 것으로 보입니다. 평가결과를 보면 평가가 수년간 실시됨에 따라 전반적으로 사업자들의 평가제도에 대한 이해도가 높고 이용자 보호 제도 정비 노력들이 이루어지고 있는 것으로 판단됩니다. 평가등급이 '양호' 이상인 사업자들이 증가한 것도 긍정적인 측면으로 보입니다. 세부적으로 보면, 평가등급의 경우 기간통신사업자인 LGU+와 딜라이브가 1등급 향상, HCN이 1등급 하향하였고, 부가통신사업자인 온스토어, 다음, 카카오가 1등급 상향, 유튜브가 1등급 하향하였습니다. 평가등급이 연속 '미흡'인 일부 사업자의 경우 이용자 보호업무 전반에 대한 준비가 부족하기 때문에 서비스 장애 등이 발생할 경우 큰 이용자 불편이 야기될 가능성이 높다고 할 수 있습니다. 사무처에서는 이러한 사업자에 대해 보다 면밀한 원인분석과 현실적 개선방안에 대해 깊은 고민을 해 주시기 바랍니다. 특히, 유튜브의 경우 2년 연속 평가등급이 하락하고 있습니다. 평가항목 중 서비스 장애 시 중단사실 등 이용자 고지, 그리고 이용자 피해 발생 시 보상절차 등 기준, 허위·조작 정보 대응 등 이용자 보호 노력 등에서 낮은 점수를 받고

있습니다. 유튜브는 국내 앱 이용자 수가 1위를 차지하고 있는 것으로 알고 있습니다. 이처럼 국내뿐만 아니라 현재 세계 최대 규모로서 영향력이 큰 플랫폼인 유튜브의 이용자 보호업무 평가결과 이렇게 낮다는 것은 매우 큰 문제라고 생각합니다. 유튜브의 규모 및 영향력이 커진 만큼 서비스 장애 발생 시 이용자 피해규모도 그만큼 더 커질 수밖에 없고, 따라서 이용자 보호에 대한 책임도 커지므로 유튜브에게는 이용자 보호 인식과 이용자 권익 증진 노력이 더욱 필요하다고 판단됩니다. 전체적으로 이용자 보호업무 평가결과 우수한 사례는 홍보하여 선의의 경쟁을 유도하고 미흡한 상황은 사업자들이 조속히 개선할 수 있도록 협의하는 등 이용자 보호 수준 향상과 이용자 권익 증진에 기여할 수 있도록 사무처에서는 다양한 후속 조치를 추진해 주시기 바랍니다. 저는 사무처 원안에 동의합니다.

○ 김홍일 위원장

- 지금 위원님도 말씀하셨는데 사무처에서 이용자 보호업무 평가를 통해서 이용자 피해 예방 및 민원이 개선되도록 실질적인 이용자 보호노력이 더 필요하다고 생각됩니다. 저도 이번 평가와 관련한 사무처 원안에 동의합니다. 그러면 이 안건은 원안대로 의결하고자 합니다. 위원님, 이의 없으십니까?

○ 이상인 부위원장

- 예.

○ 김홍일 위원장

- 가결되었습니다.

나. 「이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률 시행령」 개정에 따른 관련고시 제·개정(안)에 관한 건 (2024-14-045)

○ 김홍일 위원장

- <의결안건 나> “ 「이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률 시행령」 개정에 따른 관련고시 제·개정(안)에 관한 건”에 대해서 보고해 주시기 바랍니다.

