

제400회 국회(정기회)

과학기술정보방송통신위원회

업 무 현 황

2022. 10. 6.



방송통신위원회

Korea Communications Commission

목 차

I. 일반 현황	1
II. 주요 과제 추진 현황	3
1. 미디어 혁신성장 생태계 조성	3
2. 미디어의 공공성 제고	4
3. 디지털 플랫폼 이용자 보호	6
4. 방송통신 국민 불편 해소	7
5. 미디어 발전 추진체계 마련	8
III. 주요 현안 과제	9
1. 미디어환경 변화에 따른 통합법제 마련	9
2. 앱 마켓 이용자 보호	10
IV. 참고 자료	11
1. 2022년도 입법계획 및 계류법안 현황	11
2. 2022년도 세입·세출 예산 개요	12

I.

일반 현황

□ 연 혁

- 2008. 2. 29. 방송통신위원회 설립
- 2013. 3. 23. 정부조직법 개정에 따른 방송통신위원회 개편
- 2020. 8. 1. 제5기 방송통신위원회 출범

□ 주요 업무

- 지상파방송 및 종편·보도 PP 관련 정책
- 방송광고정책, 편성평가정책, 방송진흥기획, 방송정책기획
- 방송통신시장조사, 방송통신이용자보호, 시청자 권익증진, 인터넷 윤리 및 건전한 인터넷 이용환경 조성에 관한 사항
- 방송용 주파수 관리에 관한 사항 등

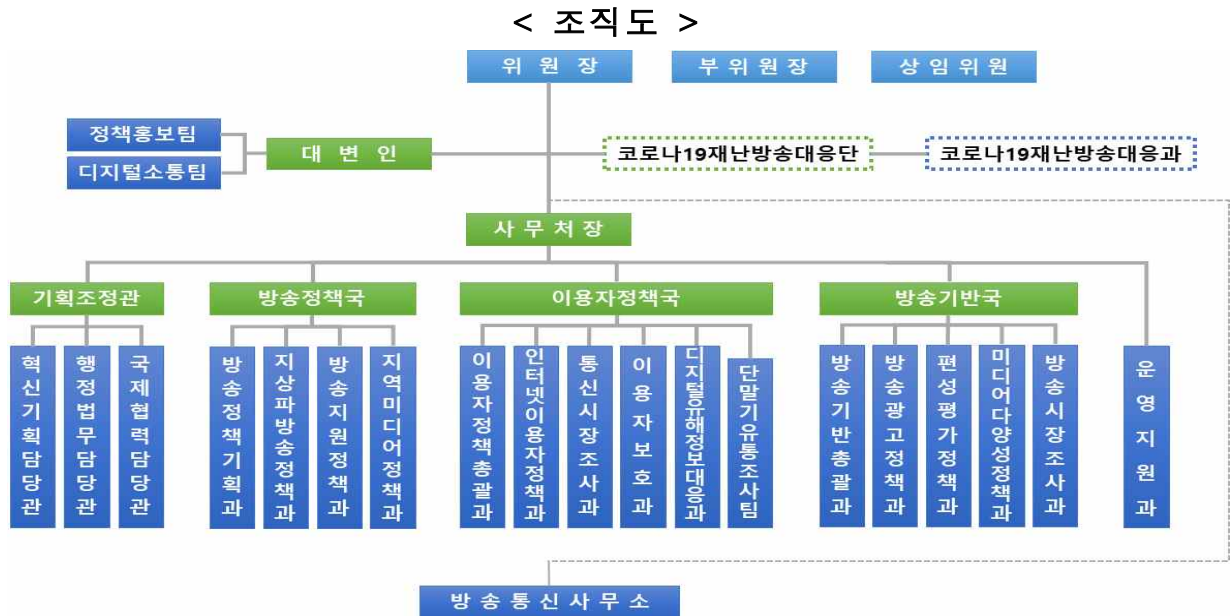
※ 방송의 공정성 및 공공성 심의, 정보통신망 상의 불법정보 심의 등에 관한 사항은 ‘방송통신심의위원회’가 수행

