

유료방송 이용요금 승인기준 정비방안 연구

A Study on the Pay TV Rate Approval Standard
Improvement

2013. 11

연구기관 : 정보통신정책연구원



방통융합미래
전략체계연구 지정2013-23

유료방송 이용요금 승인기준 정비방안 연구

(A Study on the Pay TV Rate Approval Standard
Improvement)

강준석/정 훈/곽동균/이주영/정현우

2013. 11

연구기관 : 정보통신정책연구원



미래창조과학부
Ministry of Science, ICT and
Future Planning

이 보고서는 2013년도 미래창조과학부 방송통신발전기금 방통융합 미래전략체계연구사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해이며, 미래창조과학부의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

미래창조과학부 장관 귀하

본 보고서를 『유료방송 이용요금 승인기준 정비방안 연구』
의 연구결과보고서로 제출합니다.

2013년 11월

연구기관: 정보통신정책연구원

총괄책임자: 강준석 부연구위원

참여연구원: 정 훈 부연구위원

곽동균 부연구위원

이주영 전문연구원

정현우 연구원

목 차

| | |
|---|-----------|
| 요약문 | ix |
| 제 1 장 서 론 | 1 |
| 제 1 절 연구의 배경 및 목적 | 1 |
| 제 2 절 요금 규제 일반 이론 개관 | 2 |
| 1. 투자보수율규제(Rate-of-return regulation) | 2 |
| 2. 보수율-유인규제(ROR-incentive regulation) | 4 |
| 3. 가격상한규제(Price cap regulation) | 7 |
| 제 2 장 유료방송 요금규제 관련 시장 및 제도 환경 분석 | 10 |
| 제 1 절 국내 유료방송 시장 환경 | 10 |
| 1. 유료방송 서비스 공급 시장 | 10 |
| 2. 유료방송 콘텐츠 공급 시장 | 14 |
| 제 2 절 국내외 유료방송요금 현황 | 16 |
| 1. 해외 주요국 유료방송 요금 현황 | 16 |
| 2. 국내 유료방송 요금 현황 | 22 |
| 제 3 절 국내외 유료방송요금 관련 제도 환경 분석 | 30 |
| 1. 유료방송 요금규제의 배경 | 30 |
| 2. 국내 유료방송 요금규제 현황 | 31 |
| 3. 미국의 유료방송 요금규제 동향 | 35 |
| 4. 일본의 유료방송 요금규제 동향 | 36 |
| 제 3 장 유료방송 요금규제 관련 문제점 및 개선 사항 | 38 |
| 제 1 절 요금규제 대상 사업자 개선 방안 | 38 |
| 1. 현황 및 문제점 | 38 |

| | |
|--|-----------|
| 2. 개선방안 | 39 |
| 제2절 요금규제 대상 서비스 개선 방안 | 43 |
| 1. 현황 및 문제점 | 43 |
| 2. 개선방안 | 45 |
| 제3절 요금규제 방식 및 절차 관련 개선 방안 | 45 |
| 1. 유료방송 가격규제 유형 | 45 |
| 2. 유료방송 이용요금 승인제도 분석 | 46 |
| 3. 유료방송 이용요금 승인 관련 회계자료 분석 | 50 |
| 4. 유료방송 이용요금 승인제도 개선 방향 | 55 |
| 제4절 유료방송이용요금 승인기준 개선 방안 | 55 |
| 1. 공공요금 승인기준 분석 | 55 |
| 2. 유료방송 이용요금 승인기준의 문제점 | 57 |
| 3. 유료방송 이용요금 승인기준 개선 방안 | 58 |
| 4. SO 디지털 이용요금 원가 산정 방안 | 60 |
| 제5절 방송통신 결합상품 관련 문제점 및 개선 방안 | 61 |
| 1. 현황 및 문제점 | 61 |
| 2. 개선 방안 1: 회계보고 지침 개정 | 62 |
| 3. 개선 방안 2: 결합상품 요금 승인 심사 기준 | 65 |
| 4. 개선방안 3: 유료방송 이용 약관 가이드라인 개선 | 68 |
| 제4장 결 론 | 71 |
| 참고문헌 | 74 |
| [부록 1] 유료방송 사업자별 방송상품 요금 | 75 |
| [부록 2] 유료방송 사업자별 결합상품 요금할인을 | 82 |

표 목 차

| | | |
|----------|--|----|
| 〈표 1-1〉 | 음선규제의 예 | 7 |
| 〈표 2-1〉 | 유료방송 사업자수 추이(2003~2011) | 10 |
| 〈표 2-2〉 | 유료방송 가입자수 추이(2008~2011) | 11 |
| 〈표 2-3〉 | 주요 유료방송사별 가입자수의 현황(2011년) | 13 |
| 〈표 2-4〉 | PP 개수 추이 | 14 |
| 〈표 2-5〉 | MSO 및 위성방송의 PP프로그램 사용료 지급현황(2009-2011) | 16 |
| 〈표 2-6〉 | OECD 국가 유료방송 ARPU 비교 | 17 |
| 〈표 2-7〉 | Comcast의 방송서비스 요금(XFINITY TV) | 18 |
| 〈표 2-8〉 | Comcast의 결합서비스 요금(XFINITY Triple Play) | 19 |
| 〈표 2-9〉 | Time Warner Cable의 결합서비스 요금 | 19 |
| 〈표 2-10〉 | Virgin Media의 방송서비스 요금 | 20 |
| 〈표 2-11〉 | Virgin Media의 결합서비스 요금 | 20 |
| 〈표 2-12〉 | J:Com의 방송서비스 요금 | 21 |
| 〈표 2-13〉 | J:Com의 결합서비스 요금 | 22 |
| 〈표 2-14〉 | CJ헬로비전의 방송서비스 요금 | 23 |
| 〈표 2-15〉 | 티브로드의 방송서비스 요금 | 24 |
| 〈표 2-16〉 | KT의 방송서비스 요금 | 26 |
| 〈표 2-17〉 | Skylife의 방송서비스 요금 | 26 |
| 〈표 2-18〉 | OTS상품의 방송서비스 요금 | 27 |
| 〈표 2-19〉 | CJ헬로비전의 무약정 단품 상품 대비 결합상품 할인율 | 27 |
| 〈표 2-20〉 | 티브로드의 무약정 단품 상품 대비 결합상품 할인율 | 28 |
| 〈표 2-21〉 | KT의 무약정 단품 상품 대비 결합상품 할인율 | 29 |
| 〈표 2-22〉 | OTS상품의 무약정 단품 상품 대비 결합상품 할인율 | 30 |

| | |
|---|----|
| 〈표 2-23〉 유료방송요금 관련 주요 법령(폐지 법령 포함) | 32 |
| 〈표 2-24〉 일본 방송법 유료방송요금 관련 조항 | 37 |
| 〈표 3-1〉 통신 서비스 요금 인가 대상 사업자 및 서비스 관련 규제 변화 연혁 | 41 |
| 〈표 3-2〉 유료방송사업자 제공 부가서비스 및 요금 사례 | 44 |
| 〈표 3-3〉 유료방송 가격규제 유형 | 46 |
| 〈표 3-4〉 유료방송 요금승인 체계 | 48 |
| 〈표 3-5〉 아날로그 이용요금 승인기준 | 48 |
| 〈표 3-6〉 유료방송 이용요금 승인기준 체계 | 49 |
| 〈표 3-7〉 A종합유선방송사업자의 요금승인 요청 시 제출 손익 자료 | 50 |
| 〈표 3-8〉 A종합유선방송사업자의 요금승인 요청 시 제출 손익 세부 자료 | 51 |
| 〈표 3-9〉 B인터넷멀티미디어방송사업자의 요금승인 요청 시 제출 손익 자료 | 52 |
| 〈표 3-10〉 B인터넷멀티미디어방송사업자가 요금승인 요청 시 제출한 영업수익 및 영업비용 상세 내역 | 53 |
| 〈표 3-11〉 2013 공공요금 원가정보 요약 | 56 |
| 〈표 3-12〉 이통3사 원가보상률 | 59 |
| 〈표 3-13〉 결합판매 비용절감 효과에 따른 결합매출액 공정가치 배분 결과 예시 | 63 |
| 〈표 3-14〉 회계 보고 지침 개정안 예시 | 64 |
| 〈표 3-15〉 방송통신상품 결합판매 이용약관에 대한 승인 심사 기준 예시 | 67 |
| 〈표 3-16〉 유료방송 이용약관 가이드라인 개선안 예시 | 70 |

그림 목 차

| | |
|--|----|
| [그림 2-1] 전국 기준 유료방송시장의 HHI 추이(2007~2011) | 12 |
| [그림 2-2] 권역별 HHI 분포의 평균 추이(2007~2011) | 13 |
| [그림 2-3] 일반PP의 방송사업매출 구성(2011) | 15 |

요 약 문

1. 제 목

유료방송 이용요금 승인기준 정비방안 연구

2. 연구목적 및 필요성

최근 들어 국내 유료방송시장은 신규 방송사업자의 시장 진입과 방송통신 융합 기술의 발전으로 인해서 급격한 변화를 겪고 있으며 이에 따라 유료방송서비스 요금 규제 정비의 필요성이 높아지고 있다. 2002년 이루어진 위성방송서비스 출범으로 인해서 국내 유료방송시장도 동일 방송구역에서 복수의 유료방송플랫폼 간의 실질적인 경쟁이 개시되었다. 2009년 이루어진 인터넷 멀티미디어 방송서비스(IPTV) 사업자의 시장 진입에 따라 이제는 각각의 지역 방송시장에서 최소한 5개의 유료방송플랫폼이 존재하는 본격적인 경쟁체제가 갖추어지게 된다.

이와 같은 유료방송시장의 경쟁양상의 변화로 인해서 유료방송서비스 이용 요금에 대한 기존의 규제체계의 재검토와 이에 따른 제도 정비의 필요성이 높아지고 있다. 현행 유료방송요금 규제체계를 계속 유지할 것인지, 유지한다면 언제까지 유지할 것인지, 유지하지 않는다면 현행 규제체계를 어떻게 정비할 것인지 등에 대한 심층적인 연구가 필요한 것이다.

3. 연구의 구성 및 범위

본 보고서의 주요 목적은 국내 유료방송 요금규제와 관련된 문제점을 분석하고 이에 대한 개선 방향과 구체적인 개선 방안을 제시하는 것이다. 이를 위해서 제1장에서는 요금 규제 일반 이론을 개관해보고, 제2장에서는 국내 유료방송시장 환경 및 요금 현황 등에 대한

분석과 국내외 유료방송요금규제와 관련된 제도 분석이 이루어졌다. 제3장에서는 유료방송 요금규제와 관련된 문제점과 이에 대한 개선 방향을 모색했다. 요금규제 대상 사업자와 규제 대상 서비스, 요금 승인 절차 및 방식, 현행 유료방송 요금승인 기준 현행화 필요성, 방송통신 결합판매 관련 문제점 등을 살펴보고 각각의 이슈에 대한 개선 방향과 방안을 제안했다. 제5장에서는 연구결과를 요약하고 이에 대한 정책적 시사점을 기술했다.

4. 연구 내용 및 결과

본 연구는 유료방송요금 규제의 대상·방법·절차 등과 관련된 다음의 사항을 검토하고 관련 규제의 구체적인 개선 방안을 제시했다. 장기적으로는 시장지배력 보유 여부와 무관하게 모든 사업자를 대상으로 요금규제가 이루어지고 있는 현행 요금규제 제도를 완화하여 요금 승인 대상을 한정하는 방안을 적극적으로 검토하는 것이 바람직하다고 판단된다. 요금규제는 (1) 가격 선도형 요금 담합 등으로 인한 독점적 요금 설정과, (2) 시장구조를 왜곡시키는 약탈적 행위 방식을 목적으로 하고 있으나 비시장지배적 사업자가 이와 같은 행위를 할 가능성은 높지 않다. 비시장지배적 유료방송사업자는 이용자 이익 저해를 할 능력도 없고 이들의 행위가 시장에 미치는 효과도 크지 않을 수 있다.

전체 유료방송서비스가 요금 승인 대상인 현 규제를 완화해 규제 필요성이 낮은 서비스 요금은 신고제로 전환하는 방향으로 규제 개선 검토 가능하다. 이를 통해서 부가서비스 요금 승인과 관련된 불필요한 행정비용을 줄이고 다양한 부가서비스의 신속한 제공이 가능해질 것이다. 또한 서비스 품질(원가)과 요금 사이의 상관관계를 높임으로써 고품질 서비스 공급 유인 역시 증가할 가능성이 높다. 부가서비스 요금 수준이 증가할 가능성도 완전히 배제할 수 없지만 비방송사업자가 공급하는 대체제를 고려할 때 그 가능성은 높지 않다고 판단된다.

유료방송 요금 승인 요청 시 제출하는 사업자마다 다른 형식과 방식으로 제출하고 있는 손익계산서 양식과 관련해서 기본적인 원칙들을 제시하여 비교가능성, 검토가능성, 이해가능성을 높여야 할 것이다. 요금 승인 요청시 제출하는 요금 산정 근거 자료는 과거의 객관적 사실에 의한 자료도 있지만 5년치 예측 손익계산서는 사업자의 예측에 의하여 작성되기 때문에 실제 검증이나 검토가 쉽지 않다. 따라서 장기적으로는 유료방송 사업자도

기간통신사업자들과 같이 정부에 매년 영업보고서를 제출토록하여 이를 정책 결정에 이용할 수 있도록 하여야 한다.

방송통신 결합상품 판매 매출액의 배분과 관련해서는 방송상품의 결합할인율이 지나치게 높아져 콘텐츠 사업자에게 분배되는 요금 수준이 과도하게 낮아지거나, 방송상품이 통신상품의 미끼상품으로 인식되는 상황을 방지하기 위한 관련 규제 개선이 요구된다. 구체적으로 이를 위해서 결합상품 판매로 발생하는 매출액을 단품상품 요금 비율대로 배분하는 공정가치 배분법을 적용하거나, 결합상품 요금 수준의 적정성을 심사할 수 있는 기준을 만들고 이를 방송상품 요금 승인 시 활용하는 방안을 검토해 볼 수 있겠다.

마지막으로 방송이용자가 상품 선택 시 비교를 용이하게 할 수 있도록 방송상품 이용약관 가이드라인의 개선이 요구된다. 현행 가이드라인에서도 결합상품과 관련된 세부 정보를 제공하도록 하고 있으나, 일부 유료방송사업자는 이를 정확하게 준수하고 있지 않고 있으며, 가이드라인의 내용 역시 보완이 필요하다. 특히 결합상품 간의 요금 비교와 결합상품과 단품상품 간의 요금 비교가 용이하게 이루어질 수 있도록 결합상품의 총할인을 뿐만 아니라 결합상품의 정액 요금에 대한 정보를 약관이나 사업자 홈페이지 등을 통해서 명확하게 제시하도록 하는 방향으로 가이드라인의 개정이 필요하다.

5. 정책적 활용 내용

본 보고서의 최종 결과물은 향후 유료방송 이용요금 관련 규제 개선 시 제도 개선 기본 방향과 제도 개선안 수립에 참고자료로 활용될 것으로 기대된다.

6. 기대효과

본 보고서는 유료방송 이용요금 규제 개선 필요성과 구체적인 개선방안을 제시함으로써 유료방송시장 선순환 구조 확립과 유료방송서비스 이용자 보호에 기여할 것으로 기대된다.

