

방송미디어통신위원회 속기록

회의명 : 제12차 방송미디어통신위원회 회의

회의일시 : 2026. 5. 22.(금) 14:30

장소 : 방송미디어통신위원회 4층 회의실

참석위원 : 김종철 위 원 장
고민수 위 원
류신환 위 원
최수영 위 원
이상근 위 원
윤성욱 위 원 (6명)

불참위원 : 없 음

제12차 방송미디어통신위원회 회의 속기록

【14시 30분 개회】

1. 성원보고

- 김종철 위원장
 - 성원 보고해 주시기 바랍니다.
- 이우혁 의안·정책관리팀장
 - 위원 6인이 참석하셔서 성원이 되었음을 보고드립니다.

2. 국기에 대한 경례

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

3. 개회선언

- 김종철 위원장
 - 2026년도 제12차 방송미디어통신위원회 회의를 개의하겠습니다.

(의사봉 3타)

여러분 반갑습니다. 오늘은 날이 매우 싱그러운 것 같습니다. 봄비가 그친 후 5월 계절의 특성을 제대로 보여주는 그런 싱그러움이 한층 더해가는 금요일 오후입니다. 전체회의에 참석해 주셔서 감사드립니다. 오늘 상정된 회의는 급변하는 미디어 환경 속에서 우리 미디어 산업이 낡은 규제의 틀을 깨고 체질을 혁신할 수 있도록, 진흥과 규제의 균형 잡힌 토대를 마련하기 위한 사안입니다. 특히, 홈쇼핑 상생·활력 제고 방안은 디지털·미디어 상생성장 지원이라는 국정과제와 방송미디어 분야 진흥업무를 이관 받아 추진하는 첫 진흥 정책인 만큼, 위원님들께서 더욱 관심 있게 봐 주시기를 당부드립니다. 오늘도 다양한 이해관계를 합리적으로 조율하는 사회적 용광로로서, 속의 민주주의 가치를 중심에 두고 위원님들의 고견을 모아주시기를 부탁드립니다. 그럼 지금부터 제12차 회의를 시작하겠습니다.

4. 전차 회의록 확인

○ 김종철 위원장

- 먼저 2026년도 제10차 회의 회의록, 속기록과 제11차 회의의 회의록을 확인하고 접수하도록 하겠습니다. 위원님, 이의 없으십니까? (“이의 없습니다” 하는 위원 있음) 그럼, 동의하신 대로 접수하도록 하겠습니다.

5. 회의공개 여부 결정

○ 김종철 위원장

- 오늘 회의에는 <의결안건> 1건과 <보고안건> 1건이 상정되었습니다. 이 안건을 공개로 심의하는데 위원님들, 이의 없으십니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 그럼, 오늘 회의는 공개로 진행하겠습니다.

안건 심의에 들어가기 앞서 장내를 정돈하여 주시기 바랍니다.

(장내 정돈)

안건 심의에 들어가겠습니다.

6. 의결사항

가. 에스케이스토아(주) 최다액출자자 변경승인 심사 기본계획(안)에 관한 건 (2026-12-431)

○ 김종철 위원장

- <의결사항 가> “에스케이스토아(주) 최다액출자자 변경승인 심사 기본계획(안)에 관한 건”에 대해 보고해 주시기 바랍니다.

○ 김세별 서기관

- “에스케이스토아(주) 최다액출자자 변경승인 심사 기본계획(안)에 관한 건”입니다. 의결주문입니다. ‘에스케이스토아 주식회사 최다액출자자 변경승인 심사 기본계획을 [별지]와 같이 의결한다’입니다. 제안이유입니다. 주식회사 라포랩스가 2026년 1월 23일 신청한 에스케이스토아 주식회사 최다액출자자 변경승인 건에 대한 심사 기본계획을 심의·의결하기 위함입니다. 주요내용입니다. 최다액출자자 변경승인 신청으로 에스케이스토아(주)의 주식 100%를 소유한 에스케이텔레콤(주)이 (주)라포랩스에게 주식 100%를 양도하여 최다액출자자가 변경되는 것에 대한 승인 심사사항입니다. 심사 개요입니다. 다음 3쪽입니다. 「방송법」 제15조의2 제2항에 따라 최다액출자자 변경승인 심사를 추진하고, 신청 접수일로부터 60일 이내에 그

결과를 신청법인에 통보할 예정입니다. 심사 기본방향입니다. 심사의 공정성, 객관성 및 전문성 확보를 위해 관련분야 전문가 등으로 심사위원회를 구성·운영하였습니다. 방송사업자가 아닌 자의 방송사업 인수에 관한 사항임을 감안하여 방송에 대한 공적책임·공정성 및 공익성 실현 가능성, 대상 방송사에 대한 지원계획 등을 중점 심사할 예정입니다. 심사위원회 구성·운영(안)입니다. 심사위원회 구성은 경영·회계 등 6개 분야 전문가 7인 이내로 구성할 예정입니다. 심사위원회 구성 절차입니다. 관련 협·단체로부터 5배수 이내로 후보군을 마련하고, 심사위원장은 방미통위 위원 또는 외부 전문가 중에서 방미통위 위원장이 위원들과 협의하여 결정합니다. 심사위원은 심사위원장이 방미통위 위원장과 협의합니다. 다음 4쪽입니다. 심사위원 위촉기준과 심사위원 결격사유는 다음 <표>와 같습니다. 심사위원회 임무는 심사항목에 대한 세부 심사, 신청법인 대표자, 방송사 대표자 등으로부터 의견청취, 심사 결과를 토대로 방미통위에 심사 의견 제시 등이 있습니다. 신청법인 의견청취는 신청법인이 제출한 경영계획 등 내용 중 심사위원회가 구체적 확인이 필요하다고 판단한 사항에 대해 의견청취를 실시합니다. 다음 5쪽입니다. 심사위원회 운영 방안입니다. 변경승인 기본계획을 토대로 신청법인의 신청서류 검토결과와 의견청취 내용 등을 반영하여 심사의견을 제시하고, 심사위원회의 운영에 관한 사항은 재적위원 과반수의 찬성으로 의결합니다. 심사항목 및 심사방안입니다. 「방송법」 제15조의2 제2항 제1호~제4호에 규정된 항목으로 제1호 방송의 공적 책임·공정성 및 공익성의 실현가능성, 제2호 사회적 신용 및 재정적 능력, 제3호 시청자의 권익보호, 제4호 그 밖에 사업수행에 필요한 사항입니다. 심사방안입니다. 심사위원 간 토론을 거쳐 심사위원별 심사 총평 및 심사항목별 의견을 제시하고 심사위원 의견을 바탕으로 심사위원회의 심사의견을 결정합니다. 최다액출자자 변경승인 여부 결정입니다. 방미통위는 심사위원회의 심사 결과와 의견을 반영하여 변경승인 여부 및 변경승인 조건 등을 심의·의결할 예정입니다. 추진일정입니다. '26년 6월 심사위원회를 구성·운영하고 7월 위원회 의결 및 사업자 통보를 할 예정입니다. 이상으로 보고를 마치겠습니다.

○ 김중철 위원장

- 수고하셨습니다. 위원님들 의견 말씀해 주십시오. 이상근 위원님 말씀하십시오.

○ 이상근 위원

- ㈜라포랩스라는 회사를 보고 있으면 매출액이 1년에 1,000억원이 안 되는 회사입니다. 에스케이스토아(주) 같은 경우 굉장히 큰 회사이고 대기업의 자회사이지 않습니까? 그래서 종업원들의 승계 문제, 그리고 궁금한테 이것을 하더라도 나중에 의결할 때 저희가 반대할 수 있습니까? 종업원의 고용 승계 문제와 그 회사가 만약 혹시 인수가 되면 발전 가능성에 대해 집중적으로 논의하고 심사할 수 있도록 각별히 신경 써 주셨으면 합니다. 이상입니다.