□ 소관 법률

분 야	법 률 명
방 송	<ul style="list-style-type: none">• 방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률• 방송통신발전 기본법 (일부)• 방송법 (일부)• 한국교육방송공사법• 방송문화진흥회법• 지역방송발전지원 특별법• 방송광고판매대행 등에 관한 법률• 인터넷 멀티미디어 방송사업법 (일부)• 전파법 (일부)
통 신	<ul style="list-style-type: none">• 전기통신사업법 (일부)• 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 (일부)• 이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률 (일부)• 위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률

□ 조직 및 정원

○ 조직 : 1처 3국 2관 18과(담당관) 3팀 / 1소속기관



○ 정원 : 281명 (’22. 10월 현재)

구분	정무직	공무원단	3·4급	4급	4·5급	5급	6급 이하	계
본부	5	6	5	14	17	74	114	235명
소속기관	-	-	-	1	-	5	40	46명

□ 예산 및 기금 : (’21년) 2,472억원 ⇒ (’22년) 2,561억원 [+89억원]

- (재원) 일반회계 507억원, 방송통신발전기금 2,054억원
- (기능) 인건비 239억원, 기본경비 44억원, 주요사업비 2,278억원

□ 주요 유관기관

기관명	대표자	주요기능	근거법률
한국방송공사 (KBS)	김의철	국가 기간방송으로서 국내·외 대상 방송 실시, 방송문화 보급 및 수반 사업 등	방송법 제43조
한국교육방송공사 (EBS)	김유열	교육·지식·정보·문화·교양 분야의 방송 콘텐츠 제공, 교육방송 관련 연구개발 등	한국교육방송공사법 제7조
방송문화진흥회	권태선	방송문화의 발전과 향상을 위한 연구 및 학술 사업 수행 등	방송문화진흥회법 제5조
한국방송광고진흥공사 (KOBACO)	이백만	방송광고 판매 대행 및 방송광고 균형발전을 위한 지원 사업 수행 등	방송광고 판매대행 등에 관한 법률 제24조
시청자미디어재단	조한규	시청자의 방송참여와 권익증진을 위한 지원 사업 수행 등	방송법 제90조의2

Ⅱ.

주요 과제 추진 현황

① 미디어 혁신성장 생태계 조성

□ 추진배경

- OTT로 촉발된 유례없는 미디어 환경 변화에 대응하여 낡은 규제 혁신, 미디어 법제 개편 및 다양한 지원정책을 통해 혁신성장 기반 조성

□ 주요 내용 및 추진 실적

◆ 방송시장 활성화를 위해 현행 제도를 과감히 혁신

- (광고 규제체계 혁신) 방송광고 유형을 단순화(자막·중간광고 등 7개 → 프로그램 내·외 등 3개*)하고, '원칙 허용, 예외 금지'로 전환 추진

- 방송광고 네거티브 규제체계 수립을 위한 협의체 구성·운영(6월~)

* 중간광고, 간접광고 등 7가지 유형 이외에 신유형 방송광고가 도입될 수 있고 광고시간 총량 범위내에서 자율적 광고편성이 가능하도록 개선

- (소유겸영 규제 완화) '08년 이후 국가 경제규모 성장*, 미디어 다각화 등을 고려하여 지상파 소유규제(대기업 기준(10조원), 겸영 7%) 및 유료방송과의 겸영규제 현실화 추진(연구반 등 진행, 9월~)

* '08년 대비, '21년 GDP 1.73배 성장 및 전체 방송사업자 자산총액 3.75배 성장

- (허가·승인 제도 개선) 허가·승인 시 매체별 특성에 따라 심사기준을 개선*하고 재허가·재승인 조건 부가기준 합리화를 위해 방송사업자 재허가·재승인 기본계획 수립(9월)

* 지상파·종편, TV·라디오 등 매체별로 다른 심사항목 및 배점 등 적용
(예시 : TV는 재난방송 실적, 라디오는 재무안정성, 지역방송은 지역프로그램 제작비 중점 심사)

- (편성규제 개선) 지상파·종편 오락프로그램 편성비율 및 외주제작 프로그램 편성비율 규제 완화 등 방송편성규제 개선방안 정책연구(5월~12월)

◆ 미디어 환경변화에 맞춘 법제 마련

- (미디어 법제 마련) 방송 등 기존 미디어와 OTT 등 새로운 미디어를 육성하기 위한 미래전략 수립 및 법제 마련(정책연구반 운영, 5월~)
 - 플랫폼, 콘텐츠 등 기능을 기준으로 수평적 분류체계 도입 및 서비스별 특징에 따라 차등화된 규율체계 마련
 - 신기술·신유형 미디어의 등장에 대한 유연성을 확보하고, 정책 예측성 제고 및 규제리스크 최소화