○ 조주연 통신시장조사과장

- 보고 올리겠습니다. 「이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률 시행령」 개정에 따른 관련고시 제·개정(안)에 관한 건입니다. 의결 주문입니다. ‘ 「이동통신사업자 변경 시 번호이동 전환지원금 지급 기준」, 「지원금 공시 및 게시 방법 등에 관한 세부기준」 제·개정(안)을 [별지 1, 2]와 같이 의결한다’입니다. 제안 이유입니다. 「이동통신사업자 변경 시 번호이동 전환지원금 지급 기준」 제정안 및 「지원금 공시 및 게시 방법 등에 관한 세부기준」 일부 개정안을 심의·의결하기 위함입니다. 주요 추진경과입니다. ’24년 2월 22일부터 27일까지 이해관계자 사전 의견수렴과 ’24년 2월 28일 고시 제·개정(안)을 위원회에 보고하였고, ’24년 2월 29일부터 3월 11일간 행정예고 및 관계부처 의견조회를 실시하였습니다. ’24년 3월 12일 국조실 규제 심사를 완료하였습니다. 다음 페이지입니다. 주요내용 보고드리겠습니다. 「이동통신사업자 변경 시 번호이동 전환지원금 지급 기준」 제정입니다. 안 제3조의 전환

지원금의 지급 대상은 이동통신사업자는 기대수익, 위약금, 심(SIM) 카드 발급 비용 및 장기가입혜택 상실비용 등을 규정하고 있습니다. 안 제4조는 전환지원금 상한액을 50만 원 이내에서 지급 가능하도록 규정하고 있습니다. 「지원금 공시 및 게시 방법 등에 관한 세부기준」 개정입니다. 안 제4조는 지원금의 공시 주기를 주 2회에서 매일 변경할 수 있도록 개선하였습니다. 행정예고 접수의견 및 검토결과입니다. 법·시행령·고시안 간의 위임범위 일탈 문제를 서울 YMCA에서 의견을 제출하였습니다. 접수의견은 '부당한 차별 기준' 및 '전환지원금'에 대한 기준이 없어 상위법의 위임범위를 벗어났다는 의견입니다. 이에 대해 고시안은 시행령에서 위임한 번호이동 시 전환지원금의 지급대상 및 상한액 등 지원금 지급의 세부기준을 정한 것으로 위임 입법상 문제가 없다는 의견으로 원안 유지 입장입니다. 전환지원금의 구체적 산정기준이 불명확하다는 서울 YMCA와 알뜰폰 협회, 개인의 의견이 있었습니다. 접수의견으로는 전환지원금의 상한액 50만 원에 대한 설정근거가 불명확하고, 향후 그 영향을 예측하기 어렵다는 의견에 대해, 통신사의 번호이동에 따른 기대수익, 위약금, 유심비용, 장기가입혜택 상실비용 등 이용자의 번호이동 시 발생하는 여러 비용 부담 요소를 종합적으로 고려하였고, 현행 공시지원금 상한이 50만 원 수준인 점도 고려하여 통신사의 자율성을 최대한 보장할 수 있도록 하겠다는 의견임에 따라 원안 유지 입장입니다. 사업자 간 지원금 경쟁으로 알뜰폰 사업의 기반이 위축되었다는 서울 YMCA와 알뜰폰 협회의 의견이 제출되었습니다. 접수의견으로는 이동통신사업자가 알뜰폰 가입자에게 지원금 지급을 통하여 번호이동을 과도하게 촉진하여 알뜰폰 사업의 존립 기반을 상실한 우려가 있다는 의견에 대해서는 방통위, 과기정통부, 알뜰폰 협회 등과 함께 알뜰폰 사업자가 경쟁력을 갖춰 시장에서 건전하게 성장할 수 있도록 지원하는 정책들을 마련하겠다는 원안 유지 입장입니다. 향후 일정 보고드리겠습니다. '24년 3월 14일 고시 제·개정안에 대한 관보 게재하고 시행토록 하겠습니다. 이상으로 보고를 마치겠습니다.

○ 김홍일 위원장

- 위원님 의견 말씀해 주십시오.