○ 김중철 위원장

- 감사합니다. 최수영 위원님 말씀하십시오.

○ 최수영 위원

- ㈜라포랩스가 희망하는 인수대금이 어느 정도 되는지 알고 계십니까?

○ 김세별 서기관

- 1,100억원 정도 됩니다.

○ 최수영 위원

- 지금 말씀하신 것처럼 매출규모가 1,000억원이 안 되는 상황에서 1,100억원 인수대금이라는 것은 어찌 보면 투자자들에 의존하는 것이 있을 것이라고 생각합니다. 일종의 전략적 투자자가 있을 것이고 실익적 투자자가 있을 것이고 자금의 조성 성격이 여러 가지 복합적으로 있을 것 같은데, 제2호에 보면 사회적 신용 및 재정적 능력을 본다고 되어 있는데 이 부분이 대단히 중요하다고 봅니다. 그러니까 전략적 투자를 한 사람들이야 회사와 운명을 같이 할 수 있는데 실익적 투자를 한 사람들은 조금 회사가 커져갈 때 바로 자금을 회수하면 어쨌든 전파라는 공공재를 사용하는 홈쇼핑 입장에서는 상당히 국민에게, 소비자에게 의도치 않은 피해를 끼칠 수 있기 때문에 이 부분을 꼼꼼히 들여다봐야 한다고 첫 번째 주문드리고 싶습니다. 두 번째는 저는 이 사안이 가지고 있는 함의는 작지 않다고 봅니다. 과거에는 대기업이 스타트업(Startup) 기업을 인수하는 경우는 많았는데 사실 스타트업이 대기업 계열사를 인수하는 일종의 약간 역류현상이라고 보는데, 그러면 이것이 과연 산업 생태계에서 새로운 패러다임의 전조인가, 아니면 이것이 앞으로 우리 산업 생태계에 미칠 영향이 어느 정도인가, 저는 이것도 간과해서는 안 될 대목이라고 봅니다. 어쨌든 심사위원회를 구성해서 사무처가 들여다보는 과정에서 이런 부분들이 각자의 이해관계는 얽혀 있지만 작은 기업들이 큰 기업을 인수하는 이런 약간 생태계적인 변화의 측면들도 사무처가 한 번 고민해서 들여다볼 지점이 있다고 두 번째 말씀드립니다. 마지막으로 이상근 위원님과 똑같은 말씀입니다. 지금 여러 가지 잡음이 나오고 있고 우려가 나오고 있는 것 중 하나가 고용승계 문제들도 있다고 보기 때문에 물론 심사위원회가 그 부분에 대해 강제할 수 있는 것은 아니겠습니다만 그 부분도 소홀함이 없이 인수과정에서 한 번 들여다보는 사무처의 노력도 필요하겠다는 세 가지 말씀을 드리겠습니다. 이상입니다.

○ 김종철 위원장

- 감사합니다. 이상근 위원님 말씀하십시오.

○ 이상근 위원

- 의결할 때 가부(可否)를 정하는 겁니까, 아니면 의결을 가(可)로 통과시켜 주어야 하는지 그것이 제일 궁금합니다. 7월에 마치고 올라오게 되면 저희 위원회에서 부(否)를 던질 수 있는지 그것이 약간 궁금합니다.

○ 김세별 서기관

- 예, 부결할 수도 있습니다.

○ 김종철 위원장

- 저희가 법상 승인에 관한 권한을 가지고 있기 때문에 그 부분에 대한 의견을 표명하실 수 있는 권한을 각 위원님들께서 당연히 가지고 있는 것으로 이해합니다. 윤성욱 위원님 말씀하십시오.

○ 윤성욱 위원

- 우리가 부결할 수 있지만 무엇보다 먼저 심사가 잘 이루어지는 것이 선행되어야 한다고 봅니다. 그래서 당부사항이고 요청사항입니다. 어려운 일이지만 그래도 사무처에서 잘 신경 써주셨으면 좋겠습니다. 제가 강조하는 것은 이런 것입니다. 지금 방송사업을 하지 않은, 경험이 없는 사업자에게 허가하는 것이기 때문에 우리가 꼼꼼하게 평가해야 하는데 심사 항목을 보면 공익성 실현가능성, 시청자 권익보호 이런 것들은 계획서를 토대로 평가할 수 밖에 없는 측면이 있지 않습니까? 그래서 이 계획서를 가지고 항상 평가하다 보면 굉장히 수려하게 잘 짜여 있는 계획이지만, 그 계획이 실제로 진짜 실행 가능한 것인지 그런 것들이 오히려 더 꼼꼼하게 심사과정에서 걸러져야 한다고 봅니다. 그래서 계획을 우리가 평가하긴 하지만 그래도 기존의 실적이나 객관적인 데이터 이런 것들에 기초해서 조금 더 과학적으로 평가할 수 있게, 객관적으로 평가할 수 있게끔 신경 써 주셨으면 합니다.

○ 김종철 위원장

- 감사합니다. 세 분의 위원님께서 새로운 사업자가 이 분야에 진출하게 되는 상황 속에서 급변하는 미디어 환경의 변화가 요구하는 상황에 대한 고려 외에 전통적으로 방송사업에 필요한 공적 책임을 수행할 수 있는지 여부에 대한 종합적인 고려가 필요하다는 취지에서 심사과정에 있어서 공공성, 재정적 능력 등에 대해 법과 원칙에 따라 객관적이고 공정한 심사가 이루어져야 한다는 당연하지만, 어떻게 보면 자칫 소홀할 수도 있는 부분들에 대해서 특별히 강조하는 말씀을 주신 것이고, 이에 대해서 사무처는 이번 심사계획 마련을 계기로 해서 이러한 점을 충분히 숙지해서 만전을 기해 주시기를 당부드립니다. 다른 위원님들 의견 없으십니까? 고민수 위원님 말씀하십시오.

○ 고민수 위원

- 우리가 지금 에스케이스토아(주) 최다액출자자 변경승인 심사 건을 보고받고 있는데 이것이 에스케이스토아(주) 법적 지위가 상품소개와 판매에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자로서 승인 대상 사업자가 분명하지요?

○ 김세별 서기관

- 예.

○ 고민수 위원

- 제15조의2에 따라 최다액출자자 변경승인 대상자가 되는 것이고, 만약 그렇지 않다면 제15조의2에 따라 이것은 신고 대상 사업자이기 때문에 그 점을 분명히 한 번 더 확인하고 가는 것입니다. 그리고 한 가지 제가 드리고 싶은 말씀은 심사항목에 방송의 공적 책임·공정성 및 공익성의 실현가능성이라고 되어 있는데 우리가 대부분 정성평가로 진행되고 있습니다. 그러면 정성평가라는 것이 사실은 참 애매합니다. 저는 심사항목을 구체화할 때 정성적 요소를 최대한 지양하고 계량적 요소를, 지금 분류는 정성으로 있을지라도 객관적으로 수치를 확인할 수 있는 항목을 많이 넣어서 정성적 요소를 줄이고 정량적 요소로 심사항목을 구체화해 주실 것을 당부드립니다. 이상입니다.

○ 김중철 위원장

- 감사합니다. 류신환 위원님 말씀하십시오.