◆ 글로벌 경쟁력 강화 기반 마련

- (OTT 해외시장 기반 마련) 국제 OTT포럼 개최 등 글로벌 네트워크 구축, 국내 OTT사 수요를 반영한 해외 시장분석·이용행태 조사* 추진(3월~)
 - * '22년 대상국가 : (해외시장) 중국, 멕시코, 브라질 (이용행태) 미국, 대만, 인도네시아
- (콘텐츠 해외유통 지원) 지역방송 콘텐츠의 글로벌 유통(해외마켓 부스 설치 및 마케팅)(6월, 베트남 Telefilm), 국제 콘텐츠 마켓 참여 등 유럽·미주·아시아를 새로운 시장으로 콘텐츠 해외진출 추진 지원
- (방송 교류협력 강화) 방송 해외진출 기반 마련을 위한 방송 공동제작협정 체결 확대* 및 국가간 방송공동제작 활성화를 위한 국제콘퍼런스 개최(9월)
 - * 현재 38개국과 공동제작협정 기 체결 → 신남방(태국)·신북방(터키)·북미(캐나다) 등 신시장으로 떠오르는 국가들과 새로운 협정 체결 추진 중

□ 향후 계획

- 방송광고 규제 관련 방송법 개정안 및 미디어 법제 제정안 마련 : '22. 12월
- 방송편성규제 개선방안 마련 : '22. 12월
- 국제OTT 포럼 개최 및 지역방송 콘텐츠 글로벌 유통 지원 : '22. 11~12월

② 미디어의 공공성 제고

□ 추진배경

- 미디어 융합 시대에 부합하는 방송의 공적책임 재정립 및 확대된 영향력에 걸맞은 미디어 플랫폼의 사회적 책임 제고를 통한 미디어 신뢰 회복

□ 주요 내용 및 추진 실적

◆ 방송의 공적채무 강화

- (평가체계 혁신) 공영방송의 공적 책임과 역할을 명확히 부여하고 그 이행 점검을 주요 내용으로 하는 협약제도를 도입하기 위하여 방송법 개정안 마련(정책연구반 구성·운영, 7월~)
- (ESG 방송평가 도입) ESG 사회적 인식 확산을 유도하기 위해 KBS·EBS의 ESG 성과를 방송평가에 반영하기 위한 전문가 협의(8~9월)

◆ 재난방송 신속성·접근성 개선

- (신속한 재난정보 제공) 24시간 모니터링(AI 기반 음성 인식)을 통한 재난방송 대응체계 유지(연중) 및 재난발생지역의 정확한 영상(공공기관 CCTV) 제공(9월~)
- (재난방송 접근성 확대) 재난 예방콘텐츠 제작·보급('22.상반기, 14편) 및 터널 지역 수신환경 개선(중계설비 지원대상 선정, 9월)
 - 수어재난방송 확대를 위한 방송통신발전 기본법 개정안 위원회 보고(8월), 입법예고 및 이해관계자 의견 수렴(~10월)

◆ 미디어 플랫폼 신뢰성·투명성 강화

- (포털뉴스 신뢰성 확보) 불투명한 추천 알고리즘 방지를 위해 포털 내부 또는 외부에 '알고리즘투명성위원회'를 법적 기구로 설치하여 기사 배열·노출 기준을 검증하고, 그 결과를 공개하는 방안 검토(협의체 구성·운영, 5월~)
- (포털뉴스제휴 투명성 강화) 자율기구인 뉴스제휴평가위원회*의 위상 강화를 위해 설치·구성 등 최소 요건, 제휴심사 기준·절차 및 위원 자격기준 등 검토(협의체 구성·운영, 5월~)

* 포털사(네이버·카카오)가 뉴스 공정성 제고를 위해 설립한 외부 기구로서 15개 언론단체에서 추천된 30명의 평가위원이 제휴매체 선정·제재를 위한 평가 수행중

