

이용자보호를 위한 유료방송 요금규제 체계 개선방안 연구

A Study on Improving Pay-TV Rates Regulations
for User Protection

2018. 02

연구기관 : 정보통신정책연구원



방송통신정책연구 17-융합-89

이용자보호를 위한 유료방송 요금규제 체계 개선방안 연구

(A Study on Improving Pay-TV Rates Regulations
for User Protection)

강준석/권용재

2018. 02

연구기관 : 정보통신정책연구원



과학기술정보통신부
Ministry of Science and ICT

IITP 정보통신기술진흥센터
Institute for Information & Communications Technology Promotion

이 보고서는 2017년도 과학기술정보통신부 방송통신발전기금 방송통신 정책연구사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해이며, 과학기술정보통신부의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

과학기술정보통신부 장관 귀하

본 보고서를 『이용자보호를 위한 유료방송 요금규제 체계 개선 방안 연구』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2018년 2월

연구기관: 정보통신정책연구원

총괄책임자: 강준석 연구위원

참여연구원: 권용재 연구원

목 차

요약문	vii
제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 필요성 및 목적	1
1. 필요성	1
2. 연구의 목표	3
제 2 절 연구의 내용 및 범위	3
제 2 장 관련 시장 및 제도 현황	6
제 1 절 관련 시장 현황	6
1. 유료방송플랫폼 사업자 현황	6
2. 유료방송시장 경쟁상황 현황	11
3. 유료방송 요금 관련 현황	19
4. 방송통신 결합상품 관련 현황	27
제 2 절 국내외 유료방송 요금규제 현황	29
1. 국내 유료방송 요금규제 현황	29
2. 미국 케이블TV 요금규제 현황	30
3. 캐나다 유료방송 요금 규제 현황	33
4. 일본 유료방송 요금 규제 현황	36
제 3 장 유료방송 요금 승인 기준 마련을 위한 관련 이슈 및 검토 사항	37
제 1 절 최소채널 요금 승인 기준	37
1. 관련 배경	37
2. 요금 승인 대상 최소채널 묶음 상품	38
3. 요금 적정성 판단 기준	41

4. 요금 승인 신청 시 제출 자료	45
5. 최소채널상품 구성의 적정성 판단 기준	48
제2 절 결합상품 요금 승인 기준 관련	50
1. 관련 배경	50
2. 결합상품 요금 적정성 심사의 목적	51
3. 결합상품 요금 심사 기준	54
4. 결합상품 요금 적정성 심사 대상	57
제 4 장 요약 및 결론	60
1. 최소채널 요금 승인 기준	60
2. 결합상품 요금 승인 기준	63
참고문헌	66

표 목 차

〈표 2-1〉 유료방송사업자 수 추이	6
〈표 2-2〉 주요 유료방송사별 방송사업매출 현황(2016년)	7
〈표 2-3〉 주요 유료방송사별 홈쇼핑 송출수수료 현황	8
〈표 2-4〉 유료방송 가입자 수 추이	9
〈표 2-5〉 전체 유료방송시장의 유료방송사별 가입자 점유율 추이	11
〈표 2-6〉 디지털 유료방송시장의 유료방송사별 가입자 점유율 추이	13
〈표 2-7〉 디지털 유료방송시장의 주요 사업자별 점유율 1위 구역 분포(2016년)	14
〈표 2-8〉 8VSB 유료방송시장의 유료방송사별 가입자 점유율 추이	14
〈표 2-9〉 아날로그 유료방송시장의 유료방송사별 가입자 점유율 추이	15
〈표 2-10〉 8VSB/아날로그 유료방송시장의 주요 유료방송사별 점유율 1위 구역 분포(2016년)	16
〈표 2-11〉 주요 유료방송사별 가입자매출 현황(2016년)	20
〈표 2-12〉 주요 유료방송사별 방송수신료매출 현황(2016년)	21
〈표 2-13〉 주요 유료방송사별 VOD 매출 현황	22
〈표 2-14〉 주요 유료방송사별 월간 ARPU 현황	23
〈표 2-15〉 CJ헬로 양천방송 헬로TV 상품 현황(2017년 12월)	24
〈표 2-16〉 KT OllehTV 상품 현황(2017년 12월)	25
〈표 2-17〉 KT스카이라이프 상품 현황(2017년 12월)	27
〈표 2-18〉 방송+통신 결합상품 가입자 및 사업자별 점유율 현황	28
〈표 2-19〉 유료방송 요금 신고제 전환 관련 방송법 개정안 ('17년 12월 국회 제출 정부안)	30
〈표 2-20〉 케이블 시스템의 유효경쟁 식별 기준	31
〈표 2-21〉 FCC의 기본서비스 요금 규제 제정시 고려 요소	33

그림 목 차

[그림 2-1] 유료방송가입자 수 추이	10
[그림 2-2] 플랫폼별 유료방송가입자 비중 추이	10
[그림 2-3] 전국 기준 디지털 유료방송시장의 HHI 추이(2008~2016년)	18
[그림 2-4] 구역별 HHI 분포의 평균 추이(2007~2016년)	19
[그림 2-5] 방송통신 결합상품 점유율 추이	29

요 약 문

1. 제 목

이용자보호를 위한 유료방송 요금규제 체계 개선방안 연구

2. 연구 목적 및 필요성

- 기존의 승인제로 유지되고 있는 유료방송 요금 규제 방식이 관련 시장 환경 변화를 반영하기 위해 조만간 신고제로 전환될 가능성이 높음
- 유료방송 요금 신고제 전환 시, 방송서비스 이용자 보호를 위해 승인제 유지 대상 서비스의 범위, 승인 대상 서비스의 요금 적정성 심사 기준, 적정성 심사를 위한 자료 제출 등의 사항에 대한 세부 방안 강구 필요
- 모든 유형의 유료방송상품의 요금이 전면적으로 신고제로 전환되고 요금 수준이 사업자 자율에 의해서 결정될 경우 발생할 수 있는 부작용을 최소화하기 위해서 신고제 전환 후속 조치의 마련이 필요함
- 유료방송플랫폼 사업자 사이의 경쟁 활성화로 인해서 급격한 요금 인상 가능성은 높아 보이지 않으나, 일종의 보편적 서비스 기능을 수행하고 있는 최저가 상품의 경우 방송이용자 보호 차원에서 최소한의 요금 규제 유지 필요성이 제기되고 있음
- 이를 위해서 신고제 전환의 후속 조치로 방송서비스 이용자 보호를 위해서 ▲신고제 전환 시 요금 승인제를 유지할 유료방송 상품을 정하고, ▲해당 서비스의 요금 승인을 위한 적정성 심사 기준을 마련할 필요가 있음

3. 연구의 구성 및 범위

- 요금 규제 신고제 전환 시 후속 조치 연구
 - 요금 승인제의 신고제 전환 시, 일부 서비스 요금의 승인제 유지 등의 이용자 보호 방안을 마련의 필요성 검토
 - 요금 승인제의 신고제 전환 시, 승인제를 유지할 대상 서비스의 범위 설정
 - 승인제 유지 대상 서비스에 대한 요금 적정성 심사 기준 및 마련
- 방송통신 결합상품 판매 시 방송상품 요금 심사 기준 마련
 - 방송통신 결합상품 판매와 관련된 부작용 발생 가능성을 분석해 결합판매 시 방송상품의 요금 적정성 판단 필요성 검토
 - 결합상품의 긍정적 효과(요금인하효과 등)는 극대화 하면서 부정적 효과(이용자 차별 및 콘텐츠 산업 수익성 악화 등)를 최소화할 수 있도록 결합상품 요금 승인 시 방송요금의 적정성 심사 기준 마련

4. 연구 내용 및 결과

- 최소채널 요금 승인 기준
 - 본 보고서에는 유료방송요금 승인제의 신고제 전환과 관련된 법률 개정안 통과 시, 요금 승인제가 유지되는 최소채널 묶음 상품의 요금 적정성 판단과 관련하여 다음과 같은 사항에 대한 검토가 이루어짐
 - 승인 대상 최소채널 상품을 전송방식별로 설정할 것인지, 사업자별로 설정할 것인지에 대한 기준 검토
 - 현재도 유료방송 요금 승인을 위한 구체적인 기준이 마련되어 있지 않아 실무에서 참조할 요금 적정성 판단 기준이 부재해 구체적인 승인 기준 검토
 - 마지막으로 요금 승인 시 제출되는 근거 자료에 대한 구체적인 규정을 갖고 있지 않아 관련 규정 검토

- 우선 요금 승인제 유지 대상 서비스는 전송방식별로 각 사업자가 제공하는 최소채널 상품으로 설정하는 방안을 검토하는 것이 적절해 보임
 - 방송법 및 IPTV법 개정안은 사업자별로 가장 낮은 요금 수준의 최소채널 상품만을 승인제 유지 대상으로 삼고 있어, 전송방식별로 승인대상 상품을 설정할 경우, 개정안의 취지와 위법범위를 벗어났다는 우려가 제기될 수도 있는 것도 사실임
 - 하지만 이와 같은 우려에도 불구하고, SO 사업자가 제공하는 아날로그 및 8VSB 상품의 특성과 SO와 위성방송 및 IPTV 사이의 형평성을 고려할 때 요금 승인제 유지 대상 최소채널 상품을 전송방식별로 설정하는 것이 보다 적절해 보임
 - 또한 법률 개정안에서는 요금 승인과 관련된 절차 및 방법 등에 대해서 시행령에 위임하고 있어, 시행령에서 승인 대상 서비스를 보다 명확하게 정한다면 이와 같은 우려는 어느 정도 해소 가능할 것으로 판단됨
- 최소채널 요금 심사 시, 요금 적정성 판단 기준으로는 다음과 같은 사항을 고려하는 것이 적절해 보임
 - 적정 원가보상률(또는 투자보수율)을 사전에 설정하기 보다는 관련 시장상황 등을 고려하여 요금 승인 시 유료방송사업자가 제출한 요금수준과 적정원가와와의 차이의 적정성을 탄력적으로 판단하는 것이 보다 바람직해 보임
 - 이때, 유료방송 요금과 공급원가 간의 차이가 과도하게 크게 벌어지지 않도록 요금 적정성 판단 기준을 제시함으로써, 유료방송사업자에게 요금 적정성 판단을 위한 지침을 제공하는 방안도 검토 가능
 - 최소채널 상품의 요금 승인 시, 부당염매를 통한 공정경쟁 저해 가능성 차단을 심사 목적 중 하나로 삼는 방안도 고려 가능
 - 유료방송서비스 이용자에 대한 보호를 위해서는 요금 수준이 과도하게 높게 설정될 가능성뿐만 아니라, 요금 수준이 과도하게 낮게 설정됨으로써 일시적으로는 이용자 혜택이 증가할 수 있지만, 중장기적으로는 경쟁사업자가 시장에서 퇴출되거나 실질적인 경쟁이 불가능하게 됨으로써 궁극적으로 이용자 피해가 발생할 가능성 역시 고려되어야 함
 - 이를 위해서 요금 적정성 판단 시 유료방송 사업자가 최소채널 상품 요금을 공급원가 보다 현저하게 낮은 약탈요금(predatory pricing) 수준으로 설정해 경쟁 사업

자를 퇴출시키는 등의 경쟁제한적 행위를 할 가능성을 차단하자는 것

- 다만, 약탈요금 설정 가능성 차단을 위한 판단 기준은 단순히 공급원가 이하로 요금이 설정되는 것뿐만 아니라, ▲경쟁 유료방송사업자가 제공하는 유사 상품의 요금 수준, ▲승인신청 사업자의 시장지배력 보유 여부, ▲요금 수준에 따른 경쟁 사업자 배제 가능성 등을 동시에 고려하도록 하는 것이 적절해 보임
- 최소채널 상품의 요금적정성 판단 기준 중 하나로 기존의 최소채널 상품 이용자의 요금 부담이 과도하게 증가될 가능성이 있는지의 여부를 포함시키는 방안도 고려해 볼 수 있음
- 요금 승인제의 신고제 전환 이후에도 유료방송사업자가 신규 최소 채널 상품을 출시하기 보다는 기존 최소채널 상품을 유지할 경우 해당 상품의 요금 수준 변동이 기존 최소채널 상품 이용자의 부담을 과도하게 증가시키는 것이 적절하지 않다는 것임
- 마지막으로 최소채널 상품의 요금 적정성 판단을 위해서는 해당 요금 수준이 관련 서비스의 향후 공급비용 및 미래투자 노력 등을 고려하고 있는지를 동시에 살펴보는 것이 적절해 보임
- 방송법 및 IPTV법 개정안은 최소채널상품의 요금 승인 시, 해당 상품이 특정 방송 분야에 편중되지 아니하도록 규정하고 있어 이에 대한 판단 기준 마련에 대한 검토가 필요함
- 최소채널상품의 채널 구성 적정성을 판단하기 위해서는 우선 지상파 방송채널을 포함한 종합편성채널과 전문편성을 행하는 채널이 균형 있게 편성되었는지의 여부를 살펴볼 수 있겠음
- 요금 승인 대상 최소상품이 제공하는 방송채널의 구성과 개수의 적정성을 판단하기 위해서는 승인 신청 대상 상품이 제공하는 방송채널의 구성과 개수와 유사한 유료방송상품에서 제공되는 방송채널의 구성과 개수를 비교해 볼 수 있음

□ 결합상품 요금 승인 기준

- 유료방송요금 승인제의 신고제 전환과 관련된 법률 개정안 통과 시, 결합상품 요금에 대한 적정성 판단과 관련하여 다음과 같은 사항에 대한 검토가 필요함

- 우선 요금 적정성 판단을 위한 기준 마련을 위해서는 방송통신 결합상품 요금 심사의 필요성과 목적에 대한 논의가 선행되어야 할 것임¹⁾
- 다음으로 결합상품 요금 승인의 목적을 달성하기 위해서 필요한 구체적인 요금 적정성 판단 기준의 마련이 필요함
- 마지막으로 결합상품 요금 승인 시 제출되는 근거 자료의 목록과 제출된 자료의 적정성을 판단에 필요한 구체적인 기준이 부재해 관련 규정 마련이 필요함
- 결합상품 요금 적정성 심사 기준을 마련하기 위해서는 우선 해당 유형의 상품 요금을 승인하는 목적이 명확하게 설정되어야 함
 - 우선, 결합판매 시 방송상품 요금이 과도하게 낮게 설정되지 않도록 함으로써 방송시장 선순환 구조를 보호하는 것을 결합판매 요금 심사의 목적 중 하나로 설정하는 방안을 검토해 볼 수 있음
 - 다음으로 결합판매를 통한 부당한 이용자 차별의 차단을 결합판매 요금 적정성 판단의 목적 중 하나로 고려해 볼 수 있음
 - 마지막으로 방송통신 결합상품 판매 시 요금이 과도하게 낮게 설정됨으로써 경쟁사업자가 시장에서 배제되는 등의 공정한 경쟁환경이 훼손될 가능성에 대한 우려가 존재해, 결합판매 요금 적정성 검토 시 이와 같은 문제를 해소하는 방안도 검토 가능
- 위에서 논의된 결합상품 적정성 판단의 목적을 달성하기 위해서 결합상품 요금 승인 시 실무에서 적용할 수 있는 구체적인 심사 기준은 다음과 같음
 - 우선 결합판매 시 방송상품 요금이 해당 상품을 공급하기 위해서 소요되는 원가 수준 보다 같거나 더 크다면 해당 결합상품의 방송상품 요금이 유료방송시장 선순환 구조 형성을 저해할 가능성이 낮다고 판단할 수 있음
 - 단품상품과 결합상품 이용자 간의 부당한 차별의 판단 기준은 개별적으로 판매되는 경우보다 (방송상품의) 요금이 현저하게 차별적으로 설정되었는지의 여부임
 - 결합상품 판매 시 방송상품의 부당판매를 통한 공정경쟁 저해 행위 차단을 위해서 결합상품의 요금 심사 시 고려할 사항은 (1) 결합상품의 요금 수준이 해당 상

1) 결합상품 요금 심사의 목적이 무엇인지를 정해야 이에 따른 요금 적정성 판단 기준 마련 가능

품의 공급비용에 비해서 과도하게 낮은지의 여부, (2) 이로 인해서 경쟁사업자의 배제 가능성이 있는지의 여부, (3) 이로 인해 궁극적으로 이용자 피해가 발생할 가능성이 있는지의 여부임

5. 정책적 활용 내용

- 본 연구는 승인제의 신고제 전환 시 이용자 보호 방안과 결합상품 판매 시 과도한 할인 가능성 차단 방안 수립 등의 요금 규제 체계 개선에 따른 후속 조치 마련함으로써 규제 당국의 요금 규제 시 직접적인 활용이 가능할 것으로 기대됨
- 특히 본 연구 결과물로 제안된 요금 적정성 심사안을 반영해 <유료방송 요금 적정성 심사 지침>을 제정하여 유료방송 요금 신고제 전환 관련 방송법 및 IPTV법 개정안(정부 제출 '17년 12월) 통과 시 시행될 예정임

6. 기대효과

- 합리적인 요금규제 제도 마련을 통해서 (1) 유료방송서비스 이용자 보호, (2) 공정한 방송시장 경쟁환경 조성, (3) 고품질 방송콘텐츠 제공 기반 확보를 통한 사회적 후생 증가 등의 경제·사회적 기여를 기대할 수 있음

SUMMARY

1. Title

A Study on Improving Pay-TV Rates Regulations for User Protection

2. Objective and Importance of Research

Pay-tv rates regulations, which are currently rate approval system, are likely to be changed to rate report system to reflect the changes in the relevant market environment. In order to protect users of broadcasting services, it is necessary to take detailed measures for the scope of the service subject to the approval system, the criteria for the adequacy of the fee for the service to be approved, and the submission of data for the appropriateness examination. In order to minimize the adverse effects that may occur when the rates of all types of pay-TV products are reported rates and the level of fees is determined by the operators, it is necessary to prepare follow-up actions. The possibility of a sharp rate increase is not high due to competition among pay-TV platform operators. However, it is necessary to maintain the minimum rate regulation in order to protect the broadcasting users in the case of the lowest price product that performs a kind of universal service function. Therefore, to protect the users of broadcasting service as a follow-up measure for rate report system, it is necessary to determine the range of services that will maintain the rate approval system and establish the criteria for appropriateness examination to approve the rate of the service.

3. Contents and Scope of the Research

Study on follow-up measures in case of changing to the rate report system

- Review the necessity of establishing user protection measures such as maintaining the approval system of some service rates in case of changing to the rate report system
- Set the range of services to maintain the approval system

Establishment of standards for judging the appropriateness of pay-tv rates when examining the rates of broadcasting-communication bundled services

- Analysis of the possibility of side effects related to the sale of bundled services to review the necessity of examining the broadcasting service rate
- Establishment of standards for judging the appropriateness of broadcasting rate to maximize the positive effects while minimizing negative effects of bundled services

4. Research Results

Minimum channel tier rate approval standard

- This study reviews the following regarding judging the appropriateness of the minimum channel tier rates, which will maintain rate approval system.
 - Review criteria for whether to set minimum channel tier to be approved for each transmission method or each operator
 - Review detailed approval standards to be used by officers when judging appropriateness of the rates
 - We do not have specific regulations on the documents submitted when approving the rate, so review the related regulations.

- It seems appropriate to set the service subject to the rate approval system as the minimum channel tiers by each transmission method.
- This study reviews criteria for judging appropriateness when evaluating minimum channel tier rates.
 - It is preferable to flexibly judge the appropriateness of the difference between the rate level and the appropriate cost submitted by the pay-TV operator when approving the rate considering the relevant market situation rather than setting the appropriate cost reimbursement rate.
 - When approving the rate of the minimum channel tier, it may be considered as one of the purposes of evaluation to prevent the possibility of obstructing the fair competition through underselling.
 - In order to determine the appropriateness of the minimum channel tier rate, it is appropriate to examine whether the corresponding rate level considers the future supply costs of the related services and the future investment potential.

Bundled service rate approval standard

- When passing the amendment law related to the conversion to the rate report system, it is necessary to review the following matters related to the judgment on the appropriateness of the bundled service rate.
 - First, in order to establish the criteria for judging the appropriateness of the rate, it is necessary to discuss the necessity and purpose of the examination of the price of the bundled service for broadcasting and communication.
 - Next, it is necessary to establish concrete criteria for the appropriateness of the rate to achieve the purpose of the approval of the bundled service rate.
 - Finally, it is necessary to establish detailed standard for required data and judging the appropriateness of the submitted data.
- In order to establish the criteria for appraisal of the appropriateness of the bundled service, the purpose of approving the rate should be clearly set.

- First, it is possible to set protecting the virtuous circle structure of the broadcasting market by setting the rate of the broadcasting service not to be excessively low for the bundled service as one of the purposes of the examination of the bundled service rate.
- Next, we can consider blocking unfair user discrimination through bundled sales as one of the purposes of judging the appropriateness of the bundled service rate.
- Finally, there is a concern of unfair competition environment, such as exclusion of competitors from the market due to excessively low rate of bundled service, which can be reviewed as another purpose of the examination.
- In order to achieve the purposes discussed above, the following can be applied as appraisal standards.
 - If the price of the broadcasting service in the bundled service is higher than or equal to the cost level required to supply the service, it can be judged that the broadcasting service rate of the bundled service is unlikely to hinder the formation of the virtuous cycle structure of the pay-TV market.
 - The criterion of unfair discrimination between single service users and bundled service users is whether or not the rate(of the broadcast commodity) is set significantly differently than when it is sold individually.
 - When selling bundled services, in order to prevent unfair competition through underselling of broadcasting services, the items to be considered when evaluating bundled services rates are (1) whether the price level of bundled services is excessively lower than the supply cost of the service, (2) whether there is a possibility of exclusion of competitors due to this, and (3) whether there is a possibility of damaging the users.

5. Policy Suggestions for Practical Use

- This study is expected to be directly applied when regulatory authorities regulate pay-tv rates by establishing measures to improve the rate regulation system such as the protection of pay-tv users and the prevention of excessive discount for bundled services in case of changing to rate report system from rate approval system.
- In particular, the rate appropriateness evaluation plan proposed by this study will be applied to <Evaluation Guidelines for Appropriateness of Pay-TV Rates>, which is scheduled to be enacted and implemented when Broadcasting Act and IPTV Act amendment regarding pay-tv rates regulations switching to rates report system (submitted Dec. 2017) is passed.