○ 류신환 위원

- 저도 앞서 다른 위원님들과 같은 취지의 당부 말씀입니다. 결국은 저희들이 계획서나 아까 윤성욱 위원님이 지적하신 것처럼 서면 등으로 제출되는 신청서류를 심사위원들께서 심사할 때 거기에 적혀 있는 것을 추상적인 기준으로만 판단해서는 이 판단 결과에 대해 나중에 저희들이 굉장히 고민이 될 것 같습니다. 심사위원님들, 또 심사위원회 운영에 있어서 실질적으로 평가하고 심사할 수 있도록 사무처에서 각별히 유의해 주셨으면 하는 당부 말씀 마지막으로 드리겠습니다. 이상입니다.

○ 김중철 위원장

- 저희 위원회가 새로 출범하면서 위원회의 소관사항으로 되어 있는 부분들에 있어서 실증적인 데이터나 기준을 엄정히 세워서 저희에게 주어진 권한을 행사할 수 있도록 각별히 주의하자는 방침을 다양한 소관 업무들에 있어서 강조해 오고 있습니다. 최다액출자자 변경승인 심사의 경우에도 그런 원칙과 기준과 방식에 대한 저희들의 결의가 반영될 수 있도록 할 필요가 있다는 점을 또 위원님들께서 추가로 강조해 주신 것으로 생각합니다. 사무처에서 다시 한번 이 점에 대해 유의하셔서 공정한 심사가 이루어질 수 있도록 만전을 기해 주시기를 다시 한번 당부드리겠습니다. 그럼, 기본계획에 관한 사항이므로 이 정도 사무처에 당부드리는 말씀을 드리는 것으로 보고를 정리하도록 하겠습니다. 그러면 이 안건은 원안대로 의결하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으십니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 가결되었습니다.

7. 보고사항

가. 홈쇼핑 상생·활력 제고 방안에 관한 사항

○ 김중철 위원장

- 다음은 보고안건 순서입니다. <보고사항 가> “홈쇼핑 상생·활력 제고 방안에 관한 사항”에 대해 보고해 주시기 바랍니다.

○ 김세별 서기관

- 보고드리겠습니다. 홈쇼핑 상생·활력 제고 방안에 관한 사항입니다. <1> 추진배경입니다. 유통·미디어 환경 변화로 홈쇼핑 산업의 성장세는 둔화되고 비용·제도 부담은 확대되는 등 사업 운영 여건이 전반적으로 악화되는 상황에서 홈쇼핑 사업 운영의 제약 요인 개선으로 지속 가능한 유료방송 생태계를 구축하겠습니다. 이 활력 제고에 관한 사항은 국정과제 108번 미래지향적 디지털·미디어 생태계 구축에 연계되어 있습니다. <2> 추진경과입니다. '24년 6월 부터 주요과제 도출을 위한 전문가 TF를 운영하였습니다. 간담회, 설문조사 등 이해관계자 의견청취와 산·학·연 전문가 논의를 통해 과제별 세부 검토를 하였습니다. 다음 3쪽입니다.

<3> 주요내용입니다. 현황 진단으로 TV 시청행태 변화로 신규 고객 유입이 감소하면서 홈쇼핑 산업 성장이 둔화하고 있습니다. 유통채널이 다양화된 환경에서도 홈쇼핑은 중소기업에게 브랜드 인지도를 제고하고 성장 기회를 제공하는 판로로 기능하고 있습니다. 하지만 홈쇼핑 사업자는 방송사업자이자 유통업자로서 법적 규제와 승인조건 등 여러 규제를 받고 있습니다. 또한, 방송 송출 대가로 유료방송사에 지불하는 송출수수료가 지속 상승하여 사업자 간 갈등으로 표출되고 있습니다. 시사점입니다. 홈쇼핑사에 부여된 사회적 책무를 제고하면서 비용 및 제도적 부담 완화가 필요합니다. 시장상황에 유연하게 대응하도록 재승인 조건 이행점검을 간소화하고, 유료방송-홈쇼핑 송출수수료 협상에 있어 시장 자율을 침해하지 않는 선에서 정책적 지원이 필요합니다. 다음 4쪽입니다. 홈쇼핑 상생·활력 제고 방안의 비전은 홈쇼핑 산업의 지속 가능한 기반 마련입니다. 정책목표는 디지털·미디어 상생 기반 구축과 디지털·미디어 산업 경쟁력 강화 지원입니다. 추진전략 및 추진과제는 도표와 같습니다. 첫 번째, 중소기업 상생협력과 유료방송 생태계 공정경쟁 기반 조성입니다. 1) 홈쇼핑의 중소기업 상품 편성에 대한 질적 관리 강화입니다. 중소기업 판로 지원을 위해 홈쇼핑에 중소기업 상품 편성에 관한 의무를 부과하고 일정 비율 이상 편성하도록 관리하고 있으나, 신규 중소기업 유입과 다양한 상품화에 애로가 있습니다. 중소기업 상품 편성비율을 단계적으로 인하하고 완화된 여력은 중소기업 지원으로 선순환될 수 있도록 다양한 중소기업의 이용 기회를 확대하겠습니다. 다음 5쪽입니다. 중소기업 비율 완화는 1단계 8%, 2단계 2%를 추가 완화하며 중소기업 발굴·육성 결과를 토대로 추가 인하 등 인센티브를 부여할 예정입니다. 중소기업 상품 발굴·육성 시 홈쇼핑 입점 및 방송 편성을 위한 최소요건을 충족한 기업에 방송 기회를 부여하는 추천제 등 별도 트랙(track)을 운영하도록 하여 보다 많은 중소기업이 실질적인 혜택을 받도록 하겠습니다. 이를 위한 「중소기업 상품 발굴·육성을 위한 가이드라인」을 마련하겠습니다. 2) 중소기업·소상공인을 위한 데이터홈쇼핑 채널 신설입니다. 중소기업·소상공인 판로 확대 지원을 위한 전용 데이터홈쇼핑 채널 필요성 제기에 따라 전용 채널 신설을 검토하겠습니다. 다양한 유통 플랫폼에서의 중소·소상공인 판로 확대·성장 사례 등을 종합적으로 평가·분석 후 '26년 하반기 세부 정책방안을 마련하겠습니다. 3) 유료방송-홈쇼핑 간 송출수수료 협상을 지원하겠습니다. 송출수수료 협상은 사적 계약의 영역이나 정책적 조정·중재 강화 필요성이 지속적으로 제기되고 있습니다. 다음 6쪽입니다. 송출수수료 산정에 대한 데이터 조사·검증 체계를 마련하고, 대가검증 협의체가 송출수수료 조정안을 산정·제시할 수 있도록 역할을 강화하겠습니다. 두 번째는 홈쇼핑 제도 정비입니다. 1) 중소기업 마케팅 소요를 고려한 정액수수료 방송 운영 개선입니다. 신규·중소 브랜드의 홍보 및 시장 검증 수단으로 활용되는 수요가 확대되고 있으며, 홈쇼핑사도 정액방송이 수입 예측이 가능한 측면이 있어 선호하는 방식입니다. 정액방송 편성 제한을 단계적으로 완화하고, 정액방송 거래문화 정착 시 자율규제로 전환하는 방안을 검토하겠습니다. 1단계에서는 정액방송 편성비율을 최소 상향 조정하겠습니다. 데이터홈쇼핑은 1단계 15%, TV 홈쇼핑은 20%로 개선하도록 하겠습니다. 다음 7쪽입니다. 중소기업·소비자 피해 발생 등의 시장 상황을 모니터링하며 추가 완화를 하겠습니다. 정액방송 운영 개선 과정에서 부작용 대응을 위해 사후 관리를 강화하겠습니다. 판매 실패 시 일정액을 환급하도록 하는 환급제는 환급 및 보전기준을 표준화하고 방송법 금지행위를 통해 정액방송 편성 강요 등의 제재를 검토하겠습니다. 2) 환경 변화에 유연하게 대응하도록 재승인 조건 이행점검을 간소화하겠