SUMMARY

1. Title

A Study on the Pay TV Rate Approval Standard Improvement

2. Object and Importance of Research

The main purpose this study is to identify issues and problems associated with current government regulations on pay TV service rates and suggest reasonable long-term policies for the regulation of pay TV rates.

3. Contents and Scope of the Research

The contents and scope of this study is as follows:

Chapter 1 shows the object and necessity of study. Chapter 2 analyzes domestic and international pay TV market and related regulatory environment. Chapter 3 identifies problems associated with current government regulations on pay TV service rates and, to address these issues, suggest reasonable long-term policies regarding the regulation of pay TV rates.. Chapter 4 summarizes the main findings of the study and discuss its policy implications.

4. Research Results

Considering the rapidly changing market environment of the pay TV industry, it is

necessary to update various aspects of the current regulations on the pay TV service rates. This study analyzes the problems associated with the current pay TV rate regulations in terms of the subject, method, procedures of the regulations as follows. First, this study examines the subject of the current regulations and concludes that, in the long term, the subject of pay TV service rate regulations should be limited to the entities or services which are likely to cause problems associated with exercising excessive market power. This study also suggests that the current procedure of the government to approve pay TV service rates should be changed to provide uniform standard that can be utilized by pay TV platforms. Finally, this study provides several policy suggestions regarding bundled pay TV service such as DPS and TPS in terms of regulating the information provided to pay TV users and the way pay TV platforms to split the revenues generated by the sales of the bundled services.

5. Policy Suggestions for Practical Use

The final results of this report are expected to be utilized to improve regulations on pay TV service rates and related issues.

6. Expectations

This report suggests several policy recommendations on regulations on pay TV service rates. If the government adopts these recommendations, not only the coherence of the government regulation would be improved but also the welfare of pay TV viewers would be increased.

CONTENTS

Chapter 1. Introduction

Chapter 2. Current Status of Domestic and International Pay TV
Markets and their Regulatory Environment

Chapter 3. Policy Recommendations to Improve TV Advertising
Regulations

Chapter 4. Conclusions

제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

1995년 종합유선방송 서비스 출범 당시 정부는 지역 방송시장별로 단일한 종합유선방송 사업자를 선정하고 배타적인 사업 허가권을 이들에게 부여했다. 이에 따라 종합유선방송 사업자는 자신의 사업 구역에서 100%의 시장점유율을 갖는 독점 사업자의 지위를 갖게 되었다. 해당 방송구역에서 유료방송서비스를 공급할 수 있는 유일한 사업자인 종합유선 방송사업자가 시장지배력을 보유하거나 이를 행사할 경우 유료방송서비스 이용자에게 과도하게 높은 서비스 요금을 부과함으로써 사회적 후생을 감소시킬 우려가 높아지게 된다. 이와 같은 가능성에 대비해서 규제 당국은 전기·가스·수도·대중교통 요금 등의 여타의 공공서비스 요금과 마찬가지로 종합유선방송사업자가 유료방송서비스 이용자에게 부과하는 유료방송요금을 관할 행정청의 승인을 받도록 지정했으며 현재도 동일한 규제가 적용되고 있다.

최근 들어 국내 유료방송시장은 신규 방송사업자의 시장 진입과 방송통신 융합 기술의 발전으로 인해서 급격한 변화를 겪고 있으며 이에 따라 유료방송서비스 요금 규제 정비의 필요성이 높아지고 있다. 2002년 이루어진 위성방송서비스 출범으로 인해서 국내 유료방송시장도 동일 방송구역에서 복수의 유료방송플랫폼 간의 실질적인 경쟁이 개시되었다. 2009년 이루어진 인터넷 멀티미디어 방송서비스(IPTV) 사업자의 시장 진입에 따라 이제는 각각의 지역 방송시장에서 최소한 5개의 유료방송플랫폼이 존재하는 본격적인 경쟁체제가 갖추어지게 된다.

이와 같은 유료방송시장의 경쟁양상의 변화로 인해서 유료방송서비스 이용 요금에 대한 기존의 규제체계의 재검토와 이에 따른 제도 정비의 필요성이 높아지고 있다. 현행 유료방송요금 규제체계를 계속 유지할 것인지, 유지한다면 언제까지 유지할 것인지, 유지하지 않는다면 현행 규제체계를 어떻게 정비할 것인지 등에 대한 심층적인 연구가 필요한 것이

다. 예를 들어 현재 SO의 유료방송요금 승인 시 적용되는 유료방송 요금승인 기준의 경우 아날로그 SO 유료방송요금 승인 기준은 2002년에 제정되었고, 디지털 SO 방송요금 승인 기준은 2004년에 제정된 이후 현재까지 한 번의 개정 없이 유지됨으로써 관련 기준 현행화의 요구가 높아지고 있다. 또한 신규 유료방송 가입자의 상당수가 단품 방송상품의 가입보다는 방송통신 결합상품을 통해서 방송서비스를 이용하고 있는 현재 상황을 고려할 경우 단품 방송상품뿐만 아니라 방송통신 결합상품 요금에 대해서도 어떤 방식으로 접근해야할지에 대한 고민이 필요한 시점이다.

본 보고서의 주요 목적은 국내 유료방송 요금규제와 관련된 문제점을 분석하고 이에 대한 개선 방향과 구체적인 개선 방안을 제시하는 것이다. 이를 위해서 제1장에서는 요금 규제 일반 이론을 개관해보고, 제2장에서는 국내 유료방송시장 환경 및 요금 현황 등에 대한 분석과 국내외 유료방송요금규제와 관련된 제도 분석이 이루어졌다. 제3장에서는 유료방송 요금규제와 관련된 문제점과 이에 대한 개선 방향을 모색했다. 요금규제 대상 사업자와 규제 대상 서비스, 요금 승인 절차 및 방식, 현행 유료방송 요금승인 기준 현행화 필요성, 방송통신 결합판매 관련 문제점 등을 살펴보고 각각의 이슈에 대한 개선 방향과 방안을 제안했다. 제5장에서는 연구결과를 요약하고 이에 대한 정책적 시사점을 기술했다.

제 2 절 요금 규제 일반 이론 개관¹⁾

1. 투자보수율규제(Rate-of-return regulation)

투자보수율이란 투입된 자본의 수익률을 말한다. 투자보수율규제는 일정 수익률 하에서 얻게 되는 수익을 투입된 자본의 기회비용 차원에서 보장받아야 할 비용으로 전제하고 이를 보장하는 규제이다. 이 때 보수율(r_f)은 다음과 같이 결정된다.²⁾

1) 김형찬 외(2005), '통신서비스 정책의 이해', 김득원 외(2009), '요금인가제 완화에 따른 통신요금 정책 방안' 참고.

2) 보수율 결정식은 김득원 외(2009), '요금인가제 완화에 따른 통신요금 정책 방안' 참고.

$$r_f = \frac{pq - wL}{K}$$

K : 자산, L : 노동, q : $F(K,L)$ 에 따른 생산량, p : 생산물 가격, w : 노동의 가격

이와 같이 결정된 보수율의 최대 허용치를 허용보수율(allowed rate of return)이라고 하는데, 투자보수율 규제는 실제보수율 r_f 가 허용보수율 r 보다 작거나 같도록 규제한다.

규제당국의 적정투자보수율 설정을 통한 규제는 정상적인 영업활동을 유지하기 위한 필요수입액(RR: revenue requirements) 확보를 보장함으로써 서비스가 안정적으로 제공될 수 있도록 한다. 또 하나의 장점은 비용이 감안된 필요수입이 보장됨으로써 서비스의 가격이 지나치게 비싸지거나 지나치게 낮아지지 않는 적정선을 유지하게 만든다는 것이다. 필요수입액은 다음과 같이 구성된다.³⁾

$$RR = rRB + OM + D + T$$

r : 허용보수율, RB : 요금기저, OM : 영업비용, D : 감가상각, T : 세금

그러나 투자보수율규제는 다음과 같은 몇가지 단점이 존재한다.

첫째, 피규제기업에 있어 비용절감과 혁신에 대한 유인이 낮아진다는 점이다. 일반적으로 기업은 가격이 변동이 없을 때 비용절감을 통해 수익을 증가시킬 수 있다. 그러나 투자보수율규제를 받는 기업의 경우에는 달성되어야 할 투자보수율이 보장되어 있어 대부분의 비용을 수입으로 보상받을 수 있고, 비용절감을 이뤄낸다 하더라도 이는 가격의 하락으로 이어져 결국 그 혜택은 소비자에게 귀속되게 된다. 따라서 피규제기업은 굳이 비용절감을 위해 노력할 필요가 없어진다.

둘째, 자본의 과다사용 가능성이 커진다는 점이다. 이를 Averch-Johnson효과라 하는데 허용된 투자보수율이 적정보수율보다 크다면 피규제기업은 자본과 노동의 투입비율을 더 큰 수익을 얻을 수 있는 방향으로 조절하려 할 것이다. 즉, 규제가 없을 때보다 자본을 과

3) 필요수입액 결정식은 김득원 외(2009), '요금인가제 완화에 따른 통신요금 정책 방안' 참고.

다 사용하고 노동을 과소사용하게 될 가능성이 커지는데 이는 과다사용된 자본비용은 투자보수율의 보장 하에 가격에 반영되어 보상받을 수 있기 때문이다.

셋째, 규제에 많은 비용이 소요된다는 점이다. 투자보수율 규제를 위해서는 일정기간마다 면밀한 피규제기업의 현황파악과 회계감사가 이루어져야하기 때문에 높은 규제비용과 절차상의 많은 시간이 소요된다.

넷째, 필요수입액이 변했을 때 소비자에게 지나치게 위험이 전가된다는 것이다. 예를 들어, 투자보수율규제를 받는 피규제기업이 상품 및 서비스를 제공하는데 있어 예상치 못한 비용증가를 겪게 된다면 결국 이는 필요수입액의 증가로 인한 가격의 인상으로 이어진다. 그리고 이러한 가격의 인상은 결국 기업이 짊어져야 할 위험부담이 전적으로 소비자에게 전가되었다는 것을 의미한다.

다섯째, 시장 간 비용의 전가를 통한 상호보조의 문제이다. 복수의 서비스를 제공하는 피규제기업이 독점적인 시장에서 투자보수율 규제를 받는 경우, 좀 더 경쟁적인 다른 서비스 시장의 비용을 독점적인 시장으로 전가시킬 유인을 갖는다. 이를 통해 경쟁적인 시장에선 가격경쟁력을 확대할 수 있으며, 독점적 시장으로 전가된 비용은 필요수입액 증가로 인한 가격인상을 통해 보상받게 된다.

이외에도 규제기관과 피규제기업 간 정보 비대칭성이 존재하는 문제, 경쟁정도와 환경에 따라 유연한 요금설정이 어려운 문제 등이 투자보수율규제의 단점으로 지적되고 있다.

2. 보수율 – 유인규제(ROR-incentive regulation)

전통적 보수율 규제의 취약점을 보완하는 규제로서 피규제기업에게 유인과 패널티를 제공하여 규제 목적 달성을 유도하는 규제체계이다. 피규제기업은 주체적으로 목적을 달성하는데 참여하고 비용절감에 유연성을 제공받는다. 이러한 규제방식을 보수율-유인규제라 하는데, 유인규제란 전통적 규제수단에 사후적 성과에 대한 경제적 유인요소를 더한 규제수단이라고 할 수 있다. 이러한 규제체계는 전통적 규제수단과 비교하여 경제적 효율성 향상의 효과를 같이 볼 수 있다는 이점이 있다.⁴⁾ 보수율-유인규제는 일반적으로 다음과 같은 방식으로 이뤄진다.

4) 이성우(1998), '고품질규제를 위한 시장친화적 유인규제수단의 탐색' 참고.

가. 보수율 범위 설정(Banded rate of return)

규제당국이 피규제기업이 달성 가능한 보수율의 범위를 설정함으로써 비용절감의 유인이 적은 전통적 보수율 규제의 단점을 다소 보완할 수 있다. 허용보수율이 일정 수치가 아닌 일정 수치 내외의 범위가 될 경우, 피규제기업은 그 범위내의 보수율 달성 하에서 발생한 수익을 모두 획득하게 된다. 따라서 피규제기업이 일정 수치의 보수율로 규제받을 때와 비교하여 비용절감을 통해 수익을 추가적으로 가져갈 수 있다는 장점이 있다. 또한 허용보수율의 상하한이 있으므로 인해 보수율규제의 장점 또한 일부 가져갈 수 있다.

나. 수익배분규제(Earning sharing regulation)

수익배분규제는 허용수익률을 설정한 후, 피규제기업의 실제 수익률과의 격차로 인한 추가적 수익 혹은 손실을 피규제기업과 소비자에게 배분하는 규제를 말한다. 실제 수익률이 허용수익률과 적은 차이를 보인다면 모든 수익은 피규제기업에 귀속된다. 그러나 실제 수익률이 허용수익률보다 정해진 수준 이상 크거나 작다면 그에 따른 추가적 수익 혹은 손실은 피규제기업과 소비자에 배분되게 된다. 예를 들어 허용수익률이 10%일 때, 8~12%의 수익률 달성시 수익은 피규제기업에 귀속되지만 이 범위 미만이나 초과되는 수익률이 달성되었다면 배분이 일어나게 된다. 배분은 배분상수를 이용한 허용수익률의 조정을 통해 정해지게 되는데 새로운 허용수익률은 다음 식을 이용해 산출된다.⁵⁾

$$R = r_t + h(r' - r_t)$$

R : 새로 설정된 수익률, r_t : t 년도에 있어서 실제수익률, r' : 목표수익률,

h : 0 ~ 1사이의 배분상수

허용수익률 결정식을 살펴보면 배분상수 h 에 의해 피규제기업과 소비자 간의 배분 비율이 정해지는 것을 알 수 있다. h 가 0에 가까울수록 피규제기업이 부담해야 할 몫이 커지게 되며, 1에 가까울수록 소비자가 부담해야 할 몫이 커지게 된다. 수익배분규제 하에서 피규제기업은 허용수익률 이상의 수익을 획득하는 것이 가능하지만, 그 추가적 수익이 소

5) 허용수익률 결정식은 김득원 외(2009), '요금인가제 완화에 따른 통신요금 정책 방안' 참고.

비자에게 함께 분배된다는 점에서 비용절감의 유인이 다소 약화된다고 볼 수 있다.

다. 매출배분규제(Revenue sharing regulation)

매출배분규제는 일정규모를 초과하는 매출이 피규제기업과 소비자에게 분배된다는 점에서 수익배분규제와 비슷하다고 볼 수 있다. 그러나 매출배분규제는 매출에서 비용이 제거된 수익이 아닌 매출 자체를 피규제기업과 소비자에 분배하는 규제이기 때문에 비용절감으로 인한 이익이 피규제기업에 완전히 귀속된다. 따라서 비용절감에 대한 유인이 수익배분규제에 비해 강화되는 차이점이 있다. 한편, 증가된 매출의 분배가 세금부과를 통해 일어나므로 피규제기업이 매출을 증가시킬 유인이 다소 저하될 수 있다.