○ 이상인 부위원장

- 의견 말씀드리겠습니다. 이번 고시 제·개정안은 지난달 단통법 시행령 개정에 따라 이동통신사업자 변경 시 번호이동 전환지원금 지급 기준을 정하고 지원금 공시 및 게시 방법 등에 관한 세부기준을 개정하는 내용입니다. 지난달 말에 고시 제·개정안에 대한 이해관계자 의견수렴을 실시하였고, 이어서 행정예고 및 관계부처 의견 등 관련 절차가 진행되었습니다. 이동통신사업자 변경 시 번호이동 전환 등 지급기준 제정안의 주요내용은 전환지원금의 지급대상을 위약금, 심(SIM) 카드 발급 비용, 장기가입혜택 상실비용 등으로 정하고, 지원금의 상한액을 50만 원으로 정하는 내용입니다. 지원금 공시 및 게시 방법 등에 관한 세부기준 개정안의 주요내용은 이동통신사업자의 지원금 공시 주기를 기존 주 2회에서 매일 1회로 개선하는 것입니다. 방송통신위원회는 지난 1월 22일 '국민과 함께 하는 민생토론회'에서 단말기 유통법 전면 폐지를 통한 지원금 경쟁 자율화 방침을 발표하였고, 단말기 구입 부담 경감을 위한 정부의 제도개선 의지를 확고하게 밝힌 바 있습니다. 이후 단말기 유통법 폐지 이전이라도 통신사업자 간 마케팅 경쟁을 활성화할 수 있는 여건 조성을 위해 단말기 유통법 시행령을 개정하고 오늘 후속조치로 관련 고시를 제·개정하게 된 것입니다. 행정예고안에

대한 접수 의견 중 사업자 간 지원금 경쟁으로 알뜰폰 사업의 기반이 위축될 수 있다는 의견이 있었습니다. 방통위는 알뜰폰 사업자가 경쟁력을 갖추고 성장할 수 있도록 지원하고, 이를 위해 과기정통부, 알뜰폰 협회 등과 협의하여 알뜰폰에 대한 지원 대책을 지속적으로 마련하여 추진하도록 하여야 할 것입니다. 이번 고시 제·개정안을 통해 실질적으로 국민들의 가계통신비 부담이 줄어드는 계기가 되기를 기대합니다. 저는 사무처 원안에 동의합니다.

○ 김홍일 위원장

- 저도 같은 의견입니다. 그러면 이 안건은 원안대로 의결하고자 합니다. 위원님, 이의 없으십니까?

○ 이상인 부위원장

- 이의 없습니다.

○ 김홍일 위원장

- 가결되었습니다. 제가 한 말씀드리겠습니다. 오늘 의결된 고시 제·개정안건은 지난 3월 8일 단통법 시행령 개정에 따른 후속조치입니다. 이번 고시 제·개정안을 통해 단말기 유통법 시행령에 위임된 사업자 간의 자율적인 보조금 경쟁을 활성화하여 실질적으로 국민들의 단말기 구입비용이 절감될 수 있도록 사업자의 자율성을 보다 강화하고 지원금 경쟁 활성화를 위해서 세부기준을 마련한 것입니다. 또한 사업자의 지원금 공시 주기를 주 2회에서 매일 변경할 수 있도록 개선하여 사업자의 마케팅 자율성을 강화하였습니다. 사무처에서는 제도시행에 차질이 발생하지 않도록 사업자의 준비사항을 점검하는 등 후속조치에 만전을 기해 주시기 바랍니다. 다만, 행정예고 기간 중 알뜰폰 협회, 서울 YMCA 등 이해관계자의 의견도 제출된 만큼 정책시행 과정에서 제기된 우려사항이 해소될 수 있도록 노력해 주시기 바랍니다. 특히 과기정통부와 알뜰폰 사업자 보호대책 마련에 관해서도 계속 논의해서 시행될 수 있도록 노력하시기 바랍니다.

7. 보고사항

가. 2023년도 방송시장경쟁상황평가 결과에 관한 사항

○ 김홍일 위원장

- <보고안건 가> “2023년도 방송시장경쟁상황평가 결과에 관한 사항”에 대해서 보고해 주시기 바랍니다.