습니다. 사업계획서 점검항목을 중요항목 중심으로 간소화하고, 정보보호 관련 활동 점검은 강화하겠습니다. 방송발전을 위한 투자 등에 관한 사항은 승인기간 내 중간점검 방식으로 개선하여 유연하게 대응할 수 있도록 하겠습니다. 3) 데이터홈쇼핑 화면비율 개선입니다. 데이터방송 기반의 홈쇼핑 서비스와 TV홈쇼핑 구분을 위해 데이터홈쇼핑 화면에서 데이터 영역을 최소 50%로 확보하도록 하나, 영상·데이터 간 경계 약화 등 시청자 불편을 초래하고 있어 시청자 편익을 증진하면서 양방향 데이터방송을 유지할 수 있도록 데이터 영역을 최소 25% 확보하도록 개선하되, 데이터영역 축소 시에도 시청자들이 데이터홈쇼핑을 명확히 인지하도록 정보를 충분히 제공하고, 양방향성에 대한 소비자 접근성도 향상하도록 하겠습니다. 데이터홈쇼핑 서비스 도입 초기 대비 시장 성숙도를 고려하여 방송통신발전기금 징수율을 TV홈쇼핑 수준으로 조정하는 방안과 아울러 기술·매체 발전으로 방송환경 변화를 고려하여 데이터홈쇼핑 화면 구성 규제의 필요성 여부를 근본적으로 검토하겠습니다. 향후 계획입니다. 「홈쇼핑 상생·활력 제고 방안」 추진 과제를 이행하기 위해 '26년 하반기에 중소기업 상품 발굴·육성을 위한 가이드라인 마련, 재승인 조건 및 이행계획 수정, 데이터홈쇼핑 가이드라인 등을 개정하고, 제도 안착 등 시장 상황 모니터링과 개선 필요사항을 주기적으로 발굴하도록 하겠습니다. 이상 보고를 마치겠습니다.

○ 김종철 위원장

- 수고하셨습니다. 위원님들 의견 말씀해 주십시오. 최수영 위원님 말씀하십시오.

○ 최수영 위원

- 전반적으로 보고를 잘 받았습니다. 먼저, 첫 번째 저희가 보고사항을 듣고, 하반기 언제쯤 이것이 현실화되어서 정책이 마련되겠습니까? 대략 언제쯤 예측하고 있습니까?

○ 김세별 서기관

- 항목별로 이행하는 시기가 다른데 최대한 빨리 조치 가능한 사항은 바로바로 조치하려고 하고 있습니다.

○ 최수영 위원

- 단계별로 한다는 말씀이지요?

○ 김세별 서기관

- 예, 맞습니다.

○ 최수영 위원

- 또 하나, 5쪽입니다. 유료방송-홈쇼핑 간 송출수수료 협상을 정책적으로 지원한다고 했습니다. 시사점에도 보면 시장 자율을 침해하지 않는 선에서 사업자 간 갈등을 정책적으로 지원하겠다고 했는데 사실 송출수수료 문제는 예민합니다. 단순한 사적 계약을 넘어서 어찌 보면 유료방송 생태계에 걸쳐 이것이 중요한 핵심 재원이기 때문에 이 부분이 우리가 아무래도 지원한다고 하지만 잘 들여다볼 필요가 있다고 봅니다. 어쨌든 홈쇼핑 시장이 어려운 것은

위원님들 모두 인정하고 있습니다. 그래서 우리가 이것을 제도적으로 지원해 주어야 한다는 것은 동의하는데, 그렇지만 IPTV 같으면 유료방송업자들의 이해관계가 다르기 때문에 입장도 들어봐야 할 것 같습니다. 어쨌든 이 송출수수료가 어떻게 하느냐에 따라 유료방송과 또 지상파, PP까지 이것이 다 연동되는 문제이지 않습니까? 그래서 이 부분이 전체적인 미디어 시장의 파이를 결정하는 중요한 부분이 될 수 있으니까, 이 부분은 합리적인 것도 있고 사무처가 이 논의과정에서 어느 정도까지 할 수 있는지 그것을 정교하게 들여다볼 필요가 있겠다는 말씀을 드리겠습니다. 두 가지입니다. 이상입니다.

○ 김종철 위원장

- 감사합니다. 이상근 위원님 말씀하십시오.

○ 이상근 위원

- 간담회에서도 말씀드렸습니다만 홈쇼핑에 대해서는 제가 할 말이 조금 있습니다. 사무처에서 말씀해 주신 것을 보면 홈쇼핑업체 관점에서 좋은 점과 나쁜 점 2개가 상존하고 있는 것 같습니다. 일단 중소기업에 대한 편성비율을 낮춘다는 것은 홈쇼핑 입장에서는 호재인 것 같은데 데이터방송 채널을 하나 더 만든다는 것은 경쟁업체가 하나 더 들어온다는 것이지 않습니까? 그렇기 때문에 저도 어느 것이 좋은지 잘 모르겠습니다. 하여간 데이터홈쇼핑에 대해서는 국정 의제라고 이야기하니까 저희가 어쩔 수 없는 상황이라고 인정하도록 하겠습니다. 그런데 궁극적으로 뭐냐 하면 중소기업의 상품이 홈쇼핑을 통해 팔리고 홈쇼핑이 활성화되는 부분이 굉장히 중요하다고 생각합니다. 지금 현재 처음 편성비율을 갑자기 8%에서 2%까지 떨어뜨린다면 초기에는 데이터홈쇼핑은 아무도 보지 않을 것입니다. 저도 요즘 TV를 보지도 않지만 TV 보면서 데이터홈쇼핑을 한 번이라도 들어가서 물건을 구매한 적이 없습니다. 그렇게 되면 중소기업들이나 아니면 벤처라든지 이런 중소기업들이 굉장히 어려움을 겪을 것 같아서 떨어뜨릴 때도 데이터 채널이 어느 정도 본 궤도에 올라올 때까지는 약간 속도 조절이 필요하지 않을까 하는 생각을 가지고 있습니다. 홈쇼핑의 경우에는 문제가 있는 것이 제가 보기에 수수료가 굉장히 비싼 것으로 알고 있습니다. 특히 대량으로 팔리는 대기업의 물건은 대량으로 팔 수 있기 때문에 수수료가 낮는데 중소기업의 경우 제가 보기에는 거의 배보다 배꼽이 더 큰 수준으로 알고 있습니다. 특히 거기에 입점할 때 MD의 권한이 굉장히 크기 때문에 제가 정확하게 말씀드리기는 어렵지만 간접비용으로 표현하겠습니다. 중소기업 자체가 간접비용이 너무 크기 때문에 한 번 들어가기에 굉장히 어렵다고 합니다. 그래서 제가 위원장님께 추천제에 대해서 이야기했습니다. 어느 정도 갖추게 되면 누구나 다 쉽게 이야기하면 신청하고 추천해서 공정하게 기회를 준다면 그 안에 있는 표현이 약간 그렇습니다만 부조리를 조금이라도 막을 수 있지 않을까? 그래서 새로운, 아니면 약간 신생 벤처라든지 아니면 시장에 있는 가게 쪽에서도 기회를 가질 수 있도록 주는 것이 굉장히 좋을 것 같다고 생각합니다. 또 하나 문제점이 쇼호스트의 권한이 굉장히 크다고 이야기합니다. 그 점에 대해서도 약간 통제할 수 있으면, 통제라고 하기 그렇습니다만 그것은 개별적인 영역인데 상품을 선택할 때 그것이 굉장히 크게 좌우된다고 합니다. 그런 부분에 대해서도 면밀히 생각해 주어야 하지 않을까 싶습니다. 제가 보기에 홈쇼핑업체 대부분 대기업입니다. 0% 정도 되지만 마이너스는 아니더라고요. 그렇기 때문에 그런 부분도 면밀히 살펴주어야 하지 않을까 하는 생각을 가지고 있습니다. 이상입니다.