라. 요금조사유예(Rate case Moratoria)

요금조사유예는 요금규제를 시행함에 있어 적절한 규제시차를 두어 피규제기업에게 비용절감의 유인을 주는 것이다. 피규제기업의 요금재설정이나 이익에 대한 조사가 빈번히 이루어지고 그때마다 요금설정에 이를 반영하는 규제가 가해진다면 피규제기업에게 비용절감의 유인이 저하된다. 그러나 이러한 요금조사가 일정기간(일반적으로 2-5년) 유예된다는 보장이 있다면 피규제기업은 그 기간 동안 높은 수익을 가져갈 수 있기 때문에 비용절감의 유인이 강해지게 된다. 요금조사유예는 가격상한규제로의 전환 초기 종종 시행되어 왔다.

마. 잣대경쟁(Yardstick)

특히 독점적인 피규제기업을 규제함에 있어 피규제기업과 비슷한 생산 및 수요 환경을 가진 다른 기업집단을 잣대로 활용하여 피규제기업이 효율성 향상의 유인을 갖도록 유도하는 규제이다. 피규제기업을 제외한 다른 기업집단의 평균적인 실적을 기준으로 하여 피규제기업의 실적이 조정되게 된다. 즉, 다른 기업집단의 평균적인 수익률이 피규제기업에게 허용되는 수익률의 역할을 하게 되며 비용절감을 통해 추가적인 이익을 가져갈 수 있도록 유인을 제공한다. 이러한 방식은 비교가능한 다른 기업이 충분한 수로 존재할 때 효율적이며 피규제기업의 정보지대를 최소화할 수 있다는 장점이 있다. 그러나 기업이 처한 환경과 생산요소가 근본적으로 같지는 않으므로 규제가 개별 기업의 특수성을 간과한 채 이뤄진다는 단점이 있다.

바. 옵션규제(Option)

옵션규제는 피규제기업이 다수이며 개별 기업들이 타고난 능력에 차이에 차이가 있을 경우, 규제 수준을 달리한 몇 가지 옵션을 제공하여 기업별로 선택한 옵션에 따라 규제 정도에 차이를 두는 규제이다. 1995년 FCC는 RBOC(Regional Bell Operating Company)에 다음 <표 1-1>과 같은 3가지 옵션을 제공하여 그 중 하나를 선택할 수 있게 하였다.

<표 1-1> 옵션규제의 예

| Option | 최소 귀속수익율 | 50:50배분 수익율 | 최대 귀속수익율 |
|----------------|----------|-------------|----------|
| Option A(4%) | 10.25 | 12.25~14.25 | 13.25 |
| Option B(4.7%) | 10.25 | 12.25~20.25 | 16.25 |
| Option C(5.3%) | None | None | None |

출처: Sappington(2002)

3. 가격상한규제(Price cap regulation)

가격상한규제는 피규제기업을 규제함에 있어 수익이 아닌 가격에 초점을 맞추고 가격 설정에 상한을 두어 규제하는 제도이다. 가격의 상한을 정하는 대표적인 방법은 다음 수식⁶⁾과 같은데 가격상승요인인 전년도 대비 물가 상승을 인정하는 동시에 가격하락요인인 생산성 향상을 고려하여 당해의 상한 가격을 정하게 된다.

$$P_t = P_{t-1} [1 + (RPI - X)]$$

P_t : 당해연도 요금, P_{t-1} : 전년도 요금, RPI : 전년대비 소매물가지수,
 X : 기업의 내부효율성 증가에 의한 가격인하요인

가격상한규제는 투자보수율규제의 취약점을 상당부분 보완할 수 있는 여러 장점을 가지고 있는데 이는 다음과 같다.

첫째, 가격상한규제는 상한가격을 설정함에 있어 물가상승률과 생산성 증가율이라는 일

6) 가격상한 결정식은 김득원 외(2009), '요금인가제 완화에 따른 통신요금 정책 방안' 참고.

반적으로 널리 알려진 변수를 사용한다. 따라서 피규제기업의 수익이나 비용에 대한 정보가 필요치 않아 규제기관과 피규제기업 간의 정보의 비대칭성이 발생하지 않으며, 규제에 소요되는 비용을 최소화할 수 있다. 일반적으로 널리 알려진 변수를 사용할 때의 또 다른 이점은 자의성을 배제하여 불확실성을 없앨 수 있다는 것이다.

둘째, 가격상한규제는 비용이 아닌 가격을 근거로 하는 규제 방식이다. 따라서 피규제기업이 비용을 과다하게 책정하려는 유인이 발생하지 않으며, 오히려 비용절감 및 혁신의 이익이 피규제기업에 귀속되기 때문에 기업이 효율성을 제고하려는 유인을 갖게 한다.

셋째, 규제기관이 상한 가격을 결정하는데 있어 특정 생산요소에 대한 고려가 없기 때문에 투자보수율규제의 단점으로 지적된 피규제기업의 자본 과다사용 현상인 Averch-Johnson효과가 발생할 이유가 없게 된다. 가격상한제 하에서 피규제기업은 가장 효율적인 수준에서 생산요소를 조합할 것이다.

넷째, 비용절감이 수익 확대로 이어지므로 피규제기업은 비용절감을 위한 연구개발이나 새로운 방법 모색에 상당한 자금을 투입하는 등 위험이 동반되는 투자를 할 수 있다. 이때, 이러한 위험은 전적으로 피규제기업의 몫이 되며 소비자에 전가되지 않는다. 따라서 피규제기업은 위험부담을 고려한 신중한 투자를 하게 될 것이다.

다섯째, 가격을 근거로 하는 규제에서 경쟁정도가 다른 시장 간 비용의 전가를 통한 상호보조의 가능성은 완전히 제거된다.

그러나 가격상한규제 또한 다음과 같은 몇몇 문제점을 가지고 있다.

첫째, 가격상한규제가 지속적으로 유지될 수 있는냐는 문제이다. 상한가격이 피규제기업의 인상요청 혹은 소비자단체의 인하요구 등 이해집단의 정치적 압력에 따라 변동될 가능성이 있다면 가격상한규제의 장점들은 달성될 수 없을 것이다.

둘째, 피규제기업의 생산효율성 제고라는 규제 목적을 달성하기 위해서는 가격상한 결정식의 X 값이 장기적으로 변동 없이 지속되어야 한다. 피규제기업은 생산효율성 증대로부터 얻을 수 있는 추가적 수익이 상당기간 지속 될 수 있다는 보장이 있어야 비용절감을 위해 노력할 것이기 때문에 가격상한은 미래지향적으로 결정되어야 한다. 이 때 미래지향적 예측을 하게 됨으로써 상당한 불확실성을 내재할 수 있는 문제점이 존재한다. 그러나 그렇다고 해서 상한 가격 개정주기가 짧고 자주 이루어진다면 피규제기업은 효율성 증대의 유인을 잃게 된다.

셋째, 피규제기업이 자율적으로 요금을 설정함에 있어 서비스 간 요금의 배분적 효율성은 고려되지 않을 것이다. 가격상한규제는 'RPI-X'의 범위를 초과하지 않는 범위 내에서 피규제기업에게 요금설정 자율권을 부여하는데, 경쟁상황, 경쟁자 수 등 서비스 시장의 환경 조건에 따라 일부 시장에서는 약탈적 가격 설정을 통한 시장잠식 행위가 일어나고 나머지 시장에서는 과도하게 요금이 인상될 수 있다. 피규제기업은 경제적 후생 극대화보다는 이윤을 극대화하는 요금체계를 선택할 것이기 때문이다.

넷째, 가격상한규제 도입 후 피규제기업은 요금재조정(price rebalancing)을 통해 이윤을 극대화할 수 있는 방법을 모색할 것이다. 이 때, 특정 계층의 이용자에게는 유리해지는 반면 다른 계층의 이용자는 비용부담이 늘어나는 형평성의 문제가 발생 할 수 있다. 만약 피규제기업이 이부요금을 설정함에 있어 기본료는 높은 수준으로 인상하고 사용료는 인하하는 방향으로 요금재조정이 이뤄진다면 사용량이 많은 계층은 혜택을 볼 수 있는 반면 사용량이 적은 계층은 높은 기본료로 인해 부담이 증가하게 될 것이다.

다섯째, 'RPI-X'는 상한요금의 상승률이 아니라 실제 요금상승을 의미할 수 있다. 이 경우 문제가 되는 것은 물가상승요인이 피규제기업과 무관한 외부적 요인에 있음에도 요금을 인상할 수 있는 빌미를 제공하게 되고, 인상된 요금은 다시 물가수준에 영향을 미치게 되어 물가상승을 다시 견인할 수 있다는 것이다. 이외에도 피규제기업이 속한 산업에 충분한 경쟁이 도입되지 않은 경우, 피규제기업이 품질저하를 통해 비용을 절감시킬 유인을 갖는다는 문제점 등이 있다.

제 2 장 유료방송 요금규제 관련 시장 및 제도 환경 분석

제 1 절 국내 유료방송 시장 환경

1. 유료방송 서비스 공급 시장

2002년 위성방송사업자가 시장에 진입하기 이전에 국내 유료방송시장은 종합유선방송 사업자에 의한 지역 독점시장의 성격을 갖고 있었다. 일부 지역 방송구역에서는 동일 방송구역 내에 복수의 SO 사업자 운영됨으로써 복점 구조를 형성하고 있었으나 대부분의 방송구역은 단일 SO 사업자가 독점적인 유료방송 서비스 제공사업자였다. 위성방송사업자의 시장 진입으로 인해 지역 유료방송시장도 모든 시장에서 최소한 2개의 유료방송사업자가 존재하는 경쟁 구조가 갖추어졌다. 하지만 위성방송서비스의 기술적 특성과 가격 등의 요인으로 인해서 위성방송사업자의 시장 진입은 경쟁 증가 효과는 제한적이었다. 2009년 이루어진 인터넷 멀티미디어 방송 서비스(이하 IPTV) 사업자의 시장 진입으로 국내 유료 방송 시장에서도 본격적인 경쟁구도가 형성되었다. 초고속 인터넷 서비스를 제공하고 있던 KT, SK브로드밴드, LGU+에게 IPTV 사업권을 부여함으로써 모든 지역 유료방송시장에서 방송서비스 이용자는 최소한 5개의 유료방송사업자에 대한 선택권을 갖게 된 것이다.

〈표 2-1〉 유료방송 사업자수 추이(2003~2011)

| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| SO | 119 | 107 | 119 | 111 | 107 | 103 | 100 | 94 | 94 |
| 위성방송사 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| IPTV사 | - | - | - | - | - | - | 3 | 3 | 3 |
| 계 | 120 | 108 | 120 | 112 | 108 | 104 | 104 | 98 | 98 |

출처: 2012년도 방송시장 경쟁상황평가

2011년 말 기준 국내 유료방송가입자 규모(단자수 기준)는 2,158만 명으로 2008년 말 1,733만 명에서 3년 만에 24.5% 증가했다. 유료방송시장이 포화상태에 있다는 일반적인 인식과는 달리 전체 시장 규모가 지속적으로 커지고 있는 양상을 나타내고 있다. SO 가입자 규모는 2008년 1,503만 명에서 2011년 1,477만 명으로 소폭 줄어들었으며 전체 유료방송 가입자 시장에서 차지하는 가입자 규모 기준 점유율도 86.7%에서 68.5%로 18.2% 포인트 감소했다. 반면 2008년 시장에 진입한 IPTV의 경우 진입 첫 해의 733명에서 2011년 말에 492만 명으로 이 기간 동안 6,210% 증가했으며 가입자 규모 기준 점유율도 0%대에서 21.1% 대로 급증했다. 위성방송서비스 가입자 규모 역시 KT계열 IPTV와의 제휴 상품인 OTS 상품 판매 호조에 힘입어 2008년의 230만 명에서 2011년에는 326만 명으로 41% 증가했다.

〈표 2-2〉 유료방송 가입자수 추이(2008~2011)

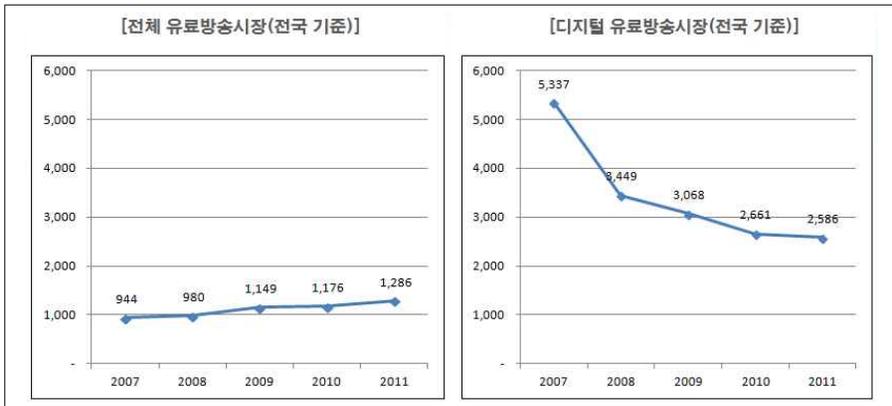
(단위: 단자 수)

| | 2008 | | 2009 | | 2010 | | 2011 | |
|----------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|
| 유료방송 합계 | 17,331,782 | 100.0% | 19,341,445 | 100.0% | 20,416,963 | 100.0% | 21,579,972 | 100.0% |
| 종합유선방송 | 15,028,834 | 86.7% | 15,142,582 | 78.3% | 14,859,120 | 72.8% | 14,777,993 | 68.5% |
| 아날로그 | 13,111,575 | 75.7% | 12,454,065 | 64.4% | 11,482,445 | 56.2% | 10,592,296 | 49.1% |
| 디지털 | 1,917,259 | 11.1% | 2,688,517 | 13.9% | 3,376,675 | 16.5% | 4,185,697 | 19.4% |
| 일반위성 | 2,302,175 | 13.3% | 2,457,408 | 12.7% | 2,826,751 | 13.9% | 3,260,579 | 15.1% |
| IPTV | 1,613,600 | — | 2,373,911 | — | 3,645,807 | — | 4,919,579 | — |
| Live | 773 | 0.0% | 1,741,455 | 9.0% | 3,063,335 | 15.0% | 4,553,363 | 21.1% |
| VoD | 1,612,827 | — | 632,456 | — | 582,472 | — | 366,216 | — |
| OTS | — | — | 85,799 | — | 640,686 | — | 1,203,724 | — |
| OTS Live | — | — | — | — | 332,243 | 1.6% | 1,011,963 | 4.7% |
| OTS VoD | — | — | 85,799 | — | 308,443 | — | 191,761 | — |

주: '유료방송 합계'는 '종합유선방송+일반위성+IPTV Live-OTS Live'임. OTS Live를 제외하는 이유는 OTS Live 가입자가 위성방송 및 IPTV에 중복 계산된 부분을 제외하기 위함임
출처: 2012년도 방송시장 경쟁상황평가

아날로그와 디지털 유료방송서비스를 합한 전체 유료방송시장의 전국 기준 HHI는 2011년 현재 1,286으로 통상적인 기준에서 봤을 때 시장집중도가 높다고 말할 수는 없지만 2007년 이후 다소나마 지속적으로 상승하는 양상을 보이고 있다. 디지털 유료방송시장의 전국 기준 HHI는 2011년 기준 2,586으로 다소 높다고 할 수 있지만 지속적으로 감소되는 추세를 보이고 있다.