□ 향후 계획

- 공영방송 협약제도 도입을 위한 방송법 개정안 마련 : '22. 12월
- 공영방송 ESG 방송평가를 위한 방송평가규칙 개정 : '22. 12월
- 수어재난방송 확대를 위한 방송통신발전 기본법 개정안 국회 제출 : '22. 12월

3 디지털 플랫폼 이용자 보호

□ 추진배경

- 국민 일상과 경제 활동의 중심으로 정착한 디지털 플랫폼의 혁신 성장과 이용자 보호가 조화될 수 있는 균형있는 시장 규제체계 마련

□ 주요 내용 및 추진 실적

◆ 디지털 플랫폼 자율규제 체계 구축

- (민간 자율규제기구) 플랫폼 사업자·이용사업자·이용자 간 불공정행위·피해를 방지하면서도 산업의 자율·혁신성을 보장하기 위한 민간 자율규제기구 구성·운영 지원 (법안 마련 협의체 구성, 9월)
 - * 골목상권 침해 갈등, 플랫폼 가맹업주 피해 및 오픈마켓 입점업체 피해 발생 등
- (자율규제와 이용자보호) 플랫폼의 자율규제 이행을 장려하기 위해 이용자 보호 법규 준수 및 이용자 불만처리 실적 등을 사후평가하여 인센티브* 부여
 - * 평가 결과 우수 사업자에게 향후 법 위반 제재 시 과징금 감경 및 시상 추진

◆ 앱마켓 생태계 건전화

- (특정 결제방식 강제금지) 구글·애플 등 앱마켓사와 앱사업자(영화·음악·웹툰 등) 간 콘텐츠요금 결제방식을 둘러싼 갈등*이 장기화되고 있어, 특정 결제방식을 유도하는 등 부당행위가 없도록 시정·감시활동 강화(5월~)
 - * (앱마켓사) 앱사업자는 앱마켓 이용 대가를 납부해야 하므로 앱마켓 외부 결제는 불가 입장 (앱사업자) 기존처럼 수수료 없이 앱마켓 이용이 가능한 외부 결제방식 허용을 주장
- (정기 실태조사) 앱마켓을 이용하는 앱사업자 및 이용자를 선제적으로 보호하기 위해 앱마켓 생태계 전반에 대한 실태조사 실시(연중)

◆ 이용자 중심 신산업 제도 마련

- (전기통신사업법 정비) 디지털 환경 변화에 대응하여 이용자 불편해소 및 권익 보호를 위한 필요최소한의 제도적 장치 등을 마련
- (위치정보법 전면 개편) 위치정보사업 등록제를 신고제로 전환하는 등 위치정보 보호 중심의 현행 위치정보법을 산업 진흥과 이용자 보호가 조화되도록 개편 추진(연구반 구성·운영, 5월~)

□ 향후 계획

- 온라인플랫폼 자율규제 관련 전기통신사업법 개정안 마련(과기부 공동) : '22. 12월
- 디지털 플랫폼에 대한 이용자 보호업무 평가(안) 마련 : '22. 12월

4 방송통신 국민 불편 해소

□ 추진배경

- 디지털·미디어의 일상화·보편화에 따라 국민이 누구나 서비스를 불편·차별 없이 쉽게 이용할 수 있는 국민 중심의 미디어 환경 조성

□ 세부 내용 및 추진 실적

◆ 국민 실생활 불편사례 조속 해소

- (인터넷·유료방송 가입·해지 간소화 확대) 인터넷·유료방송 이용자가 기존 상품 해지와 신규상품 가입을 동시에 가능토록 하는 원스톱 전환서비스를 현 통신사에서 케이블* (MSO) 대상으로 확대(9월~)

* SKB케이블, LG헬로비전, 딜라이브, HCN, CMB 등 케이블 가입자가 전체 25.4%(인터넷+방송 1,400만명) 차지

- (유료방송 가입정보 제공 강화) 유료방송(IPTV 등) 가입·변경·재약정 시 의도치 않은 가입을 예방하기 위해 이용자에게 가입정보(상품명, 약정기간, 요금 등)를 문자로 정확히 고지(3월)토록 하고, 전 국민 대상 캠페인 실시(8월)

※ '21년 유료방송 민원 24,050건 중 이용계약과 상이한 요금청구(46.6%), 가입의사 미확인(34.6%), 중요사항 미고지(18.6%) 등으로 가입자에게 가입정보 고지 필요