○ 김중철 위원장

- 감사합니다. 사무처에서 그와 관련해서 보충 답변을 부탁드립니다.

○ 김새별 서기관

- 기본적으로 홈쇼핑사와 납품업체나 중소기업들과 납품계약을 할 때 이러한 간접비용에 대한 모든 항목들을 넣어서 계약을 하고 있습니다. 그래서 계약서에 없는 것에 대해서는 요구하지 못하도록 저희가 재승인 과정에서 다 막아놓고 있는 상황입니다. 이런 부분이 추가로 발생한다면 그런 것은 금지행위로 관리하도록 하겠습니다.

○ 이상근 위원

- 실제로 제가 예전에 홈쇼핑을 한다고 한 번 관여한 적이 있는데 그것은 표면적으로 나타나지 않습니다. 커넥션(Connection)이라고 하는데 그것이 나타나지 않도록 제도적으로 설계해야 중소기업들이 혜택을 받는 것이지, “그것 나중에 평가한다” 이렇게 이야기하면 그것은 여전히 존재하게 됩니다. 존재하게 되면 기업들의 경우 제가 실질적으로 경험해 보니까 매진을 4회, 5회 방송이 끝나야 손익분기가 나온다고 합니다. 그만큼 중소기업이 어렵다고 합니다. 그러면 왜 하나고 하나까 자기 회사의 홍보 때문에 어쩔 수 없이 한다고 이야기하는데 홈쇼핑에서 중소기업이 돈을 벌 수 없다고 합니다. 그렇기 때문에 그 점에 대해서 면밀히 살펴주어야 할 것 같다는 생각을 가지고 있습니다. 이상입니다.

○ 이영철 방송미디어진흥기획과장

- 위원님께서 말씀하신 사항, 저희도 아까 이 과장도 말했지만 어떻게든 재승인 조건이나 사후 금지행위로 규제하려고 하지만 빠져나갈, 말씀하신 것처럼 전체적으로 나타나지 않을 수 있는 상황이 있을 수도 있을 것 같습니다. 지금 이 방안이 모든 홈쇼핑에 관한 모든 것을 다 해결할 수 있는 사안은 아니라고 말씀드립니다. 저희가 마지막에도 말씀드렸듯이 수시로 시장 상황을 점검하고, 말씀하신 내부적인 상황이 그런 문제가 발생할 수 있다면 저희도 다시 한번 그런 곳을 살펴봐서 다시 개선방안을 마련할 수 있도록 노력하겠습니다.

○ 김중철 위원장

- 그리고 이상근 위원님이 많이 관심 가지는 중소기업의 홈쇼핑 활용의 기회를 넓히기 위한 부분들도 사무처에서 특별히 준비하고 있다는 점, 저희들이 계획안에서 확인할 수 있을 것 같습니다. 예를 들면 최소요건을 충족한 중소기업들에게 방송 기회를 부여하는 별도 트랙을 다양하게 보장하는 이번 계획이 이전의 계획들과 차별성을 가지는 것이라고 생각합니다. 예를 들어 이상근 위원님이 간담회 등에서 제안해 주신 것처럼 최소요건을 갖춘 중소기업들에게는 아예 중간 단계의 개입 없이 방송 기회를 가질 수 있도록 추첨제 트랙을 별도로 마련하고 있는 것은 또 다른 국정과제인 미디어 주권을 강화하면서 디지털·미디어 분야의 상생·협력을 제고하는 중요한 시도가 아닐까 이런 생각들을 해 보게 되고, 이 부분들에서 약간의 성과들이 있게 되면 향후 더 확대할 수 있는 의미를 가지지 않나 생각합니다. 이러한 새로운 시도가 이번 홈쇼핑 상생·협력을 위한 계획의 중요한 시도로 저희들이 한 번 주의 깊게 보아야 할 부분이지 않을까 이런 생각을 하고 있습니다. 또 다른 위원님들 의견 주시면 감사하겠습니다. 윤성욱 위원님 말씀하십시오.

○ 윤성욱 위원

- 이것이 2024년부터 TF를 구성해서 운영해 오고, 2026년에 정책을 수립한 만큼 그동안 다양한 주체들에게 의견수렴해서 최종 결과물을 이렇게 내기까지 많은 어려움이 있었을 것이라고 생각합니다. 그런데 저도 걱정되는 것이 있어서 몇 가지 질문도 드리고 요청사항도 말씀드리려고 합니다. 첫 번째는 송출수수료 협상 정책 지원이라고 해서 6쪽에 보시면 “대가 검증 협의회 운영 중에는 송출 중단을 금지하겠다” 이렇게 보고가 되고 있는데, 이것 왜 송출 중단을 금지해야 합니까? 제 의문점은 뭐냐 하면 TV홈쇼핑은 공영방송처럼 꼭 국민들에게 접근권을 보장해 주는 콘텐츠가 아니라 상업적 표현물입니다. 그런데 이것을 송출 중단을 금지한다는 것은 대단히 강한 규제기관의 개입을 의미하는 것으로 보입니다. 그렇다면 이것 송출 중단해서는 안 된다고 유료방송사업자들에게 요구하려면 왜 그래야 하는지에 대한 답변이 있어야 할 것 같습니다. 어떤 사유입니까?

○ 김세별 서기관

- 홈쇼핑 역시 방송사업자로서 송출 중단이 되면 블랙아웃(Blackout) 현상이라고 해서 화면이 나오지 않는 것이 되겠습니다. 그런 것들은 시청자들에게 보편적인 시청권을 저해하는 상황이 될 수 있습니다.

○ 윤성욱 위원

- 지금 TV홈쇼핑이 7개의 홈쇼핑 채널이고 10개의 데이터상품 판매채널이지 않습니까? 일단 채널수가 너무 많고, 그리고 블랙아웃이 되는 것이 아니라 이것이 시장의 자유주의 아닙니까? 데이터 채널이든 그것이 홈쇼핑이든 17개 정도 된다고 했을 때 어쨌든 홈쇼핑 채널과 플랫폼 사업자들과 거래하는 관계인데, 그래서 우리는 도저히 송출수수료가 너무 비싸서 제공하지 못하겠다고 다른 채널 대역대로 갈 수도 있는 것입니다. 서로 거래할 수 있는 환경을 충분히 만들어야지, 처음부터 우리가 규제기구에서 송출 중단은 금지하겠다고 접근하는 것은 조금 위험하다는 생각입니다.

○ 이영철 방송미디어진흥기획과장

- 저희들 생각에서는 처음에 이런 사건들이 종종 일어나서 홈쇼핑사와 유료방송사의 위치에서 보면 아무래도 유료방송사들의 지위가 높기 때문에 그쪽에서 협상이 안 되면 송출을 중단하겠다는 언론기사든 무엇이든 이런 것들이 자주 나타나기 때문에 적어도 저희 자율성을 침해한다는 점에서 생각할 수도 있겠지만 협의체 운영 중에는 양쪽이 합의하에 와서 우리가 대가 검증 협의체를 운영하자는 취지에서 들어와서 일을 하고 있는 상황에 송출 중단을 하겠다고 하면 그것은 어떻게 보면 신뢰 원칙에도 어긋나는 측면이 있어서 저희들이 생각했는데 말씀하신 것처럼 이것이 너무 도가 지나쳤다고 생각하면 한 번 저희도 고려해보겠습니다.