6. Expectations

- Through providing reasonable pay-tv rates regulations, economic and social contribution such as (1) protecting the users of pay-tv services, (2) creating a fair competition environment for the broadcasting market, and (3) increasing social welfare through securing a base for providing high-quality broadcasting contents can be expected.

CONTENTS

Chapter 1. Introduction

Chapter 2. Relevant Markets and Regulations Status

Chapter 3. Related Issues for Establishing Standards and Procedures
for Approving Pay-tv Rates

Chapter 4. Conclusion

제1장 서론

제1절 연구의 필요성 및 목적

1. 필요성

- (요금 규제 방식 변화) 기존의 승인제로 유지되고 있는 유료방송 요금 규제 방식이 관련 시장 환경 변화를 반영하기 위해 조만간 신고제로 전환될 가능성이 높음
 - 유료방송플랫폼간 실질적인 경쟁이 이루어지고 있는 현 상황에서 모든 플랫폼 사업자를 대상으로 모든 유료방송서비스의 요금을 정책 당국이 사전에 승인하는 것이 적절하지 않다는 지적이 지속적으로 제기되고 있음
 - 이와 같은 우려를 일부 해소하기 위해 '15년 12월 방송법과 IPTV법을 개정해 유료방송플랫폼이 제공하는 VOD 요금의 신고제 전환의 근거를 마련함
 - 최근 정책당국은 상품 및 서비스 구성의 자율성 제고를 위해 모든 유형의 유료방송상품의 요금을 승인제에서 신고제로 전환하는 방안을 검토 중
 - ※ 다만, 모든 유료방송상품을 신고제로 전환하는 것이 아니라, 최소채널 상품의 요금과 결합상품에 대해서는 승인제를 유지하는 방향으로 정책적 논의가 진행 중임
- (결합판매 활성화) 유료방송서비스의 판매 및 이용 방식이 단품 중심에서 결합상품 위주로 변화하고 있는 상황에서 이에 따른 부작용에 대한 우려도 존재
 - 결합상품의 판매자 측면에서는 결합 시너지로 인한 서비스 공급 및 판매 비용 절감 등의 효율성 개선 효과를 기대할 수 있으며, 이용자 측면에서도 할인요금 혜택, 통합과금 및 원스톱 쇼핑 등에 의한 편익 증가 효과 기대 가능
 - 하지만 이와 동시에 방송통신 결합판매로 (1) 이용자 차별, (2) 시장지배력 전이, (3) 방송콘텐츠 시장 활성화 저해 가능성 등의 부정적 효과가 나타날 가능성에 대한 우려도 지속적으로 제기 중
 - 특히, 결합상품 할인을 통해서 방송상품의 요금이 과도하게 낮을 경우 PP 수익배

분에 부정적 영향을 미칠 수 있으며 이에 따른 방송콘텐츠 품질 저하 우려가 상당한 상황

- ※ 낮은 요금은 단기적으로는 서비스 이용자 후생을 증가시킬 수 있으나 중장기적으로는 방송콘텐츠 생산자(PP)에게 배분되는 방송수신료 수입 규모가 감소됨으로 인해서 방송프로그램 제작 재원 축소로 인한 방송콘텐츠 품질 저하 가능
- 또한 결합상품 판매 시 방송상품의 할인이 과도하게 높게 이루어질 경우 단품으로 방송상품을 구매하는 이용자와 불합리한 이용자 차별 발생 우려도 존재
- (이용자 보호 방안 마련 필요) 유료방송 요금 규제 체계 개선 시, 방송서비스 이용자 보호를 위해 승인제 유지 대상 서비스의 범위, 승인 대상 서비스의 요금 적정성 심사 기준, 적정성 심사를 위한 자료 제출 등의 사항에 대한 세부 방안 강구 필요
- 모든 유형의 유료방송상품의 요금이 전면적으로 신고제로 전환되고 요금 수준이 사업자 자율에 의해서 결정될 경우 발생할 수 있는 부작용을 최소화하기 위해서 신고제 전환 후속 조치의 마련이 필요함
- 유료방송플랫폼 사업자 사이의 경쟁 활성화로 인해서 급격한 요금 인상 가능성은 높아 보이지 않으나, 일종의 보편적 서비스 기능을 수행하고 있는 최저가 상품의 경우 방송이용자 보호 차원에서 최소한의 요금 규제 유지 필요성이 제기되고 있음
- 이를 위해서 신고제 전환의 후속 조치로 방송서비스 이용자 보호를 위해서 ▲신고제 전환 시 요금 승인제를 유지할 유료방송 상품을 정하고, ▲해당 서비스의 요금 승인을 위한 적정성 심사 기준을 마련할 필요가 있음
- (결합상품 요금 심사 기준 필요) 방송통신 결합상품의 요금 승인 시, 방송요금의 요금 적정성을 판단할 수 있는 심사 기준 마련이 필요함
- 과도한 결합할인으로 단품-결합상품 이용자 간의 부당한 차별이 발생하거나, 방송상품의 ARPU의 급격한 감소로 방송콘텐츠 시장 황폐화가 발생할 가능성 등을 차단하기 위해서 방송통신 결합상품 판매 시 방송요금의 적정성에 대한 검토 필요성이 제기되고 있음
- 현행 요금규제 체계 아래서는 통신부문의 요금 인가 역무가 포함된 결합상품의 이용약관에 대해서만 결합상품 약관에 대한 심사가 이루어지고 있으며, 인가역무가 결합상품에 포함되어 있다고 해도 할인율이 일정 수준(현재는 30%)을 넘지 않으면

요금적정성 심사가 면제됨

- 또한 방송통신 결합상품의 약관 심사가 과기정통부 내에서도 통합되어서 이루어지는 것이 아니라 분리되어서 이루어지고 있는 상황
- 이로 인해서 방송통신 결합상품의 요금 적정성에 대한 검토가 적절하게 이루어지고 있지 않다는 우려가 지속적으로 제기되고 있어 결합상품 약관 심사 기준, 심사 대상 상품, 심사 절차 등에 대한 개선 방안 검토 필요

2. 연구의 목표

- (연구목표 1) 요금 신고제 전환에 따른 유료방송서비스 이용자 보호 방안 마련
 - (목표 1-1) 요금 승인제의 전면적인 신고제 전환 시 발생할 수 있는 문제점을 분석하고 일부 서비스 요금의 승인제 유지 등 이용자 보호 방안 마련의 필요성 검토
 - (목표 1-2) 승인제 유지 대상 서비스의 요금 심사 기준 마련
- (연구목표 2) 방송통신 결합상품 요금 심사 시 방송요금 적정성 심사 기준 마련
 - (목표 2-1) 방송통신 결합상품 판매와 관련된 부작용 발생 가능성을 분석해 결합판매 시 방송상품의 요금 적정성 판단 필요성을 검토
 - (목표 2-2) 결합상품 판매 시 방송상품에 대한 요금 심사 기준 마련

제 2 절 연구의 내용 및 범위

□ 요금 규제 신고제 전환 시 후속 조치 연구

- (이용자 보호 방안 필요성) 요금 승인제의 신고제 전환 시, 일부 서비스 요금의 승인제 유지 등의 이용자 보호 방안을 마련의 필요성 검토
 - 유료방송플랫폼 사업자가 제공하는 모든 상품의 요금이 승인제에서 신고제로 전환되었을 경우 과도한 요금 인상 등으로 인한 이용자 측면에서 발생할 수 있는 문제점 파악
 - 예를 들어 현재 최저가 상품 이용자 중 유료방송 서비스 이용 이유가 대다수가 인위적 또는 자연적인 요인으로 인한 지상파 난시청의 해소 또는 의무전송 채널인

보도 장르 유료방송채널의 시청이라면 해당 상품은 일종의 보편적 서비스 제공 기능을 담당하고 있는 것이고, 최저가 상품 이용자의 상당수가 저소득층·고연령층·농촌 및 도서 지역 거주자 등으로 구성되어 있을 경우 위의 요인과 함께 해당 서비스 요금의 과도한 인상 제어의 필요성이 더욱 높아질 수도 있음

○ (승인제 유지 대상 서비스) 요금 승인제의 신고제 전환 시, 승인제를 유지할 대상 서비스의 범위 설정

- 승인제 유지 대상 최소 채널 상품의 기준설정을 사업자 자율에 맡길지 규제 당국에서 정할지에 대한 검토와, 규제당국에서 기준을 정할 경우 해당 상품의 적정한 구성에 대한 기준 제시

- 이는 최소채널 상품에 대해서만 요금 승인제를 유지할 경우, 유료방송플랫폼측에서는 규제 회피를 위해서 해당 상품의 채널 구성을 변경할 가능성도 배제할 수 없기 때문임

※ 예를 들어 최소채널 상품의 구성을 자율적으로 결정하도록 할 경우, 현 시점에서 제공되고 있는 최소 채널 상품의 채널 구성 보다 품질 수준이 현저하게 저하된 신규 상품(예, 지상파 채널만으로 구성된 상품)을 출시할 경우 최소채널 요금 승인제의 취지가 무력화될 가능성도 존재

- 반면, 규제당국이 최저상품에 포함될 필수 채널의 범위를 과도하게 넓게 설정할 경우, 신고제로 전환되는 여타 상품의 요금수준까지 영향을 미쳐 신고제 전환의 취지가 훼손될 수도 있음

- 이에 따라서 신고제 전환의 취지를 살리면서도 방송서비스 이용자 이익을 저해하지 않도록 최소채널 상품의 구성 기준에 대한 적절한 판단이 필요함

○ (적정성 심사 기준) 승인제 유지 대상 서비스에 대한 요금 적정성 심사 기준 마련

- 이용 요금 사전 승인제를 유지하기로 결정된 최소채널 상품의 승인 시 필요한 요금 적정성 판단 기준 제시 필요

- 요금 적정성 판단을 위한 기준을 명확화함으로써 요금 심사 시 규제당국이 참고할 수 있는 가이드라인을 제공하고, 해당 기준의 공개를 통해서 사업자의 예측 가능성을 제고

□ 방송통신 결합상품 판매 시 방송상품 요금 심사 기준 마련

- (결합상품 요금 심사 필요성) 방송통신 결합상품 판매와 관련된 부작용 발생 가능성을 분석해 결합판매 시 방송상품의 요금 적정성 판단 필요성 검토
 - 단품 유료방송 요금에 대해서는 현행 승인제를 신고제로 완화하는 반면, 결합판매 시 방송상품의 요금에 대해서는 그 수준의 적정성을 심사해야할 필요성에 대한 이견 제기 가능
 - 따라서 방송상품이 과도한 결합할인으로 인해 발생할 수 있는 부당한 이용자 차별 가능성과 콘텐츠 산업 선순환 구조 훼손 가능성 등을 면밀히 검토해 방송상품의 결합할인 적정성 심사의 필요성에 대한 검토 필요
- (결합상품 요금 심사 기준) 결합상품의 긍정적 효과(요금인하효과 등)는 극대화 하면서 부정적 효과(이용자 차별 및 콘텐츠 산업 수익성 악화 등)를 최소화할 수 있도록 결합상품 요금 승인 시 방송요금의 적정성 심사 기준 마련
 - 단품 방송상품 요금과의 수준과 결합상품 요금 간의 차이가 어느 정도가 부당한 이용자 차별 또는 콘텐츠 산업 수익성 악화를 우려할만한 수준인지를 검토하고
 - 요금 적정성 판단 시 실무에서 활용될 수 있는 구체적인 심사 기준과 심사를 위해서 필요한 관련 자료를 검토²⁾
 - 또한 관련 우려 발생 가능성이 높지 않은 경우도 모두 요금 적정성 심사 대상에 포함시킴으로써 발생될 수 있는 규제당국과 사업자의 불필요한 행정비용 발생을 줄이기 위해서, 요금 할인율이 일정 수준을 넘지 않으면 요금 적정성 심사를 면제하는 등의 심사 간소화 기준 검토

2) 예를 들어 결합판매로부터 사업자측에 발생하는 원가 절감 규모보다 할인 수준이 더 높거나, 결합상품 판매 시 방송상품의 요금이 해당 서비스의 공급 원가 보다 현저하게 낮게 설정될 경우 위에서 제기된 우려가 현실화될 가능성이 있다고 판단할 수도 있음

제2장 관련 시장 및 제도 현황

제1절 관련 시장 현황³⁾

1. 유료방송플랫폼 사업자 현황

□ 사업자 수

- 2016년 국내 유료방송플랫폼 전체 사업자 수는 총 94개로 전년과 동일함
 - 이 중 SO가 90개, 위성방송사가 1개, IPTV사가 3개임
 - 90개 SO 중 MSO 소속 SO가 80개, 개별SO는 10개로 전년과 동일함

〈표 2-1〉 유료방송사업자 수 추이

구 분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
SO	100	94	94	92	92	92	90	90
MSO 소속 SO 수	78	75	76	74	81	82	80	80
개별SO 수	22	19	18	18	11	10	10	10
위성방송사	1	1	1	1	1	1	1	1
IPTV사	3	3	3	3	3	3	3	3
계	104	98	98	96	96	96	94	94

주: 중계유선방송사는 제외

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 『방송산업 실태조사 보고서』 각 연도 및 사업자 제출 자료

□ 매출액 현황

- (방송사업매출) 2016년 유료방송플랫폼 사업자 전체 방송사업매출⁴⁾은 5조 1,625억

3) 본 절은 방송통신위원회(2017), 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』를 참고하여 작성

4) 영업매출에서 유선전화와 초고속인터넷 등의 통신사업매출과 기타사업매출을 제외한 것으로 가입자매출, 홈쇼핑 송출수수료, 광고, 협찬매출 등이 포함됨

원으로 전년 대비 9.4% 증가함

- SO의 방송사업매출은 2조 1,692억 원으로 전년 대비 4.0% 감소하였고 전체 방송 사업매출 중 점유율 역시 42%로 전년 대비 5.9%p 감소한 것으로 나타남
- 위성방송사인 KT스카이라이프의 방송사업매출은 5,656억 원으로 전년 대비 2.9% 증가하였고 전체 방송사업매출 중 점유율은 11%를 차지함
- IPTV의 방송사업매출은 전년 대비 27.2% 증가한 2조 4,277억 원으로 전체 방송사업매출 중 비중은 47%를 기록함
- 전체 영업매출 중 방송사업매출의 비중은 SO와 위성방송이 각각 70.7%와 90.5%로 높게 나타났으며 초고속인터넷이나 유선전화와 같은 통신사업매출의 비중이 높은 IPTV의 경우 7.7%로 낮게 나타남

〈표 2-2〉 주요 유료방송사별 방송사업매출 현황(2016년)

(단위: 억 원)

구 분	방송사업매출(A)	점유율	전년 대비 증가율	영업매출(B)	A/B
티브로드	5,451	10.6%	-5.9%	7,303	74.6%
CJ헬로	6,375	12.3%	-5.1%	11,010	57.9%
딜라이브	3,979	7.7%	-2.9%	4,938	80.6%
HCN	2,142	4.1%	-0.5%	2,830	75.7%
CMB	1,278	2.5%	-4.8%	1,420	90.0%
MSO 합계	19,225	37.2%	-4.4%	27,500	69.9%
개별SO	2,467	4.8%	-0.8%	3,169	77.9%
SO 합계	21,692	42.0%	-4.0%	30,668	70.7%
KT스카이라이프	5,656	11.0%	2.9%	6,251	90.5%
올레TV	10,370	20.1%	24.9%	170,289	6.1%
KT 계열	16,027	31.0%	16.1%	176,540	9.1%
SKB TV	7,924	15.3%	32.3%	29,430	26.9%
LGU+TV	5,982	11.6%	24.8%	114,348	5.2%
IPTV 합계	24,277	47.0%	27.2%	314,066	7.7%
합계	51,625	100.0%	9.4%	350,986	14.7%

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 『2016년도 방송사업자 재산상황 공표집』

- (홈쇼핑 송출수수료) 2016년 유료방송플랫폼 사업자 전체의 홈쇼핑 송출수수료는 1조 2,561억 원으로 전년 대비 10.7%(1,214억 원) 증가했으며 방송사업매출 중 비중은 23.4%로 전년 대비 0.2%p 증가함
- SO의 홈쇼핑 송출수수료는 7,671억 원으로 전년 대비 43억 원 감소했으나 방송사업매출이 더 큰 폭으로 감소함에 따라 방송사업매출 중 비중은 35.4%로 전년 대비 증가함
- 위성방송(KT스카이라이프)의 홈쇼핑 송출수수료는 1,522억 원으로 전년대비 22.6% 증가하였고 방송사업매출 중 비중 역시 전년 대비 4.5%p 증가한 26.9%를 기록함

〈표 2-3〉 주요 유료방송사별 홈쇼핑 송출수수료 현황

(단위: 억 원)

	2015년			2016년		
	방송사업 매출(A)	홈쇼핑 송출 수수료(B)	B/A	방송사업 매출(A)	홈쇼핑 송출 수수료(B)	B/A
t-broad	5,790	2,141	37.0%	5,451	1,990	36.5%
CJ헬로비전	6,720	2,257	33.6%	6,375	2,176	34.1%
딜라이브	4,097	1,219	29.7%	3,979	1,374	34.5%
HCN	2,153	776	36.1%	2,142	813	37.9%
CMB	1,343	592	44.1%	1,278	580	45.4%
MSO 전체	20,102	6,985	34.7%	19,225	6,933	36.1%
독립 SO	2,488	729	29.3%	2,467	739	29.9%
SO 전체	22,590	7,714	34.1%	21,692	7,671	35.4%
KT스카이라이프	5,496	1,229	22.4%	5,656	1,522	26.9%
올레TV	8,304	905	10.9%	10,370	1,155	11.1%
SKB TV	5,990	848	14.2%	7,924	1,298	16.4%
LG U+TV	4,794	651	13.6%	5,982	915	15.3%
IPTV 전체	19,088	2,404	12.6%	24,277	3,368	13.9%
전체 합계	47,174	11,347	24.1%	51,625	12,561	24.3%

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 『2016년도 방송사업자 재산상황 공표집』

- IPTV의 흡쇼핑 송출수수료는 전년 대비 40% 증가하여 3,368억 원을 기록하였고 방송사업매출 중 비중도 13.9%로 전년대비 1.3%p 증가함

□ 가입자 현황

- 2016년 국내 유료방송 총 가입자 수는 2,996만 명으로 전년 대비 6.3%(약 178만 명) 증가함
- 종합유선방송(SO) 가입자 수는 1,387만 명으로 전년 대비 15만 명 감소하였음
 - SO 사업자들이 아날로그 가입자들을 8VSB 가입자로 전환함에 따라 아날로그 가입자 수가 약 188만 명 감소한 반면 8VSB 가입자 수는 181만 명 증가한 336만 명으로 전년의 두 배 이상으로 성장함
 - 이에 따라 8VSB 가입자 수 비중도 10%를 넘어섰으며 아날로그 가입자의 비중은 처음으로 10% 이하로 떨어짐
 - SO의 디지털 가입자 수는 꾸준히 증가세를 이어오고 있으며 2016년에는 전년 대비 23만 명 증가하여 772만 명을 기록함

〈표 2-4〉 유료방송 가입자 수 추이

(단자 수 기준)

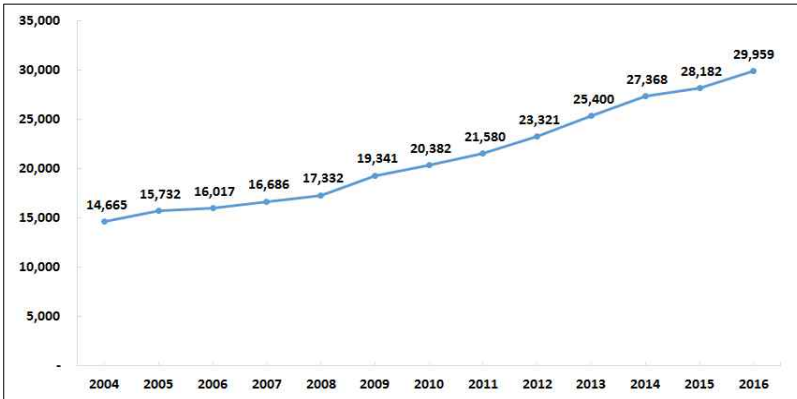
구 분	2014		2015		2016	
유료방송 합계	27,368,396	100.0%	28,182,171	100.0%	29,959,397	100.0%
종합유선방송	14,611,459	53.4%	13,732,042	48.7%	13,886,673	46.4%
아날로그	7,481,306	27.3%	4,678,124	16.6%	2,799,963	9.4%
디지털	7,130,153	26.1%	7,496,153	26.6%	7,722,410	25.8%
8VSB			1,557,765	5.5%	3,364,300	11.2%
위성	3,090,739	11.3%	3,091,938	11.0%	3,183,501	10.6%
IPTV	9,666,199	35.3%	11,358,191	40.3%	12,889,223	43.0%
OTS	2,338,435	8.5%	2,217,655	7.9%	2,023,621	6.8%

주: '유료방송 합계'는 종합유선방송 + 위성 + IPTV임

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 종합유선방송, IPTV, 위성 가입자 수는 『2017년 방송산업 실태조사 보고서』 원시 데이터, OTS는 사업자 제출자료

[그림 2-1] 유료방송가입자 수 추이

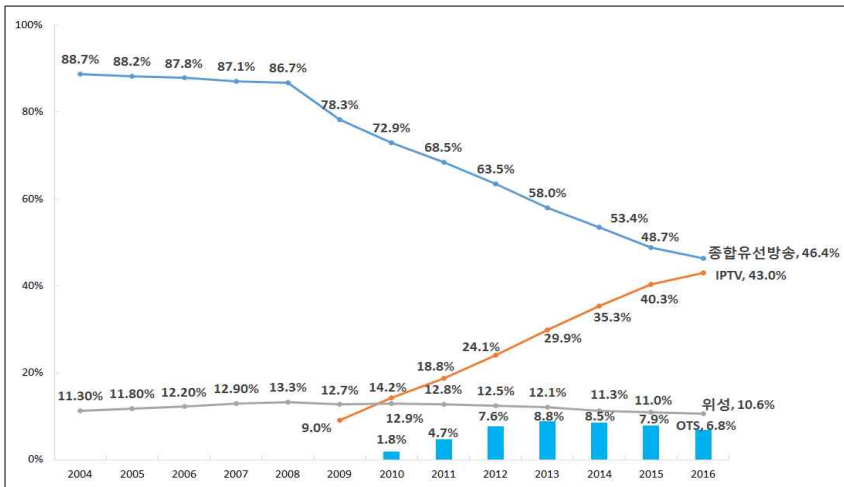
(단위: 천명)