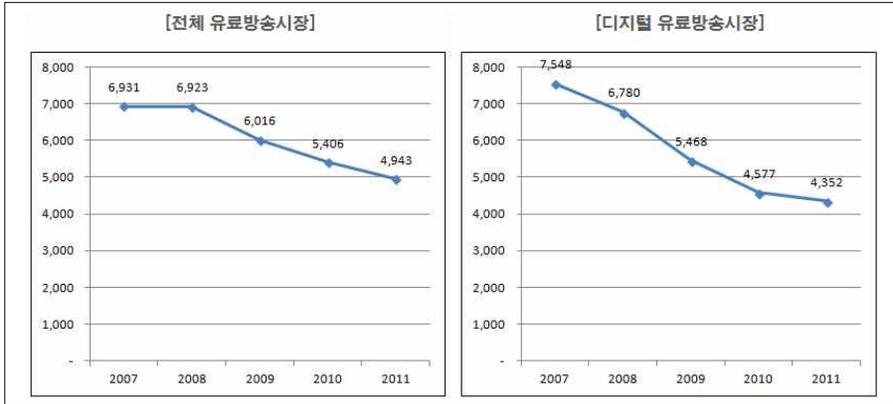
〔그림 2-1〕 전국 기준 유료방송시장의 HHI 추이(2007~2011)



주: 1) MSO, 독립SO, 위성, IPTV 각 사별 점유율을 이용하여 HHI 산출
 2) IPTV사업자의 가입자 및 매출항목은 실시간채널서비스(Live) 가입자에 대한 수치임
 3) KT와 스카이라이프는 한 개의 사업자인 것으로 간주하여 점유율 산정 후 HHI계산
 출처: 2012년도 방송시장 경쟁상황평가

77개 지역 방송구역별 평균 HHI는 전체 유료방송시장을 기준으로 했을 때 2011년 현재 4,943으로 통상적인 기준에서 볼 때는 매우 높은 수준이나 2008년 IPTV 시장 진입 이후 지속적으로 감소하는 추세를 보이고 있다. 디지털 유료방송시장의 77개 지역 방송구역별 평균 HHI의 경우 2011년 기준 4,352로 상당히 높은 수준이나 전체 유료방송시장에서의 시장집중도 변동추세와 마찬가지로 시장집중도가 점차 감소하는 양상으로 보이고 있다.

[그림 2-2] 권역별 HHI 분포의 평균 추이(2007~2011)



주: 구역별 점유율 산정 시 한 구역내 두 개의 SO가 있을 때 이를 동일한 MSO가 소유하고 있는 경우(비실질경쟁구역) 두 사업자가 하나의 사업자인 것처럼 점유율을 산정
출처: 2012년도 방송시장 경쟁상황평가(2012)

유료방송사업자가 가입자에게 부과한 요금으로부터 얻은 수익의 규모는 2011년도 기준 2조 1,963억 원으로 이들의 전체 방송사업수익 규모인 3조 173억 원의 약 73.8% 수준을 차지했다. 전체 방송사업수익 규모 중 가입자 수익이 차지하는 비중은 플랫폼별로 다소 상이하게 나타나 2011년도 기준으로 SO 사업자의 경우 67.5%, 위성방송사업자는 87.7%, IPTV 사업자의 경우는 83.5% 수준이었다. 플랫폼별로 홈쇼핑 송출수수료 수익이나 방송광고수익 규모의 차이로 인해서 전체 방송사업수익 중 가입자 수익이 차지하는 비중이 다소 차이가 있지만 가입자로부터 받는 요금 수익이 여전히 제일 큰 비중을 차지하고 있다.

<표 2-3> 주요 유료방송사별 가입자수익 현황(2011년)

(단위: 억 원, %)

| | 가입자수익(A) | 점유율 | 전년대비 증가율 | 방송사업수익(B) | A/B |
|-------|----------|------|-------------|-----------|------|
| 티브로드 | 3,621 | 16.5 | 2.9 | 5,384 | 67.3 |
| 씨제이 | 3,297 | 15.0 | 14.1 | 5,031 | 65.5 |
| 씨앤엠 | 3,261 | 14.8 | 8.8 | 4,741 | 68.8 |
| 에이치씨엔 | 1,249 | 5.7 | 5.1 | 1,836 | 68.0 |
| 씨엠비 | 760 | 3.5 | 3.5 | 1,142 | 66.5 |

| | 가입자수익(A) | 점유율 | 전년대비 증가율 | 방송사업수익(B) | A/B |
|---------|----------|-------|-------------|-----------|------|
| MSO 합계 | 12,187 | 55.5 | 7.6 | 18,134 | 67.2 |
| 독립 SO | 2,101 | 9.6 | -6.8 | 3,035 | 69.2 |
| SO 합계 | 14,288 | 65.1 | 5.2 | 21,169 | 67.5 |
| 위성 | 3,280 | 14.9 | 4.0 | 3,739 | 87.7 |
| OTV | 2,117 | 9.6 | - | 2,409 | 87.9 |
| KT 계열 | 5,397 | 24.6 | - | 6,148 | 87.8 |
| B tv | 1,114 | 5.1 | - | 1,338 | 83.3 |
| U+ TV | 1,164 | 5.3 | - | 1,518 | 76.7 |
| IPTV 합계 | 4,395 | 20.0 | - | 5,265 | 83.5 |
| 합계 | 21,963 | 100.0 | - | 30,173 | 72.8 |

주: 1) 가입자수익=방송수신료수익(VoD, PPV 포함)+시설설치수익+단말장치임대수익

2) IPTV의 경우 Live 자료만 활용

출처: 2012년도 방송시장 경쟁상황평가

2. 유료방송 콘텐츠 공급 시장

유료방송사업자에게 방송채널을 제공하는 일반 PP의 개수는 2011년 기준 178개로 2000년대 중반 이후 지속적인 감소 추세를 보이고 있다. 하지만 이와 같은 PP 개수의 감소 추세에 주요 원인은 PP 간의 인수 및 합병에 의한 것으로 PP 사업자 개수 감소가 유료방송채널이 공급하는 채널 개수의 감소로 이어진다고 해석하기에는 무리가 있다. 수익성이 낮은 일부 유료방송채널의 경우 시장에서 퇴출된 경우가 존재하는 것은 사실이지만, 기존 PP 및 신규 PP에 의해서 신규 유료방송채널이 꾸준히 시장에 진입하고 있기 때문에 전체 유료방송시장에 공급되는 유료방송채널의 개수는 최소한 감소는 하지 않을 것으로 추정할 수 있다.

〈표 2-4〉 PP 개수 추이

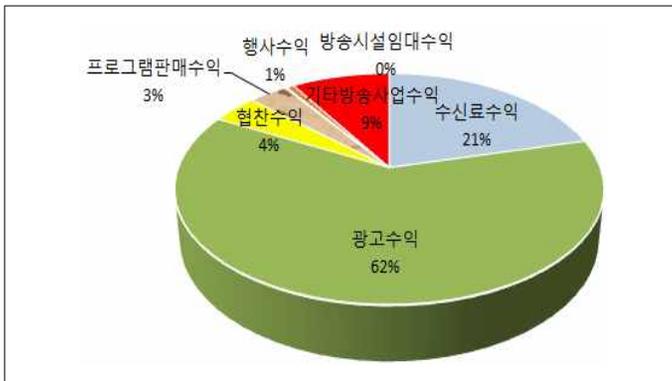
(단위: 개, %)

| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 승인 | 7 | 7 | 7 | 19 | 19 | 15 | 16 | 13 | 17 |
| 등록 | 116 | 152 | 137 | 168 | 169 | 172 | 168 | 166 | 161 |
| 소계 | 123 | 159 | 144 | 187 | 188 | 187 | 184 | 179 | 178 |
| 전년 대비 증감(개수) | | +36 | -15 | +43 | +1 | -1 | -3 | -5 | -1 |

출처: 2012년도 방송시장 경쟁상황평가

일반 PP의 방송사업수익 중 가장 큰 비중을 차지하는 항목은 광고수익 매출액으로 전체 방송사업 수익 중 62%의 비중을 차지하고 있으며, 일반 PP가 유료방송플랫폼으로부터 분배 받는 수신료 수익이 차지하는 비중은 21% 수준으로 광고수익이 매출에서 차지하는 비중의 3분의 1 수준이다. PP에게 안정적인 재원을 공급해주는 수신료 배분 수익 규모에 비해 경기변동에 민감한 광고수익 비중이 훨씬 큰 현재의 방송사업 매출 구성은 개선의 여지가 상당하다. PP 방송사업 수익 중 수신료 배분 수익 비중이 커져서 PP가 현재보다 안정적으로 재원을 확보하기 위해서는 유료방송플랫폼 사업자가 PP에게 배분하는 가입자 수익 비중의 증가뿐만 아니라 유료방송플랫폼 사업자의 가입자 수익 절대 규모 증가가 이루어져야 한다.

[그림 2-3] 일반PP의 방송사업매출 구성(2011)



출처: 2012년도 방송시장 경쟁상황평가

PP사업자 MSO 및 위성방송 사업자로부터 배분 받는 수신료 수익의 규모는 2011년 기준 4,475억 원으로 이는 MSO와 위성방송 사업자의 전체 가입자 수익의 29.4% 수준이다. 특히 재허가 조건으로 수신료 수익의 25% 이상을 PP에게 지급하도록 되어 있는 SO의 경우 이와 같은 조건이 부과된 이후 PP에게 지급하는 수신료 수익 규모를 상당한 수준으로 확대했다.

〈표 2-5〉 MSO 및 위성방송의 PP프로그램 사용료 지급현황(2009~2011)

(단위: 억 원)

| 구분 | 2009년 | | | 2010년 | | | 2011년 | | |
|------------|--------------|----------------|---------------|--------------|----------------|---------------|--------------|----------------|---------------|
| | 수신료 수익(A) | 프로그램 사용료(B) | 지급비율 (B/A) | 수신료 수익(A) | 프로그램 사용료(B) | 지급비율 (B/A) | 수신료 수익(A) | 프로그램 사용료(B) | 지급비율 (B/A) |
| 티브로드 | 3,176 | 791 | 24.9% | 3,236 | 822 | 25.4% | 3,260 | 902 | 27.7% |
| 씨제이 | 2,335 | 691 | 29.6% | 2,319 | 688 | 29.7% | 2,560 | 671 | 26.2% |
| 씨엔엠 | 2,354 | 622 | 26.4% | 2,407 | 635 | 26.4% | 2,547 | 658 | 25.8% |
| 에이치 씨엔 | 954 | 246 | 25.8% | 991 | 289 | 29.2% | 1,008 | 292 | 29.0% |
| 씨엠비 | 680 | 173 | 25.4% | 707 | 177 | 25.0% | 738 | 185 | 25.1% |
| MSO합계 | 9,500 | 2,523 | 26.6% | 9,660 | 2,612 | 27.0% | 10,112 | 2,708 | 26.8% |
| 독립SO 합계 | 1,981 | 468 | 23.6% | 2,098 | 582 | 27.7% | 1,913 | 511 | 26.7% |
| SO전체 합계 | 11,480 | 2,991 | 26.1% | 11,758 | 3,194 | 27.2% | 12,025 | 3,219 | 26.8% |
| 위성방송 | 2,950 | 1,106 | 37.5% | 2,977 | 1,164 | 39.1% | 3,217 | 1,256 | 39.0% |
| 합계 | 14,430 | 4,097 | 28.4% | 14,735 | 4,358 | 29.6% | 15,241 | 4,475 | 29.4% |

주: 1) 방송수신료수익은 VoD 및 PPV로부터 발생한 수익 포함

2) IPTV의 경우 방송사업수익은 VoD를 제외한 Live 방송사업수익 자료만 활용

출처: 2012년도 방송시장 경쟁상황평가

제 2 절 국내외 유료방송요금 현황

1. 해외 주요국 유료방송 요금 현황

가. OECD 국가 유료방송 ARPU 비교

IPTV 시장진입과 SO 사업자의 디지털 전환 노력에 따라 아날로그 유료방송서비스의 디지털 전환율이 증가하고 이에 따라 유료방송서비스의 ARPU가 다소 높아지고 있는 것은 사실이지만 여타 국가와 비교해봤을 때 여전히 최하위 수준을 넘지 못하고 있는 것이 현실이다. Informa 자료에 따르면 2012년 현재 국내 유료방송 ARPU는 10.75달러로 OECD 국가 중 헝가리를 제외하고는 제일 낮은 수준이며 성장속도 측면에서도 하위권에 속해 있다. OECD 국가의 유료방송 ARPU 전체 평균은 31.72달러로 국내 유료방송 ARPU의 약 3배 정도 높은 수준이다. 주요국 유료방송 ARPU를 보면 미국의 경우 2012년 기준 ARPU는 61.3 달러이며 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있다. 영국의 유료방송 ARPU는 2012년 기

준 49.33달러 수준으로 최근 들어 증가 속도는 다소 둔화되었지만 증가세를 유지하고 있다. 프랑스의 ARPU 수준은 2012년 기준 26.37달러로 국내 ARPU와 격차가 상당하지만 최근 들어 지속적으로 감소하는 추세를 보이고 있다. 일본의 경우는 경기침체로 인한 디플레이션에도 불구하고 유료방송 ARPU는 지속적인 증가 추세를 유지하고 있다.