○ 윤성욱 위원

- 저는 우리가 행정기구로서 충분히 사업자들의 분쟁을 조정하는 책임 있는 역할을 해야 한다고 보는데 너무 처음부터 이렇게 개입하겠다는 것을 공표하고 가지는 않았으면 좋겠습니다. 저는 이 취지 충분히 이해합니다. 그래서 송출수수료 결정할 때 사업자들이 고려할 수 있는

객관적인 데이터나 검증체계를 마련하는 데 오히려 집중해 주시고, 원칙은 사업자들이 자율적으로 조정할 수 있도록 안내해 주셨으면 좋겠습니다. 그다음에 정액방송 상향 규제 완화인데, 여기에 보니까 공영홈쇼핑은 제외하셨습니다. 그런데 정액방송 상향 규제를 완화하는 사유가 정액방송 규제 완화로 인해 다양한 방식으로 거래할 필요성이 있다, 이런 취지 아닙니까? 그렇다면 왜 공영홈쇼핑은 공공기관인데 다양한 방식으로 거래할 필요성이 없는지, 이것을 왜 꼭 배제시켜야 하는지가 궁금합니다.

○ 이영철 방송미디어진흥기획과장

- 공영홈쇼핑은 아시다시피 중소기업부 부처가 운영하는 홈쇼핑사이고, 처음 승인받을 때부터 지금까지 정액방송 편성비율은 없습니다. 지금까지 없었는데 갑자기 편성비율을 하자고 하는 것도 생각을 많이 했었는데 그것은 그렇고, 물론 앞에 중소기업 편성비율 측면에서도 공영방송은 다 제외된 상황입니다. 왜냐하면 확실히 말씀하신 것처럼 홈앤쇼핑과 공영홈쇼핑은 중소기업 전문채널입니다. 공영홈쇼핑은 완전 중소기업 채널이고, 홈앤쇼핑은 조금 다른 측면이 있어서 저희가 이렇게 생각한 것입니다. 만약 공영방송이 조금이라도 정액방송을 했었다거나 아니면 중소기업 변동사항이 있었다거나 지금까지 변동사항이 있었다면 모르겠는데 저희는 부처 안에 공공기관이 운영하는 쇼핑사에서는 그것은 안 될 것이라는 생각을 하고 있었습니다.

○ 윤성욱 위원

- 공영홈쇼핑 당사자들의 의견을 수렴하신 것입니까? 이렇게 규제 완화해 줄 수도 있는데 하겠느냐고 혹시 의견수렴은하신 것입니까?

○ 김세별 서기관

- 저희가 홈쇼핑사들과는 의견청취를 많이 한 사항이고, 그 사항들은 대부분 다 동의한 사항입니다. 만약 공영홈쇼핑이나 이런 곳에서 요구했으면 저희가 검토했었을 것입니다. 그런 사항은 없었습니다.

○ 윤성욱 위원

- 원래 우리가 규제하겠다고 정해놔서 '규제를 당연히 받아야 되는구나'라고 생각한 것인지, 아니면 정액방송처럼 다양한 방식으로 거래하겠느냐고 제안했는데도 하지 않겠다고 한 것인지 저는 아주 다른 의미라고 봅니다. 제가 말씀드린 것은 사유가 정액방송의 상향 규제를 완화하겠다는 것이 거래 방식을 굉장히 다양하게 해 주겠다, 그래서 이것 규제 완화하겠다는 것이지 않습니까? 그러면 공영홈쇼핑도 공공기관이라는 이유만으로 규제하는 것이 아니라 다양한 방식으로 할 수 있게끔 터주는 것이 취지에 맞지 않는가라는 생각이 듭니다.

○ 김세별 서기관

- 저희가 이번 개선사항들을 마련하면서 홈쇼핑사들과 관련된 납품업체들과 시청자들에게도 수요조사를 다 했습니다. 그렇게 해서 나왔던 것들 중에서 필요성이 크다고 했던 항목들 6개를 뽑았던 사항입니다. 이때 공영홈쇼핑도 조사했을 때 이런 것에 대한 요구가 일체 없었습니다.

○ 이영철 방송미디어진흥기획과장

- 그리고 부연설명을 해 드리면 정액방송 편성비율 최소 상한제를 높이겠다는 것은 홈쇼핑사도 여기에 쓰여 있는 것처럼 수입 예측이 가능하니까 좋아하는 것은 당연한 것입니다. 저희가 조사했을 때 중소기업 납품업체들이 “나는 내 것 홍보하고 싶은데 돈 들어도 괜찮으니 해달라”는 요청이 많았습니다. 그것이 100%, 80%, 70%가 받는데 65% 이상은 다 넘어서, 중소기업들이 “나는 신규 사업자이고 중소 브랜드를 홍보하고 싶은데 정액방송은 아무래도 시간을 정해져서 딱 그만큼 해 주기 때문에 나는 그것을 통해서라도 하겠다”는 요청이 많아서 중소기업 납품업체들의 의견을 들어서 저희들이 하려고 생각했던 것입니다.

○ 윤성욱 위원

- 그러니까요. 그럴 경우에 그렇게 하고 싶은 중소기업제품은 공영홈쇼핑에서는 정액방송을 못 하겠네요?

○ 이영철 방송미디어진흥기획과장

- 지금 정액방송 편성이 없으니까 기본적으로 말씀드리면 그렇습니다. 그래도 말씀하신 것처럼 만약 공영홈쇼핑이 위원님 말씀처럼 해보고 싶다고 말을 했으면 저희는 고려했을 것이라고 말씀드리고 싶습니다.

○ 윤성욱 위원

- 충분히 사업자들 의견을 고려해서 만약 다양한 방식의 거래를 할 수 있게 우리가 완화해 주면 동일하게, 공공기관이라고 해서 꼭 제한할 필요는 없을 것 같고, 좋은 취지의 정책이라면 동등하게 하는 것이 어떨까 하는 생각이었습니다. 그다음에 또 질문은 TV홈쇼핑에서 중소기업 상품의 판매수수료율과 일반 상품의 수수료율이 다르지요? 현재 어느 정도 되는 것입니까?

○ 김세별 서기관

- 기본적으로 홈쇼핑사 수수료율은 29% 정도가 평균치이고, 쿠팡이나 이런 온라인 쇼핑몰은 10%대입니다.

○ 윤성욱 위원

- 그러면 TV홈쇼핑 안에서 일반 상품 판매수수료와 중소기업 상품의 수수료율은 같습니까, 다릅니까?

○ 김세별 서기관

- 상품 카테고리별로 또는 기업별로 이것은 사적으로 계약하는 관계라서 다 다르긴 한데 기본적으로는 중소기업에 대한 수수료율이 높은 편입니다.

○ 윤성욱 위원

- 알겠습니다. 일단 질문만 하고 다음에 또 의견 드리겠습니다.

○ 김중철 위원장

- 감사합니다. 고민수 위원님 말씀하십시오.

○ 고민수 위원

- 이것은 제고 방안이니까 하다가 변경될 수 있는 것을 전제로 하는 것이지요?

○ 김세별 서기관

- 예, 그렇습니다.

○ 고민수 위원

- 추진방안이니까, 크게 그림을 그리고 나서 이것을 구체화하는 작업은 또 다시 진행될 것이라고 이해해도 되는 것이지요?