주: 유료방송가입자 수는 종합유선, 위성(OTS제외), IPTV(OTS제외), OTS 가입자의 합임

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 2007년 이전 자료는 『방송산업 실태조사 보고서』 원시 데이터, 각 연도, 2008년 이후는 사업자 제출자료

[그림 2-2] 플랫폼별 유료방송가입자 비중 추이



주: 유료방송가입자 총규모(= 종합유선 + 위성(OTS 포함) + IPTV(OTS 포함) - OTS) 대비 각 플랫폼별 비중임

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 2007년 이전 자료는 『방송산업 실태조사 보고서』 원시 데이터 각 연도, 2008년 이후는 사업자 제출자료

- IPTV 가입자 수는 1,289만 명으로 전년 대비 13.5%(153만 명) 증가하였으며 점유율 역시 2.7%p 증가한 43%를 기록함
- 위성방송 가입자 수는 318만 명으로 전년 대비 9만 명 정도 증가하였으나 점유율은 감소세를 이어가고 있음(0.4%p 감소)
- OTS 가입자 수는 2010년 서비스 런칭 후 증가세를 이어왔으나 2014년부터 감소세로 돌아섰으며 점유율 역시 감소세를 유지하고 있음(2016년 가입자수: 202만 명, 점유율: 6.8%)

2. 유료방송시장 경쟁상황 현황

가. 전체 유료방송시장 경쟁상황 현황

- 2016년 전체(아날로그, 디지털, 8VSB 모두 포함) 유료방송 가입자 점유율 1위 사업자는 위성방송 서비스인 스카이라이프와 IPTV 서비스 올레TV를 병행하고 있는 KT계열로 점유율이 30%를 넘어섰음
 - KT계열은 IPTV 서비스를 본격적으로 제공하기 시작한 2009년부터 가입자 수 1위를 유지하고 있으며 2016년 점유율은 전년 대비 0.7%p 증가한 30.3%를 차지함
- 2위 사업자 역시 IPTV 사업자인 SKB가 2016년 점유율 13.2%로 2015년 2위였던 CJ헬로를 0.1%p 차이로 앞섰음
 - CJ헬로는 2011년부터 KT계열에 이어 2위였으나 점유율이 차츰 감소하면서 2016년에는 13.1%로 처음으로 3위로 떨어짐

〈표 2-5〉 전체 유료방송시장의 유료방송사별 가입자 점유율 추이

구 분	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
티브로드	20.0%	17.7%	15.9%	14.5%	13.5%	13.1%	12.1%	11.5%	10.8%
CJ헬로	17.3%	15.3%	14.7%	15.8%	14.8%	15.5%	15.2%	13.6%	13.1%
딜라이브	14.9%	14.1%	12.9%	12.5%	10.5%	9.7%	8.7%	7.0%	6.7%
HCN	8.5%	7.0%	6.6%	6.1%	5.5%	5.5%	5.0%	4.8%	4.5%
CMB	7.1%	6.7%	6.3%	6.2%	5.8%	5.9%	5.5%	5.3%	5.1%
MSO 합계	67.9%	60.7%	56.4%	55.1%	50.1%	49.8%	46.4%	42.2%	40.2%

구 분	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
개별SO	18.8%	17.6%	16.5%	13.3%	13.4%	8.2%	7.0%	6.6%	6.2%
SO 합계	86.7%	78.3%	72.9%	68.5%	63.5%	58.0%	53.4%	48.7%	46.4%
올레TV	-	5.2%	7.6%	10.7%	13.4%	15.1%	17.1%	18.6%	19.7%
KT스카이 라이프	13.3%	12.7%	12.9%	12.8%	12.5%	12.1%	11.3%	11.0%	10.6%
OTS	-	-	1.8%	4.7%	7.6%	8.8%	8.5%	7.9%	6.8%
KT계열	13.3%	17.9%	20.5%	23.4%	25.8%	27.2%	28.4%	29.6%	30.3%
SKB TV	-	2.1%	3.6%	4.1%	6.2%	8.2%	10.3%	12.3%	13.2%
LGU+TV	-	1.7%	3.0%	4.0%	4.5%	6.6%	7.9%	9.3%	10.1%
IPTV 합계	-	9.0%	14.2%	18.8%	24.1%	29.9%	35.3%	40.3%	43.0%
합계	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

주: 1) SO 가입자 수 집계기준은 단자 수 기준

2) 티브로드는 큐릭스 계열, CJ헬로는 온미디어 계열, 딜라이브는 GS 계열 SO 가입자 수를 포함

3) KT계열은 '올레TV + 위성', IPTV는 '올레TV + SKB TV + LGU+TV', 합계는 'SO 합계 + KT 계열 + SKB TV + LGU+TV'로 계산

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 『2017년 방송산업 실태조사 보고서』 원시 데이터, OTS는 사업자 제출자료

나. 세부 시장별 경쟁상황 현황

□ 디지털 유료방송시장 가입자 점유율 현황

- 2016년 디지털 유료방송시장(IPTV, 위성방송, 디지털케이블TV 포함) 1위 사업자는 KT 올레TV와 KT스카이라이프를 합친 KT계열로 38.2%의 점유율을 기록함
 - KT계열의 디지털 유료방송시장 점유율은 2012년 44%를 기록한 후 매년 감소해 왔으나 2016년에는 처음으로 전년 대비 0.2%p 증가함
- 2위 사업자는 점유율 16.9%의 SKB, 3위 사업자는 12.8%의 LGU+로 디지털 유료방송시장에서 1위부터 3위까지 모두 IPTV 사업자가 차지한 것으로 나타남
 - SKB의 점유율은 빠르게 증가하고 있으며 2013년부터 2위를 유지하고 있음
 - LGU+ 역시 점유율이 꾸준히 증가하고 있으며 2015년부터 3위를 유지하고 있음
- 한편 디지털케이블TV를 제공하고 있는 SO의 점유율은 하락세를 이어가고 있으며 IPTV 사업자들과의 경쟁에서 밀리고 있는 양상을 보임
 - MSO와 개별SO 모두 2016년 점유율이 전년 대비 감소하였음

〈표 2-6〉 디지털 유료방송시장의 유료방송사별 가입자 점유율 추이

구분	2012	2013	2014	2015	2016
티브로드	7.5%	7.6%	7.7%	7.7%	7.2%
CJ헬로	10.9%	11.9%	12.6%	11.6%	11.1%
딜라이브	10.3%	9.1%	8.0%	7.3%	7.0%
HCN	4.0%	3.6%	3.4%	3.5%	3.4%
CMB	0.6%	0.7%	0.8%	0.8%	0.6%
MSO 합계	33.2%	33.0%	32.6%	30.9%	29.3%
개별SO	4.5%	3.6%	3.3%	3.2%	3.1%
SO 합계	37.8%	36.6%	35.9%	34.2%	32.5%
올레TV	22.8%	22.8%	23.5%	23.9%	24.8%
KT스카이라이프	21.2%	18.2%	15.5%	14.1%	13.4%
OTS	12.9%	13.2%	11.8%	10.6%	8.5%
KT계열	44.0%	41.1%	39.1%	38.0%	38.2%
SKB	10.6%	12.4%	14.2%	15.8%	16.6%
LGU+	7.7%	10.0%	10.9%	12.0%	12.8%
IPTV 합계	41.0%	45.2%	48.6%	51.8%	54.2%
합계	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

주: 1) 티브로드는 큐릭스 계열, CJ헬로는 온미디어 계열, 딜라이브는 GS 계열 SO 가입자 수를 포함

2) KT계열은 '올레TV + 위성', IPTV는 '올레TV + SKB + LGU+', 합계는 'SO 합계 + KT계열 + SKB + LGU+'로 계산

3) OTS는 『방송산업 실태조사 보고서』 지침과 달리 본 보고서의 가입자 기준에 따라 계산된 수치

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 『2017년 방송산업 실태조사 보고서』 원시 데이터, OTS는 사업자 제출자료, 2017년 6월은 각 사업자 제출 자료

○ (방송구역별 경쟁상황 현황) 2016년 78개 방송구역 중 KT계열이 전년 대비 2개 증가한 45개 구역에서 점유율 1위인 것으로 나타남

－ 이 중 KT계열의 점유율이 50%가 넘는 구역은 12개로 전년 대비 1개 감소

○ CJ헬로와 딜라이브의 1위 구역 수는 각각 11개로 전년과 동일하며 티브로드는 전년 대비 2개 감소한 5개 구역에서 1위를 차지함

－ HCN의 1위 구역 수는 전년과 동일한 5개

〈표 2-7〉 디지털 유료방송시장의 주요 사업자별 점유율 1위 구역 분포(2016년)

구 분	~40%(32)	40~50%(31)	50~60%(11)	60~70%(2)	70%~(2)
티브로드 (7→5)	서울8, 부산2, 대구1, 대구4**	대구5			
CJ헬로(11)	대구3**, 대구6**, 인천5, 경기5	서울10, 서울12, 부산7, 경남1	부산1, 부산3, 부산8		
딜라이브(11)	서울1**, 서울2**, 서울9**, 서울11, 서울20	서울3, 서울6, 서울7, 서울14, 서울19, 서울21			
HCN(5)	서울16, 경북1	서울17, 부산4, 대구2			
개별SO(1)	인천2				
KT계열 (43→45)	서울4**, 서울5**, 서울13 , 서울18**, 부산5 , 부산6, 인천3, 인천4, 광주1**, 울산1, 경기1, 경기2, 경기3, 경기4, 경기6, 경기7**	서울15, 광주2, 대전1, 대전2, 세종1**, 경기8*, 경기9, 경남2**, 경남3, 경남4, 충북1, 충남1, 전북1, 전북2, 전남2, 경북2, 경북3	강원1, 강원2, 강원3, 충북2, 충남2, 전남1, 경북4, 제주1	인천1, 전북3	충남3, 전남3

주: 1) *’는 비실질 경쟁구역으로 두 SO의 점유율을 합산했으며 **’는 실질 경쟁구역을 의미
 2) **볼드체**는 2015년 대비 점유율 1위 사업자가 변동된 곳
 자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, SO 가입자 수는 『2017년 방송산업 실태조사 보고서』
 원시 데이터, 타 사업자는 각 사업자 제출자료

□ 8VSB 유료방송시장 및 아날로그 유료방송시장 가입자 점유율 현황

- (8VSB 유료방송시장) 2016년 8VSB 유료방송시장 1위 사업자는 8VSB 전환에 가장 적극적인 CMB로 가입자 점유율이 전년 대비 38.7%p 감소하여 41.1%를 기록함
- 2위 사업자는 티브로드로 점유율이 전년 대비 31%p 증가한 33%를 기록함
- CMB와 티브로드를 제외한 나머지 MSO의 점유율은 5% 미만으로 나타남

〈표 2-8〉 8VSB 유료방송시장의 유료방송사별 가입자 점유율 추이

구 분	2015	2016
티브로드	2.0%	33.0%
CJ헬로	0.4%	3.5%
딜라이브	0.0%	1.3%
HCN	0.7%	2.4%

구 분	2015	2016
CMB	79.8%	41.1%
MSO 합계	82.9%	81.3%
개별 SO	17.1%	18.7%
SO 합계	100.0%	100.0%

주: 티브로드는 큐릭스 계열, CJ헬로는 온미디어 계열, 딜라이브는 GS 계열 SO 가입자 수를 포함 수치임

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 『2017년 방송산업 실태조사 보고서』 원시 데이터

- (아날로그 유료방송시장) 2016년 아날로그 유료방송시장 1위 사업자는 가입자 점유율 41.6%를 차지한 CJ헬로임
 - 이는 최근 몇 년간 1위였던 티브로드가 아날로그 가입자들을 8VSB로 전환한 것에 따른 결과로 보여짐
 - 2위 사업자는 15.7%의 점유율을 기록한 HCN이며 이를 이어 티브로드가 14.6%의 점유율을 기록함

〈표 2-9〉 아날로그 유료방송시장의 유료방송사별 가입자 점유율 추이

구 분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
티브로드	23.9%	23.0%	22.8%	22.0%	24.0%	23.6%	32.3%	14.6%
CJ헬로	17.2%	17.5%	20.8%	19.1%	22.6%	22.1%	27.2%	41.6%
딜라이브	14.6%	13.4%	12.4%	10.7%	10.7%	10.6%	7.7%	11.0%
HCN	8.5%	8.3%	8.2%	9.1%	9.2%	9.1%	12.1%	15.7%
CMB	10.1%	10.8%	12.2%	13.2%	16.2%	17.7%	1.9%	0.0%
MSO 합계	74.2%	73.0%	76.4%	74.1%	82.8%	83.1%	81.2%	82.8%
개별SO	25.8%	27.0%	23.7%	25.9%	17.2%	16.9%	18.8%	17.2%
SO 합계	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

주: 티브로드는 큐릭스 계열, CJ헬로는 온미디어 계열, 딜라이브는 GS 계열 SO 가입자 수를 포함 수치임

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 『2017년 방송산업 실태조사 보고서』 원시 데이터

- (방송구역별 8VSB 가입자 점유율 1위 구역 분포) 78개 방송구역 중 8VSB 케이블 TV 가입자가 존재하는 구역 수는 74개로 이 중 티브로드가 가장 많은 22개 구역에

서 가입자 점유율 1위이며, CJ헬로가 16개 구역에서 1위임

- 2개의 SO사업자가 8VSB 케이블TV 가입자 경쟁을 하는 구역은 13개이며, 이 중 티브로드가 6개, CMB가 4개 구역에서 1위를 기록 중
- (방송구역별 아날로그 가입자 점유율 1위 구역 분포) 78개 방송구역 중 아날로그 케이블TV 가입자가 존재하는 구역 수는 70개로 이 중 CJ헬로가 가장 많은 22개 구역에서 가입자 점유율 1위이며, 티브로드가 19개 구역에서 1위임
- 2개의 SO사업자가 아날로그 케이블TV 가입자 경쟁을 하는 구역은 8개이며, 이 중 딜라이브가 5개 구역에서 2위를 차지함

〈표 2-10〉 8VSB/아날로그 유료방송시장의 주요 유료방송사별 점유율 1위 구역 분포(2016년)

8VSB			사업자별 1위 구역 수	아날로그		
50~70% (3)	70~99% (10)	100% (61)		50~70% (2)	70~99% (6)	100% (63)
세종1	서울1, 서울2, 서울4, 서울9, 대구4,	서울8, 서울13, 부산2, 부산5, 부산6, 대구1, 대구5, 인천1, 인천3, 인천4, 경기1, 경기4, 경기6, 경기9, 충남1, 전북1	티브로드 8VSB(22) 아날로그(19)	서울9		서울5, 서울8, 서울13, 부산2, 부산5, 부산6, 대구1, 대구5, 인천1, 인천3, 인천4, 세종1, 경기1, 경기4, 경기6, 경기9, 충남1, 전북1
	경기7	서울10, 서울12, 인천5, 경기5, 강원1, 강원2, 강원3, 충남2, 전북3, 전남1, 전남2, 경북3, 경북4, 경남1, 경남3	CJ헬로 8VSB(16) 아날로그(22)		경남2	서울10, 서울12, 부산1, 부산3, 부산7, 부산8, 대구3, 대구6, 인천5, 경기5, 강원1, 강원2, 강원3, 충남2, 전북3, 전남1, 전남2, 경북3, 경북4, 경남1, 경남3
		서울3, 서울6, 서울7, 서울11, 서울14, 서울19, 서울20, 서울21, 경기3, 경기8	딜라이브 8VSB(10) 아날로그(15)	경기7	서울1, 서울2, 서울4, 서울18	서울3, 서울6, 서울7, 서울11, 서울14, 서울19, 서울20, 서울21, 경기3, 경기8
	서울18	서울16, 서울17, 부산4, 대구2, 충북1, 경북1, 경북2	HCN 8VSB(8) 아날로그(6)			서울17, 부산4, 대구2, 충북1, 경북1, 경북2

8VSB			사업자별 1위 구역 수	아날로그		
50~70% (3)	70~99% (10)	100% (61)		50~70% (2)	70~99% (6)	100% (63)
서울5, 광주1	대구3, 대구6	서울15, 광주2, 대전1, 대전2, 충남3, 전남3	CMB 8VSB(10) 아날로그(0)			
	경남2	울산1, 인천2, 경기2, 충북2, 전북2, 경남4, 제주1	개별SO 8VSB(8) 아날로그(9)		대구4	인천2, 울산1, 광주1, 경기2, 충북2, 전북2, 경남4, 제주1

주: 1) 총 78개 권역 중 7개 권역은 아날로그 가입자 없음

2) 총 78개 권역 중 4개 권역은 8VSB 가입자 없음

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 『2017년 방송산업 실태조사 보고서』 원시 데이터

다. 시장집중도 현황

시장집중도 지표

○ 시장집중도는 가장 보편적으로 사용되는 HHI(Herfindahl-Hirschman Index) 지수를 이용하여 분석

– HHI는 각 사업자의 시장점유율을 제곱하여 합산한 값으로 0에서 10,000의 값을 가지며 HHI가 클수록 시장집중도가 높음

전국 기준 시장집중도 현황

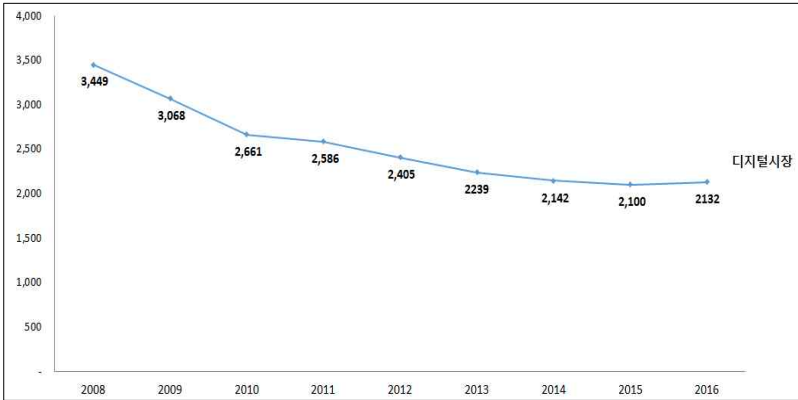
○ (전체 유료방송시장) 2016년 아날로그와 디지털, 8VSB를 포함한 전체 유료방송시장의 전국 기준 HHI는 1,579로 전년 대비 증가하며, 지속적인 증가세가 유지되고 있음

– 연도별 HHI: 2010년 1,176, 2011년 1,286, 2012년 1,313, 2013년 1,431, 2014년 1,487, 2015년 1,537, 2016년 1,579

○ (디지털 유료방송시장) 2016년 디지털 유료방송시장의 전국 기준 HHI는 2,132로 전년 대비 약간 상승한 것으로 나타남

– 2015년까지 전국 기준 디지털 유료방송시장 HHI는 지속적으로 감소해 왔으나, 2016년 처음으로 상승함

[그림 2-3] 전국 기준 디지털 유료방송시장의 HHI 추이(2008~2016년)

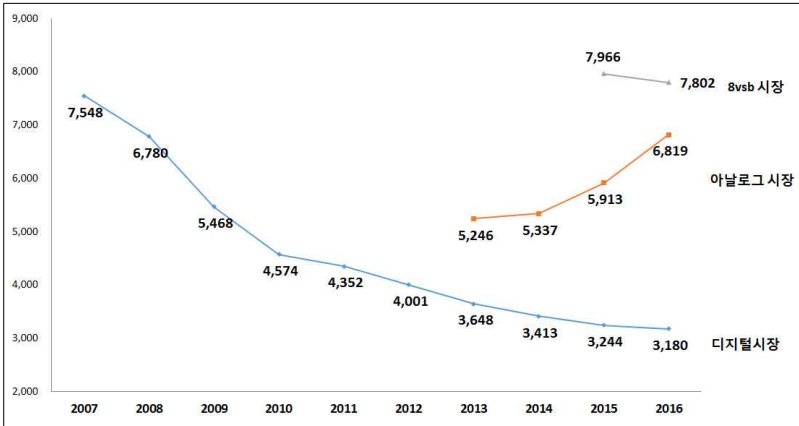


주: 1) MSO, 개별SO, 위성방송사업자, IPTV 각 사별 점유율을 이용하여 HHI 산출
 2) IPTV 사업자의 가입자 및 매출항목은 실시간채널서비스(Live) 가입자에 대한 수치임
 3) 올레TV와 스카이라이프는 한 개의 사업자(KT계열)로 간주
 자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 『2017년 방송산업 실태조사 보고서』
 원시 데이터, OTS는 사업자 제출자료

□ 방송구역 기준 시장집중도 현황

- 방송구역 기준 HHI는 78개 방송구역별 가입자 수 HHI의 평균을 계산한 값
- (디지털 유료방송시장) 2016년 디지털 유료방송시장의 78개 방송구역 HHI 평균은 3,189으로 전년 대비 감소하며 감소세를 이어나가고 있음
- (8VSB 유료방송시장) 8VSB 유료방송시장의 경우 13개 경쟁구역만 고려했을 때 2016년 HHI 평균이 7,802로 전년 대비 감소함
 - 다수의 SO들이 본격적으로 8VSB 전환을 유도함에 따라 시장집중도가 감소한 것으로 나타남
- (아날로그 유료방송시장) 8VSB 전환이 가속화됨에 따라 아날로그 유료방송시장의 HHI가 증가세를 보이고 있음
 - 2016년 아날로그 유료방송시장의 경쟁구역 HHI 평균은 6,819로 전년 대비 크게 상승함

[그림 2-4] 구역별 HHI 분포의 평균 추이(2007~2016년)



주: 1) 구역별 점유율 산정 시 한 구역내 두 개의 SO가 있을 때 이를 동일한 MSO가 소유하는 경우(비실질 경쟁구역) 두 사업자가 하나의 사업자인 것처럼 점유율을 산정

2) 아날로그와 8VSB는 경쟁 권역의 HHI 평균

3) 2015년의 경우 일부 업체만 8VSB를 제공했기 때문에 8VSB 경쟁 권역은 3개였음

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 『2017년 방송산업 실태조사 보고서』 원시 데이터, OTS는 사업자 제출자료