〈표 2-6〉 OECD 국가 유료방송 ARPU 비교

(단위: US\$)

| 국가 | 2005년 | 2006년 | 2007년 | 2008년 | 2009년 | 2010년 | 2011년 | 2012년 |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Australia | 64.51 | 67.90 | 71.72 | 74.60 | 76.48 | 78.99 | 79.83 | 79.28 |
| US | 50.21 | 52.30 | 54.30 | 56.13 | 57.41 | 59.13 | 60.47 | 61.30 |
| Israel | 50.58 | 51.88 | 52.73 | 54.18 | 54.69 | 55.49 | 56.47 | 56.67 |
| New Zealand | 37.80 | 38.77 | 40.44 | 41.82 | 43.54 | 46.15 | 48.05 | 49.80 |
| UK | 43.50 | 43.33 | 44.51 | 46.30 | 47.83 | 48.72 | 49.30 | 49.33 |
| Canada | 42.80 | 43.90 | 45.59 | 47.17 | 48.22 | 49.72 | 49.69 | 49.06 |
| Ireland | 26.82 | 32.51 | 34.88 | 37.04 | 38.85 | 40.19 | 41.12 | 41.72 |
| Greece | 61.67 | 63.21 | 63.47 | 59.87 | 51.73 | 47.85 | 43.56 | 41.16 |
| Spain | 41.18 | 45.75 | 44.94 | 43.28 | 40.81 | 39.35 | 39.75 | 39.16 |
| Chile | 30.23 | 31.82 | 33.44 | 35.08 | 35.31 | 35.26 | 35.18 | 34.95 |
| Italy | 33.94 | 34.28 | 33.31 | 32.05 | 30.46 | 30.15 | 32.27 | 34.87 |
| Portugal | 34.52 | 36.14 | 36.66 | 35.57 | 35.70 | 35.22 | 34.57 | 34.24 |
| Denmark | 26.27 | 27.00 | 27.86 | 28.53 | 28.63 | 29.19 | 29.59 | 31.31 |
| Mexico | 22.55 | 23.49 | 24.46 | 25.34 | 24.56 | 26.47 | 27.56 | 27.85 |
| France | 32.59 | 33.26 | 32.57 | 31.14 | 29.56 | 27.98 | 26.92 | 26.37 |
| Sweden | 20.33 | 20.53 | 21.32 | 22.17 | 23.29 | 24.46 | 25.42 | 26.04 |
| Belgium | 15.11 | 15.65 | 18.24 | 19.96 | 21.88 | 23.89 | 25.10 | 25.82 |
| Czech Rep. | 27.54 | 29.94 | 29.81 | 28.63 | 27.35 | 26.75 | 26.22 | 25.57 |
| Japan | 20.10 | 20.41 | 21.04 | 21.70 | 22.26 | 22.85 | 23.54 | 24.31 |
| Finland | 29.04 | 29.79 | 29.84 | 28.47 | 27.14 | 26.21 | 25.05 | 23.96 |
| Switzerland | 22.83 | 23.66 | 24.78 | 25.72 | 25.21 | 24.37 | 23.77 | 22.95 |
| Germany | 18.14 | 18.61 | 19.24 | 19.94 | 20.70 | 21.61 | 22.33 | 22.90 |
| Austria | 21.74 | 22.42 | 23.76 | 23.11 | 22.88 | 23.51 | 23.21 | 22.68 |
| Netherlands | 17.04 | 17.38 | 17.69 | 18.18 | 18.66 | 19.22 | 19.24 | 18.90 |
| Slovenia | 15.71 | 16.49 | 16.87 | 16.19 | 16.14 | 16.57 | 17.29 | 17.54 |
| Poland | 14.82 | 15.68 | 16.57 | 16.24 | 15.99 | 16.03 | 16.05 | 15.94 |

| 국가 | 2005년 | 2006년 | 2007년 | 2008년 | 2009년 | 2010년 | 2011년 | 2012년 |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Slovakia | 8.42 | 9.53 | 11.34 | 12.24 | 12.78 | 13.32 | 13.83 | 14.18 |
| Turkey | 10.90 | 11.18 | 12.22 | 12.76 | 12.84 | 13.01 | 12.43 | 12.21 |
| South Korea | 9.56 | 9.80 | 10.00 | 10.23 | 10.48 | 10.63 | 10.72 | 10.75 |
| Hungary | 8.00 | 8.99 | 9.29 | 9.80 | 10.28 | 10.42 | 10.58 | 10.67 |
| 전체 평균 | 28.62 | 29.85 | 30.76 | 31.11 | 31.06 | 31.42 | 31.64 | 31.72 |

자료: Informa(2013) 자료 중 OECD가입 국가만 정리

나. 미국의 유료방송상품 요금 현황

미국의 주요 케이블방송 사업자로서 Comcast, Time Warner Cable의 요금을 살펴보았다. Comcast는 채널수에 따라 \$19.99~\$99.99 사이의 요금으로 서비스를 제공하는데 각 서비스별 내용은 <표 2-7>에 정리되어 있다. 또한 Comcast는 지상파 및 지역 독립채널, 정부채널, 교육채널만을 방영하는 기본형 아날로그 서비스를 월 \$25.49에 제공하는데, 아날로그 서비스는 안테나가 따로 필요하지 않으며 모든 지역에서 제공가능한 서비스가 아닌 제한적 서비스이다.

Time Warner Cable의 경우, 채널수에 따라 \$19.99~\$49.99 사이에서 서비스를 제공하며, \$49.99의 요금이 적용되는 상위 tier의 경우 DVR서비스⁷⁾를 선택할 수 있으며 추가시 \$15~\$30의 요금이 더해진다.

<표 2-7> Comcast의 방송서비스 요금(XFINITY TV)

| 상품명 | 요금(월) | 제공채널수 | On Demand 제공여부 |
|-------------------|---------|---------|----------------|
| Digital Economy | \$19.99 | 45개 이상 | 미제공 |
| Digital Starter | \$44.99 | 80개 이상 | 제공 |
| Digital Preferred | \$54.99 | 160개 이상 | 제공 |
| Digital Premier | \$99.99 | 200개 이상 | 제공 |
| Limited Basic | \$25.49 | 10개 이상 | 미제공 |

출처: Comcast 홈페이지(2013년 12월 현재)

7) DVR서비스란 방송되는 프로그램을 녹화, 저장하여 저장된 프로그램을 시간에 상관없이 볼 수 있도록 하는 서비스이다.

Comcast는 방송, 인터넷, 전화가 결합된 TPS상품과 방송, 인터넷이 결합된 DPS상품을 서비스한다. 결합상품은 단품상품의 요금을 각각 더한 것보다 낮은 가격으로 서비스되고 있다. Starter상품을 예로 들면, 각각의 단품상품인 방송상품 Digital Starter(\$44.99), 인터넷 상품 Internet Plus(\$39.99), 전화상품 XFINITY Voice Unlimited(\$29.99)의 합산 요금은 \$114.97이나 결합시 \$15.97 할인된 \$99.00에 제공된다. 결합할인율은 약 13.9%로서 Comcast의 결합상품 중 가장 높은 결합할인율을 나타낸다.

〈표 2-8〉 Comcast의 결합서비스 요금(XFINITY Triple Play)

| 상품명 | 요금(월) | 제공채널수 | 인터넷속도 | 전화 | 결합할인율 |
|-------------------|----------|---------|--------|----------|-------|
| Economy | \$79.85 | 45개 이상 | 3Mbps | 지역통화만 무료 | - |
| Starter | \$99.00 | 80개 이상 | 25Mbps | 미 전역 무료 | 13.9% |
| HD Preferred | \$119.99 | 160개 이상 | 25Mbps | 미 전역 무료 | 4.0% |
| HD Premier | \$159.99 | 200개 이상 | 50Mbps | 미 전역 무료 | 11.1% |
| HD Complete | \$199.99 | 200개 이상 | 50Mbps | 미 전역 무료 | - |
| HD Preferred Plus | \$139.99 | 170개 이상 | 50Mbps | 미 전역 무료 | - |

주: 1) 결합서비스의 경우 모든 서비스에 On Demand 제공

2) 단품상품과 대응이 되는 경우만 결합할인율 계산

출처: Comcast 홈페이지(2013년 12월 현재)

Time Warner Cable 역시 결합 상품을 제공하고 있으며 서비스의 요금을 정리하면 〈표 2-9〉와 같다. 결합시 각각의 단품 상품의 요금을 합산한 요금에서 약 \$10의 할인을 제공한다. 모든 결합상품에 동일한 할인액이 적용되어 저가 상품일수록 할인율은 커지게 된다. Triple Standard TV & Basic의 경우 방송상품 Standard TV(\$39.99), 인터넷상품 Basic(\$29.99),

〈표 2-9〉 Time Warner Cable의 결합서비스 요금

| 상품명 | 요금(월) | 제공채널수 | 인터넷속도 | 전화 | 결합할인율 |
|----------------------------|----------|---------|--------|---------|-------|
| Triple Standard TV & Basic | \$79.99 | 70개 이상 | 3Mbps | 미 전역 무료 | 11.1% |
| Triple with Basic | \$89.99 | 200개 이상 | 3Mbps | 미 전역 무료 | 10.0% |
| Triple with Turbo | \$119.99 | 200개 이상 | 20Mbps | 미 전역 무료 | 7.7% |

출처: Time Warner Cable 홈페이지(2013년 12월 현재)

전화상품 Home Phone National(\$19.99)로 구성된 각각 상품 요금의 합이 \$89.97인 상품이나 결합상품 이용시 \$79.99의 요금이 적용된다.

다. 영국의 유료방송상품 요금 현황

영국의 대표적인 케이블방송사업자인 Virgin Media와 위성방송사업자인 BskyB의 요금을 살펴보았다.

Virgin Media는 채널수에 따라 무료~£31 사이에서 서비스를 제공하는데, 무료서비스인 TV M은 패키지 형태로만 제공되며 단품으로는 제공되지 않는다.

〈표 2-10〉 Virgin Media의 방송서비스 요금

| 상품명 | 요금(월) | 제공채널수 | On Demand 제공여부 |
|-------|--------|---------|----------------|
| TV M | 무료 | 60개 이상 | 미제공 |
| TV M+ | £19 | 100개 이상 | 제공 |
| TV L | £26.50 | 135개 이상 | 제공 |
| TV XL | £31 | 200개 이상 | 제공 |

출처: Virgin Media 홈페이지(2013년 12월 현재)

Virgin Media는 인터넷과 방송, 전화가 결합된 결합상품을 서비스하며, 결합시 요금은 〈표 2-11〉과 같다. Starter Collection의 경우, 각각의 서비스 요금의 합은 £25이나 결합시 £20에 제공된다. Virgin Media의 결합상품 또한 저가의 결합상품일수록 할인율이 커지는 모습을 나타낸다.

〈표 2-11〉 Virgin Media의 결합서비스 요금

| 상품명 | 요금(월) | 제공채널수 | 인터넷속도 | 전화 | 결합할인율 |
|----------------------|---------|---------|---------|-------|-------|
| Starter Collection | £20 | 60개 이상 | 30Mbps | 주말 무료 | 20.0% |
| Essential Collection | £28 | 100개 이상 | 30Mbps | 주말 무료 | - |
| Premiere Collection | £52 | 200개 이상 | 60Mbps | 주말 무료 | 14.8% |
| VIP Collection | £104.45 | 225개 이상 | 120Mbps | 무료 | - |

주: 단품상품과 대응이 되는 경우만 결합할인율 계산

출처: Virgin Media 홈페이지(2013년 12월 현재)

위성방송 사업자인 BskyB는 £21.5~£32사이의 요금을 받고 있다. 모든 서비스는 240개의 free-to-air 채널들을 포함하며 HD채널수 및 3D채널 유무에 따라 요금의 차이가 발생한다. Sky TV 패키지를 이용할 경우 £15.4인 인터넷이용료를 £7.5로 할인해 준다.

라. 일본의 유료방송상품 요금 현황

일본에서 가장 많은 가입자를 확보하고 있는 케이블방송 사업자 J:Com의 요금은 <표 2-12>와 같다. 1,143엔인 지상파/BS팩을 시청할 것인지 별도로 선택하도록 되어있다는 것이 특징이다.

<표 2-12> J:Com의 방송서비스 요금

| 서비스 종류 | 가격(월) |
|----------------------------|---------------------|
| J:COM 디지털 | 4,980엔(세금포함 5,229엔) |
| J:COM 디지털 콤팩트 | 4,180엔(세금포함 4,389엔) |
| J:COM 라이트 디지털 | 3,980엔(세금포함 4,179엔) |
| J:COM TV 디지털 + HDR | 5,780원(세금포함6,069엔) |
| J:COM TV 디지털 + BD HDR <표준> | 8,480원(세금포함8,904엔) |
| 지상파/BS팩용 서비스 | 1,143엔(세금포함 1,200엔) |

출처: J:Com 홈페이지(2013년 12월 현재)

J:Com은 방송, 인터넷, 전화, 이동전화 등을 결합한 다양한 결합상품을 서비스한다. 결합서비스의 개수 및 구성 상품에 따라 3,000엔~12,000엔의 요금이 적용된다. 이를 정리하면 <표 2-13>과 같다. 결합할인율은 7.1%~31.9%로 결합서비스 수 및 구성 상품에 따라 다른 결합할인율이 적용된다. 29개 채널의 방송서비스가 포함된 결합상품의 결합할인율이 75개 채널의 방송서비스가 포함된 결합상품의 결합할인율보다 더 큰 것으로 나타나 앞서 하위티어일수록 결합할인율이 커지는 미국, 영국의 사례와 같은 모습을 보여준다.

〈표 2-13〉 J:Com의 결합서비스 요금

(단위: 엔)

| 결합서비스 종류 | | | | 개별 합계 금액 (세금포함) | 결합 이용 요금 (세금포함) | 결합 할인율 |
|-----------------------|------------|----|----------|-----------------------|-----------------------|-----------|
| TV | 인터넷 | 전화 | 이동 전화 | | | |
| 디지털 75CH[지상파, CS, BS] | 160M[WIFI] | 0 | 0 | 13,451 | 11,960 | 11.1% |
| 디지털 75CH[지상파, CS, BS] | 160M | 0 | 0 | 12,926 | 11,435 | 11.5% |
| 디지털 75CH[지상파, CS, BS] | 40M | 0 | | 12,401 | 10,910 | 12.0% |
| 디지털 75CH[지상파, CS, BS] | 12M | 0 | | 10,805 | 9,408 | 12.9% |
| 디지털 75CH[지상파, CS, BS] | 1M | 0 | | 9,755 | 8,442 | 13.5% |
| 디지털 75CH[지상파, CS, BS] | - | 0 | | 6,626 | 5,996 | 9.5% |
| 디지털 75CH[지상파, CS, BS] | 160M | | | 11,529 | 10,710 | 7.1% |
| 디지털 75CH[지상파, CS, BS] | 40M | | | 11,004 | 10,185 | 7.4% |
| 디지털 75CH[지상파, CS, BS] | 12M | | | 9,408 | 8,673 | 7.8% |
| 디지털 75CH[지상파, CS, BS] | 1M | | | 8,358 | 7,151 | 14.4% |
| CH29[CS5, BS, 지상파 등] | 160M | 0 | | 10,667 | 7,980 | 25.2% |
| CH29[CS5, BS, 지상파 등] | 40M | 0 | | 10,152 | 7,480 | 26.3% |
| CH29[CS5, BS, 지상파 등] | 12M | 0 | | 8,556 | 6,480 | 24.3% |
| CH29[CS5, BS, 지상파 등] | 160M | | | 9,280 | 6,980 | 24.8% |
| CH29[CS5, BS, 지상파 등] | 40M | | | 8,755 | 6,480 | 26.0% |
| CH29[CS5, BS, 지상파 등] | 12M | | | 7,159 | 5,480 | 23.5% |
| CH29[CS5, BS, 지상파 등] | - | 0 | | 4,377 | 2,980 | 31.9% |

출처: J:Com 홈페이지(2013년 12월 현재)

2. 국내 유료방송 요금 현황

가. 단품 유료방송상품 요금 현황

약관상 요금을 기준으로 한 유료방송사업자의 단품 방송상품별 요금 현황은 다음과 같다. 우선 SO의 경우 아날로그 방송서비스 월평균 요금은 사업자별로 다소 차이가 있으나 대체적으로 최저가 의무형 티어(채널 25개 내외)의 경우 4,000원 이하, 보급형 티어(채널 40개 내외)은 6,000원 이하, 기본형 티어(채널 60개 내외)는 10,000원 수준이다. SO의 디지털 상품의 경우 채널 50개 내외의 최하위 티어의 경우 12,000원 이하, 채널 100개 내외의 티어의 경우 12,000원 이하, 채널 180개 내외의 티어의 경우 15,000원 이하, 채널 200개 내

외의 상위 티어는 18,000원 이하, 채널 230개 내외의 최상위 티어는 22,000원 이하 수준이다. CJ헬로비전의 단품요금을 정리하면 <표 2-14>와 같다.