- (휴대폰 데이터 유출방지) 휴대폰 가입·반납 등의 과정에서 발생하는 이용자 정보유출 방지를 위한 대리점·판매점 관리방안 마련('22.12월)

◆ 불법유해정보 등 디지털 폭력 대응 강화

- (디지털 성범죄물 유통방지) 디지털성범죄 근절을 위한 방통위·법무부·여가부 등 관계기관 협의회(고위급·과장급) 구성 및 제1차 회의(과장급) 개최(9월)
- 피해자의 잊혀질 권리 강화를 위해 24시간 심의 및 현장점검 실시(연중)

- (불법스팸 전송자 제재) 보이스피싱 확산 방지를 위해 불법스팸 전송자의 전체번호 이용을 정지할 수 있도록 통신사와 협의(약관 개정 추진, 7월~)

◆ 전국민 미디어 접근성 강화

- (소외계층 미디어 접근권 보장) 장애인방송 편성의무(수어·화면해설방송) 확대 추진(7월 고시 개정안 위원회 보고, 8월 행정예고), AI 자동 음성-자막변환 시스템 시범서비스 실시(9월~), 시각·청각장애인용 TV 확대 보급*(7월~)

* 전체 시각·청각 장애인 맞춤형TV 보급 추진 : '21년 33.8% → '25년 50% 목표

- (미디어 활용기반 마련) 유아부터 어르신까지 국민 누구나 미디어에 쉽게 접근하여 올바르게 이해하고 활용할 수 있도록 맞춤형 교육 지원(연중)
 - 지역 거점별 미디어 체험·제작이 가능한 시청자미디어센터 확대(현재 10개 → '25년 17개) 및 원거리 지역에 '찾아가는 미디어 나눔버스' 6대 신규 구축(9월)

◆ 이용자 피해구제 실효성 제고

- (통신분쟁조정제도 강화) 급증하는 이용자-통신사간 분쟁의 신속한 해결을 위해 분쟁조정 인력풀을 확대하여 조정기간 단축 및 직권조정 도입 등 법 개정 추진
 - ※ 통신분쟁조정신청건수 : '19년도 155건 → '20년도 572건 → '21년도 1,170건
- (온라인서비스 원스톱 피해구제 지원) 복잡·다양한 온라인 이용자 피해 구제를 종합적으로 지원하기 위해 온라인피해365센터 구축·운영(5월~)

□ 향후 계획

- 불법스팸 전송자의 전체번호 이용 정지 관련 통신사 약관 개정 : '22. 12월
- 한국수어·화면해설방송 편성 확대를 위한 고시 개정 : '22. 12월
- '온라인피해상담지원시스템' 구축* 및 대국민 서비스 실시 : '22. 10월
 - ※ 온라인으로 피해상담 신청·진행 상황과 결과까지 한 눈에 파악 가능

5 미디어 발전 추진체계 마련

□ 세부내용

- (기본방향) OTT 등 글로벌 미디어 환경변화에 대응하여 대선 공약과 새 정부 국정과제인 미디어 전략 컨트롤타워 역할을 하는 전담기구 마련
 - ※ 논의과제(안) : ▲미디어 환경변화에 대응한 비전 및 전략 수립, ▲미디어 산업 활성화 정책 및 규제체계 정비, ▲건강한 미디어 생태계 조성방안 마련 등
- (추진방안) 민·관이 함께 참여하는 협의체 구성·운영, 미디어 경쟁력 제고 방안 도출

[국정과제 27] 글로벌 미디어 강국 실현

- (미디어 미래전략 및 추진체계) 관계부처와 함께 미디어 전략 컨트롤타워 역할을 하는 전담기구 설치 추진 * 방통위, 과기정통부, 문체부 등

□ 향후 계획

- 민·관협의체 구성 등을 내부검토 및 관계기관 협의(연중)

Ⅲ.