3. 유료방송 요금 관련 현황

가. 유료방송플랫폼 사업자 요금 관련 매출 현황

□ 가입자매출 현황

- 방송수신료매출, 시설설치매출, 단말장치대여매출 등 유료방송플랫폼 사업자가 가입자로부터 벌어들인 매출을 가입자매출로 정의
 - 2016년 전체 가입자매출은 3조 5,293억 원으로 전년 대비 7.4% 증가함
 - 전체 방송사업매출에서 가입자매출이 차지하는 비중은 68.5%로 전년 대비 1.3%p 감소하였음
- SO의 가입자매출은 1조 2,591억 원으로 전년 대비 5.9% 감소하였고 방송사업매출에서 차지하는 비중은 58%를 차지함
- 위성방송(KT스카이라이프)의 가입자매출 역시 전년 대비 감소(-2.9%)하여 3,471억

원을 기록하고 방송사업매출에서 차지하는 비중은 SO보다 약간 높은 61.4%로 나타남

- SO, 위성방송과 달리 IPTV의 가입자매출은 전년 대비 20.9% 증가하여 1조 9,230억 원을 기록하였고 방송사업매출에서 차지하는 비중도 79.2%로 비교적 높게 나타남

〈표 2-11〉 주요 유료방송사별 가입자매출 현황(2016년)

(단위: 억 원)

구 분	가입자매출(A)	점유율	전년 대비 증가율	방송사업매출(B)	A/B
티브로드	3,141	8.9%	-5.7%	5,451	57.6%
CJ헬로	3,854	10.9%	-5.2%	6,375	60.4%
딜라이브	2,228	6.3%	-9.9%	3,979	56.0%
HCN	1,198	3.4%	-3.8%	2,142	55.9%
CMB	656	1.9%	-7.2%	1,278	51.4%
MSO 합계	11,077	31.4%	-6.3%	19,225	57.6%
개별SO	1,514	4.3%	-3.1%	2,467	61.4%
SO 합계	12,591	35.7%	-5.9%	21,692	58.0%
KT스카이라이프	3,471	9.8%	-2.9%	5,656	61.4%
올레TV	8,497	24.1%	18.2%	10,370	81.9%
KT계열	11,967	33.9%	11.2%	16,027	74.7%
SKB	6,074	17.2%	25.3%	7,924	76.7%
LGU+	4,660	13.2%	20.2%	5,982	77.9%
IPTV 합계	19,230	54.5%	20.9%	24,277	79.2%
합계	35,293	100.0%	7.4%	51,625	68.4%

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 『2016년도 방송사업자 재산상황 공표집』

□ 방송수신료매출 현황

- 방송수신료매출은 기본채널수신료매출, 유료채널수신료매출, 유료VOD수신료매출, 기타수신료매출을 포함한 유료방송플랫폼 사업자의 요금 매출임
 - 2016년 유료방송플랫폼 사업자 전체의 방송수신료매출은 2조 8,969억 원으로 전년 대비 3.9% 증가하였고 전체 가입자매출에서 차지하는 비중은 82.1%를 기록함
 - SO의 방송수신료매출은 8,424억 원으로 전년 대비 10.4% 감소하였고, 위성방송

- 역시 전년 대비 3.6% 감소하여 3,336억 원을 기록함
- IPTV의 방송수신료매출은 전년 대비 14.6% 증가한 1조 7,209억 원을 기록하여 국내 전체 방송수신료매출 중 59.4%의 점유율을 기록함

〈표 2-12〉 주요 유료방송사별 방송수신료매출 현황(2016년)

(단위: 억 원)

구 분	방송수신료 매출(A)	점유율	전년 대비 증가율	가입자매출(B)	A/B
티브로드	2,091	7.2%	-10.3%	3,141	66.6%
CJ헬로	2,361	8.1%	-11.1%	3,854	61.3%
딜라이브	1,460	5.0%	-13.7%	2,228	65.6%
HCN	768	2.7%	-9.4%	1,198	64.1%
CMB	617	2.1%	-7.5%	656	94.0%
MSO 합계	7,297	25.2%	-11.0%	11,077	65.9%
개별SO	1,127	3.9%	-6.9%	1,514	74.4%
SO 합계	8,424	29.1%	-10.4%	12,591	66.9%
KT스카이라이프	3,336	11.5%	-3.6%	3,471	96.1%
올레TV	7,710	26.6%	11.8%	8,497	90.7%
KT계열	11,047	38.1%	6.6%	11,967	92.3%
SKB	5,537	19.1%	19.0%	6,074	91.2%
LGU+	3,962	13.7%	14.4%	4,660	85.0%
IPTV 합계	17,209	59.4%	14.6%	19,230	89.5%
합계	28,969	100.0%	3.9%	35,293	82.1%

주: 방송수신료매출은 요금매출, VOD 및 PPV로부터 발생한 매출 포함

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 『2016년도 방송사업자 재산상황 공표집』

□ VOD 매출 현황

- 2016년 유료방송플랫폼사업자 전체 VOD 매출은 7,055억 원으로 전년 대비 11.2% 증가하였고 전체 방송수신료매출에서 차지하는 비중은 24.4%로 전년 대비 1.6%p 증가함
- SO의 VOD 매출은 1,580억 원으로 전년 대비 120억 원 감소했으나 방송수신료매출이 함께 감소함에 따라 VOD 매출이 방송수신료매출에서 차지하는 비중은 0.7%p 증가한 18.8%를 기록함

- IPTV의 VOD 매출은 5,475억 원으로 전년 대비 17% 증가하였고 방송수신료매출에서 차지하는 비중은 31.8%로 전년 대비 0.6%p 증가함

〈표 2-13〉 주요 유료방송사별 VOD 매출 현황

(단위: 억 원)

구 분	2015년			2016년		
	방송수신료 매출(A)	VOD매출(B)	B/A	방송수신료 매출(A)	VOD매출(B)	B/A
티브로드	2,331	408	17.5%	2,091	429	20.5%
CJ헬로	2,657	636	23.9%	2,361	536	22.7%
딜라이브	1,692	378	22.4%	1,460	322	22.1%
HCN	848	134	15.8%	768	141	18.3%
CMB	667	7	1.0%	617	8	1.2%
MSO 합계	8,195	1563	19.1%	7,297	1,436	19.7%
개별SO	1,210	137	11.3%	1,127	144	12.8%
SO 합계	9,405	1700	18.1%	8,424	1,580	18.8%
올레TV	6,899	2,365	34.3%	7,710	2,719	35.3%
SKB	4,655	1309	28.1%	5,537	1,584	28.6%
LGU+	3,464	1006	29.0%	3,962	1,172	29.6%
IPTV 합계	15,018	4680	31.2%	17,209	5,475	31.8%
합계	27,885	6,380	22.9%	28,969	7,055	24.4%

주: 방송수신료 매출 전체 합계에 KT스카이라이프 수신료 포함

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 『2016년도 방송사업자 재산상황 공표집』. 단, LGU+의 2015년 VOD매출 데이터는 업체 측 요구에 의해 사업자 제출 자료로 대체함

나. 유료방송플랫폼 사업자 월간 ARPU 현황

□ 방송사업매출액 기준

- 방송사업매출액 기준 월간 ARPU는 방송사업매출액을 가입자 수로 나누고 월간 기준으로 계산함
 - 2016년 국내 유료방송플랫폼 사업자의 방송사업매출액 기준 월간 ARPU는 14,799원으로 전년 대비 645원 증가하여 상승세를 이어나가고 있음
 - SO는 13,090원으로 전년 대비 194원 감소한 반면 SO를 제외한 비SO 합계(IPTV와 위성방송)는 1,285원이나 증가하여 16,345원을 기록함

- 사업자별로는 SKB가 17,778원으로 가장 높았고, SO중에는 딜라이브가 16,697원으로 가장 높았음

〈표 2-14〉 주요 유료방송사별 월간 ARPU 현황

(단위: 원)

구분	방송사업매출액 기준			가입자매출액 기준			방송수신료매출액 기준		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
티브로드	14,957	14,751	14,042	8,884	8,487	8,091	6,773	5,939	5,387
CJ헬로	14,271	14,038	13,718	8,748	8,497	8,292	6,107	5,550	5,080
딜라이브	15,137	15,724	16,697	9,510	9,488	9,349	6,722	6,492	6,129
HCN	13,447	13,248	13,291	7,977	7,666	7,436	5,821	5,219	4,765
CMB	7,811	7,456	7,003	4,321	3,922	3,597	4,127	3,702	3,380
MSO 합계	13,760	13,635	13,398	8,320	8,019	7,720	6,134	5,558	5,085
개별SO	10,563	10,997	11,103	6,814	6,907	6,815	5,483	5,350	5,071
SO 합계	13,323	13,284	13,090	8,115	7,871	7,598	6,046	5,530	5,083
KT계열*	13,795	14,273	15,332	10,848	11,131	11,449	10,604	10,716	10,568
SKB	15,363	15,865	17,778	12,516	12,834	13,627	12,138	12,327	12,423
LGU+	16,707	16,646	17,578	14,005	13,461	13,693	12,630	12,030	11,641
비SO 합계	14,591	15,060	16,345	11,707	11,936	12,396	11,250	11,321	11,219
총합계	13,886	14,154	14,799	9,710	9,862	10,117	8,356	8,366	8,304

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 『방송사업자 재산상황 공표집』 각 연도, 『방송산업 실태조사 보고서』 원시 데이터 각 연도

□ 가입자매출액 기준

- 가입자매출액 기준 월간 ARPU는 가입자매출액을 가입자 수로 나누고 월간 기준으로 계산함
 - 2016년 국내 유료방송플랫폼 사업자의 가입자매출액 기준 월간 ARPU는 10,117원으로 전년 대비 255원 증가함
 - SO는 7,598원으로 전년 대비 273원 감소한 반면 SO를 제외한 비SO 합계(IPTV와 위성방송)는 460원 증가하여 12,396원을 기록함
 - 사업자별로는 LGU+가 13,461원으로 가장 높았고, SO 중에는 딜라이브가 9,349원으로 가장 높았음

□ 방송수신료매출액 기준

- 방송수신료매출액 기준 월간 ARPU는 방송수신료매출액을 가입자 수로 나누고 월간 기준으로 계산함
 - 2016년 국내 유료방송플랫폼 사업자의 방송수신료매출액 기준 월간 ARPU는 8,304원으로 전년 대비 62원 감소하여 2015년 불과 10원 증가한 것에 이어 감소세를 보임
 - SO는 5,038원으로 전년 대비 447원 감소하였고 SO를 제외한 비SO 합계(IPTV와 위성방송)는 102원 감소하여 11,219원을 기록함
 - 사업자별로는 SKB가 12,423원으로 96원 증가하였고, SKB를 제외한 대부분의 사업자들의 방송수신료매출액 기준 월간 ARPU는 감소한 것으로 나타남

다. 유료방송 요금 현황

□ SO

- 종합유선방송사업자인 CJ헬로 양천방송은 가장 저렴한 이코노미HD(103개 채널)부터 215개의 채널을 제공하는 프리미엄HD까지 총 4개의 디지털상품을 제공하고 있음
 - 이코노미HD의 무약정 요금은 20,900원이며 3년 약정시 9%의 할인을 적용하여 18,920원에 제공중임
 - 요금이 가장 높은 프리미엄HD의 경우 무약정 요금이 31,900원이며 3년 약정시 11%의 할인을 적용하여 28,270원에 제공함

〈표 2-15〉 CJ헬로 양천방송 헬로TV 상품 현황(2017년 12월)

상품명	채널 수	약정기간	이용요금 (단품, 원)	할인율(%)	비고
이코노미HD	103개 (HD 90개)	3년	18,920	9%	부가세 포함 (단말기 임대료 포함, 설치비는 무료)
		2년	19,580	6%	
		1년	20,240	3%	
		무약정	20,900	0%	
베이직HD	179개 (HD 160개)	3년	21,725	10%	
		2년	22,550	7%	
		1년	23,375	3%	
		무약정	24,200	0%	

상품명	채널 수	약정기간	이용요금 (단품, 원)	할인율(%)	비고
스탠다드HD	190개 (HD 167개)	3년	24,530	11%	부가세 포함 (단말기 임대료 포함, 설치비는 무료)
		2년	25,520	7%	
		1년	26,510	4%	
		무약정	27,500	0%	
프리미엄HD	215개 (HD 180개)	3년	28,270	11%	
		2년	29,480	8%	
		1년	30,690	4%	
		무약정	31,900	0%	

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, CJ헬로 온라인 가입센터 홈페이지에서 재구성
(www.cjhellov.com, 2017년 12월 현재)

□ IPTV

- IPTV 사업자인 KT는 207개의 채널을 제공하는 올레TV live 10부터 247개 채널과 프라임 무비팩, 캐치온 등 VOD와 유료채널을 함께 제공하는 올레TV 라이브 34까지 총 5개의 HD상품을 제공 중
 - 올레TV live 상품의 약정할인율은 상품 종류와 상관없이 1년 약정시 5%, 2년 약정시 10%, 3년 약정시 20%로 동일함
 - 요금이 가장 비싼 상품인 올레TV live 34의 3년 약정 요금은 44,000원으로 가장 저렴한 올레TV live 10의 3년 약정 요금(13,200원)의 3배가 넘는 것으로 나타나 요금 레인지가 넓은 것으로 보임

<표 2-16> KT OllehTV 상품 현황(2017년 12월)

상품명	채널 수	약정기간	이용료	이용료 할인율	장치 임대료	장치 할인율	총비용 합계	합계 할인율	비고
Olleh TV live 10	217개	3년	13,200	20%	2,200	71%	15,400	36%	부가세 포함
		2년	14,850	10%	3,300	57%	18,150	25%	
		1년	15,675	5%	5,500	29%	21,175	13%	
		무약정	16,500	0%	7,700	0%	24,200	0%	

상품명	채널 수	약정 기간	이용료	이용료 할인율	장치 임대료	장치 할인율	총비용 합계	합계 할인율	비고
Olleh TV live 12	227개	3년	15,840	20%	2,200	71%	18,040	34%	부가세 포함
		2년	17,820	10%	3,300	57%	21,120	23%	
		1년	18,810	5%	5,500	29%	24,310	12%	
		무약정	19,800	0%	7,700	0%	27,500	0%	
Olleh TV live 15	247개	3년	20,240	20%	2,200	71%	22,440	32%	
		2년	22,700	10%	3,300	57%	26,000	21%	
		1년	24,035	5%	5,500	29%	29,535	11%	
		무약정	25,300	0%	7,700	0%	33,000	0%	
Olleh TV live 25	247개 + 프라임 무비팩	3년	31,680	20%	2,200	71%	33,880	28%	
		2년	35,640	10%	3,300	57%	38,940	18%	
		1년	37,620	5%	5,500	29%	43,120	9%	
		무약정	39,600	0%	7,700	0%	47,300	0%	
Olleh TV live 34	247개 + 프라임 무비팩+ 캐치온& 캐치온플러스 + viki	3년	44,000	20%	2,200	71%	46,200	26%	
		2년	49,500	10%	3,300	57%	52,800	16%	
		1년	52,250	5%	5,500	29%	57,750	8%	
		무약정	55,000	0%	7,700	0%	62,700	0%	

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, KT 홈페이지에서 재구성(www.olleh.com 2017년 12월 현재)

□ 위성방송

- 위성방송 사업자인 KT스카이라이프는 SO나 IPTV에 비해 상품수가 비교적 적은 편으로 3개의 HD상품을 제공 중이며 약정할인율은 비교적 높은 편임
 - 207개 채널을 제공하는 Blue HD의 3년 약정 할인율은 58%, 5년 약정 할인율은 61%로 높은 편이며, 장치 임대료까지 포함할 경우 5년 약정 총 할인율은 65%에 달함
 - 가장 저렴한 상품인 On+HD(채널 수 177개)의 경우 3년 약정 할인율이 38%, 5년 약정 할인율이 46%로 상위 티어보다는 할인율이 낮음

〈표 2-17〉 KT스카이라이프 상품 현황(2017년 12월)

상품명	채널 수	약정 기간	이용료	이용료 할인율	장치 임대료	총비용 합계	합계 할인율	비고
Blue HD	207 채널 (HD 146, SD 30)	5년	14,300	61%	1,100	15,400	65%	부가세 포함
		3년	15,400	58%	1,100	16,500	63%	
		무약정	36,300	0%	7,700	44,000	0%	
Green HD	184 채널 (HD 142, SD 29)	5년	12,100	45%	1,100	13,200	56%	
		3년	13,200	40%	1,100	14,300	52%	
		무약정	22,000	0%	7,700	29,700	0%	
On+ HD	177 채널 (HD 137, SD 27)	5년	7,700	46%	1,100	8,800	60%	
		3년	8,800	38%	1,100	9,900	55%	
		무약정	14,300	0%	7,700	22,000	0%	

자료: 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』, KT스카이라이프 온라인 가입센터(<http://www.sky.life.co.kr/service/goods/satelifelife.do>, 2017년 12월 현재)

4. 방송통신 결합상품 관련 현황

- 방송통신 결합상품 이용자의 절대규모와 비중은 지속적으로 증가 추세를 보이고 있음
 - 2016년 기준 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 전체 가입자 수는 1,256만 명으로 전년 대비 6.7%(80만 명) 증가하였으며 전체 유료방송 가입자의 약 42.2%가 방송통신 결합상품 이용자로 나타남
 - 전체 결합상품(통신상품간 결합 포함) 내 방송통신 결합상품 가입자 비중도 꾸준한 증가 추세를 보이고 있으며 2016년에는 전년 대비 2.2%p 증가한 75.5%의 비중을 기록함

〈표 2-18〉 방송+통신 결합상품 가입자 및 사업자별 점유율 현황

구분		2011	2012	2013	2014	2015	2016
IPTV3사 전체	가입자 수	4,120,411	5,515,620	6,788,632	8,112,406	9,283,259	10,111,797
	상품군내 점유율	65.8%	69.4%	72.3%	74.8%	78.3%	79.9%
	유료방송 내 점유율	19.1%	23.7%	26.7%	29.6%	32.9%	33.8%
KT	가입자 수	2,335,571	2,974,311	3,476,364	3,873,965	4,204,899	4,476,370
	상품군내 점유율	37.3%	37.4%	37.0%	35.7%	35.5%	35.4%
	유료방송 내 점유율	10.8%	12.8%	13.7%	14.2%	14.9%	14.9%
SK군	가입자 수	922,817	1,320,001	1,787,411	2,319,619	2,780,250	3,084,678
	상품군내 점유율	14.7%	16.6%	19.0%	21.4%	23.5%	24.4%
	유료방송 내 점유율	4.3%	5.7%	7.0%	8.5%	9.9%	10.3%
LGU+	가입자 수	862,023	1,221,308	1,524,857	1,918,822	2,298,110	2,550,749
	상품군내 점유율	13.8%	15.4%	16.2%	17.7%	19.4%	20.2%
	유료방송 내 점유율	4.0%	5.2%	6.0%	7.0%	8.2%	8.5%
SO 전체	가입자 수	2,138,189	2,427,226	2,599,183	2,738,772	2,568,959	2,538,156
	상품군내 점유율	34.2%	30.6%	27.7%	25.2%	21.7%	20.1%
	유료방송 내 점유율	9.9%	10.4%	10.2%	10.0%	9.1%	8.5%
전체 방송통신 결합 가입자 수		6,258,600	7,942,846	9,387,815	10,851,178	11,852,218	12,649,953
전체 결합상품 가입자 수		12,617,917	13,871,778	14,525,269	15,409,306	16,162,303	16,753,269
전체 결합상품 내 방통결합 비중		49.6%	57.3%	64.6%	70.4%	73.3%	75.5%
전체 유료방송 가입자 수		21,580,000	23,320,993	25,399,625	27,368,396	28,182,171	29,959,397
전체 유료방송 가입자 대비 비중		29.0%	34.1%	37.0%	39.6%	42.1%	42.2%

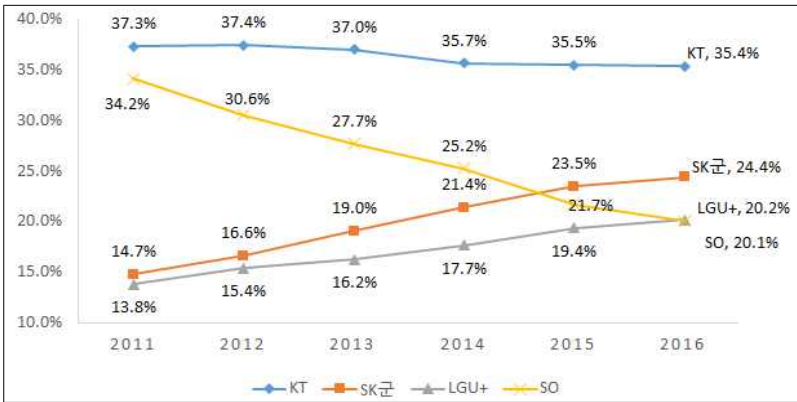
주: 1) 결합상품 가입자 수는 결합상품 계약건수 기준

2) 유료방송 가입자 수는 회선 수 기준

자료: 통신시장 경쟁상황평가 원자료(사업자제출) 및 방송시장 경쟁상황평가 원자료(전체 유료방송 가입자 수)

- 사업자별 방송통신 결합상품 가입자 점유율을 살펴보면 KT가 2016년 35.4%로 가장 높으나 최근 5년간 약간의 감소세를 보이고 있음
 - SK군의 점유율은 24.4%로 증가세를 유지하고 있으며 LGU+ 역시 점유율이 증가하고 있는 있음
 - SO전체의 점유율은 20.1%로 지속적으로 감소 추세를 보이고 있음

[그림 2-5] 방송통신 결합상품 점유율 추이



제 2 절 국내외 유료방송 요금규제 현황

1. 국내 유료방송 요금규제 현황

- (현행 유료방송 이용요금 규제) 유료방송사업자가 제공하는 방송서비스의 요금 수준에 대한 정부 규제가 이루어지고 있음
 - (SO 및 위성사업자) 과학기술정보통신부 장관에게 이용 약관을 신고하고 이용요금 및 이용요금 변경에 대한 승인 필요 (방송법 제77조), 승인가격 이하에서는 자유롭게 요금 설정 가능
 - (IPTV사업자) 과학기술정보통신부 장관에게 이용약관을 신고하고 이용요금 및 이용요금 변경에 대한 승인 필요 (IPTV법 제 15조 제1항), 요금산정의 근거자료를 미래창조과학부 장관에게 제출하여야 하며 (IPTV법 제 15조 제2항), 승인가격 정액으로 요금 설정
- (요금 신고제 전환 논의) 방송시장 경쟁환경 변화에 대응하기 위해서 정부는 유료방송 사업자의 이용요금을 현행 승인제에서 신고제로 전환하려는 방안을 검토 중임
 - 정부는 이를 통해서 신규 상품 및 요금제 출시에 소요되는 기간을 단축시키는 등 플랫폼 사업자의 부담이 완화되어 고품질 혁신 서비스 제공 활성화 및 시청자 선택권을 제고 효과를 기대하고 있음