<표 2-14> CJ헬로비전의 방송서비스 요금

(단위: 원)

| | | 아날로그 | | | | 디지털(SD,HD) | | | | |
|-----|----|-------|-------|--------|--------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| | | 1.묶음1 | 2.묶음2 | 3.묶음3 | 4.묶음4 | 에듀 | 이코노미 | 베이직 | 스탠다드 | 프리미엄 |
| 양천 | 채널 | 24 | 36 | 60 | | 47(41,6) | 100(88,12) | 180(119,61) | 205(135,70) | 230(155,75) |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 10,000 | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 가야 | 채널 | 21 | 68 | | | 45(40,5) | 107(96,11) | 182(122,60) | 202(135,67) | 224(152,72) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 경남 | 채널 | 22 | 64 | | | 46(41,5) | 101(90,11) | 183(122,61) | 203(135,68) | 229(153,73) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 금정 | 채널 | 19 | 69 | | | 45(40,5) | 103(92,11) | 183(122,61) | 203(135,68) | 226(153,73) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 마산 | 채널 | 22 | 64 | | | 46(41,5) | 101(90,11) | 183(122,61) | 203(135,68) | 229(156,73) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 부천 | 채널 | 26 | 31 | 70 | | 45(39,6) | 104(92,12) | 184(121,63) | 207(137,70) | 225(150,70) |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 11,000 | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 북인천 | 채널 | 27 | 34 | 42 | 64 | 47(41,6) | 100(88,12) | 182(121,61) | 207(137,70) | 233(158,75) |
| | 가격 | 4,000 | 5,000 | 8,000 | 10,000 | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 수성 | 채널 | 30 | 53 | 74 | | 47(42,5) | 96(85,11) | 170(84,46) | 189(133,56) | 208(145,63) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 10,000 | | 12,000 | 12,000 | 17,000 | 18,000 | 20,000 |
| 신라 | 채널 | 21 | 39 | 63 | 79 | 47(42,5) | 88(82,6) | 130(84,46) | 144(95,49) | 164(108,56) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 10,000 | 15,000 | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 아라 | 채널 | 26 | 44 | 70 | | 47(42,5) | 95(84,11) | 169(115,54) | 190(130,60) | 210(142,68) |
| | 가격 | 4,000 | 7,000 | 11,000 | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 20,000 |
| 영남 | 채널 | 23 | 34 | 63 | | 44(39,5) | 100(89,11) | 174(119,55) | 191(129,62) | 208(143,65) |
| | 가격 | 4,000 | 7,000 | 10,000 | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 영동 | 채널 | 23 | 41 | 63 | | 47(42,5) | 93(82,11) | 169(115,54) | 190(130,60) | 210(142,68) |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 9,800 | | 12,000 | 12,000 | 17,000 | 18,000 | 20,000 |
| 은평 | 채널 | 24 | 34 | 54 | 69 | 45(39,6) | 101(89,12) | 184(121,63) | 211(139,72) | 220(145,75) |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 11,000 | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 중부산 | 채널 | 23 | 63 | | | 45(40,5) | 103(92,11) | 181(121,60) | 200(134,66) | 220(150,70) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 중앙 | 채널 | 18 | 69 | | | 45(40,5) | 103(92,11) | 181(121,60) | 200(134,66) | 220(150,70) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |

| | | 아날로그 | | | | 디지털(SD,HD) | | | | |
|-----|----|-------|-------|-------|--------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| | | 1.묶음1 | 2.묶음2 | 3.묶음3 | 4.묶음4 | 에듀 | 이코노미 | 베이직 | 스탠다드 | 프리미엄 |
| 충남 | 채널 | 26 | 34 | 57 | 70 | 44(39,5) | 102(91,11) | 176(118,58) | 191(134,66) | 208(140,68) |
| | 가격 | 4,000 | 5,000 | 8,000 | 15,000 | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 해운대 | 채널 | 30 | 67 | | | 45(40,5) | 103(92,11) | 183(122,61) | 203(135,68) | 226(153,73) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |

주: 채널의 괄호 안 숫자는 각각 HD채널수, SD채널수를 말함

출처: CJ헬로비전 방송상품 서비스 약관(2013년 11월 기준)

CJ헬로비전의 방송서비스 요금을 살펴보면 권역별로 티어나 채널수에 차이가 있으나 요금 수준은 큰 차이가 없는 것을 알 수 있다. 이는 <표 2-15>에 나타난 티브로드의 권역별 요금 또한 마찬가지로인데 다만 티브로드의 디지털 최고가 티어의 경우 CJ헬로비전의 최고가 티어보다 2,000원 비싼 것으로 나타났다. 그러나 '원 이하'로 표시되는 약관요금이기 예 사업자별, 권역별 실제요금은 약관상 요금보다 낮을 수 있다는 것을 염두에 두어야 한다.

<표 2-15> 티브로드의 방송서비스 요금

(단위: 원)

| | | 아날로그 | | | | | 디지털(SD,HD) | | | | | |
|----------|----|-------|-------|--------|--------|--------|------------|--------|-----------|------------|-------------|--------|
| | | 1.의무 | 2.실속 | 3.경제 | 4.가족 | 5.기본 | 1.가족형 | 2.기본형 | 3.이코노미 | 4.베이직 | 5.프리미엄 | 6.HD기본 |
| 광진 성동 | 채널 | 21 | 44 | 54 | 77 | 77 | 50 | 80 | 81(46,35) | 140(80,60) | 182(112,70) | 70 |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | 15,000 | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | 17,000 |
| 노원 | 채널 | 21 | 44 | 55 | 77 | | 50 | 80 | 81(46,35) | 140(80,60) | 182(112,70) | |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 대경 | 채널 | 19 | 37 | 55 | 67 | 77 | 50 | 80 | 81(46,35) | 140(80,60) | 182(112,70) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 9,000 | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 대구 | 채널 | 19 | 37 | 55 | 67 | 77 | 50 | 80 | 81(46,35) | 140(80,60) | 182(112,70) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 9,000 | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 도봉 강북 | 채널 | 17 | 21 | 44 | 77 | | 50 | 80 | 81(46,35) | 140(80,60) | 182(112,70) | |
| | 가격 | 4,000 | 5,000 | 10,000 | 15,000 | | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 서대문 | 채널 | 24 | 45 | 62 | 77 | | 50 | 80 | 81(46,35) | 140(80,60) | 182(112,70) | |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 종로 중구 | 채널 | 21 | 41 | 61 | 74 | | 50 | 80 | 81(46,35) | 140(80,60) | 182(112,70) | |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 기남 | 채널 | 21 | 42 | 52 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |

| | | 아날로그 | | | | | 디지털(SD,HD) | | | | | |
|------|----|-------|-------|--------|--------|------|------------|--------|-----------|------------|-------------|--------|
| | | 1.외무 | 2.실속 | 3.경제 | 4.가족 | 5.기본 | 1.가족형 | 2.기본형 | 3.이코노미 | 4.베이직 | 5.프리미엄 | 6.HD기본 |
| 낙동 | 채널 | 22 | 38 | 58 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 남동 | 채널 | 24 | 43 | 53 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 10,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 동남 | 채널 | 22 | 38 | 58 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 동대문 | 채널 | 20 | 53 | 66 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 93 | 113 | 70 |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 10,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | 17,000 |
| 새롬 | 채널 | 27 | 51 | 65 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 10,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 서부산 | 채널 | 19 | 55 | 61 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 서울강서 | 채널 | 34 | 53 | 63 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 10,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 서해 | 채널 | 25 | 43 | 53 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 수원 | 채널 | 20 | 42 | 55 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 9,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 진주 | 채널 | 27 | 50 | 55 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 10,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 중부 | 채널 | 22 | 43 | 60 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 9,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 한빛 | 채널 | 22 | 43 | 53 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| ABC | 채널 | 21 | 38 | 53 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 9,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |

주: 채널의 괄호 안 숫자는 각각 HD채널수, SD채널수를 말함

출처: 티브로드 방송상품 서비스 약관(2013년 11월 기준)

IPTV 사업자는 SO와 달리 정액요금을 승인받는다. KT의 경우 최저가 티어의 요금은 12,000원, 중간 티어의 요금은 16,000원, 최상위 티어의 요금은 23,000원 수준이다. SKB와 LG U+ 모두 KT와 비슷한 수준의 요금대를 갖고 있지만, 최상위 티어의 경우 LG U+가 19,000원으로 타사에 비해 다소 낮은 요금이 책정되어 있다.

〈표 2-16〉 KT의 방송서비스 요금

(단위: 원)

| | 실속형 | 기본형 | 고급형 | 선택형 | 교육형 | 올라잇 |
|----|--------|--------|--------|---------------------|---------------|--------|
| 채널 | 124 | 154 | 161 | 55+(44,16,13,15,15) | 63 | 133 |
| 가격 | 12,000 | 16,000 | 23,000 | 10,000~16,000 | 10,000~14,000 | 14,000 |

출처: KT IPTV서비스 약관(2013년 11월 기준)

위성방송 사업자인 스카이라이프는 SO와 마찬가지로 요금상한제를 적용받기 때문에 약관 상 요금이 원 이하로 명시되어 있다. 요금은 SD급 채널로만 구성된 티어의 경우 제공하는 채널수에 따라 8,000원에서 18,000원 이하, HD급 채널이 포함된 티어는 12,000원에서 23,000원 이하 수준이다. 위성방송사업자 또한 '원 이하'로 약관에 요금이 명시되기 때문에 실제요금은 약관 상 요금보다 낮을 수 있다.

〈표 2-17〉 Skylife의 방송서비스 요금

(단위: 원)

| | SD 상품 | | | | | | | |
|----|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 기본 | 경제 | 보급 | 보급+ | 기본+ | 자유 | 영어 | |
| 채널 | 73 | 70 | 69 | 74 | 74 | 26+자유 | 13 | |
| 가격 | 18,000 | 12,000 | 8,000 | 12,000 | 25,000 | 9,000 | 7,000 | |
| | HD 상품 | | | | | | | |
| | 기본 | 경제 | 보급1 | 보급2 | 그린 | 블루 | 마스터 | 플래티넘 |
| 채널 | 191(98,93) | 180(89,91) | 178(89,89) | 168(89,79) | 185(94,91) | 192(99,93) | 191(98,93) | 191(98,93) |
| 가격 | 23,000 | 17,000 | 13,000 | 12,000 | 15,000 | 28,000 | 49,000 | 66,000 |

주: 1) 채널의 괄호 안 숫자는 각각 HD채널수, SD채널수를 말함

2) SD 상품의 보급+, 기본+, 자유, 영어상품과 HD 상품의 그린, 블루, 마스터, 플래티넘 상품은 유료채널이 포함된 조합형 상품 혹은 채널 자유 선택 상품이다

출처: Skylife 서비스 약관(2013년 11월 기준)

방송과 방송이 결합된 형태인 OTS상품의 요금은 채널수에 따라 20,000원에서 30,000원 수준이다. OTS는 Skylife의 HD상품과 KT의 IPTV상품을 하나의 통합 수신기를 통해 패키지로 제공하는 서비스이다.

〈표 2-18〉 OTS상품의 방송서비스 요금

(단위: 원)

| | OTS 이코노미 | OTS 스탠다드 | OTS 프리미엄 |
|----|---------------------|---------------------|---------------------|
| 채널 | 178(HD88,SD89,3D 1) | 185(HD93,SD91,3D 1) | 192(HD98,SD93,3D 1) |
| 가격 | 20,000 | 25,000 | 30,000 |

출처: Skylife 서비스 약관(2013년 11월 기준)

SO의 아날로그 방송서비스를 제외한 SO의 디지털 방송서비스, IPTV 서비스, 위성방송 서비스는 이용기간 약정 시, 요금 할인을 제공한다. 요금할인 폭은 기본적으로 약정기간이 길수록 커지며, 1년 약정 시 5%내외, 2년 약정 시 15%내외, 3년 약정 시 30%내외로 사업자마다 크게 다르지 않은 할인 폭을 가진다. 사업자별 구체적인 상품의 가격은 부록을 통해 제시되어 있다.

상기 제시된 요금은 일반적 tier의 요금 현황이다. 대다수의 유료방송 사업자들이 소비자마다 성향과 니즈가 다양함을 반영하여 채널 선택형 상품 및 조합형 상품과 그 밖의 여러 가지 옵션형 상품을 서비스하고 있음을 감안하면 요금의 분포는 더욱 광범위해질 것이다.

나. 방송통신 결합상품 요금할인을 현황

유료방송 사업자들은 방송, 인터넷, 전화 등 다수의 서비스가 결합된 형태의 상품을 제공하고 있으며 이들 상품은 일반적으로 단품서비스 이용시 각각 서비스의 합산요금에 결합으로 인한 할인이 적용되는데, 결합서비스가 다수일수록 할인율이 커지는 편이다. 결합

〈표 2-19〉 CJ헬로비전의 무약정 단품 상품 대비 결합상품 할인율

(단위: 원)

| | | 단품 방송상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | | 단품 인터넷상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | | VOIP 기본료 할인 |
|--------------------------|---------------|--------------------------|-------|-------|-------|-------|---------------------------|-------|-------|-------|-------|-------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 4년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 4년 약정 | |
| 아날로그 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 아날로그방송 +인터넷전화 | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | | | | | | 50% |
| | 아날로그방송 +인터넷 | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 5% | 15% | 25% | 35% | 40% | |

| | | 단품 방송상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | | 단품 인터넷상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | | VOIP 기본료 할인 |
|-------------------------|-------------------|--------------------------|-------|-------|-------|-------|---------------------------|-------|-------|-------|-------|-------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 4년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 4년 약정 | |
| 디지털 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 디지털방송 +인터넷전화 | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | | | | | | 50% |
| | 디지털방송 +인터넷 | 10% | 15% | 20% | 25% | 30% | 10% | 20% | 30% | 40% | 45% | |
| | 디지털방송 +인터넷 +인터넷전화 | 10% | 15% | 20% | 25% | 30% | 15% | 25% | 35% | 45% | 50% | 50% |

출처: CJ헬로비전 서비스 약관(2013년 11월 기준)

상품 역시 이용기간 약정시 추가적 할인을 제공하며 약정 기간이 길수록 할인 폭은 증가한다. 결합상품의 요금 할인율을 방송과 인터넷으로 나누어 살펴보면 다음과 같다.

SO의 결합상품 요금에서 아날로그방송서비스가 포함된 결합상품에서의 방송요금 할인율은 디지털방송서비스가 포함된 결합상품의 방송요금 할인율보다 낮은 편이다. SO사업자는 TPS상품의 3년 약정시, 방송상품은 평균적으로 30% 내외의 할인율을 적용한다. 티브로드의 경우 DPS상품의 3년 약정시 할인율이 49%에 달해 가장 높은 할인율을 갖는 것으로 나타났다. 인터넷상품의 결합할인율은 대체로 방송상품의 할인율과 유사한 모습을 보이나 CJ헬로비전은 인터넷상품의 할인율이 더 큰 모습을 나타냈다.