주요 현안 과제

1. 미디어환경 변화에 따른 통합법제 마련

□ 추진 배경

- 방송통신 융합 및 OTT의 영향력 강화 등 미디어 산업이 급변하고 있으나, 현행 법체계는 칸막이식 매체별 분류에 기반한 낡은 규제 틀을 유지하고 있어 미래지향적 미디어 정책 추진에 한계

* 특히, OTT의 미디어적 성격에도 불구하고 현행법 체계 하에서는 '통신서비스'로만 분류

□ 시청각미디어서비스법 체계하에서의 주요 개선내용

- (통합법제 마련) 미디어 매체별로 방송법·IPTV법·전기통신사업법(OTT) 등으로 분산된 규제체계 → 시청각미디어서비스 전체를 포괄하는 '시청각미디어서비스법(안)'으로 통합

- 미디어를 ▲ 프로그램 선택·편성 등을 행하는 '콘텐츠', ▲ 프로그램·채널 등을 시청자(이용자)에게 제공하는 '플랫폼'으로 분류하여, 각 기능적 특성에 입각한 규율 수단을 마련

※ 지상파, 위성, IPTV 등 네트워크에 입각한 매체별 규율체계와 달리, 기존 미디어 서비스 확장 및 OTT 등 새로운 미디어의 등장 시 유연하게 대응 가능

- (규제 합리화) 현행 방송법에 따른 규제(소유규제, 광고·편성규제 등) 중 낡고 불필요한 규제를 재검토하는 한편, OTT 관련 분산된 규율사항*은 미디어 통합법제로 일원화하여 규제리스크 완화**

* 예) 자율등급제(영화비디오법), 금지행위(전기통신사업법·정보통신망법 등)

** 인접 법령의 과도한 우회적용 방지, 개별법 개정에 따른 중복규제 방지

- (진흥기반 마련) 미디어산업 전반의 성장 지원을 위한 법적 근거를 마련하여, 종합적·효율적 지원 정책 추진

□ 향후계획

- 이해관계자 의견수렴 및 법안 마련 : '22. 12월

2. 앱 마켓 이용자 보호

□ 추진 배경

- 구글, 애플 등 글로벌 앱 마켓사로부터 앱 개발자 및 이용자의 권익을 보호하기 위해 개정*된 전기통신사업법령('22.3월 시행)의 실효적 집행

* 앱 마켓 운영 실태조사, 특정한 결제방식 강제 금지 등 앱 마켓사업자의 의무 도입

□ 주요 내용

① 앱 마켓사 사실조사

- 앱 마켓 3사(구글, 애플, 윈스토어)를 대상으로 특정한 결제방식 강제 금지 등 전기통신사업법령 위반 여부에 대해 실태점검을 실시한 결과,

- ① 외부결제를 제한하여 내부결제를 강제, ② 제3자 결제를 제한하여 자사결제를 강제, ③ 부당한 심사지연 행위 등 법 위반 소지 확인

- 이에 사실조사로 전환하여 앱 마켓사 대상 자료요구·현장조사, 개발사 및 금감원 대상 자료요구·면담 등 진행중 (8.16~)

- 사실조사에서는 국내 개발사에 대한 애플의 수수료 과다 징수(부가세)*와 관련한 논의도 포함하여 검토

* 애플이 국내 개발사가 그대로 납부해야 하는 부가세 금액을 포함하여 수수료를 부과

② 앱 마켓 운영 실태조사

- 앱 마켓을 이용하는 앱 개발사 및 최종이용자의 보호를 위해 앱 마켓 운영 전반에 대한 실태조사* 실시(연중)

* 전기통신사업법(제22조의9)에 따라 앱 마켓 4사(애플, 구글, 윈스토어, 삼성 전자)를 대상으로 올해 처음 시행

□ 향후 계획

- 사실조사 결과 특정한 결제방식 강제 등 금지행위 위반에 해당된다고 판단되면 시정명령이나 과징금 부과 등 조치

- 실태조사 결과 발표('22.12월) 및 앱 마켓 공정경쟁 환경 조성 과 이용자 보호 정책 수립에 조사결과 활용

IV.