- 다만, 시청자 보호 및 이용자 차별 방지를 위해서 최소 채널 상품의 요금과 결합상품의 요금은 승인제를 유지하도록 함

〈표 2-19〉 유료방송 요금 신고제 전환 관련 방송법 개정안('17년 12월 국회 제출 정부안)

현 행	개 정 안
<p>제77조(유료방송의 약관 승인) ① 유료방송을 행하고자 하는 방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자는 이용요금 및 기타 조건에 관한 약관을 정하여 미래창조과학부장관에게 신고하여야 하며, 이용요금에 대하여는 미래창조과학부장관의 승인을 얻어야 한다. 신고한 약관이나 승인을 얻은 이용요금을 변경하고자 하는 경우에도 또한 같다. 다만, 시청자가 방송프로그램별 또는 채널별로 선택하여 이용할 수 있도록 서비스를 제공하는 경우로서 미래창조과학부장관이 고시하는 서비스에 대하여는 그 이용요금을 미래창조과학부장관에게 신고(변경신고를 포함한)하여야 한다.</p>	<p>제77조(유료방송의 약관 승인) ① 유료방송을 하고자 하는 방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자는 이용요금 및 이용조건에 관한 약관(이하 "이용약관"이라 한다)을 정하여 과학기술정보통신부장관에게 신고하여야 하며, 신고한 이용약관을 변경하려는 경우에도 또한 같다. 다만, 이용요금이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 이용요금에 대하여 과학기술정보통신부장관의 승인을 받아야 하며, 승인을 받은 이용요금을 변경하려는 경우에도 또한 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 이용약관에서 정하고 있는 최소채널상품(다수의 채널을 하나의 유료방송 상품으로 구성한 채널묶음형 상품 중 가장 낮은 요금의 상품을 말한다. 이하 이 조에서 같다)의 요금 2. 유료방송과 「전기통신사업법」 제2조제11호에 따른 기간통신역무를 제공하는 서비스를 묶어서 판매하는 상품의 요금-
<p>〈신 설〉</p>	<p>⑤ 제1항 및 제2항에 따른 신고·변경신고·승인·변경승인의 절차 및 방법 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</p>

2. 미국 케이블TV 요금규제 현황⁵⁾

가. 요금규제 대상 서비스

- 미국의 케이블TV 요금규제 대상 서비스는 유효경쟁이 존재하지 않는 cable system⁶⁾의

5) 강준석 외(2017)를 참고하여 작성

6) 지역 내에서 다수의 가입자에게 비디오 프로그래밍(video programming, 방송)을 포함하는 케이블 서비스를 제공하기 위한 설비로 전송 경로 및 관련 신호를 생성, 수신 제어할 수 있는 장비 등으로 구성

기본서비스 티어(Basic service tier)이며 그 외에 페이퍼프로그램(pay-per-programming), 프리미엄 영화 채널, 페이퍼뷰(pay-per-view) 스포츠 경기 등의 케이블 프로그래밍 서비스(cable programming service)의 요금은 규제 대상이 아니며 케이블TV 사업자가 자율적으로 설정할 수 있음⁷⁾

- 기본서비스 티어는 최소한 모든 지역 텔레비전 방송국의 신호와(단, 해당 방송국의 서비스 지역을 벗어나 위성 사업자가 2차적으로 전송한 신호는 제외) LFA (Local Franchising Authority)⁸⁾와의 협정에 따라 기본 티어에서 제공해야 하는 공공, 교육, 정부 채널을 포함해야 하며, 그 외에 케이블 사업자가 기타 비디오 채널들을 추가할 수 있음
- 케이블TV 사업자는 기본서비스 티어를 우선적으로 제공해야 하며 가입자는 기본 서비스 티어에 먼저 가입할 경우에만 다른 비디오 프로그래밍(video programming) 티어에 가입할 수 있음
- Cable system에 유효경쟁이 존재할 경우 해당 cable system은 요금규제 대상에서 제외 될 수 있음
 - 유효경쟁 유무에 대한 판단 기준은 아래 <표 2-20>과 같으며 아래 기준 중 한 가지만 충족하면 유효경쟁이 존재하는 cable system으로 인정됨
 - 유효경쟁이 존재하지 않을 경우 해당 cable system의 기본서비스 티어 요금은 LFA의 규제를 받게 됨

<표 2-20> 케이블 시스템의 유효경쟁 식별 기준

-
- (1) 해당 면허지역(franchise area) 전체 가구 중 30% 미만이 케이블TV 서비스에 가입한 경우
 - (2) (i) 면허지역 내에 서로 지분 관계가 없는 최소 2개 이상의 다채널배급사업자(Multichannel Video programming distributors: MVPD)가 전체 가구의 최소 50% 이상에 서비스를 제공하고 있고, (ii) 1위 사업자를 제외한 나머지 다채널배급사업자가 전체 가구의 15% 이상에 서비스를 제공하고 있는 경우
-

7) 기본서비스 외에 케이블 프로그래밍 서비스(cable programming service)에 대한 FCC의 요금규제 권한은 1999년 3월 31일부로 폐지

8) 면허, 허가를 부여하기 위해 연방, 주 또는 지역 법률에 의해 권한을 부여받은 정부 기관

-
- (3) 먼허지역의 Franchising Authority가 자체적으로 운영하는 다채널배급사업자가 전체 가구의 최소 50% 이상에게 서비스를 제공하고 있는 경우
 - (4) 먼허지역의 지역 전화회사나 계열사가(해당 전화회사나 계열사의 설비를 이용하고 있는 기타 MVPD 사업자도 포함) 가입자에게 제공 방식에 상관없이(direct-to-home 위성서비스는 제외) 지분 관계가 없는 케이블TV 사업자가 제공중인 서비스와 비슷한 수준의 방송서비스를 제공할 경우
-

자료: 강준석 외(2017), U. S. Government Publishing Office

나. 요금 적정성 판단 기준

- 47 U.S.C. 543.의(b)조는 기본서비스 티어 요금규제 수립에 대해 명시하고 있으며 이에 따르면 FCC는 규제를 통해 기본서비스 티어 요금의 적정성을 보장해야 함⁹⁾
 - 이러한 규제는 유효경쟁이 존재하지 않는 cable system의 가입자들이 해당 cable system에 유효경쟁이 존재한다고 가정했을 경우의 기본서비스 티어 요금을 초과하는 요금을 지불하지 않도록 가입자들을 보호하는 목적을 가지고 있음
 - FCC는 이 목표를 달성하기 위한 규제를 제정하고 정기적으로 개정해야 하며 이런 규제를 제정함에 있어서 FCC는 가입자, 케이블 사업자, 프랜차이즈 당국(franchising authorities), FCC가 지는 행정적인 부담을 줄이도록 노력해야 함
 - 해당 규제를 제정함에 있어서 기본서비스 요금의 적정성 판단 기준으로 유효경쟁이 존재하는 케이블 시스템의 요금, 기본서비스 티어를 제공하기 위한 신호를 획득, 전송, 혹은 제공하기 위해 소요되는 직접비용과, 그 비용의 변동 사항, 케이블 TV 사업자가 기본서비스 티어에 포함된 프로그램 광고로 받은 매출 혹은 기본서비스 티어와 관련된 다른 광고매출 등 여러 가지 사항을 고려해야 함
 - 또한 주 또는 지방 당국이 부과하는 프랜차이즈 수수료, 세금, 또는 모든 종류의 부과금, 그리고 공공, 교육, 또는 정부 채널에 대한 지원과 해당 채널과 관련된 모든 서비스에 대한 지원을 위해 필요한 금액도 요금 적정성 판단을 위한 고려 요소임

9) 강준석 외(2017)

〈표 2-21〉 FCC의 기본서비스 요금 규제 제정시 고려 요소

-
- (i) 유효경쟁이 존재하는 케이블 시스템의 요금
 - (ii) 기본서비스 티어를 제공하기 위한 신호를 획득, 전송, 혹은 제공하기 위해 소요되는 직접 비용과, 그 비용의 변동 사항
 - (iii) 신호를 획득, 전송, 혹은 제공하기 위해 소요되는 공통비용 중 FCC가 정한 규정에 따라 합리적이고 적절하게 기본서비스 티어에 배분된 부분
 - (iv) 케이블 사업자가 기본서비스 티어에 포함된 프로그램 광고로 받은 매출 혹은 기본서비스 티어와 관련된 다른 광고로 받은 매출
 - (v) 케이블 사업자와 케이블 가입자 간의 거래에 대한 주 또는 지방 당국이 부과하는 프랜차이즈 수수료, 세금, 또는 모든 종류의 부과금, 또는 케이블 사업자나 케이블 가입자에게 정부기관에 의해서 일반적으로 부과되는 모든 기타 요금, 세금 중 합리적이고 적절하게 배분 된 부분
 - (vi) (4)항에 따라 공공, 교육, 또는 정부 채널에 대한 지원과 해당 채널과 관련된 모든 서비스에 대한 지원을 위해 필요한 금액
 - (vii) FCC가 정의하고,(1)항에 명시되어 있는 FCC의 가입자에 대한 의무에 부합하는 합리적인 이익
-

자료: 강준석 외(2017), OLR. United States Code

- 일반적으로 LFA는 케이블TV 사업자가 가입자에게 부과하는 기본서비스의 요금을 인상할 경우, 그 인상분이 프로그래밍 비용이나 기타 비용의 인상분을 정확하게 반영했는지 검토하여 요금 인상의 적정성 여부를 판단¹⁰⁾

3. 캐나다 유료방송 요금 규제 현황¹¹⁾

가. 유료방송 요금 규제 배경

- 캐나다의 유료방송 플랫폼 사업자는 방송배급사업자 (Broadcasting Distribution Undertakings)로 정의됨
 - 캐나다 방송통신 규제 기관인 CRTC(Canadian Radio-television Telecommunications Commission)는 방송법(Broadcasting Act) 10항(1)에 의거하여 방송배급규제(Broadcasting Distribution Regulations)를 만들었으며 유료방송 플랫폼 사업자는 방송배급규제

10) FCC Consumer Guide, Regulation of Cable TV Rates.

11) 강준석 외(2015)의 제3장 제2절의 내용

와 CRTC에 의해 규제되고 있음

- 과거 방송배급규제 제5조는 캐나다의 유료방송 기본서비스(Basic service)¹²⁾의 제공과 요금에 대해 규제하고 있었으나 2011년 9월 개정된 방송배급규제부터 제5조가 삭제되면서 유료방송 기본서비스 요금 인상에 대한 규제 역시 사라지게 되었음
- 방송배급규제 제5조를 삭제하기로 한 개정안은 2008년 공시되었으나 실제 규제에 반영된 것은 2011년 9월 디지털 전환 시기에 맞추어 이뤄졌음
- 2008년 CRTC는 1997년 위성방송 도입에 따른 기본서비스 요금 규제 완화에 따라 유료방송시장에 경쟁 환경이 조성된 것을 근거로, 기본서비스 요금 인상에 대한 규제를 담고 있는 방송배급규제 제5조 역시 삭제할 것을 제안함
 - CRTC는 유료방송 플랫폼 사업자들이 이 제안에 우호적이었으며, 그 어떠한 반대 의견도 접수되지 않았음을 강조하며 새로 개정될 방송배급규제에는 기본서비스 요금 규제를 포함하지 않기로 결정
 - 이에 따라 2011년 9월부터 개정된 방송배급규제에는 유료방송 월 기본요금(basic monthly fee)이라는 개념 자체가 사라지게 되었음

나. 과거 요금 규제 내용(방송배급규제 제5조)

- 방송배급규제는 월 기본요금(basic monthly fee)을 유료방송 플랫폼 사업자가 가입자의 거주지에 연결 되어 있는 텔레비전, FM 수신기, 채널 변환기(channel converter)나 이 외의 단말기를 통해서 기본서비스를 시청하는 가입자에게 청구할 수 있는 CRTC가 승인한 총 월 요금으로 정의하고 있으며 여기에 연방정부 또는 주정부의 세금은 포함되지 않음
- 월 기본요금은 base portion과 pass-through portion으로 구성되어 있으며, 여기서 base portion은 월 기본요금에서 pass-through portion을 제외한 부분을 의미함
 - pass-through portion은 유료방송 사업자가 가입자로부터 받은 월 기본요금 중 프로그램 제공(programming services) 사업자에게 지불해야하는 부분인데, 이는 CRTC

12) 캐나다 방송시장에서의 기본서비스란 지방자치단체가 소유·운영하는 지역방송국에서 제공하는 프로그램 서비스와 교육당국이 선정한 사업자가 제공하는 교육방송 서비스 등을 단일 요금으로 제공하는 방송패키지를 말함(염수현 외, 2009)

- 가 승인한 액수로 프로그램을 시청하는 가입자수에 비례함
- base portion을 인상하기 위해서는 먼저 허가 방송권역내의 각 가입자에게 인상에 대한 정보를 고시해야하고, CRTC에 가입자에게 보낸 고시문과 함께 제안된 인상의 정당성을 증명하는 문서를 보내야하는데 이는 1986년 케이블텔레비전 규제 (Cable Television Regulations, 1986) 18조(8)의 새로운 요금 인상 평가 가이드라인 (New Assessment Guidelines for Fee Increases)에 부합되어야 함
 - 실제 요금의 인상은 CRTC가 관련 자료를 받은 후 90일이 지나야 시행할 수 있는데, CRTC는 90일 동안 사업자에게 추가 정보를 요구하거나, 인상에 대한 공청회를 개최할 수 있으며, 최종적으로 가격인상의 전부 혹은 부분의 시행을 보류하거나 불허할 수 있음
 - 유료방송 사업자는 CRTC가 1986년 9월 1일 이후에 승인한 인상 총액을 넘지 않는 선에서 pass-through portion을 인상을 할 수 있음
 - 그러나 pass-through portion을 인상한 후 해당 프로그램을 기본서비스의 일부로 제공하는 것을 중단할 경우 인상분만큼 pass-through portion을 줄여야 함
 - 또한 pass-through portion을 인상한 후 프로그램 제공 사업자가 인상된 pass-through portion보다 낮은 금액을 청구할 경우 플랫폼 사업자는 그 차액만큼 pass-through portion을 줄여야 함
 - Specialty Service의 base portion을 인상하거나 pass-through portion을 인상할 경우에도 인상 정보가 담긴 고시를 가입자에게 보내야 함
 - 또한 동 고시와 함께 base portion을 인상하고자 하는 Specialty Service의 리스트와 각 Specialty Service의 인상액, 그리고 해당 Specialty Service를 기본서비스의 일부로 제공하는 것의 정당성이 담긴 정보 등을 CRTC에 보내야 함
 - 실제 인상은 CRTC가 사업자로부터 관련 정보를 받은 후 60일이 지나야 시행할 수 있으며, 그 동안 CRTC는 사업자에게 추가 정보를 요구하거나, 인상에 대한 공청회를 개최할 수 있음
 - CRTC는 최종적으로 요금 인상이 방송법 제3조(1)에 명시되어 있는 캐나다의 방송 정책 (broadcasting policy for Canada)에 비추어 정당하지 않다고 판단될 경우 요금 인상의 전부 혹은 부분의 시행을 보류하거나 불허할 수 있음

4. 일본 유료방송 요금 규제 현황¹³⁾

- 일본의 케이블TV 방송법 제14조(서비스 제공 조건의 인가) 제1항에 따르면 제 13조 1항에 따라 케이블TV 방송 사업자가 난시청지역에, 'TV 방송' 또는 'TV 다중 방송'을 재송신 할 경우, 먼저 해당 재송신 서비스의 요금 및 기타 제공 조건에 관한 계약약관에 대해 총무대신의 인가를 받게 되어 있으며, 이를 변경할 경우에도 인가를 받아야 함¹⁴⁾
 - 총무대신은 해당 요금의 역무의 효율적인 운영을 위한 원가에 비추어 타당하다고 인정될 경우 이를 인가해야 함
- 케이블TV 방송 사업자가 제13조 1항에 따라 난시청 지역에 지상파 방송을 재송신 하는 경우에는 총무대신 승인제를 시행하고 있지만, 그 외의 유료방송에 요금에 대해서는 신고제를 시행
 - 케이블TV법 제15조(서비스의 요금에 관한 계약 약관의 신고)에 의하면, '케이블TV 방송 사업자는 제13조 제1항의 규정에 의한 TV방송 또는 TV 다중방송이 아닌 유선 TV방송에 대한 요금을 징수할 경우, 먼저 해당 서비스의 요금에 대한 계약약관을 총무대신에게 신고하여야 하며 해당 계약약관을 변경할 때에도 마찬가지로 명시하고 있음¹⁵⁾
 - 한편 제24조(개선명령 등) 제3항에 의하면, '총무대신은 제15조의 규정에 의한 신고에 관한 서비스 요금에 관한 사항이 수신자의 이익을 저해한다고 인정하는 경우에는 케이블TV 방송사업자에게 해당 서비스의 요금에 관한 사항을 변경하도록 명령할 수 있다'고 명시하여, 신고제를 시행하는 서비스 요금에 대해서도 총무대신의 개입 여지를 열어두었음¹⁶⁾

13) 염수현 외(2009)의 제3장 주요국 방송 요금규제제도 분석을 참고하여 작성

14) 염수현 외(2009), 일본 케이블TV 방송법

15) 일본 케이블TV 방송법

16) 염수현 외(2009), 일본 케이블TV 방송법

제3장 유료방송 요금 승인 기준 마련을 위한 관련 이슈 및 검토 사항

제1절 최소채널 요금 승인 기준

1. 관련 배경

- 과거 종합유선방송사업자(이하 SO)의 시장 진입 시('95년)에는 지역 유료방송시장별로 독점적 사업권을 부여 받은 SO를 제외한 경쟁사업자가 존재하지 않아, 유료방송사업자의 독점적 요금 설정에 따른 방송서비스 이용자 피해 발생 가능성에 대한 우려가 존재했음
 - 지역 시장별로 복수의 사업자의 시장 진입을 허용할 경우, 이들 간의 과도한 경쟁으로 규모의 경제를 달성하지 못함으로써 발생할 수 있는 시장실패를 차단하기 위해서 지역별로 단일 사업자에게 독점적인 유료방송사업권을 부여했던 것임
 - 하지만 규제당국이 인위적으로 경쟁사업자의 시장진입을 제한함에 따라서 지역 유료방송시장별로 단일한 유료방송사업자가 존재함에 따라 이들에 대한 경쟁압력을 행사할 수 있는 경쟁사업자가 존재하지 않아, 과도한 서비스 요금 설정 가능성에 대한 우려가 존재했음
- 유료방송사업자의 과도한 서비스 요금 설정 가능성에 대한 우려를 해소하기 위해서, 규제당국은 유료방송사업자가 제공하는 유료방송서비스의 요금 수준의 적정성을 사전에 판단할 수 있도록 요금 승인제를 도입하였음
 - 유료방송서비스 이용약관 신고 시 제공하는 서비스의 요금에 대해서는 규제 당국의 승인을 받도록 함으로써, 과도한 요금 인상 가능성을 사전에 차단할 수 있었던 것임
- 하지만 2002년 위성방송서비스 개시와 2009년 이루어진 IPTV 3개 사업자의 시장진입으로 인해서 유료방송서비스 요금에 대한 사전 승인제 유지의 필요성이 크게 낮아지

고 있음

- 지역 유료방송시장에서 최소한 5개의 유료방송사업자(SO 1, 위성방송 1, IPTV 3)가 경쟁을 하고 있는 상황에서 유료방송 요금 사전 승인제도가 폐지된다고 해도, 특정 사업자가 과도하게 요금을 인상하는 것은 현실적으로 매우 어려운 상황임
- 관련 시장 환경 변화에 따라 현행 사전 요금 승인제를 요금 신고제로 전환하는 내용의 법률 개정안이 '17년 12월 정부 발의로 국회에 제출됨
 - 현행 방송법과 IPTV법은 모든 유료방송사업자가 제공하는 유료방송서비스¹⁷⁾ 요금을 규제당국의 사전 승인대상으로 하고 있으나, 개정안은 최소채널 묶음상품과 결합상품을 제외한 여타 상품에 대해서는 승인제를 신고 대상으로 전환하자는 것임
- 유료방송요금 승인제의 신고제 전환과 관련된 법률 개정안 통과 시, 요금 승인제가 유지되는 최소채널 묶음 상품의 요금 적정성 판단과 관련하여 다음과 같은 사항에 대한 검토가 필요함
 - 우선, 승인 대상 최소채널 상품을 전송방식별로 설정할 것인지, 사업자별로 설정할 것인지에 대한 기준 결정 필요
 - 다음으로 현재도 유료방송 요금 승인을 위한 구체적인 기준이 마련되어 있지 않아 실무에서 참조할 요금 적정성 판단 기준이 부재해 구체적인 승인 기준 마련 필요
 - 마지막으로 요금 승인 시 제출되는 근거 자료에 대한 구체적인 규정을 갖고 있지 않아 관련 규정 마련이 필요함
- 본 절에서는 요금 승인제 유지 유료방송상품의 요금 수준 적정성 심사와 관련된 이상의 이슈들을 다음과 같이 검토하였음

2. 요금 승인 대상 최소채널 묶음 상품

- 방송법 및 IPTV법 개정안에서 제시되고 있는 요금 승인 대상 최소채널 상품의 정의가 다소 모호해 승인 대상 상품에 대한 혼란 발생 가능성을 배제할 수 없어, 관련법 시행령 등을 통해서 승인제 유지 대상 상품을 명확화하는 것이 적절해 보임

17) 현재도 선택형 유료방송서비스 중 규제당국이 고시하는 상품의 요금은 승인 대상에서 제외되고 있으나, 실시간 채널묶음형 상품은 모두 요금 승인 대상