○ 황소현 미디어다양성정책과장직무대리

- 2023년도 방송시장경쟁상황평가 결과에 관한 사항 보고드리겠습니다. 보고 사유입니다. 「방송통신발전 기본법」 제11조, 「방송법」 제35조의5에 따라 실시한 2023년도 방송시장경쟁상황평가 결과를 보고하기 위함입니다. 평가 개요입니다. 목적입니다. 방송시장의 효율적인

경쟁체제 구축과 공정한 경쟁환경 조성을 위한 경쟁정책 수립의 근거로 활용하기 위함입니다. 추진 경과는 생략하도록 하겠습니다. 평가절차 및 방법입니다. ① 단위시장 확정, ② 평가지표 선정, ③ 자료 수집 및 측정, ④ 분석 및 평가의 단계로 진행하였습니다. 다음 페이지입니다. 방송시장 확정입니다. 전년도 시장확정 결과와 동일하게 크게 4가지 시장으로 확정하였습니다. 유료방송 시장의 경우 상품시장은 IPTV, SO(QAM), 위성이 포함된 '디지털 유료방송시장'과 'SO(8VSB) 유료방송시장'으로 확정하였고, 지리적 시장은 SO 방송구역으로 확정하였습니다. 방송채널거래시장은 전체 PP가 포함된 '유료방송거래시장'과 '지상파방송 3사별 채널 재송신권 거래시장'으로 확정하였습니다. 방송프로그램거래시장과 방송광고시장은 각각 전체를 단일시장으로 확정하였습니다. 시장별 주요 평가 결과입니다. 첫 번째, 유료방송 시장입니다. 전체 시장 현황은 '22년 말 기준 전체 유료방송서비스 가입자 수가 전년 대비 증가한 3,629만을 기록했으나, 증가세는 둔화되었습니다. 다음 페이지입니다. 그중 디지털 유료방송시장 현황의 경우 가입자 수는 3,054만으로 전년 대비 증가하였고, 8VSB 유료방송시장의 경우 가입자는 575만으로 전년 대비 감소하였습니다. 매출액의 경우 전년 대비 증가한 7조 2,041억원으로 증가 추세를 지속했으나 증가세는 둔화되었습니다. 디지털 유료방송시장 시장집중도의 경우 높은 시장집중도를 보이고 있으며, IPTV 3사 중심의 과점체제를 유지하고 있습니다. 8VSB 유료방송시장 시장집중도의 경우 역시 시장집중도는 매우 높은 수준입니다. 다음 페이지입니다. 시사점입니다. IPTV의 지속적인 성장과 함께 가입자 및 방송사업매출 규모는 증가해 왔으나, 가입자 증가율 감소, OTT 경쟁압력 증가 등으로 유료방송사업자의 성장동력은 약화되고 있는 것으로 분석되었습니다. 두 번째로 방송채널거래시장입니다. 시장 현황입니다. 2022년 전체 방송채널 제공 매출액은 1조 3,674억 원으로 전년 대비 증가하였습니다. 그중 유료방송채널 거래시장의 경우 PP의 방송프로그램 제공 매출액은 전년 대비 증가한 9,584억 원을 기록하였고, 지상파 3사 채널 재송신권 거래시장의 경우 재송신 매출액은 전년 대비 증가한 4,090억 원을 기록하였습니다. 유료방송채널 거래시장 집중도의 경우 PP채널 공급측 시장집중도는 높지 않은 수준을 유지하였으나, 수요측인 유료방송사업자의 경우 IPTV 3사 중심의 과점체제로 시장집중도가 높은 상태입니다. 다음 페이지입니다. 지상파 3사 채널 재송신권 거래시장 시장집중도의 경우 공급측인 지상파 3사의 협상력 수준과 수요측인 유료방송사업자의 협상력 수준이 모두 높은 상태입니다. 시사점입니다. 유료방송채널 거래시장은 시장집중도, 상위 3사 점유율 등을 고려할 때, 공급측인 PP로부터 경쟁제한적인 행위가 발생할 가능성은 높지 않으나, 수요측인 대규모 유료방송사업자는 가입자 기반을 바탕으로 PP측에 높은 수준의 협상력을 보유할 가능성이 있는 것으로 분석되었습니다. 세 번째로 방송프로그램 거래시장입니다. 시장 현황입니다. 2022년 전체 외주제작비 총규모는 9,665억 원입니다. 이 중 지상파 외주제작비 규모는 4,762억 원으로 전년 대비 증가하였고, PP는 4,903억 원으로 전년 대비 증가하였습니다. 수요집중도의 경우 외주제작비 수요점유율 기준 수요집중도는 높지 않습니다. 다음 페이지입니다. 공급집중도의 경우 다수의 외주제작사가 경쟁하고 있어 공급집중도도 높지 않은 것으로 판단되었습니다. 시사점입니다. 시장집중도는 높지 않은 것으로 분석되었으나, 외주제작 단가 상승으로 인한 콘텐츠 비용부담 증가 등에 따라 외주제작 수요는 위축되고 있는 것으로 추정됩니다. 네 번째, 방송광고시장입니다. 시장 현황입니다. 2022년 전체 광고시장 규모는 13조 8,848억 원으로 전년 대비 증가하였습니다. 이 중 방송광고 매출액의 경우 2조 8,940억 원으로 전년 대비 감소하였으며, 협찬매출액의 경우 8,446억 원으로 전년 대비 증가하였습니다. 시장집중도의 경우 광고매출액