참고 자료

1 2022년도 입법계획 및 계류법안 현황

□ 입법 계획

법안명	주요 내용	국회제출
행정기관 소속 위원회 정비를 위한 방송광고판매대행 등에 관한 법률 등 5개 법률의 일부개정에 관한 법률	<ul style="list-style-type: none"> 방통위 소속 위원회 중 수행 기능이 유사한 위원회를 통합하여 운영의 효율성 제고 	9월 예정
방송통신발전 기본법	<ul style="list-style-type: none"> 한국 수어를 이용하여 재난방송 등을 제공하여야 하는 방송사업자에 대한 법적 근거 명확화 및 필요 경비 지원 근거 마련 	12월 예정

□ 계류법안 현황

(2022. 9월 기준)

구 분	국회 심사단계		계
	과방위	법사위	
정부 제출안	9	0	9
의원 발의안	209	0	209
계	218	0	218

② 2022년도 세입·세출 예산 개요

1. '22년도 세입예산 및 기금수입계획

◇ ('21년) 14,771억원 → ('22년) 14,221억원('21년 대비 △550억원, △3.7%)

□ (일반회계) '22년도 311억원, '21년도 대비 42억원(△11.9%) 감소

- 단말기유통법, 전기통신사업법 등 위반 과태료 및 과징금의 세입이 불규칙하여 전반적 감소 예상(353억원→311억원, △42억원)

□ (방통기금) '22년 1조 3,910억원, '21년도 대비 508억원(△3.5%) 감소

- 주파수할당대가 4,420억원(△3,734억원), 방송사분담금 1,866억원(전년 동), 재산(이자)수입 12억원(△3억원), 기타수입 537억원(129억원) 예상
- 공자기금 예탁금 회수 및 이자 0원(△911억원), 예수금 5,270억원(2,443억원), 여유자금 회수 1,805억원(1,568억원) 예상

※ 방송통신발전기금은 방통위, 과기정통부 공동관리

< '22년도 세입 및 수입 현황 >

(단위 : 억원)

세 입 과 목	'21년 예산(A)	'22년 예산(B)	증 감	
			B-A=C	C/A*100
합 계	14,771	14,221	△ 550	△ 3.7
□ 일반회계	353	311	△ 42	△ 11.9
○ 과태료 및 과징금	344	303	△ 41	△ 11.9
○ 기타경상이전수입(정산잔액, 이자반납 등)	9	8	△ 1	△ 11.1
□ 방송통신발전기금	14,418	13,910	△ 508	△ 3.5
○ 자체수입				
법정분담금(주파수할당대가, 분담금)	10,020	6,286	△ 3,734	△ 37.3
용자원금회수등(재산수입, 기타수입 등)	423	549	126	29.8
○ 정부내부수입(공자기금 예탁금 회수 및 이자, 예수금)	3,738	5,270	1,532	41.0
○ 여유자금 회수(전년도 결산 이월금)	237	1,805	1,568	661.6

2. '22년도 세출예산 및 기금지출계획

◇ ('21년) 2,472억원 → ('22년) 2,561억원('21년 대비 89억원, 3.6%)

□ (재원별) 예산 507억원(△14억원), 기금 2,054억원(102억원)

□ (기능별) 인건비 239억원(△1억원), 기본경비 44억원(1억원), 사업비 2,278억원(89억원)

< '22년도 세출 및 지출 현황 >

(단위 : 억원)

구 분		'21년 (A)	'22년 (B)	증 감 (B-A)	%
총 지출 <I+II>		2,472	2,561	89	3.6
재 원 별	I. 일반회계	521	507	△14	△2.7
	II. 방송통신발전기금	1,952	2,054	102	5.2
	(기금총계 = ①+②+③+④)	(14,418)	(13,910)	(△508)	(△3.5)
	소 계 (a+b)	12,532	12,497	△35	△0.3
	① 지출				
	㉠ 방송통신위원회	1,952	2,054	102	5.2
	㉡ 과학기술정보통신부	10,580	10,443	△137	△1.3
	② 기금관리비	44	43	△1	△2.3
③ 정부내부지출 (공자기금예탁, 예수이자상환)	84	144	60	71.4	
④ 보전지출 (여유자금 운영 등)	1,758	1,226	△532	△30.3	
기 능 별	□ 인건비	240	239	△1	△0.4
	□ 기본경비	43	44	1	2.3
	□ 사업비	2,189	2,278	89	4.1
	① 공정경쟁 환경조성 및 안전한 인터넷 활용기반 구축	239	271	32	13.4
	② 방송인프라 지원 및 시청자 권익보호	1,018	1,075	57	5.6
	③ 미디어다양성 및 방송콘텐츠 경쟁력 강화	787	792	5	0.6
	④ 방송통신 운영지원	145	140	△5	△3.4