- 현재 국회에 제출된 관련법 개정안에 따르면 신고제 전환 이후 요금 승인제가 유지되는 최소채널 상품을 이용약관별로 채널묶음형 상품 중 가장 낮은 요금의 상품으로 정의하고 있음
- 이와 같은 정의에 따르면 단일 사업자가 복수의 전송방식(예, 아날로그, QAM, 8VSB)을 동시에 이용하고 있는 경우에도 해당 전송방식과 무관하게 채널묶음상품 중 가장 낮은 요금 상품만 승인 대상이 된다는 해석도 가능할 수 있음
 - ※ IPTV 및 위성사업자는 사업자별로 단일한 전송방식을 사용하고 있으나, SO의 경우 대부분 복수의 전송방식을 동시에 이용 중임
- 문제는 이와 같은 해석을 적용할 경우, 디지털 상품(8VSB, QAM) 최소채널 상품의 요금은 사전 요금 규제의 대상에서 벗어날 가능성이 높아, 최소채널 상품 유료방송 서비스 이용자의 시청권 보호라는 제도 개선의 취지가 훼손되고, 디지털 상품만 제공하고 있는 여타 사업자와의 형평성 문제가 발생할 우려도 존재
- 전송방식과 무관하게 채널묶음상품의 요금 수준만을 기준으로 요금 승인제 유지 대상 유료방송서비스를 정할 경우 SO의 아날로그 서비스 종료 시 요금 승인 대상 서비스 변경이 필요하게 됨
 - 일반적으로 SO의 아날로그 최소채널 상품의 요금이 동일 사업자가 제공하는 8VSB 상품이나 디지털 방송상품의 최소채널 상품과 비교하여 높지 않기 때문에 요금 수준만으로 요금 승인제 유지 대상 최소 채널 상품을 정하게 될 경우, 아날로그 상품 중 최저가 상품만이 요금 규제 유지 대상 상품이 될 가능성이 높음
 - 하지만, SO의 아날로그 서비스 종료가 곧 이루어질 가능성이 상당한 상황¹⁸⁾에서 아날로그 최소채널 상품에 대해서만 요금 승인을 할 경우, 아날로그 서비스 종료 후 다시 8VSB 상품의 최소채널 상품을 요금 승인 대상 상품으로 지정함에 따라 행정상의 비효율과 혼란 발생 가능성을 배제할 수 없게 됨
- 8VSB 서비스 역시 디지털 전환을 위한 과도기적 상품이라는 성격을 고려할 경우 아날로그 서비스와 8VSB 최소채널 상품으로 SO의 요금 승인 유지 대상 서비스를 한정하는 것 역시 적절하지 않다는 의견이 제기될 수도 있음

18) SO의 아날로그 가입자 규모는 '16년 12월 기준 280만 명으로 전년 대비 40% 감소하였으며, 8VSB 가입자 규모는 '16년 12월 기준 336만 명으로 전년 대비 116% 증가됨

- 마지막으로 SO의 경우 아날로그 및 8VSB 서비스의 최소채널상품에 대해서만 사전 요금 승인제를 유지할 경우, 디지털 상품만 제공하고 있는 위성방송 및 IPTV 사업자와의 형평성 문제 제기 가능
 - 디지털 상품만 제공하고 있는 위성방송과 IPTV사업자가 제공하는 최소채널 상품과 SO의 아날로그 및 8VSB 최소채널상품 간의 요금 및 채널 구성 차이가 상당한 상황임
 - 이로 인해서 유료방송시장에서의 가입자 유치 경쟁도 아날로그 서비스 간의 경쟁, 8VSB 서비스 간의 경쟁, 디지털 서비스 간의 경쟁으로 전송방식별로 경쟁의 범위와 양상이 상이한 상황임¹⁹⁾
 - 이와 같은 상황에서 SO의 디지털 최소채널상품은 사전 요금 승인 대상에서 제외되고 위성방송 및 IPTV 사업자의 디지털 최소채널 상품은 사전 요금 승인 적용 대상으로 설정하는 것은 논란의 여지가 있음
- 이상의 논의를 고려할 때 요금 승인제 유지 대상 서비스는 전송방식별로 각 사업자가 제공하는 최소채널 상품으로 설정하는 방안을 검토하는 것이 적절해 보임
 - 개정안은 사업자별로 가장 낮은 요금 수준의 최소채널 상품만을 승인제 유지 대상으로 삼고 있어, 전송방식별로 승인대상 상품을 설정할 경우, 개정안의 취지와 위임범위를 벗어났다는 우려가 제기될 가능성도 완전하게 배제할 수 없음
 - 하지만 이와 같은 우려에도 불구하고, SO 사업자가 제공하는 아날로그 및 8VSB 상품의 특성과 SO와 위성방송 및 IPTV 사이의 형평성을 고려할 때 요금 승인제 유지 대상 최소채널 상품을 전송방식별로 설정하는 것이 보다 적절해 보임
 - 또한 법률 개정안에서는 요금 승인과 관련된 절차 및 방법 등에 대해서 시행령에 위임하고 있어, 시행령에서 승인 대상 서비스를 보다 명확하게 정한다면 이와 같은 우려는 어느 정도 해소 가능할 것으로 판단됨

19) 예를 들어 방송시장경쟁상황평가에서는 유료방송시장을 아날로그 유료방송시장, 8VSB 유료방송시장, 디지털 유료방송시장으로 전송방식별로 구분하여 획정하고 있음(방송통신위원회, 2017)

3. 요금 적정성 판단 기준

- 요금 승인제가 유지되는 최소채널 상품 요금의 적정성 판단을 위해서 실무에서 적용할 수 있는 구체적인 심사 기준 마련 검토 필요
 - 유료방송서비스에 대한 사전 요금 승인제가 적용되고 있는 현재도 사업자가 신청한 승인 요금의 적정성을 판단하기 위한 세부 심사 지침이 부재한 상황임
 - 규제당국의 사전 요금 승인을 필요로 하는 일반적인 공공요금과 달리 유료방송요금의 경우 시장에서 사업자 사이에 일정 수준 이상의 경쟁이 존재하기 때문에 공공요금 산정 기준을 사전에 마련하여 이를 적용하는 여타 공공요금과 같은 엄격한 요금 규제가 유료방송상품에 대해서 적용되고 있지는 않음
 - 하지만 요금 승인제의 신고제 전환에 따라 대부분의 유료방송상품 요금에 대해서 신고제가 적용되고, 사전 승인제 유지 필요성이 있는 일부 상품에 대해서만 요금 승인이 이루어짐에 따라서, 이와 같은 제도 변경의 취지를 살리기 위해서는 요금 승인 절차 및 기준 등을 현재 보다 명확하게 설정하여 적용할 필요성 역시 높아지고 있음
- 우선 요금 승인제 유지 대상 유료방송상품의 요금이 해당 상품의 공급원가 대비 과도하게 높게 설정되지 않도록 심사 기준을 정하는 것이 적절해 보임
 - 규제당국의 요금 승인이 필요한 사업이나 물품의 가격 또는 요금은 ‘공공요금’으로 정의(물가안정법 제4조)²⁰⁾ 됨에 따라 최소채널상품 요금도 공공요금의 한 유형에 포함됨
 - 물가안정법 시행령 제6조²¹⁾에 따라 공공요금은 원칙적으로 총괄원가를 보상하는

20) 물가안정법 제4조(공공요금 및 수수료의 결정) ① 주무부장관은 다른 법률에서 정하는 바에 따라 결정·승인·인가 또는 허가하는 사업이나 물품의 가격 또는 요금(이하 “공공요금”이라 한다)을 정하거나 변경하려는 경우에는 미리 기획재정부장관과 협의하여야 한다.

21) 물가안정법 시행령 제6조 제6조(공공요금의 산정원칙 등) ① 법 제4조제1항에 따른 공공요금은 해당 사업이나 물품(이하 이 조에서 “공공서비스”라 한다)의 제공에 드는 총괄원가를 보상하는 수준에서 결정하여야 한다. 다만, 주무부장관이 다른 산정방식에 따르는 것이 합리적이라고 인정하는 경우에는 기획재정부장관과 협의하여 그 산정방식에 따를 수 있다. ② 제1항에 따른 총괄원가는 공공서비스를 제공하는 자가 성실하

수준(적정원가+적정투자보수)에서 결정되어야 하나, 주무장관이 다른 산정방식에 따르는 것이 합리적이라고 인정하는 경우에는 기획재정부장관과 협의하여 그 산정 방식에 따를 수 있음²²⁾

- 전기요금, 지역난방요금, 철도요금 등 해당 서비스나 상품이 독점적인 사업자에 의해서 제공되는 경우에는 사전에 설정된 원가보상률 등을 기준으로 요금 적정성 심사가 엄격하게 이루어지는 것이 타당해 보이나, 지역방송시장별로 최소 5개의 공급자가 경쟁하고 있는 유료방송시장에서는 요금 승인 기준 역시 탄력적으로 운영되는 것이 적절해 보임
- 이를 고려할 때 소요된 총괄원가(원가+적정투자보수)를 보상하는 수준에서 요금 수준을 결정하는 여타 공공요금 수준 결정 방식을 유료방송요금 적정성 판단 시 적용하는 것은 적절해 보이지 않음
- 적정 원가보상률(또는 투자보수율)을 사전에 설정하기 보다는 관련 시장상황 등을 고려하여 요금 승인 시 유료방송사업자가 제출한 요금수준과 적정원가와와의 차이의 적정성을 탄력적으로 판단하는 것이 보다 바람직해 보임
- 이때, 유료방송 요금과 공급원가 간의 차이가 과도하게 크게 벌어지지 않도록 요금 적정성 판단 기준을 제시함으로써²³⁾, 유료방송사업자에게 요금 적정성 판단을 위한 지침을 제공하는 방안도 검토 가능
- 유료방송서비스이용자의 시청권 보호라는 입법취지를 고려할 때 해당 상품 제공을 통해서 유료방송플랫폼 사업자가 공급원가 대비 과도한 보상을 얻지 못하도록 제한하는 동시에 기계적인 요금 산정 방식의 적용을 지양함으로써 사업자의 자율성을 일정 정도 보장해 줌으로써 서비스 품질 향상 유인을 제고할 수 있을 것을 기대됨

고 능률적으로 경영한다는 전제하에 해당 공공서비스를 제공하는 데에 드는 적정원가와 해당 공공서비스의 제공에 사용되는 자산에 대한 적정투자보수를 더한 금액으로 한다.

- 22) 현재도 여타 공공요금과의 성격 차이로 인해 유료방송요금 적정성 판단을 위해서 적정투자보수율 또는 적정 이윤을 산정하여 적용하지는 않고 있음
- 23) 예를 들어 유료방송요금 적정성 심사 지침에 '해당 상품의 공급원가 수준 보다 요금이 과도하게 높게 산정되었는지 여부'를 적정성 판단 기준으로 설정

- 최소채널 상품의 요금 승인 시, 부당염매²⁴⁾를 통한 공정경쟁 저해 가능성 차단을 심사 목적 중 하나로 삼는 방안도 고려 가능
 - 유료방송서비스 이용자에 대한 보호를 위해서는 요금 수준이 과도하게 높게 설정될 가능성뿐만 아니라, 요금 수준이 과도하게 낮게 설정됨으로써 일시적으로는 이용자 혜택이 증가할 수 있지만, 중장기적으로는 경쟁사업자가 시장에서 퇴출되기가 실질적인 경쟁이 불가능하게 됨으로써 궁극적으로 이용자 피해가 발생할 가능성 역시 고려되어야 함
 - 이를 위해서 요금 적정성 판단 시 유료방송 사업자가 최소채널 상품 요금을 공급원가 보다 현저하게 낮은 약탈요금(predatory pricing) 수준으로 설정해 경쟁 사업자를 퇴출시키는 등의 경쟁제한적 행위를 할 가능성을 차단하자는 것
 - 다만, 약탈요금 설정 가능성 차단을 위한 판단 기준은 단순하게 공급원가 이하로 요금이 설정되는 것뿐만 아니라, ▲경쟁 유료방송사업자가 제공하는 유사 상품의 요금 수준, ▲승인신청 사업자의 시장지배력 보유 여부, ▲요금 수준에 따른 경쟁사업자 배제 가능성 등을 동시에 고려하도록 하는 것이 적절해 보임
 - 이는 승인 요금이 해당 상품의 공급원가보다 현저하게 낮더라도 ▲경쟁사업자의 유사 상품 요금과 차이가 크지 않거나, ▲해당 사업자의 요금 설정으로 인해서 경쟁사업자의 퇴출 가능성이 크지 않다면 이를 경쟁제한적인 행위로 판단하기 어렵기 때문임
 - 특정 사업자가 승인 신청을 한 요금이 해당 상품의 공급원가 보다 현저하게 낮더라도 경쟁사업자가 이미 시장에서 제공하고 있는 유사한 상품의 요금보다 해당 요금 수준이 현저하게 낮지 않다면, 이로 인해서 해당 사업자가 시장에서 높은 점유율을 획득하거나 경쟁사업자가 실질적인 경쟁을 하기 어렵게 만든다고 보기는 어렵기 때문임²⁵⁾

24) 부당염매는 “자기의 상품 또는 용역을 공급함에 있어서 정당한 이유없이 그 공급에 소요되는 비용보다 현저히 낮은 대가로 계속하여 공급하거나 기타 부당하게 상품 또는 용역을 낮은 대가로 공급함으로써 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자를 배제시킬 우려가 있는 행위”를 지칭함 (공정거래법 시행령 별표 1의2)

25) 예를 들어 IPTV 사업자의 요금 수준이 해당 상품의 공급원가에 미치지 못해 지속적인

- 또한 요금 승인 신청 유료방송사업자가 공급원가보다 현저하게 낮은 요금을 설정하고 이와 같은 요금 수준이 경쟁사업자가 제공하는 유사한 상품의 요금 수준을 하회할 경우에도, 이로 인해서 경쟁사업자가 시장에서 퇴출되거나 실질적인 경쟁이 제한되지 않는다면 이를 약탈요금 설정행위로 판단하기가 쉽지 않을 것임²⁶⁾
- 최소채널 상품의 요금적정성 판단 기준 중 하나로 기존의 최소채널 상품 이용자의 요금 부담이 과도하게 증가될 가능성이 있는지의 여부를 포함시키는 방안도 고려해 볼 수 있음
 - 요금 승인제의 신고제 전환 이후에도 유료방송사업자가 신규 최소 채널 상품을 출시하기 보다는 기존 최소채널 상품을 유지할 경우, 해당 상품의 요금 수준 변동이 기존 최소채널 상품 이용자의 부담을 과도하게 증가시키는 것이 적절하지 않다는 것임
 - 물론 물가변동, 유료방송채널에게 지급하는 채널 사용 대가, 전송비용 등의 인상에 따른 유료방송사업자의 영업비용의 증가로 인한 적정 수준의 요금 인상은 정당화될 수 있으나, 이를 상회하는 수준의 요금 인상에 대해서는 그 타당성에 대해서 면밀한 검토가 필요할 수도 있음
 - 예를 들어 최소채널 상품에서 제공되는 채널 개수의 증가를 명목으로 해당 상품의 요금 인상이 이루어질 경우, 채널 증가로 인해서 발생하는 비용 인상 규모 보다 요금 인상 규모 수준이 더 크다면 이로 인하여 기대되는 유료방송서비스 이용자의 편의 증가보다 이들의 부담이 더 커지게 될 것²⁷⁾

마이너스 영업이익률을 기록하고 있음에도 불구하고, 해당 상품의 요금이 유사한 채널 구성의 SO 및 위성방송사업자가 제공하는 상품의 요금 수준과 유사하거나 더 높은 수준이라면 이를 부당염매의 증거라고 해석하기는 쉽지 않음

- 26) 예를 들어 시장지배적 사업자가 공급원가나 여타 사업자가 제공하는 상품 대비 현저하게 낮은 요금을 설정한다면, 이로 인해서 경쟁사업자의 시장점유율이 낮아지거나, 이들이 시장에서 퇴출되는 등의 경쟁상황 변화 가능성이 상당히 보이나, 점유율 하위 사업자가 현저하게 낮은 요금 수준을 설정한다고 해도, 이로 인하여 경쟁에 미치는 영향이 제한적이라면 이를 경쟁제한적인 약탈요금 설정 행위라고 규정하기는 어려울 것임
- 27) 최소채널 상품이 제공하는 채널 개수의 감소에 따라 요금 수준이 인하되는 경우에도 채널 감소에 따른 비용 절감 규모 보다 요금 인하 규모가 현저하게 작다면, 요금 변동

- 마지막으로 최소채널 상품의 요금 적정성 판단을 위해서는 해당 요금 수준이 관련 서비스의 향후 공급비용 및 미래투자 여력 등을 고려하고 있는지를 동시에 살펴보는 것이 적절해 보임
 - 서비스 공급비용의 변동 가능성과 미래 투자비용을 기존 서비스 이용자에게 100% 전가시키는 것도 적절하지 않지만, 해당 비용을 모두 서비스 공급자가 부담하도록 하는 것 역시 바람직해 보이지 않음
 - 향후 예상되는 서비스 공급 비용의 변동 가능성에 대해서 대비하고, 서비스 품질 향상을 위한 투자 유인을 제고하기 위해서는 요금 적정성 판단 시 현재 수준의 관련 비용뿐만 아니라, 서비스의 향후 공급비용 및 미래투자 여력도 동시에 고려할 수 있을 것임

4. 요금 승인 신청 시 제출 자료

- 최소채널 상품에 대한 요금 승인 신청 시 제출되는 근거자료의 목록과 해당 자료의 적정성을 판단할 수 있는 기준에 대한 명확한 설정이 필요함
 - 앞에서 제안된 최소채널 상품에 대한 요금 적정성 판단 기준을 실제 요금 승인 시 적용하기 위해서는 세부 판단 기준에 대한 승인 신청 사업자의 관련 자료 제출이 요구됨
 - 예를 들어 승인 신청 대상 최소채널 상품의 요금 적정성에 대한 판단의 기준 중 하나는 해당 상품의 공급원가 수준 보다 요금이 과도하게 높게 설정되었는지의 여부인데, 이와 같은 기준을 적용하기 위해서는 해당 상품 공급을 위해서 필요한 비용과 해당 상품 판매로부터 발생할 것으로 예상되는 기대수익의 규모에 대한 정확한 추정이 필요함
 - 만약 원가보상을 추정 시 관련 비용을 가입자에게 해당 서비스를 제공하기 위해서 필요한 비용뿐만 아니라 흡소핑 송출수수료 및 큐톤 광고 등 비수신료 매출을 위해서 필요한 비용까지 합산한 금액을 사용한다면, 원가보상률이 과소추정될 가능

으로 인하여 이용자측에 발생하는 실질적인 부담은 요금 인하 이전 보다 더 커질 수도 있음

성도 완전하게 배제하기 어려움

- 비수신료 매출액 규모가 크지 않을 경우에는 이와 같은 비용 배분 관행이 큰 문제가 되지 않지만, 비수신료 매출 규모가 상당할 경우에는 이로 인해 기본채널수신료 매출을 발생시키기 위한 비용이 실제보다 과대추정될 우려가 있음²⁸⁾
- 요금 적정성 판단을 위해서 필요한 가장 기본적인 자료 중의 하나는 해당 서비스를 제공하기 위해서 소요되는 비용(원가)과 기대 수익 규모의 파악임
 - 승인 대상 유료방송상품의 공급을 위해서 필요한 직접비용 및 공통비용 등이 적절하게 추정되고 배분하지 않으면 해당 상품의 정확한 원가보상률에 대한 정확한 계산이 어렵게 됨
 - 요금 승인 시 정확한 원가보상률을 파악하기 위해서는 승인 대상 상품의 제공을 통해서 기대되는 직접 수익(기본수신료 매출)과 간접 수입(홈쇼핑송출수수료, 쿠폰광고 매출 등) 역시 적절하게 추정되고 배분되어야 함
 - 예를 들어 채널묶음상품 A의 원가보상률을 계산할 때 기대수익은 <상품A의 기본수신료 매출액>만을 고려하고, 공급비용은 <상품 A를 제공하기 위한 모든 비용>을 포함한다면 원가보상률이 과소추정될 수도 있음
 - 이는 상품 A로부터 수신료 매출뿐만 아니라 비가입자 매출(홈쇼핑 송출수수료 매출, 쿠폰광고 매출 등)도 동시에 발생할 것이기 때문에, 상품A 제공을 위해서 발생하는 모든 비용을 수신료 매출을 발생시키기 위한 비용으로 배분할 경우, 상품 A의 가입자가 플랫폼 사업자의 비가입자 매출을 발생시키기 위한 비용까지 부담하는 결과가 초래될 것이기 때문임
 - 이와는 반대로 채널묶음상품 A의 원가보상률을 계산할 때 기대수익은 <상품 A로부터 발생될 것으로 예상되는 모든 종류의 수입(예, 기본 수신료 매출액, 홈쇼핑 송출수수료 매출액, 쿠폰광고 매출 등)>을 모두 포함하여 계산하고, 공급비용은 <상품 A를 가입자에게 제공하기 위해서 필요한 비용>으로 한정한다면 원가보상률은

28) '16년 기준 SO의 홈쇼핑송출수수료 매출 규모는 7,671억 원으로 기본채널 수신료 매출액(6,234억 원)의 약 123.1%, 위성방송사업자의 홈쇼핑송출수수료 매출 규모는 1,522억 원으로 기본채널 수신료 매출액(2,893억 원)의 약 52.6%, IPTV의 홈쇼핑송출수수료 매출 규모는 3,368억 원으로 기본채널 수신료 매출액(11,201억 원)의 약 30.1%