○ 김세별 서기관

- 예, 맞습니다. 가이드라인을 개정하기 위해서는 이해관계자들에게 다시 의견수렴을 하고 그렇게 해서 정리가 될 예정입니다.

○ 고민수 위원

- 저는 그렇게 이해하겠습니다. 그런데 제가 송출수수료 갈등 장기화와 관련해서 방송미디어통신위원회가 개입하는 것, “일방적 송출 중단 금지 이런 방안을 검토하겠다”라고 말씀해주셨고, 그 부분에 대해 윤성옥 위원님께서서는 사업자들의 자율성을 너무 행정기관이 제한하는 것이 아니냐는 우려의 목소리를 주셨는데 저는 다른 생각을 가지고 있습니다. 이것이 사업자와 행정기관과의 이항 대립적 관계라고 하면 지금 윤성옥 위원님께서 말씀하신 그런 우려가 충분히 설득력을 갖고 타당하다고 생각합니다. 하지만 지금 우리가 검토하는 것은 이항 대립적 관계가 아닙니다. 관계자가 셋이 있지요? 그러니까 홈쇼핑사가 있고, SO 같은 송출사업자가 있고 그다음에 방미통위가 있는 것입니다. 그런데 SO와 홈쇼핑사가 예를 들어 이것이 기울어진 운동장이다, 대등한 관계에서 협상을 할 수 없다. 그런데 약자는 홈쇼핑사다라고 했을 때 예를 들어 일방적으로 송출업체인 SO가 홈쇼핑사의 송출을 막는다고 했을 때도 이것이 자율계약 관계로 우리가 봐야 하는 것인가라는 것입니다. 대등한 지위에서의 계약관계라면 문제가 없겠지만 그런 대등한 지위가 아니고 또 균등한 영향력을 미칠 수 없는 협상의 자리라면 조정자로서 행정기관이 이러한 개입을 하는 것은 충분히 적절하고도 타당하다. 예를 들면 이런 것에 비유하고 싶은 것입니다. 노사가 협상을 벌이고 있습니다. 그런데 대등적 지위가 보장이 안 됩니다. 그러니까 국가가 중간에 들어가서 조정도 하고 중재도 하는 것 아니겠습니까? 저는 그런 구조로 이해한다면 방송미디어통신위원회가 이 갈등상황에서 협상 중간에는 파업하지 말라고 하는 것처럼 송출 중단하지 말라고 하는 것도 유효한 적절한 개입 수단이고 방법으로써 허용될 수 있다. 또한 타당한 방법으로 고려될 수 있다는 의견을 드립니다. 이것은 의견입니다. 확인하고 싶은 것이 있습니다. 아까 에스케이스토아(주)와 관련해서 “이것이 상품소개와 판매에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자 맞습니까?”라고 제가 질문드렸지 않습니까? 그러면 이것은 승인 대상 사업자인지요?

○ 김새별 서기관

- 예.

○ 고민수 위원

- 그러니까 앞에서 말씀드린 것처럼 변경중인 대상 사업자인 것이지요. 그런데 지금 보고 건을 보니까 홈쇼핑 사업자와 데이터홈쇼핑 사업자와 차등적인 이른바 규제, 규율 밀도가 서로 다릅니다. 그것은 왜 그런 것입니까?

○ 김새별 서기관

- 그것은 도입 당시 TV홈쇼핑은 기본적으로 TV를 통해 홈쇼핑 활동을 하는 것으로 도입되었고, 데이터홈쇼핑은 데이터방송 활성화를 위해 들어온 제도이기 때문에 기본적으로 규제 환경이 다르고, 처음에는 데이터홈쇼핑이 TV홈쇼핑과 같은 환경에서 상품판매를 하지 않았기 때문에 규율 환경이 달랐습니다.

○ 고민수 위원

- 그런데 「방송법」 제9조 제5항 제2호를 보면 데이터방송을 하는 방송채널사용사업의 경우에는 신고한다고 되어 있습니다. 그러면 이것을 데이터방송이라고 분류하면 아무리 다루는 내용이 상품판매와 관련된 내용이라 하더라도 데이터방송을 하는 방송채널사용사업자로 분류될 수 있는 가능성은 없습니까?

○ 김새별 서기관

- 저희가 처음에 데이터방송을 할 때 데이터방송사업자 종류를 보조적 데이터방송과 전용 데이터방송으로 나눠서 하고, 그 방송 중에서 상품판매형 방송은 승인을 받는 것으로 구성 하였습니다.

○ 고민수 위원

- 어떤 방식으로 그렇게 한 것입니까? 법에 근거가 있습니까, 시행령에 근거가 있습니까, 아니면 무엇에 근거가 있어서 그런 분류가 가능했습니까? 여기서 대답하기는 그렇습니까? 그러면 나중에 이야기해 주십시오. 이상입니다.

○ 김종철 위원장

- 답변하실 수 있으면, 아니면 추후에 답변하시겠습니까?

○ 이영철 방송미디어진흥기획과장

- 추후에 답변드리겠습니다.

○ 김종철 위원장

- 추후에 보고해 주시기 바랍니다. 위원님들 추가 의견 있으십니까?

○ 최수영 위원

- 의견 없습니다.

○ 김종철 위원장

- 윤성욱 위원님 말씀하십시오.

○ 윤성욱 위원

- 고민수 위원님 말씀도 맞습니다. 사실 이항 대립적이지 않고 규제기구나 행정기관이 들어가 있는 3자적 관계가 맞습니다. 그래서 이 3자의 역할이 대단히 중요하다고 강조하는 것입니다. 이런 것입니다. 송출 중단은 금지하면서 채널 제공 중단은 우리가 허용하는 것이라면 어떤 특정 주체에 유리하게 우리가 정책을 펼치겠다고 공표한 것입니다. 그렇게 보기 때문에 이것은 채널 제공 중단도 금지시키고 송출 중단도 금지시킨다는 개념인지, 아니면 플랫폼 사업자들의 송출 중단만 금지시킨다는 것인지 이것이 굉장히 민감하고 이런 정책방향이 시장에 잘못된 신호로 주면 오히려 사업자와 사업자가 시장에서 자율적으로 분쟁조정을 해야 하는데, 계약을 통해 갈등을 해결해야 하는데 이 3자가 한쪽의 편을 들면서 오히려 스스로 해결하지 못하도록 할 가능성이 있어서 그 점 강조해 드린 것입니다. 그리고 제가 말씀드릴 것은 이 정책, 저도 대체로 동의합니다. 그리고 필요한 정책들도 있고, 모두에 제가 말씀드렸지만 고생들도 많이 하셨고 그나마 이런 정책들을 추진하는 시점인데 제가 짚을 것이 몇 가지 있어서 말씀드리겠습니다. 우리가 중소기업제품 편성규제를 완화하는 것은 여기 사유를 여러 가지 써 주셨지만 저는 편성규제 정책의 실패라고 봅니다. 그것이 정확한 사유라고 봅니다. 이것이 편성규제를 한다고 해서 사업자의 행위를 바꾸지 못하기 때문에 일정 부분 편성규제 정책의 변화인 것으로 해석합니다. 중소기업상품의 의무 편성 제도가 결국은 그렇게 되면 중소기업상품이 굉장히 많이 편성될 줄 알았더니 소수의 독점 중소기업제품으로 수렴하더라. 오히려 당초에 우리가 계획했던 다양한 중소기업상품이 편성되지 못하더라, 그래서 이 규제가 실패한 것입니다. 비단 홈쇼핑뿐만 아니라 다른 편성규제 정책도 기다리고 있을 텐데, 우리가 그래서 개선해야 한다는 차원에서 이 정책 변경을 하는 것이라고 이해합니다. 그런데 중요한 것은 우리가 지금 정책수단을 변경하지만 정책적 목표는 변경하는 것이 아니라는 것입니다. 그래서 결국은 TV홈쇼핑 쪽에서 다양한 중소기업제품의 유통이라는 이 정책목표는 그대로 있다는 점, 다만 우리가 정책수단을 개선한다는 차원으로 이해해야 한다고 강조드리고 싶습니다. 두 번째는 우리가 지금 이 정책을 펼치지만 사후에 정책평가와 관리가 대단히 중요하다고 강조드리고 싶습니다. 그래서 여러 방안들을 제시해 주셨는데 이것들을 추진해 나감에 있어서 우리가 정책을 추진했을 때 TV홈쇼핑 플랫폼 안에서 중소기업제품이 어느 정도 편성되는지, 어떻게 다양화되고 있는지, 그리고 앞서 제가 질의도 했지만 중소기업제품의 상품 수수료율은 어떠한지, 정액방송에 따른 강요나 부작용들은 없는지 사후 관리가 더 중요하다는 것을 강조드립니다. 그리고 마지막으로 저도 TV홈쇼핑 산업이 이렇게 하락 곡선으로 진행하고 있는 것에 대해 굉장히 안타깝게 생각합니다. 어쨌든 TV홈쇼핑이 홈쇼핑 사업자지만 그래도 방송이기 때문에 끝끝내 공적 책무의 영역이 있을 것이라고 보고, 지금 말씀하신 대로 조금 더 활력 방안들을 마련해 주어야 한다고 봅니다. 그런 차원에서 편성규제나 중소기업 간에 정책을 펼치기보다는 근본적으로 TV홈쇼핑을 활성화시키기 위해서는 인터넷상이나 온라인상 라이브 커머스(Live commerce)와의 규제 형평성을 맞출 수 있도록 어떤 정책이 TV홈쇼핑 사업자들에게 도움이 되는지 조금 더 정책