〈표 2-20〉 티브로드의 무약정 단품 상품 대비 결합상품 할인율

(단위: 원)

| | | 단품 방송상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | 단품 인터넷상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | VOIP 기본료 할인 |
|--------------------------|---------------|--------------------------|-------|-------|-------|---------------------------|-------|-------|-------|-------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | |
| 아날로그 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 아날로그방송 +인터넷전화 | 0% | 0% | 0% | 0% | | | | | 50% |
| | 아날로그방송 +인터넷 | 10% | 14.5% | 19% | 23.5% | 단품상품 기간 약정 요금의 20% | | | | |

| | | 단품 방송상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | 단품 인터넷상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | VOIP 기본료 할인 |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------------------|----------|----------|----------|------------------------------|----------|----------|----------|-------------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | |
| 디지털 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 디지털방송 +인터넷전화 | 0% | 0% | 0% | 0% | | | | | 50% |
| | 디지털방송 +인터넷 | - | 23% | 28% | 49% | - | 23% | 28% | 49% | |

주: 1) 티브로드 중 광진성동/노원/대경/대구/도봉강북/서대문/종로중구 권역에 해당하는 요금
 2) '디지털방송+인터넷' 결합상품의 무약정 할인율이 별도 명시되어 있지 않음
 3) TPS 별도 명시되어 있지 않음
 출처: 티브로드 서비스 약관(2013년 11월 기준)

IPTV사업자의 경우 3년 약정을 기준으로 평균 30~40%의 방송상품 할인율을 적용한다. 그러나 선택형 상품의 경우 IPTV 3사 공통적으로 일반 상품보다 큰 폭의 할인을 적용하는 것으로 나타났다. 또한 KT는 SKB, LG U+와 달리 무약정시에도 15~19%의 결합상품할인율이 적용되는 내용이 약관에 담겨있다. 방송상품과 인터넷상품 각각의 결합할인율은 사업자와 상품에 따라 다르다.

〈표 2-21〉 KT의 무약정 단품 상품 대비 결합상품 할인율

(단위: 원)

| | | 단품 방송상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | 단품 인터넷상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | VOIP 기본료 할인 | |
|--------------------------------|--------|-----------------------------|----------|----------|----------|------------------------------|----------|----------|----------|-------------------|---------------------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | | |
| 디지털방송 + 인터넷 | 선택/교육형 | 15% | 22% | 28% | 40% | 라이트 | 13% | 16% | 18% | 23% | |
| | 실속형 | 17% | 21% | 25% | 33% | | | | | | |
| | 기본형 | 19% | 22% | 25% | 31% | 스페셜 | 14% | 30% | 32% | 36% | |
| | 고급형 | 17% | 21% | 24% | 30% | | | | | | |
| 디지털방송 + 인터넷 + 시내전화 | 선택/교육형 | 15% | 22% | 28% | 40% | 라이트 | 13% | 16% | 18% | 23% | 시내전화 기본료 할인: 최대 81% |
| | 실속형 | 17% | 21% | 25% | 33% | | | | | | |
| | 기본형 | 19% | 22% | 25% | 31% | 스페셜 | 14% | 30% | 32% | 36% | |
| | 고급형 | 17% | 21% | 24% | 30% | | | | | | |

| | 단품 방송상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | | 단품 인터넷상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | | VOIP 기본료 할인 |
|---------------------------------|-----------------------------|-----|----------|----------|----------|------------------------------|-----|----------|----------|----------|-------------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | |
| 디지털방송 + 인터넷 + 인터넷전화 | 선택/교육형 | 15% | 22% | 28% | 40% | 라이트 | 13% | 16% | 18% | 23% | |
| | 실속형 | 17% | 21% | 25% | 33% | | | | | | |
| | 기본형 | 19% | 22% | 25% | 31% | 스페셜 | 14% | 30% | 32% | 36% | |
| | 고급형 | 17% | 21% | 24% | 30% | | | | | | |

출처: KT 서비스 약관(2013년 11월 기준)

OTS상품은 3년 약정을 기준으로 33~40%의 방송상품 할인율을, 37~47%의 인터넷상품 할인율을 나타내었다.

〈표 2-22〉 OTS상품의 무약정 단품 상품 대비 결합상품 할인율

(단위: 원)

| | 단품 방송상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | 단품 인터넷상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | |
|------|-----------------------------|----------|----------|----------|------------------------------|-----|----------|----------|----------|
| | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 |
| 이코노미 | 15% | 22% | 28% | 40% | 라이트 | 13% | 16% | 18% | 37% |
| 스탠다드 | 20% | 26% | 30% | 40% | | | | | |
| 프리미엄 | 17% | 21% | 25% | 33% | 스페셜 | 14% | 30% | 32% | 47% |

주: 1) TPS 별도 명시되어 있지 않음

2) 결합으로 인한 할인요금(1년 약정, 2년 약정, 3년약정 각각 500원, 1,000원, 2,000원)을 방송상품 할인액으로 가정 후 산출

출처: KT 서비스 약관(2013년 11월 기준)

제 3 절 국내외 유료방송요금 관련 제도 환경 분석

1. 유료방송 요금규제의 배경

유료방송 요금을 정부가 규제하는 근거와 필요성은 크게 다음과 같이 구분될 수 있다. 우선 독점적 공급자 등 시장지배적 사업자의 존재 등으로 유료방송시장 내에서 시장 참여

자의 자율적인 의사결정을 통해서 경쟁요금(competitive prices)이 이루어지 않는 등의 시장실패(market failure)가 발생할 가능성이 높은 경우 정부 개입이 정당화될 수 있겠다. 예를 들어 1995년 종합유선방송서비스가 처음으로 시작될 때 당시 정부는 지역별 방송구역을 획정하고 각각의 방송구역에서 단일 SO 사업자에게 사업권을 부여했다. 개별 방송구역에서 독점적 지위를 갖고 있는 SO 사업자의 요금을 규제하지 않을 경우 이들이 과도하게 높은 요금을 설정해 이용자 후생을 저해할 가능성이 있어 요금 규제를 통해 이와 같은 가능성을 차단하고자 했던 것이다.

유료방송 요금 규제의 두 번째 근거는 유료방송플랫폼 간 과당경쟁(excessive competition) 가능성이라고 할 수 있겠다. 위성방송과 IPTV 사업자의 시장진입으로 지역 유료방송시장에는 최소한 5개의 유료방송 플랫폼 사업자 사이의 경쟁이 전개되고 있다. 이와 같은 상황에서 이들 간의 경쟁이 과도하게 발생하여 궁극적으로 방송이용자에게 피해가 전가될 가능성도 완전하게 배제할 수 없다. 물론 과당 경쟁의 구체적인 양상이 품질 경쟁을 위주로 이루어질 경우 방송이용자에게 피해가 발생할 우려는 크지 않다. 하지만 실제 시장에서는 품질 경쟁보다는 요금 경쟁을 통해서 유료방송 플랫폼 간의 과당경쟁이 벌어지게 될 가능성이 더욱 커 보인다. 유료방송플랫폼 사이의 지나친 요금경쟁이 지속될 경우 단기적으로는 저가 요금으로 인한 혜택이 발생할 수도 있겠지만 중장기적으로는 한계 사업자의 시장 퇴출이 초래되거나 유료방송플랫폼이 제공하는 방송콘텐츠 품질의 저하 가능성이 높아지게 된다. 아래에서 보다 자세하게 논의되겠지만 2002년 위성방송사업자 진입 초기에 이들에게 적용된 위성방송 요금 정액 승인 방식과 2007년까지 적용된 위성방송요금 조건부 상한 승인제 방식은 SO 사업자와 위성 사업자 사이의 과도한 경쟁 가능성을 차단하기 위해서 마련되었다고 할 수 있겠다.⁸⁾

2. 국내 유료방송 요금규제 현황

가. 유료방송 요금 규제 관련 법령 변화 연혁

국내 유료방송요금에 대한 법률적인 규제는 1986년 유선방송관리법이 제정되면서 시작

8) 현재 IPTV 서비스 방송요금 승인 시 적용되는 정액제 요금 승인 방식 역시 동일한 맥락에서 그 규제 이유를 찾을 수 있겠다.

되었다. 동법 제13조는 유료방송사업자가 유료방송시설의 사용료, 즉 유료방송요금을 포함한 이용약관을 정하여 이를 문화공보부 장관의 승인을 얻도록 하고 있다. 동법 제13조 제2항은 문화공보부 장관이 이용약관의 승인 시 사용료가 적절하고 정률 또는 정액으로 명확하게 규정되었는지의 여부 등을 기준으로 하도록 규정하고 있다. 1995년부터 개시된 종합유선방송서비스를 위해서 1992년 제정된 종합유선방송법 제28조는 종합유선방송국이 수신료 및 기타 역무제공에 관한 약관을 정하여 이를 공보처장관의 승인을 받도록 했으며, 공보처장관이 동조항에 의거해 이용약관 승인 시 수신료의 적절성을 검토하도록 했다. 단, 이와 같은 과정에서 공보처장관이 동조항의 제4항에 의해 관련 이용 약관의 승인이나 변경 시 관련 내용을 종합유선방송위원회와 협의하도록 하고 있다.

2000년 제정된 통합방송법 제 77조는 유료방송을 행하고자하는 방송사업자, 중계유선방송사업자, 음악중계유선방송사업자는 이용요금 및 기타 조건에 대한 약관을 방송위원회에 신고하고 이용요금은 별도로 방송위원회의 승인을 받도록 하고 있다.⁹⁾ 2008년 제정된 인터넷멀티미디어 방송사업법 제15조는 IPTV 사업자가 요금 및 이용조건에 대한 약관을 정하여 이를 방송위원회¹⁰⁾에 신고하고 요금은 승인 받도록 규정하고 있다.

〈표 2-23〉 유료방송요금 관련 주요 법령(폐지 법령 포함)

| |
|--|
| <p>유선방송관리법(1986년 제정)</p> <p>제13조(이용약관의 승인등) ① 유선방송사업자는 문화공보부령이 정하는 바에 의하여 유선방송시설의 사용료 기타 이용조건에 관한 약관(이하 "이용약관"이라 한다)을 정하여 문화공보부장관의 승인을 얻어야 한다. 이를 변경하고자 할 때에도 또한 같다.</p> <p>② 문화공보부장관이 제1항의 규정에 의한 승인을 하고자 할 때에는 다음 각호의 기준에 적합한지의 여부를 검토하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 사용료가 적정할 것 2. 사용료가 정률 또는 정액으로 명확하게 규정되어 있을 것 3. 유선방송사업자와 이용자간의 책임에 관한 사항이 적정하고 명확하게 규정되어 있을 것 4. 특정인에 대하여 부당하게 차별취급을 하는 내용이 아닐 것 |
|--|

9) 현재는 유료방송사업자가 미래창조과학부 장관에게 유료방송서비스 약관의 신고와 요금의 승인을 요청하도록 되어 있다.

10) 현재는 IPTV 사업자도 약관의 신고와 승인을 미래창조과학부 장관에게 요청하도록 되어 있다.

③ 유선방송사업자는 제1항의 규정에 의한 승인을 얻지 아니하고 유선방송을 하여서는 아니된다. 다만, 대통령령이 정하는 자가유선방송의 경우에는 그러하지 아니하다.

종합유선방송법(1992년 제정)

제28조(역무의 제공의무 및 약관승인) ① 종합유선방송국은 정당한 이유없이 관할 종합유선방송구역에서 종합유선방송의 역무제공을 거부하여서는 아니된다.

② 종합유선방송국은 총리령이 정하는 바에 따라 수신료 기타 역무제공에 관한 약관을 정하여 공보처장관의 승인을 얻어야 한다. 이를 변경하고자 할 때에도 또한 같다.

③ 공보처장관이 제2항의 규정에 의한 승인을 하고자 할 때에는 다음 각호의 기준에 적합한지의 여부를 검토하여야 한다.

1. 수신료가 적정할 것

2. 종합유선방송국과 수신자의 책임에 관한 사항이 공평하고 명확할 것

3. 특정인에 대하여 부당한 차별을 하지 아니할 것

④ 공보처장관은 제2항의 규정에 의한 약관을 승인하거나 변경승인하고자 할 때에는 종합유선방송위원회의 의견을 들어야 한다.

방송법(2000년 제정)

제77조(유료방송의 약관 승인) ① 유료방송을 행하고자 하는 방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자는 이용요금 및 기타 조건에 관한 약관을 정하여 방송위원회에 신고하여야 하며, 이용요금에 대하여는 방송위원회의 승인을 얻어야 한다. 신고한 약관이나 승인을 얻은 이용요금을 변경하고자 하는 경우에도 또한 같다.

② 방송위원회는 제1항의 규정에 의한 약관이 현저히 부당하여 시청자의 이익을 저해한다고 판단하는 때에는 유료방송을 행하는 방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자에게 상당한 기간을 정하여 그 약관의 변경을 명할 수 있다.

인터넷멀티미디어방송사업법(2008년 제정)

제15조(이용약관의 신고 등) ① 인터넷 멀티미디어 방송 제공사업자는 그가 제공하고자 하는 서비스에 관하여 요금 및 이용조건(이하 "이용약관"이라 한다)을 정하여 방송위원회에 신고(변경신고를 포함한다)하여야 하고, 이용요금에 대하여는 방송위원회의 승인(변경승인을 포함한다)을 받아야 한다.

② 제1항에 따라 서비스에 관한 이용요금의 승인(변경승인을 포함한다)을 받고자 하는 자는 가입비, 기본료, 사용료, 부가서비스료, 실비 등을 포함한 요금산정의 근거자료(변경할 경우에는 신·구 내용 대비표를 포함한다)을 방송위원회에 제출하여야 한다.

주: 관련 법령의 내용은 해당 법령 최초 제정 당시 내용

나. 요금 규제 운영 방식

1) 케이블 방송서비스 요금 규제

1995년 종합유선방송서비스 개시 당시 공보처는 27개 전 채널의 의무송신을 조건으로 유료방송서비스 이용요금을 15,000원으로 승인했으며, 종합유선방송사업자의 총수신료 수

입액의 32.5%를 PP협의회에 분배하도록 SO협의회와 PP협의회 간의 단체계약이 이루어졌다. 1998년 티어(tier) 제도 도입 이후 월평균 8,000원 이하의 보급형 상품의 공급이 시작되었다. 2001년부터 2003년 6월까지의 유료방송이용약관 심사위원회가 운영되었고 동 심사위원회에 의해 아날로그 채널상품의 구성 기준 및 각 이용요금에 대한 승인 기준이 확정되었고, 확정된 이용요금 승인 기준에 따라 전 SO 이용약관의 일제 변경이 이루어졌다. 아날로그 방송 상품 이용요금 승인 기준은 묶음상품에 포함된 채널 개수에 따라 묶음 상품별 상한 가격을 제시했다. 예를 들어 17~20개 내외의 채널로 구성되는 최하위 의무형 티어의 요금은 월 4,000원 이하, 51~60개 이상의 채널로 구성되는 기본형 티어는 월 15,000원 이하로 요금의 상한선을 정했다. 하지만 동 승인 기준에서 정한 상한선 이하의 수준으로 요금 승인을 신청할 경우에도 승인 신청 각각에 대해서 별도의 승인 심사를 함으로써 통상적인 의미에서의 요금 상한제 승인 방식과는 상이한 방식으로 요금 규제가 이루어졌다.

2004년 제정된 디지털 이용요금 승인 기준에 따르면 SO의 디지털 방송서비스 묶음상품을 TV채널 70개 이상의 경우 18,000원을 기준으로, 이에 추가하는 선택형 패키지와 합산 금액이 최대 26,000원을 넘지 못하도록 되어 있다. 묶음 상품 이외의 방송상품에 대해서는 아날로그 SO 방송서비스를 통해 공급되고 있는 유료채널은 기존 이용요금 승인내용을 준용하도록 하고, 신규 유료채널, VOD 서비스, 데이터 방송 요금의 경우 사업자의 원가분석에 따른 이용요금의 적정성을 검토하여 이를 승인하도록 하고 있다.