실제보다 과대하게 추정될 수도 있음

- 이와 같은 문제를 해소하기 위해서 (1) 비용을 서비스별 매출액 비중으로 배분하거나, (2) 복수의 서비스 공급으로부터 발생한 매출액 총계와 이들 서비스를 공급하기 위해서 필요한 비용의 총계를 기준으로 규제 대상 서비스의 원가보상률을 계산하는 방안도 검토 가능
- 원칙적으로는 공급 비용은 해당 서비스의 공급을 위해서 필요한 비용만으로 계상되는 것이 적절하나, 복수의 서비스(예, 가입자 서비스+홈쇼핑채널 송출 대행)를 동시에 제공하고 있는 경우 서비스별 공통비용과 직접비용의 분리가 현실적으로 용이하지 않을 수도 있어 복수의 서비스 공급으로부터 발생한 매출액 총계와 이들 서비스를 공급하기 위해서 필요한 비용의 총계를 기준으로 규제 대상 서비스의 원가 보상률을 공급하는 방안이 현실에서 적용 가능한 접근법일 수도 있음
- 기존 최소채널 상품 요금의 변경 승인을 신청하는 경우는 향후 전망에 대한 자료뿐만 아니라 해당 자료와 연관된 과거 데이터도 동시에 제출하도록 하는 방안도 검토 가능
 - 요금 승인 대상 상품의 최초 요금 승인 시 제출되는 예상 수익과 비용 등에 대한 근거 자료는 사업자의 전망에 기초해 제시된 자료이기 때문에, 요금 승인의 근거가 된 사업자 전망의 정확성을 확인하고, 요금 변경의 타당성을 판단하기 위해서는 관련된 과거 실적 데이터의 제출이 도움이 될 수 있음
- 또한 既승인된 유료방송요금의 적정성을 확인하기 위해서 요금 승인 이후 일정 기간이 경과한 다음에 요금 적정성 판단을 위해서 제출받았던 자료의 실적 데이터를 제출하도록 하는 방안도 검토 가능
 - 신규 상품에 대한 최초 요금 승인 시 제출받는 자료는 향후 0년 동안 예상되는 가입자 변동과 관련 비용의 변동에 대한 사업자 전망을 근거로 작성된 자료로서 요금 적정성 판단의 가장 중요한 근거가 됨에도 불구하고 전망의 정확성과 신뢰성에 대한 판단이 쉽지 않다는 한계를 갖고 있음
 - 유료방송사업자가 비용 전망치를 부풀리거나 매출 전망치를 축소할 경우 제3자와 같은 사실을 인지하기가 쉽지 않아, 관련 자료가 왜곡될 가능성을 완전하게 차단할 수 없음
- 이와 같은 문제를 해소하기 위해서 요금 승인 이후 일정 기간이 지난 다음에 해당

기간 동안의 실제로 발생한 비용 및 매출 자료를 제출받아, 이를 최초 요금 승인 시의 전망치와 비교함으로써 최초 제출 자료의 신뢰성과 정확성을 제고하는 효과를 기대할 수 있을 것임

- 물론 관련 시장상황에 대한 예측 자체가 매우 어렵기 때문에 사업자측의 의도적인 왜곡이 없어도 최초 요금 승인 시 제출된 전망치와 실제 수치 사이의 괴리가 존재할 가능성도 충분히 있으나, 이 경우에도 추후에 실제 수치를 전망치와 비교하여 이 둘 간의 괴리가 과도하게 발생할 경우 승인 요금 수준의 조정을 위한 근거로 해당 자료의 사용이 가능할 것임
- 위에서 논의된 예상 매출 및 비용 자료 이외에 승인신청사업자가 신청한 요금 수준의 적정성을 판단할 수 있는 여타 참고 자료 제출을 허용할 수도 있음
 - 예를 들어 승인 요청을 한 요금 수준이 원가에 비해 과도하게 낮아 부담염매 우려가 제기되는 경우에도, 시장에서 경쟁사업자가 제공하는 유사 상품의 요금 수준에 대한 자료 제출을 통해서 승인신청 요금이 경쟁사업자 요금과 큰 차이가 없다는 사실을 보여준다면 승인 신청 요금의 적정성 판단에 참고가 될 것

5. 최소채널상품 구성의 적정성 판단 기준

- 방송법 및 IPTV법 개정안은 최소채널상품의 요금 승인 시, 해당 상품이 특정 방송분야에 편중되지 아니하도록 규정하고 있어 이에 대한 판단 기준 마련에 대한 검토가 필요함
 - 최소채널상품의 채널 구성을 완전하게 사업자 자율에 맡길 경우 서비스 품질 수준이 과도하게 낮아질 가능성을 배제하기 어려워 적정 품질 수준 유지를 위한 방안 마련이 필요하다는 것
 - 이는 사업자가 요금 규제를 받는 최소채널상품의 품질 수준을 의도적으로 저하시켜 유의미한 규모의 이용자가 해당 상품에 가입하지 않게 함으로써 해당 상품에 대한 요금 규제를 회피할 유인을 갖고 있을 수도 있기 때문임
 - 최소채널상품에 대한 사전 요금 승인제 유지의 암묵적인 목적은 지상파 직접 수신에 어려운 방송서비스 이용자를 보호하는 것뿐만 아니라 비지상파 유료방송채널에

- 대한 방송서비스 이용자의 접근을 용이하게 하자는 것으로도 해석할 수 있음
- 이와 같은 취지를 고려할 때 최소채널상품의 품질 수준을 일정 정도 유지할 수 있도록 최소채널상품의 채널 구성이 적절하게 이루어지고 있는지의 여부를 요금 적정성 심사 시 동시에 진행하는 방안도 검토해 볼 수 있을 것임
 - 최소채널상품의 채널 구성 적정성을 판단하기 위해서는 우선 지상파 방송채널을 포함한 종합편성채널과 전문편성을 행하는 채널이 균형 있게 편성되었는지의 여부를 살펴볼 수 있겠음
 - 홈쇼핑송출수수료가 유료방송플랫폼 매출에서 차지하는 비중이 여전히 상당한 상황에서 유료방송플랫폼은 홈쇼핑송출수수료 수입을 극대화하기 위해서 지상파 방송채널을 최대한 많은 가입자에게 제공할 유인을 갖고 있는 반면²⁹⁾, 지상파 채널 재전송료 수준이 계속 인상됨에 따라 유료방송플랫폼사업자가 디지털 상품에서 지상파 방송채널을 제외시킴으로써 비용을 절감하고자 하는 유인을 가지게 될 가능성도 완전하게 배제할 수는 없음
 - 전문 편성의 공급분야가 특정한 분야(예, 홈쇼핑)에 과도하게 집중되어 있는지의 여부에 대해서도 채널 구성의 적정성 판단 시 참고할 수 있을 것임
 - 요금 승인 대상 최소상품이 제공하는 방송채널의 구성과 개수의 적정성을 판단하기 위해서는 승인 신청 대상 상품이 제공하는 방송채널의 구성과 개수와 유사한 유료방송상품에서 제공되는 방송채널의 구성과 개수를 비교해 볼 수 있음
 - 제공되는 채널의 구성 및 개수의 적정성에 대한 객관적인 기준을 마련하기는 쉽지 않아 보이지만, (1) 승인신청사업자가 기존에 공급하고 있는 최소채널 상품이나 (2) 경쟁사업자가 공급하고 있는 유사한 유료방송상품에서 제공되는 방송채널의 구성 및 개수를 비교하면 승인 대상 최소채널 상품의 채널구성 및 제공 채널 개수의 적정성을 간접적으로 판단할 수 있을 것

29) 상대적으로 높은 시청률을 갖고 있는 지상파 방송채널 사이에 홈쇼핑채널의 번호가 배정될 경우 홈쇼핑채널의 시청률 역시 낮은 시청률을 가진 방송채널에 인접한 경우 보다 높아질 가능성이 상당하기 때문에 유료방송플랫폼 입장에서는 홈쇼핑채널 송출 수수료를 더 많이 받기 위해서 최대한 많은 가입자에게 지상파 방송채널을 제공할 유인을 갖고 있음

- 승인신청사업자 또는 경쟁 유료방송사업자가 제공하고 있는 유사한 유료방송상품에서 제공되는 방송채널의 구성에 비해서 승인 대상 유료방송상품이 특정 장르의 방송채널로 편중되어 있거나 해당 상품이 제공하는 방송채널의 개수가 현저하게 적다면 해당 상품의 채널 구성의 적정성에 대해서 추가적인 검토가 필요해 보임

제 2 절 결합상품 요금 승인 기준 관련

1. 관련 배경

- 방송법 및 IPTV법 개정안에 따르면 유료방송서비스 요금의 신고제 전환에도 불구하고 유료방송과 기간통신역무를 결합하여 판매하는 결합상품의 요금에 대해서는 승인 받도록 규정되어 있음
 - 이때 전체 결합상품 요금의 적정성을 심사해야하는 것인지, 결합상품 판매 시 방송상품의 요금을 심사해야하는 것인지는 다소 모호한 측면이 있으며, 이를 판단하기 위해서는 결합상품 요금 심사의 취지에 대한 고려가 필요해 보임
- 유료방송요금 승인제의 신고제 전환과 관련된 법률 개정안 통과 시, 결합상품 요금에 대한 적정성 판단과 관련하여 다음과 같은 사항에 대한 검토가 필요함
 - 우선 요금 적정성 판단을 위한 기준 마련을 위해서는 방송통신 결합상품 요금 심사의 필요성과 목적에 대한 논의가 선행되어야 할 것임³⁰⁾
 - 다음으로 결합상품 요금 승인의 목적을 달성하기 위해서 필요한 구체적인 요금 적정성 판단 기준의 마련이 필요함
 - 마지막으로 모든 결합상품에 대한 요금 적정성을 검토할 것인지, 심사 간소화 기준을 설정해 일부 결합상품에 대해서만 요금 적정성을 판단할 것인지에 대한 기준 마련이 필요함

30) 결합상품 요금 심사의 목적이 무엇인지를 정해야 이에 따른 요금 적정성 판단 기준 마련 가능

2. 결합상품 요금 적정성 심사의 목적

- 결합상품 요금 적정성 심사 기준을 마련하기 위해서는 우선 해당 유형의 상품 요금을 승인하는 목적이 명확하게 설정되어야 함
 - 통신부문의 시장지배력이 결합상품을 통해서 방송부분으로 전이될 가능성을 차단하는 것이 목적이라면 기존의 요금 인가 대상 기간통신역무가 포함된 결합상품에 대한 적정성 판단을 통해서 그 목적을 달성할 수 있을 것임
 - 반면 결합상품 요금 적정성 심사의 목적이 방송시장 선순환 구조 훼손 방지, 부당한 이용자 차별 방지, 결합상품을 통한 방송부문 지배력의 통신부문 전이 가능성 차단 등이라면 통신부문과는 다른 별도의 심사 기준 마련이 필요할 수도 있음
- 결합판매 시 방송상품 요금이 과도하게 낮게 설정되지 않도록 함으로써 방송시장 선순환 구조를 보호하는 것을 결합판매 요금 심사의 목적 중 하나로 설정하는 방안을 검토해 볼 수 있음
 - 방송통신 결합상품과 관련되어 지속적으로 제기되어 온 문제점 중 하나는 결합판매 시 유료방송사업자가 방송상품 요금을 과도하게 할인함으로써 발생할 수 있는 방송시장 선순환 구조 훼손 가능성임
 - 방송상품의 할인율을 통신상품의 할인율보다 훨씬 높게 설정하여 방송상품을 실질적으로 무료화함으로써 일종의 미끼상품으로 활용하고 있다는 우려가 지속적으로 제기되고 있음
 - 플랫폼이 지급하는 채널 이용 대가 수준을 결정하는 가장 중요한 요소 중 하나가 플랫폼의 수신료 매출 규모이므로, 플랫폼 입장에서는 방송상품의 할인율을 높일 유인을 갖고 있음
 - 결합판매 시 방송상품의 할인율을 높이고 통신상품의 할인율을 낮출 경우, 플랫폼 사업자가 가입자에게 받는 결합상품의 전체 요금은 이전과 동일하더라도, PP에게 지급할 프로그램 사용료의 모수가 되는 수신료 ARPU 역시 감소할 수 있음
 - 일반적인 상품의 경우 요금이 낮아질수록 소비자 잉여가 커져 이들의 편익이 증가하는 긍정적인 효과를 기대할 수 있으나, 방송상품의 경우 과도한 저가화는 오히려 방송서비스 이용자의 편익에 부정적인 영향을 초래할 수도 있음

- 결합판매로 인해 저가 ARPU 구조가 고착화·악화될 경우 콘텐츠 제작 재원 감소에 따른 방송서비스 품질 저하로 이로 인하여 궁극적으로 이용자 후생 감소가 우려된다는 것임
- 결합판매를 통한 부당한 이용자 차별의 차단을 결합판매 요금 적정성 판단의 목적 중 하나로 고려해 볼 수 있음
 - 결합상품 판매 시 개별 상품 구매자와 결합상품 구매자 사이의 부당한 차별이 발생할 가능성에 대한 우려가 지속적으로 제기되어 오고 있음
 - 방송법(제85조의2)에서 정한 금지행위 유형 중 하나는 <부당하게 시청자를 차별하여 현저하게 유리하거나 불리한 요금 또는 이용조건으로 방송 서비스를 제공하는 행위>이며 시행령 별표2의3에서는 결합판매 시 부당한 이용자 차별을 금지행위의 한 유형으로 정의하고 있음
 - 예를 들어 결합상품 가입자 확보를 위해서 과도한 결합할인이 이루어질 경우 단품 상품을 구매하는 이용자가 결합상품 이용자에게 보조금을 지불하는 결과가 초래될 우려 존재³¹⁾
 - 이와 같은 문제점을 고려할 때 결합상품 요금 승인 시 결합판매 시 단품 방송상품 이용자와 결합상품 이용자 간의 부당한 이용자 차별이 발생하지 않도록 하는 요금 적정성 심사 방안 마련이 필요해 보임
- 방송통신 결합상품 판매 시 요금이 과도하게 낮게 설정됨으로써 경쟁사업자가 시장에서 배제되는 등의 공정한 경쟁환경이 훼손될 가능성에 대한 우려가 존재해, 결합판매 요금 적정성 검토 시 이와 같은 문제를 해소하는 방안도 검토 가능
 - 방송통신 결합판매를 통한 시장지배력 전이 우려 역시 결합판매 자체가 문제가 되는 것이 아니라 통신부문의 시장지배적 사업자가 결합상품 요금³²⁾을 약탈적 수준으로 설정함으로써 방송부문에서 공정경쟁을 저해할 가능성을 우려하는 것
 - 공정거래법(제23조)에서도 <부당하게 경쟁자를 배제하는 행위>를 <공정한 거래를

31) 단품 방송상품 이용자에게는 공급원가 이상으로 요금을 받고, 결합상품 이용자에게 부과되는 방송상품 요금은 공급원가 보다 현저하게 낮게 설정된다면 단품상품 이용자가 결합상품 이용자를 보조하는 결과가 초래될 수도 있는 것

32) 전체 결합상품 요금 또는 결합상품을 구성하는 상품의 요금

저해할 우려가 있는 행위(불공정거래행위))라고 규정하고 있으며, 동법 시행령(별표1의2)은 부당염매³³⁾를 불공정거래행위의 세부 유형 중 하나로 정의. 시장지배적 사업자가 부당염매 행위를 할 경우 이는 시장지배적 지위남용 행위로 정의하고 있음 (공정거래법 시행령 제5조 제1호)

- 과도한 결합 할인을 통한 경쟁사업자의 시장 배제(퇴출)로 인한 공정한 경쟁환경 저해 가능성을 차단하기 위한 결합상품 요금 적정성 심사 방안 마련 필요
- 결합판매를 통한 통신부문 지배력의 방송부문으로의 전이³⁴⁾ 가능성 차단은 기존처럼 전기통신사업법에 따른 이용 요금 인가 시 고려하도록 하는 것이 적절하다고 판단됨
 - 전국시장에서 유료방송사업자의 가입자 점유율이 33%로 제한됨에 따라 방송통신 결합상품을 통해서 통신부문의 지배적 사업자가 방송부분에서도 지배력을 행사하게 될 가능성은 높아 보이지 않는다는 견해도 존재
 - 반면, 지역시장별로는 개별 유료방송사업자에 대한 가입자 점유율 제한이 없기 때문에, 지역유료방송시장으로 시장확정이 이루어질 경우 통신부문의 시장지배력이 방송부문으로 전이될 가능성을 완전하게 배제하기는 어려움
 - 하지만 시장지배적 사업자가 제공하는 기간통신역무가 포함된 결합상품에 대해서는 이미 요금 적정성 심사가 이루어지고 있어, 방송상품 요금 승인 시 이를 다시 고려할 경우 중복 규제 이슈 발생
 - 다만, 현행 심사 기준에 대한 개선 필요성이 일각에서 제기되고 있어 추후 통신부문의 관련 심사 기준 개선에 대한 검토 가능
- 결합상품 요금 심사 시 방송부문 지배력의 통신부문으로의 전이 가능성은 아직까지는 현실화될 가능성이 높아 보이지 않아, 이에 대한 차단을 결합상품 이용요금 심사

33) 부당염매는 (자기의 상품 또는 용역을 공급함에 있어서 정당한 이유없이 그 공급에 소요되는 비용보다 현저히 낮은 대가로 계속하여 공급하거나 기타 부당하게 상품 또는 용역을 낮은 대가로 공급함으로써 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자를 배제시킬 우려가 있는 행위)로 정의 (공정거래법 시행령 별표 1의2)

34) 시장지배력 내지 독점력의 전이(leverage)는 통상 서로 다른 시장에 모두 참가하고 있는 사업자가 어느 한 시장에서 보유한 시장지배적 지위를 인접 시장(adjacent market)으로 확장하여 그 시장에서의 지배력 부재에도 불구하고 상당한 지배력을 행사하는 것을 의미함 (신영수, 2013)

의 주요한 목적으로 설정하는 것은 적절해 보이지 않음

- 현재까지는 유료방송시장에서 시장지배적 사업자가 존재하고 있지 않아 유료방송 사업자의 시장지배력이 결합상품을 통해서 여타 시장으로 전이될 현실적인 가능성은 높아 보이지 않음
- 다만, 유료방송시장에서의 지리적 시장의 범위를 SO 방송권역으로 확정할 경우 유료방송시장에서 시장지배적 사업자의 존재 가능성을 완전하게 배제할 수 없으나, 대부분의 지역방송구역에서 1위 사업자가 SO 사업자임을 감안할 때, 이들이 결합상품을 통해서 방송부문의 지배력을 통신부문으로 전이시킬 가능성은 높아 보이지 않음
- 또한 설사 방송부문 지배력의 전이 가능성 차단을 결합상품 적정성 심사의 목적으로 삼는다고 해도, 해당 행위를 차단하기 위해서 적용될 실제 판단 기준은 앞서의 부당담매를 통한 공정경쟁 저해 행위 차단의 판단 기준과 유사할 것임³⁵⁾

3. 결합상품 요금 심사 기준

- 위에서 논의된 결합상품 요금 적정성 판단의 목적을 달성하기 위해서 결합상품 요금 승인 시 실무에서 적용할 수 있는 구체적인 심사 기준은 다음과 같음
- 우선 결합판매 시 방송상품 요금이 해당 상품을 공급하기 위해서 소요되는 원가 수준보다 같거나 더 크다면 해당 결합상품의 방송상품 요금이 유료방송시장 선순환 구조 형성을 저해하지는 않는다고 판단할 수 있음
 - 앞에서 논의된 바와 같이 방송상품의 과도한 결합할인으로 유료방송상품의 원가보상률이 마이너스가 될 경우, 이로 인한 부담을 유료방송채널 등의 콘텐츠 제공 사업자에게 일부라도 전가시킬 유료방송사업자측의 유인이 높아지게 될 것임
 - 따라서 방송콘텐츠 재생산 구조의 건전성이 유지되기 위해서는 결합판매 시에도 방송상품의 요금 수준이 최소한 해당 서비스 제공에 필요한 비용을 회수할 수 있는 수준으로 설정되는지의 여부를 적정성 심사 기준으로 중의 하나로 삼는 것이

35) 방송부문의 시장지배적 사업자가 통신부문의 경쟁사업자가 시장에서 퇴출될 정도의 과도한 수준의 결합 할인을 할 경우에만 해당 행위를 부당하다고 말할 수 있을 것

적절해 보임

- 다만, 신규 유료방송상품이나 신규 시장 진입 유료방송사업자가 출시하는 유료방송상품의 경우 상당 기간 동안 해당 상품의 공급원가가 매출보다 더 낮은 수준을 유지할 가능성이 있기 때문에, 이를 고려하여 요금 수준의 적정성에 대한 판단이 이루어져야 할 것임
- 단품상품과 결합상품 이용자 간의 부당한 차별의 판단 기준은 개별적으로 판매되는 경우보다 (방송상품의) 요금이 현저하게 차별적으로 설정되었는지의 여부임
 - 유료방송사업자는 결합판매로 인해서 방송상품을 단품으로 판매할 경우와 대비하여 서비스 공급 비용과 마케팅 비용 등의 직접 비용의 절감뿐만 아니라 가입자 이탈률 감소를 통한 간접적인 비용의 절감 효과까지 기대할 수 있음
 - 승인 대상 결합상품에 포함된 방송상품이 개별적으로 판매될 경우와 비교하여, 결합판매를 통해서 직간접적으로 절감되는 비용 규모 보다 단품 방송상품 요금 대비 결합판매 시 방송상품의 할인액의 규모가 현저하게 크지 않다면 이를 부당한 이용자 차별이라고 보기 어려울 것³⁶⁾
 - 이와는 반대로 결합판매로 인해 발생하는 직간접적인 비용 절감 규모 보다, 결합할 인액 규모가 현저하게 크다면, 이를 비용절감 효과로 인한 결합상품 이용자의 편익 증가 효과라고 정당화하기 어려울 것임
- 결합상품 판매 시 방송상품의 부당담매를 통한 공정경쟁 저해 행위 차단을 위해서 결합상품의 요금 심사 시 고려할 사항은 (1) 결합상품의 요금 수준이 해당 상품의 공급비용에 비해서 과도하게 낮은지의 여부, (2) 이로 인해서 경쟁사업자의 배제 가능성이 있는지의 여부, (3) 이로 인해 궁극적으로 이용자 피해가 발생할 가능성이 있는지의 여부임
 - 결합상품의 전체 요금이 해당 상품의 공급원가보다 낮게 설정될 가능성은 높아 보이지 않으나, 결합상품을 구성하는 개별 상품(예, 방송상품)의 요금이 해당 상품의 공급원가 보다 낮게 설정될 가능성에 대한 우려가 지속적으로 제기되고 있어 요금

36) [개별 판매 시 방송상품 요금-결합판매 시 방송상품 요금] > [개별 판매 시 방송상품 공급원가-결합판매 시 방송상품 공급원가]라면 결합상품 요금이 적정하다고 판단할 수 있다는 것