기준 그리고 광고와 협찬을 포함한 매출액 기준 모두 시장집중도는 낮은 수준을 유지하고 있습니다. 다음 페이지입니다. 시사점입니다. 방송광고시장의 시장집중도는 높지 않은 수준을 유지하며, 전체 광고시장에서 방송광고 점유율의 하락, 방송광고 상품의 유사성 증대 등을 고려할 때 방송광고 시장의 경쟁은 치열합니다. 디지털광고 시장의 성장, OTT 사업자의 광고사업 확대 등 디지털매체 중심의 광고시장 변화가 방송광고 시장에 미치는 영향을 주시할 필요가 있다고 보입니다. 다음으로 방송시장 관련 주요 이슈로서 OTT의 방송시장에 대한 영향을 분석하였습니다. 주요 현황입니다. 2022년 OTT 사업자 매출은 전반적으로 증가했으나 웨이브, 티빙, 왓챠 등은 영업손실 규모 또한 증가하였습니다. 2023년 기준으로 OTT 이용률은 77.0%로 증가 추세이며, OTT 이용자는 평균 2.6개의 구독형 OTT를 이용하고 있는 것으로 분석되었습니다. 방송시장에 대한 영향입니다. 유료방송시장의 경우 개별 가입자 감소, VOD 매출 감소 등 OTT 경쟁 압력이 강화되고 있습니다. 다음 페이지입니다. 방송채널 거래시장의 경우 OTT 이용 시간이 증가하면서 실시간 방송채널의 이용 시간 및 이용 채널 개수 등이 감소하여 PP의 협상력 감소 가능성이 존재합니다. 방송프로그램 거래시장의 경우 오리지널 콘텐츠 경쟁으로 프로그램 수요는 증가해 왔으나, 최근 제작단가 상승, 수익성 악화 등에 따라 프로그램 제작 수요는 전반적으로 감소하고 있는 것으로 추정됩니다. 반면, 넷플릭스의 국내 콘텐츠 제작 수요가 높아져 넷플릭스의 영향력이 강화되고 있습니다. 방송광고시장의 경우 OTT 사업자가 광고 요금제 출시, 인기 콘텐츠 강화 등을 통해 광고매출 증대 등을 추구하고 있는 상황입니다. OTT 광고시장 규모가 아직은 크지 않아 OTT 광고가 방송광고시장에 큰 영향을 미치지 않는다고 있으나 방송광고 재원이 OTT 광고로 이동할 가능성을 배제할 수 없는 것으로 보입니다. 다음 페이지입니다. 향후 계획입니다. 오늘 보고 이후 2023년도 방송시장경쟁상황평가 결과를 책자로 인쇄하여 국회에 보고할 예정입니다. 상세한 내용은 <붙임>을 참고하시기 바랍니다. 이상 보고를 마치겠습니다.