개발을 해서 방송에서 상품판매할 수 있는 대상 품목을 확대해 준다든지 여러 가지 실질적으로 도움이 될 수 있는 정책개발이 더 이루어졌으면 좋겠습니다.

○ 김중철 위원장

- 윤성욱 위원님께서 좀 더 다양한 정책개발과 집행과 관련된 우리가 유의해야 할 점들에 대해 당부 말씀을 추가로 주신 것으로 이해합니다. 오늘 다른 흡소핑 상생·활력 제고 방안은 여러 가지 유료방송 산업 분야에 요구되고 있는 급변하는 미디어 환경에 대응하는 효과적인 행정적 진흥 지원 및 진흥 정책들의 첫 부분에 해당하는 것입니다. 이후 저희들이 좀 더 큰 그림 속에서 이 분야 디지털·미디어 산업의 활력을 강화하면서 동시에 이해관계가 있는 중소기업이나 다양한 이해관계자들의 이해도 동시에 고려하는 상생적 노력들, 즉 어떤 면에서는 두 마리 토끼를 동시에 잡아야 하는 이 부분들을 해결해 나가는 연쇄적인 정책계획 중 첫 번째에 해당하는 것입니다. 또 다른 기관적인 측면에서는 유료방송 분야 진흥업무가 우리 위원회로 이관된 이후 조금 전에 말씀드린 것처럼 종합적인 진흥 정책들이 이루어져야 하는데 그 첫 번째 걸음이 되겠습니다. 그런 의미에서 굉장히 중요한 의미가 있는 방안입니다. 추후 이와 관련되어 다양한 형태의 가이드라인들이 마련되는 추진과제가 좀 더 세부적으로 이행되어야 하고, 거기에 중요한 방침은 시장 상황에 맞고 다양한 이해관계자들의 조정이 이루어지는 맞춤형 정책 지원 진흥 방안이어야 할 것이라는 점에서 오늘 여러 위원님들께서 제안해 주신 다양한 관점의 보완 필요성이나 혹은 참조 필요성들에 대해 집행을 담당하는 사무처에서 다시 한번 만전을 기해 주실 것을 당부드립니다.

○ 이영철 방송미디어진흥기획과장

- 마지막으로 말씀해 주신 사항에 대해서는 저희가 위원장님께서도 말씀하셨듯이 가이드라인이나 그리고 말씀하신 모든 사항에 대해 철저히 준비할 것입니다. 송출수수료는 저희가 언어를 잘못 선택한 것 같은데 송출 중단인데 한쪽만 송출 중단은 아니고 양쪽 다 송출 중단이라고 이해해 주시면 두 분께서 괜찮으실 것 같습니다. 그래서 저희가 할 수 있는 일은 어떻게든 잘 지켜 나가도록 하겠습니다. 사후 관리도 철저히 하도록 하겠습니다.

○ 김중철 위원장

- 이상근 위원님 추가로 하실 말씀 있으십니까?

○ 이상근 위원

- 제가 중소기업의 편성비율에 대해 굉장히 민감하게 반응하는 것은 우리가 마그네틱테이프 (magnetic tape)에서 USB로 넘어가고, USB에서 스트리밍 서비스(streaming service)로 음악이 넘어가는 것처럼 쇼핑도 이렇게 단계로 넘어간다고 봅니다. 그런데 여기서 만약 중소기업의 편성비율을 낮추게 되면 신미디어에 나중에 중소기업을 팔아야 하는데 그때 과연 이전에 어떤 사례가 있어야 하는데 그 사례를 낮춰 주게 되면 OTT라든지 유튜브 같은 경우 거의 독점적으로 나중에 광고를 할 수 있기 때문에, 그래서 제가 중소기업에 대한 비율을 함부로 낮춰서는 안 된다고 이야기하는 부분입니다. 그 부분을 신경 써 주셨으면 합니다.

○ 김중철 위원장

- 종합적으로 보면 급변하는 미디어 생태계의 상황을 고려할 때 정책을 수립하고 집행해야 하는 행정기관으로서 말 그대로 창의적이고 적극적인 사고가 절실히 요청된다는 점일 것입니다. 다시 한번 이 점 강조해서 저희 위원님들께서 중지를 모아주신 부분들이 반영되고 모든 이해관계자들에게 모든 것을 다 만족시킬 수 없지만 최소한의 합리적인 그리고 공정한 조건 속에서 모두가 상생할 수 있는 정책 그리고 집행으로 나아갈 수 있기를 기대합니다. 그러면 이 안건은 원안대로 접수하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으십니까? (“이의 없습니다” 하는 위원 있음) 접수하겠습니다. 여러 번 누차 말씀드렸습시다만 오늘 저희가 처음 위원회로 이관되어 온 방송 진흥 정책 부분과 관련해서 첫 발을 내디뎠습니다. 이번 대책이 선언적인 규제 완화나 상생·협력 방안에 그치지 않도록 창의적이고 적극적이고 현장과 긴밀히 소통하면서 방송 미디어 시장에 활력을 동시에 불어넣는 그런 기회가 될 수 있도록 유의해 주시기를 다시 한번 당부드립니다.

8. 기 타

○ 김종철 위원장

- 오늘 상정된 안건은 이것으로 모두 마치겠습니다. 다른 논의사항 준비하신 것이 있으십니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 그러면, 차기 회의는 추후 공지하겠습니다.

9. 폐 회

○ 김종철 위원장

- 오늘 안건 논의를 위해 애써주신 위원님들 다시 한번 감사드립니다. 이상으로 2026년도 제12차 방송미디어통신위원회 회의를 마치겠습니다.

(의사봉 3타)

【15시 34분 폐회】