심사 시 이에 대한 검토 필요

- 따라서 결합상품 요금의 적정성 판단을 위해서는 우선 승인 대상 결합상품의 전체 판매 요금 또는 개별 구성 상품의 결합판매 시 요금이 해당 상품의 공급원가 보다 현저하게 낮게 설정되었는지의 여부를 살펴보아야 할 것임
- 결합판매 시 방송상품의 요금이 해당 상품의 공급원가 수준 이하로 설정될 경우, 경쟁사업자의 요금 경쟁력이 낮아져 시장에서 퇴출되거나 퇴출될 우려가 높아진다면 결합할인으로 인한 경쟁사업자 배제 가능성이 높다고 할 수 있음
- 반면, 특정 사업자가 제공하는 방송상품의 결합할인 요금이 원가 이하로 설정되더라도 해당 사업자의 요금 설정 행위가 경쟁사업자의 요금 경쟁력이나 시장지배력에 미치는 영향이 미미하다면 옴매로 인한 공정경쟁 저해 가능성이나 시장지배력 전이 가능성은 높지 않을 것³⁷⁾
- 예를 들어, 승인신청 사업자의 결합상품 구성상품의 요금이 현저하게 원가에 미치지 못하더라도, 경쟁사업자가 유사한 구성과 요금 수준의 결합상품을 판매하고 있고 이로 인해서 시장에서 퇴출될 정도의 경영상의 어려움에 처하지 않는다면 요금 수준은 옴매성이 있으나, 경쟁사업자 배제 가능성이 높지 않아, 신청된 결합판매 요금 수준이 부당하다고 판단할 수 없다는 것
- 위의 모두 충족된 경우에만 부당옴매를 통해서 공정경쟁이 부당하게 제한된다고 판단할 수 있을 것
- 방송통신위원회의 <결합판매 금지행위 고시>에서도 <결합판매의 특정 구성상품에 대하여 부당하게 현저히 차별적인 할인율을 적용함으로써 경쟁사업자를 배제시켜 이용자 이익을 저해할 우려가 있는 행위>를 결합판매의 금지행위 세부 유형 중 하나로 정의하고 있음³⁸⁾

37) 기간통신사업자가 제공하는 결합상품에 대해서 현재 이루어지고 있는 적정성 판단 역시, 모든 기간통신사업자가 제공하는 결합상품에 대한 적정성 심사가 이루어지고 있는 것이 아니라 시장지배력 보유 사업자에 대해서만 제한적으로 이루어지고 있음

38) 동 고시에 따르면 '현저히 차별적인 할인율'이라 함은 특정 구성상품 요금을 소요비용(제조원가, 매입원가 또는 이에 준하는 비용) 보다 낮게 산정함에 따라 발생하는 것을 지칭함

4. 결합상품 요금 적정성 심사 대상

- 결합상품 요금 승인 시 심사 대상 사업자와 심사 간소화 기준 마련 여부 등에 대한 검토 필요
 - 현재 사전 요금 승인제가 유지되고 있는 유료방송상품의 요금 적정성 심사 대상 상품은 전체 유료방송사업자가 제공하는 모든 유형의 실시간 묶음채널 상품인 반면, 기간통신사업자가 제공하는 결합상품의 경우 인가역무를 제공하는 사업자가 판매하는 결합상품 중에서 전체 할인율이 개별 역무를 구성하는 상품의 요금의 합 의 30% 이하이고, 인가역무 상품의 결합 할인율이 30% 이하인 경우 요금 적정성 심사를 면제하고 있음
 - 이에 따라서 전체 유료방송사업자가 제공하는 모든 유형의 유료방송상품이 포함된 결합상품을 적정성 심사 대상으로 설정할 것인지, 특정 유료방송사업자가 제공하는 결합상품 중 일부에 대해서만 적정성 심사를 할 것인지에 대한 판단이 필요함
- 우선, 방송통신 결합상품의 요금 적정성 심사 대상은 모든 유료방송사업자가 제공하는 결합상품으로 설정하는 방안이 적절해 보임
 - 위에서 언급된 바와 같이 기간통신서비스의 경우 모든 사업자가 제공하는 서비스에 대한 요금 인가가 이루어지는 것이 아니라, 해당 상품의 시장지배적 사업자가 제공하는 상품에 대해서만 요금 인가가 이루어지고 있음
 - 이는 시장지배력 남용 가능성이 있는 기간통신사업자에 대해서만 요금 적정성 심사가 이루어져도 규제 목적이 충분히 달성될 수 있다는 규제당국의 판단에 따른 것으로 해석할 수 있음
 - 반면, 유료방송상품의 경우 시장지배력 보유 여부와 관계없이 모든 사업자가 제공하는 유료방송상품에 대해서 단품 상품에 대한 요금 승인이 이루어지고 있음
 - 과거 지역 유료방송시장별로 SO 사업자가 독점적인 지위를 갖고 있던 시기에는 이들의 시장지배적 사업자 지위 남용을 차단하기 위해서 전체 SO 사업자를 요금 승인 대상을 설정하였음
 - 위성방송사업자와 IPTV 사업자 시장 진입 이후에는 유료방송사업자 사이의 경쟁이 활성화되었으나, 유료방송시장에서 시장지배적 사업자를 지정하기가 쉽지 않고, 상당한 수준의 자본력을 갖춘 후발 시장 진입자의 약탈적 요금 설정 가능성에 대

한 우려가 높아, 모든 유료방송사업자를 대상으로 유료방송 요금에 대한 승인이 이루어지고 있음

- 이와 같은 상황은 현재까지도 크게 변화가 없으며, 오히려 결합상품과 관련된 우려 중 하나가 과도한 결합할인을 통한 약탈적 요금 설정 가능성임을 고려할 때, 당분간은 결합상품을 제공하는 모든 유료방송사업자를 요금 적정성 심사 대상으로 설정하는 것이 바람직해 보임

○ 요금 적정성 심사 대상 결합상품의 설정은 다음과 같은 3가지 방안을 고려해 볼 수 있겠음

- (방안 1) 결합판매 시 기간통신상품의 요금할인율이 유료방송상품의 요금할인율보다 같거나 더 높은 경우 요금적정성 심사를 면제하는 방안

• (장점) 결합판매 시 방송상품 요금의 과도한 할인으로 인한 방송시장 선순환 구조 훼손 가능성은 차단하면서, 모든 결합상품에 대한 심사를 하지 않음으로써 관련 행정 비용 절감 가능

• (단점) 결합할인을 통한 이용자 차별 가능성과 공정경쟁 저해 가능성에 대해서는 대응이 어려울 수도 있음

※ 예를 들어 이동전화 결합할인율보다 방송상품 결합할인율이 더 낮아도, (1) 개별 방송상품 이용자가 지불하는 요금과 결합을 통해 방송상품을 이용하는 경우의 요금간의 부당한 차별이 존재하거나, (2) 방송상품의 결합요금이 원가 이하로 설정되고 이로 인해 경쟁사업자 배제가 가능할 수도 있음

- (방안 2) 인가역무 기간통신상품의 결합요금 심사 간소화 방식을 준용해, 결합할인율이 X% 이하일 경우 심사를 면제하는 방안

• (장점) 모든 결합상품에 대한 심사를 하지 않음으로써 관련 행정 비용 절감 가능

• (단점) 심사 간소화 기준 X% 설정이 어려움

※ 방안 2 채택을 위해서는 방송상품 결합할인율이 X% 이하일 경우 (1) 과도한 방송상품 할인으로 인한 방송시장 선순환 환경 훼손 가능성, (2) 개별-결합상품 간 이용자 차별 가능성, (3) 부당판매를 통한 공정경쟁 저해 가능성이 모두 높지 않아야 한다는 전제가 필요

- (방안 3) 방안 1, 2의 문제점을 고려할 때 심사간소화 기준을 설정하지 않고 모든

방송통신 결합상품의 요금 적정성을 심사하는 방안도 검토할 수 있음

- 당분간은 승인 신청되는 모든 결합상품의 요금의 적정성을 개별적으로 심사하고, 이를 통해서 결합판매 할인율의 적정 수준에 판단 경험을 축적한 이후 이를 근거로 심사 간소화 기준을 설정하자는 것

제 4 장 요약 및 결론

1. 최소채널 요금 승인 기준

- 과거 종합유선방송사업자(이하 SO)의 시장 진입 시('95년)에는 지역 유료방송시장별로 독점적 사업권을 부여 받은 SO를 제외한 경쟁사업자가 존재하지 않아, 유료방송사업자의 독점적 요금 설정에 따른 방송서비스 이용자 피해 발생 가능성에 대한 우려가 존재했음
 - 유료방송사업자의 과도한 서비스 요금 설정 가능성에 대한 우려를 해소하기 위해서, 규제당국은 유료방송사업자가 제공하는 유료방송서비스의 요금 수준의 적정성을 사전에 판단할 수 있도록 요금 승인제를 도입하였음
 - 하지만 2002년 위성방송서비스 개시와 2009년 이루어진 IPTV 3개 사업자의 시장진입으로 인해서 유료방송서비스 요금에 대한 사전 승인제 유지의 필요성이 크게 낮아지고 있음
 - 관련 시장 환경 변화에 따라 현행 사전 요금 승인제를 요금 신고제로 전환하는 내용의 법률 개정안이 '17년 12월 정부 발의로 국회에 제출됨
- 본 보고서에는 유료방송요금 승인제의 신고제 전환과 관련된 법률 개정안 통과 시, 요금 승인제가 유지되는 최소채널 묶음 상품의 요금 적정성 판단과 관련하여 다음과 같은 사항에 대한 검토가 이루어짐
 - 승인 대상 최소채널 상품을 전송방식별로 설정할 것인지, 사업자별로 설정할 것인지에 대한 기준 검토
 - 현재도 유료방송 요금 승인을 위한 구체적인 기준이 마련되어 있지 않아 실무에서 참조할 요금 적정성 판단 기준이 부재해 구체적인 승인 기준 검토
 - 마지막으로 요금 승인 시 제출되는 근거 자료에 대한 구체적인 규정을 갖고 있지 않아 관련 규정 검토
- 우선 요금 승인제 유지 대상 서비스는 전송방식별로 각 사업자가 제공하는 최소채널

상품으로 설정하는 방안을 검토하는 것이 적절해 보임

- 개정안은 사업자별로 가장 낮은 요금 수준의 최소채널 상품만을 승인제 유지 대상으로 삼고 있어, 전송방식별로 승인대상 상품을 설정할 경우, 개정안의 취지와 위임범위를 벗어났다는 우려가 제기될 수도 있는 것도 사실임
 - 하지만 이와 같은 우려에도 불구하고, SO 사업자가 제공하는 아날로그 및 8VSB 상품의 특성과 SO와 위성방송 및 IPTV 사이의 형평성을 고려할 때 요금 승인제 유지 대상 최소채널 상품을 전송방식별로 설정하는 것이 보다 적절해 보임
 - 또한 법률 개정안에서는 요금 승인과 관련된 절차 및 방법 등에 대해서 시행령에 위임하고 있어, 시행령에서 승인 대상 서비스를 보다 명확하게 정한다면 이와 같은 우려는 어느 정도 해소 가능할 것으로 판단됨
- 최소채널 요금 심사 시, 요금 적정성 판단 기준으로는 다음과 같은 사항을 고려하는 것이 적절해 보임
- 적정 원가보상률(또는 투자보수율)을 사전에 설정하기 보다는 관련 시장상황 등을 고려하여 요금 승인 시 유료방송사업자가 제출한 요금수준과 적정원가와의 차이의 적정성을 탄력적으로 판단하는 것이 보다 바람직해 보임
 - 이때, 유료방송 요금과 공급원가 간의 차이가 과도하게 크게 벌어지지 않도록 요금 적정성 판단 기준을 제시함으로써, 유료방송사업자에게 요금 적정성 판단을 위한 지침을 제공하는 방안도 검토 가능
 - 최소채널 상품의 요금 승인 시, 부당염매를 통한 공정경쟁 저해 가능성 차단을 심사 목적 중 하나로 삼는 방안도 고려 가능
 - 유료방송서비스 이용자에 대한 보호를 위해서는 요금 수준이 과도하게 높게 설정될 가능성뿐만 아니라, 요금 수준이 과도하게 낮게 설정됨으로써 일시적으로는 이용자 혜택이 증가할 수 있지만, 중장기적으로는 경쟁사업자가 시장에서 퇴출되거나 실질적인 경쟁이 불가능하게 됨으로써 궁극적으로 이용자 피해가 발생할 가능성 역시 고려되어야 함
 - 이를 위해서 요금 적정성 판단 시 유료방송 사업자가 최소채널 상품 요금을 공급원가 보다 현저하게 낮은 약탈요금(predatory pricing) 수준으로 설정해 경쟁 사업자를 퇴출시키는 등의 경쟁제한적 행위를 할 가능성을 차단하자는 것

- 다만, 약탈요금 설정 가능성 차단을 위한 판단 기준은 단순하게 공급원가 이하로 요금이 설정되는 것뿐만 아니라, ▲경쟁 유료방송사업자가 제공하는 유사 상품의 요금 수준, ▲승인신청 사업자의 시장지배력 보유 여부, ▲요금 수준에 따른 경쟁사업자 배제 가능성 등을 동시에 고려하도록 하는 것이 적절해 보임
- 최소채널 상품의 요금적정성 판단 기준 중 하나로 기존의 최소채널 상품 이용자의 요금 부담이 과도하게 증가될 가능성이 있는지의 여부를 포함시키는 방안도 고려해 볼 수 있음
- 요금 승인제의 신고제 전환 이후에도 유료방송사업자가 신규 최소 채널 상품을 출시하기 보다는 기존 최소채널 상품을 유지할 경우 해당 상품의 요금 수준 변동이 기존 최소채널 상품 이용자의 부담을 과도하게 증가시키는 것이 적절하지 않다는 것임
- 마지막으로 최소채널 상품의 요금 적정성 판단을 위해서는 해당 요금 수준이 관련 서비스의 향후 공급비용 및 미래투자 여력 등을 고려하고 있는지를 동시에 살펴보는 것이 적절해 보임
- 최소채널 상품에 대한 요금 승인 신청 시 제출되는 근거자료의 목록과 해당 자료의 적정성을 판단할 수 있는 기준에 대한 명확한 설정이 필요함
 - 승인 대상 유료방송상품의 공급을 위해서 필요한 직접비용 및 공통비용 등이 적절하게 추정되고 배분하지 않으면 해당 상품의 정확한 원가보상률에 대한 정확한 계산이 어렵게 됨
 - 요금 승인 시 정확한 원가보상률을 파악하기 위해서는 승인 대상 상품의 제공을 통해서 기대되는 직접 수익(기본수신료 매출)과 간접 수입(홈쇼핑송출수수료, 쿠폰 광고 매출 등) 역시 적절하게 추정되고 배분되어야 함
 - 이를 위해서 (1) 비용을 서비스별 매출액 비중으로 배분하거나, (2) 복수의 서비스 공급으로부터 발생한 매출액 총계와 이들 서비스를 공급하기 위해서 필요한 비용의 총계를 기준으로 규제 대상 서비스의 원가보상률을 계산하는 방안도 검토 가능
 - 원칙적으로는 공급 비용은 해당 서비스의 공급을 위해서 필요한 비용만으로 계산되는 되는 것이 적절하나, 복수의 서비스(예, 가입자 서비스+홈쇼핑채널 송출 대행)를 동시에 제공하고 있는 경우 서비스별 공통비용과 직접비용의 분리가 현실적으

- 로 용이하지 않을 수도 있어 복수의 서비스 공급으로부터 발생한 매출액 총계와 이들 서비스를 공급하기 위해서 필요한 비용을 총계를 기준으로 규제 대상 서비스의 원가 보상을 공급하는 방안이 현실에서 적용 가능한 접근법일 수도 있음
- 기존 최소채널 상품 요금의 변경 승인을 신청하는 경우는 향후 전망에 대한 자료뿐만 아니라 해당 자료와 연관된 과거 데이터도 동시에 제출하도록 하는 방안도 검토 가능함
 - 또한 既승인된 유료방송요금의 적정성을 확인하기 위해서 요금 승인 이후 일정 기간이 경과한 다음에 요금 적정성 판단을 위해서 제출받았던 자료의 실적 데이터를 제출하도록 하는 방안도 고려해 볼 수 있음
 - 방송법 및 IPTV법 개정안은 최소채널상품의 요금 승인 시, 해당 상품이 특정 방송분야에 편중되지 아니하도록 규정하고 있어 이에 대한 판단 기준 마련에 대한 검토가 필요함
 - 최소채널상품의 채널 구성 적정성을 판단하기 위해서는 우선 지상파 방송채널을 포함한 종합편성채널과 전문편성을 행하는 채널이 균형 있게 편성되었는지의 여부를 살펴볼 수 있겠음
 - 요금 승인 대상 최소상품이 제공하는 방송채널의 구성과 개수의 적정성을 판단하기 위해서는 승인 신청 대상 상품이 제공하는 방송채널의 구성과 개수와 유사한 유료방송상품에서 제공되는 방송채널의 구성과 개수를 비교해 볼 수 있음

2. 결합상품 요금 승인 기준

- 유료방송요금 승인제의 신고제 전환과 관련된 법률 개정안 통과 시, 결합상품 요금에 대한 적정성 판단과 관련하여 다음과 같은 사항에 대한 검토가 필요함
 - 우선 요금 적정성 판단을 위한 기준 마련을 위해서는 방송통신 결합상품 요금 심사의 필요성과 목적에 대한 논의가 선행되어야 할 것임³⁹⁾
 - 다음으로 결합상품 요금 승인의 목적을 달성하기 위해서 필요한 구체적인 요금 적

39) 결합상품 요금 심사의 목적이 무엇인지를 정해야 이에 따른 요금 적정성 판단 기준 마련 가능

정성 판단 기준의 마련이 필요함

- 마지막으로 결합상품 요금 승인 시 제출되는 근거 자료의 목록과 제출된 자료의 적정성을 판단에 필요한 구체적인 기준이 부재해 관련 규정 마련이 필요함
- 결합상품 요금 적정성 심사 기준을 마련하기 위해서는 우선 해당 유형의 상품 요금을 승인하는 목적이 명확하게 설정되어야 함
 - 우선, 결합판매 시 방송상품 요금이 과도하게 낮게 설정되지 않도록 함으로써 방송 시장 선순환 구조를 보호하는 것을 결합판매 요금 심사의 목적 중 하나로 설정하는 방안을 검토해 볼 수 있음
 - 다음으로 결합판매를 통한 부당한 이용자 차별의 차단을 결합판매 요금 적정성 판단의 목적 중 하나로 고려해 볼 수 있음
 - 마지막으로 방송통신 결합상품 판매 시 요금이 과도하게 낮게 설정됨으로써 경쟁 사업자가 시장에서 배제되는 등의 공정한 경쟁환경이 훼손될 가능성에 대한 우려가 존재해, 결합판매 요금 적정성 검토 시 이와 같은 문제를 해소하는 방안도 검토 가능
- 위에서 논의된 결합상품 적정성 판단의 목적을 달성하기 위해서 결합상품 요금 승인 시 실무에서 적용할 수 있는 구체적인 심사 기준은 다음과 같음
 - 우선 결합판매 시 방송상품 요금이 해당 상품을 공급하기 위해서 소요되는 원가 수준 보다 같거나 더 크다면 해당 결합상품의 방송상품 요금이 유료방송시장 선순환 구조 형성을 저해할 가능성이 낮다고 판단할 수 있음
 - 단품상품과 결합상품 이용자 간의 부당한 차별의 판단 기준은 개별적으로 판매되는 경우보다 (방송상품의) 요금이 현저하게 차별적으로 설정되었는지의 여부임
 - 결합상품 판매 시 방송상품의 부당염매를 통한 공정경쟁 저해 행위 차단을 위해서 결합상품의 요금 심사 시 고려할 사항은 (1) 결합상품의 요금 수준이 해당 상품의 공급비용에 비해서 과도하게 낮은지의 여부, (2) 이로 인해서 경쟁사업자의 배제 가능성이 있는지의 여부, (3) 이로 인해 궁극적으로 이용자 피해가 발생할 가능성이 있는지의 여부임
- 마지막으로, 결합상품 요금 승인 시 심사 대상 사업자와 심사 간소화 기준 마련 여부 등에 대한 검토 필요

- 우선, 방송통신 결합상품의 요금 적정성 심사 대상은 모든 유료방송사업자가 제공하는 결합상품으로 설정하는 방안이 적절해 보임
- 요금 적정성 심사 대상 결합상품의 설정은 다음과 같은 3가지 방안을 고려해 볼 수 있겠음
 - (방안 1) 결합판매 시 기간통신상품의 요금할인율이 유료방송상품의 요금할인율보다 같거나 더 높은 경우 요금적정성 심사를 면제하는 방안
 - (방안 2) 인가역무 기간통신상품의 결합요금 심사 간소화 방식을 준용해, 결합할인율 X% 이하일 경우 심사를 면제하는 방안
 - (방안 3) 방안 1, 2의 문제점을 고려할 때 심사간소화 기준을 설정하지 않고 모든 방송통신결합상품의 요금 적정성을 심사하는 방안도 검토할 수 있음

참 고 문 헌

[국내 문헌]

강준석 외(2015), 『방송시장 환경변화에 대응한 유료방송 요금 규제 및 수신료 배분 체계 개선 방안 연구』, 연구기관: 정보통신정책연구원, 미래창조과학부 융합활성화정책 연구 15-08.

_____ (2017), 『플랫폼 수익구조 개선을 통한 유료방송시장 생태계 선순환 기반조성을 위한 연구』, 연구기관: 정보통신정책연구원, 미래창조과학부 방송통신정책연구 16-융합-56.

방송통신위원회(2017), 『2017년도 방송시장 경쟁상황 평가』.

_____, 『방송시장 경쟁상황 평가』 각 연도.

_____ (2017), 『2016년도 방송사업자 재산상황 공표집』.

_____, 『방송사업자 재산상황 공표집』 각 연도.

방송통신위원회·과학기술정보통신부, 『방송산업 실태조사 보고서』 각 연도.

염수현 외(2009), 『유료방송 요금 제도 개선방안 연구』, 정책연구 09-60, 정보통신정책연구원.

[해외 문헌]

FCC Consumer Guide, Regulation of Cable TV Rates.

OLRC. United States Code.

U. S. Government Publishing Office. Electronic Code of Federal Regulations.

일본 케이블TV 방송법

강 준 석

- 서강대 신문방송학과 졸업
- 서강대 신문방송학과 석사
- Indiana Univ. 텔레커뮤니케이션 박사
- 현 정보통신정책연구원 연구위원

권 용 재

- McMaster Univ. 경제학과 졸업
- McMaster Univ. 경제학 석사
- 현 정보통신정책연구원 연구원

방송통신정책연구 17-융합-89

이용자보호를 위한 유료방송 요금규제

체계 개선방안 연구

(A Study on Improving Pay-TV Rates Regulations
for User Protection)

2018년 2월 일 인쇄

2018년 2월 일 발행

발행인 과학기술정보통신부 장관

발행처 과학기술정보통신부

경기도 과천시 관문로 47

Homepage: www.msit.go.kr

인쇄 인성문화