○ 김홍일 위원장

- 위원님 의견 말씀해 주십시오.

○ 이상인 부위원장

- 먼저 이번 평가를 위해 애쓰신 평가위원들, 사무처 직원들, 연구기관 담당자 분들에게 모두 수고하셨다는 말씀을 드립니다. 평가결과를 보면 유료방송시장의 경우 가입자 수와 매출액 모두 전년보다 증가하였으나 그 증가세는 둔화되고 있고, 이는 OTT 경쟁 압력 증가 등으로 유료방송사업자의 성장동력이 약화되고 있기 때문인 것으로 보입니다. 또한, 유료방송시장은 IPTV 3사 중심의 과점 체계가 계속 유지되고 있습니다. 채널거래시장, 프로그램거래시장, 광고시장은 모두 매출액 및 제작비의 총 규모가 전년보다 증가하였고, 유료방송시장보다는 비교적 경쟁이 활발히 이루어지고 있는 것으로 보입니다. 다만, 프로그램거래시장의 경우 시장집중도는 높지 않으나 외주제작 단가 상승으로 인한 콘텐츠 비용 부담 증가 등에 따라 외주제작 수요 자체가 위축되고 있다는 부분은 주시할 필요가 있습니다. 방송사업자들의 프로그램 제작 수요는 전반적으로 감소하고 있으나 넷플릭스의 국내 콘텐츠 제작수요는 여전히 높아져 방송프로그램 거래시장에서의 넷플릭스 영향력은 더욱 강화되고 있습니다. 넷플릭스 및 국내 주요 OTT 사업자의 매출액은 전년 대비 모두 증가하였고, 국민들의 OTT 이용률도 매년 지속적으로 증가하는 추세에 있습니다. 이처럼 방송가입자 및 매출 성장률

둔화, VOD 매출 감소, 미디어 이용 행태 변화, 제작단가 상승 등 OTT 사업자가 유료방송 시장을 포함한 방송시장 전반에 큰 영향력을 미치고 있기 때문에 이에 대한 지속적인 분석과 평가가 필요할 것으로 보입니다. 아무쪼록 이번 평가보고서가 향후 방송시장의 효율적인 경쟁체계 구축, 공정한 경쟁환경 조성 등을 위한 정책수립에 널리 활용될 수 있도록 사무처에서는 노력해 주시기 바랍니다. 저는 사무처 보고 원안에 동의합니다.

○ 김홍일 위원장

- 지금 보고한 바에 따르면 '23년도 방송시장경쟁상황평가 결과도 종전의 평가결과와 유사하게 대부분 시장에서 경쟁이 활발한 것으로 분석되었습니다. 특히, 최근 OTT의 성장이 방송시장 전체에 큰 영향을 미치고 있어서 OTT와 방송사업자가 합리적인 경쟁을 펼칠 수 있도록 OTT 시장에 대한 지속적인 모니터링이 필요합니다. 사무처에서는 방송시장 경쟁상황 추이를 반영하여 규제 형평성을 확보하고 시장 변화에 시의적절하게 대응할 수 있도록 지원하는 등 관련 정책 추진에 만전을 기해 주시기 바랍니다. 그러면 이 안건은 원안대로 접수하고자 합니다. 위원님, 이의 없으십니까?

○ 이상인 부위원장

- 없습니다.

○ 김홍일 위원장

- 접수되었습니다.

8. 기 타

○ 김홍일 위원장

- 오늘 상정된 안건 처리는 이것으로 마치겠습니다. 다른 특별한 논의사항 있으십니까?

○ 이상인 부위원장

- 없습니다.

○ 김홍일 위원장

- 그러면 차기 회의는 추후 공지하겠습니다. 수고하셨습니다.

9. 폐 회

○ 김홍일 위원장

- 이상으로 2024년도 제14차 방송통신위원회 회의를 마치겠습니다.

(의사봉 3타)

【 10시 38분 폐회 】