2) 위성방송서비스 요금규제

위성방송 사업자가 제공하는 유료방송서비스 요금은 2002년 서비스 개시 당시에는 상한제 승인방식이 적용되는 현재와는 달리 정액제 승인 방식으로 규제가 이루어졌다. 지역별로 다른 상이한 유료방송서비스를 공급하고 있는 SO 사업자와는 달리 동일한 서비스를 국내 전지역에 동시에 공급하고 있는 전국 사업자인 위성방송사업자가 자의적인 가격 변동을 할 경우, 가입자 혼란이 발생할 우려가 있기 때문에 위성방송서비스 이용요금에 대해서는 정액제 승인 방식이 채택되었다. 하지만 정액제 승인 방식 적용 1년만인 2003년 4월 위성방송서비스 요금의 승인 방식은 조건부 상한제 방송으로 변경되게 된다. 위성방송서비스 요금도 방송 상품별로 승인 받은 상한선 아래서는 사업자가 자율적으로 인하할 수 있게 된 것이다. 다만 SO 사업자와의 지나친 요금 경쟁으로 인한 부작용을 최소화하기 위해서 위성방송 최저가 티어의 실제 판매 요금은 5,000원을 넘을 수 없도록 하고, 묶음채널

상품의 실제 판매 요금은 아래 단계의 묶음채널의 상한요금보다는 높게 설정되도록 규제했다.

위성방송서비스 요금 승인 시 적용되던 조건부 상한제 방식은 2007년 7월 상한제 방식으로 변경됨으로써, SO와 동일한 방식의 요금규제가 적용되게 된다(방송위원회 전체 회의 회의록, 2007. 7. 3.). 이는 5,000원 미만으로 방송서비스 요금을 낮추는 것을 금지시킴으로써 도서, 산간 등 난시청지역 가입자 및 1인 가구 가입자 확보에 있어서 위성방송사업자가 상대적으로 불리한 위치에 처해 있고, 디지털 전환에 따라 새로운 요금질서가 확립되는 등 과당경쟁에 따른 압력이 해소되었다는 판단에 근거한 것이다.

3) IPTV 방송서비스 요금규제

2008년 시장에 진입한 IPTV 사업자에 대한 요금 승인 방식은 그 당시부터 현재까지 정액제 승인 방식이 적용되고 있다. 상한 승인 방식이 적용되고 있는 SO 및 위성방송서비스의 경우 승인 받은 상한선 이하에서는 자율적으로 요금 인하를 할 수 있도록 허용하고 있지만, 정액제 승인 방식이 적용되고 있는 IPTV 서비스의 경우 승인 받은 정액 요금 이하로는 방송서비스 상품을 판매할 수 없도록 되어 있다.

3. 미국의 유료방송 요금규제 동향

1) 규제 변환 연혁

미국 의회는 1984년 Cable Communications Policy Act(이하 '1984 Act')를 제정했으며 이 법에 따라서 지방정부의 케이블 방송서비스에 대한 요금규제 권한을 실질적으로 박탈했다. 1984 Act는 '효과적인 경쟁'이 존재하는 지역에서는 지방정부가 케이블 방송서비스의 요금에 대한 규제를 할 수 없도록 했다. 동법은 '효과적인 경쟁'이 존재하는 지역은 케이블 방송 사업자가 사업을 하는 방송권역에 3개 이상의 TV 방송신호가 수신 가능한 지역으로 정의했다. 대부분의 케이블 TV 방송구역이 이와 같은 정의에 의해서 '효과적인 경쟁'이 존재하는 지역으로 지정됨에 따라 케이블 TV 서비스 요금에 대한 지방정부의 요금 규제 권한은 실질적으로 그 효력을 상실하게 된다.

1984 Act 제정 이후 케이블 TV 서비스 요금은 급격하게 상승했으며, 이에 대한 반발로 인해서 미국 의회는 1992년에 요금 규제 부활을 주요 내용으로 하는 Cable Television

Consumer Protection Act(이하 '1992 Act')를 통과시키게 된다. 1992 Act는 1984 Act에서 규정한 '효과적인 경쟁'이 존재하는 지역을 대폭 축소시킴으로써 실질적으로 대부분의 케이블 TV 방송권역에서 요금 규제가 가능하도록 함으로써 요금규제를 강화시키게 된다. 1992 Act에 의해서 '효과적인 경쟁'이 존재하는 지역은 다음과 같이 정의된다. (1) 우선 방송권역에 거주하는 인구의 30% 미만이 케이블 TV 서비스에 가입되어 있고, (2) 해당 방송구역에 최소한 2개 이상의 유료방송서비스 사업자가 존재하고 이들 각각은 해당 지역에 인구 중 50% 이상에게 서비스의 공급이 가능하거나 인구의 15% 이상에게 이미 서비스를 공급하고 있거나, (3) 지방정부가 해당 방송구역 인구의 50% 이상에 도달할 수 있는 유료방송 서비스를 직접 제공하고 있는 경우가 '효과적인 경쟁'이 존재하는 지역에 해당한다. 1992 Act에 따라서 지방정부는 케이블 TV 사업자가 제공하는 basic service 요금에 대한 실질적인 규제 권한을 재획득하게 되었다. 또한 1992 Act는 PPV 등의 유료채널을 제외한 여타의 티어 서비스 요금에 대해서도 이들 요금이 과도하다고 판단될 경우 FCC가 이들 요금을 직접 규제할 수 있는 권한을 부여했다. 1996년 제정된 Telecommunications Act(이하 '1996 Act')는 basic service 이외의 방송서비스 상품에 대한 FCC의 규제 권한을 다시 회수했다.

2) 요금 승인 기준

FCC는 지방정부가 케이블 TV 요금의 적정성을 판단하기 위한 기준을 다음과 같이 제시했다. 첫 번째 기준은 공급되는 방송서비스, 시설, 규제 및 행정비용 가입자 규모 등이 유사한 여타 케이블 TV 방송사업자의 요금 수준이다. 두 번째 기준은 유효 경쟁이 이루어지고 있는 지역에서 운영 중인 케이블 TV 방송사업자의 요금 수준이다. 세 번째 기준은 유료방송채널 등 방송서비스 공급을 위한 중간 투입물의 가격 변동 추이이다. 그 다음 기준은 케이블 TV 사업자가 투입하는 자본과 운영비용이다. 마지막 기준은 케이블 TV 방송사업자가 프로그램 광고로부터 확보한 매출액 규모이다.

4. 일본의 유료방송 요금규제 동향

일본의 경우 유료방송요금에 대한 직접적인 규제는 존재하지 않지만 부당한 요금 설정 등으로 방송 이용자 이익이 현저하게 저하될 가능성이 상당한 경우 이에 대한 변경 명령을 내릴 수 있는 권한을 규제 당국에 부여하고 있다. 방송법 제147조는 유료방송사업자가

방송이용자에게 제공하는 역무에 관해서 이용요금 등의 제공조건을 담은 약관을 정하고 이를 총무대신에게 신고하도록 함으로써 유료방송 이용요금과 관련된 사항을 간접적으로 규제하고 있다. 이때 이용요금의 약관 신고만으로는 유료방송서비스 이용자에게 대한 충분한 보호가 이루어지지 않을 가능성도 있기 때문에 유료방송 역무에 관한 요금 등의 제공조건이 사회적 경제적 사정에 비추어 현저하게 부당하여 이로 인해 유료방송 이용자의 이익이 저해될 경우 규제당국은 약관의 변경을 명령할 수 있도록 이용자 보호장치가 마련되어 있다.

〈표 2-24〉 일본 방송법 유료방송요금 관련 조항

방송법

제147조 유료방송(계약에 의해 방송을 수신하는 것이 가능한 수신설비를 설치하여 해당수신설비에 의해 수신에 대한 요금을 지불하는 자에 의해 수신되는 것을 목적으로 해당수신설비가 없으면 수신 가능하지 않도록 행해지는 방송을 말한다. 이하 동일함)을 행하는 방송사업자(이하 유료방송이라 한다)는 기간방송을 계약 대상으로 하는 유료방송(이하 「유료기간방송」이라 한다)의 역무를 국내수신자(유료방송사업자와의 사이에 국내에 설치하는 수신설비에 의해 유료방송의 역무 제공을 받는 계약을 체결하는 자를 말한다)에 제공하는 경우에는 해당유료기간방송의 **역무에 관한 요금 등의 제공조건에 대해 계약약관(이하 「유료기간방송계약약관」이라 한다)을 정하고, 실시 전에 총무대신에게 신고**하지 않으면 안된다. 당해유료기간방송계약약관을 변경하고자 할 때도 동일하다.

제156조(변경명령) 총무대신은 제147조제1항의 규정에 따라 신고한 유료기간방송계약약관이 정한 유료기간방송의 **역무에 관한 요금 등 제공조건이 국내수신자의 이익을 저해할 수 있다고 인정될 때는 당해유료기간방송의 역무를 제공하는 유료기간방송사업자에 대해 해당 유료기간방송계약약관을 변경하도록 명령**할 수 있다.

2. 총무대신은 다음 각호의 하나에 해당한다고 인정될 때에는 유료방송사업자에 대해 국내수신자의 이익을 확보하기 위해 필요 경우 한해서 유료방송 역무제공에 관한 업무의 방법 개선 등의 조치를 취하도록 명령할 수 있다.

- 1) 유료방송사업자가 특정한 자에 대해 부당한 차별적 취급을 하고 있는 경우
 - 2) 유료방송사업자가 제공하는 **유료방송의 역무(「유료기간방송의 역무를 제외한다. 다음 각호에 있어서도 동일하다.)에 관한 요금 등 제공조건이 사회적 경제적 사정에 비추어 현저하게 부당하여 국내수신자의 이익을 저해할 경우**
 - 3) 유료방송사업자가 제공하는 유료방송의 역무에 관한 제공조건(요금을 제외한다)에 있어, 유료방송사업자 및 국내수신자의 책임에 관한 사항이 적정하면서 동시에 명확하게 정해지지 않았을 경우
-

제3장 유료방송 요금규제 관련 문제점 및 개선 사항

제1절 요금규제 대상 사업자 개선 방안

1. 현황 및 문제점

현행 유료방송 요금 규제는 전체 유료방송사업자를 요금 승인 대상으로 하고 있으며 구체적인 요금승인 대상 사업자는 유료방송사업자(SO, 위성, DMB 등), 중계유선방송사업자 및 음악유선방송 사업자 등 방송법상의 유료방송사업자와 IPTV법상의 IPTV서비스 제공 사업자이다. 신규 유료방송플랫폼의 시장진입에 따라 유료방송 가입자 시장에서의 시장지배력의 정도와 경쟁 양상의 변화가 급격하게 이루어지고 있으나, 애초에 자연 독점 시장을 염두에 두고 마련된 현행 요금규제 제도는 이와 같은 환경 변화를 반영하고 있지 않다는 한계를 갖고 있다.

실제로 위성방송사업자와 IPTV사업자의 시장진입으로 1개 지역 방송구역 당 최소한 5개(SO 1, 위성 1, IPTV 3)의 경쟁사업자가 존재하고 있는 상황이며 지역 방송구역에서의 유료방송플랫폼 간 경쟁이 활발하게 이루어지고 있으며 이에 따라 시장구조도 경쟁적으로 개선되고 있는 양태를 보이고 있다. 77개 지역 방송구역별 평균 HHI는 전체 유료방송시장을 기준으로 했을 때 2011년 현재 4,943으로 통상적인 기준에서 볼 때는 매우 높은 수준이나, 2008년 IPTV 시장 진입 이후 지속적으로 감소하는 추세를 보이고 있다. 1위 사업자의 점유율이 70%를 초과하는 방송구역 역시 2010년에 35개에서 2011년에는 25개로 감소했다.

디지털 유료방송시장의 77개 지역 방송구역별 평균 HHI의 경우 2011년 기준 4,352로 상당히 높은 수준이나 전체 유료방송시장에서의 시장 집중도 변동추세와 마찬가지로 시장집중도가 점차 감소하는 양상으로 보이고 있다. 하지만 디지털 유료방송시장에서는 1위 가입자의 점유율이 50%를 초과하는 방송구역이 전체 77개 방송구역 중 58개로서 통상적인 기준으로 볼 때의 시장집중도는 여전히 높은 상황이다(방송통신위원회, 2012).

신규 유료방송플랫폼 사업자의 시장 진입으로 인한 시장 집중도 완화에도 불구하고 상

당수의 지역 방송구역에는 시장지배적 유료방송 사업자가 존재할 가능성이 있고 이에 따라 유료방송요금 규제의 필요성이 여전히 유효하다고 말할 수 있겠다. 하지만 시장지배력을 보유하고 있을 가능성이 낮은 중소규모 유료방송사업자까지를 모두 요금 규제 대상 사업자로 하는 것은 문제가 있다는 비판도 충분히 제기 가능하다. 요금규제의 주요한 목적이 요금을 통한 시장지배적 사업자의 지배력 남용행위를 차단하는 것이라는 사실을 감안하면, 지배력 보유 또는 남용 가능성이 매우 낮은 유료방송사업자의 요금까지도 규제 대상에 포함하는 것은 적절하지 않을 수도 있기 때문이다.

2. 개선방안

가. 기본 방향

중장기적으로는 시장지배력 보유 여부와 무관하게 모든 사업자를 대상으로 요금규제가 이루어지고 있는 현행 요금규제 제도를 완화하여 요금 승인 대상을 한정하는 방안을 적극적으로 검토하는 것이 바람직하다고 판단된다. 요금규제는 (1) 가격 선도형 요금 담합¹¹⁾ 등으로 인한 독점적 요금 설정과 (2) 시장구조를 왜곡시키는 약탈적 행위 방지를 목적으로 하고 있으나 비시장지배적 사업자가 이와 같은 행위를 할 가능성은 높지 않다. 비시장지배적 유료방송사업자는 이용자 이익 저해행위를 할 능력도 없고 이들의 행위가 시장에 미치는 효과도 크지 않을 수 있다.

물론 신규 유료방송사업자의 시장진입 효과가 완전하게 실현되지 않았고 이로 인한 유료방송시장의 경쟁 양상이 어떤 방향으로 흘러갈 것인가 명확하지 않는 현 시점에서 시장지배적 사업자만을 요금 규제 대상으로 설정하는 것은 성급할 수 있기 때문에 요금 규제 대상 사업자 범위의 완화는 점진적이고 단계적으로 이루어지는 것이 적절하다고 판단된다.

나. 요금 승인 대상 사업자 완화

중장기적으로 요금 승인 대상을 시장지배적 사업자 또는 이에 준하는 영향력을 가질 우려가 있는 사업자로 한정하고 여타 사업자의 요금은 신고하도록 하는 방안을 검토할 필요

11) 가격 선도형 요금담합은 지배적 사업자가 요금을 선도하고, 비지배적 사업자가 이를 따라가는 형태의 담합을 지칭한다.

가 있다. 기본적으로는 시장지배적 사업자를 요금 승인 대상으로 설정하되, 시장지배적 사업자 식별 또는 지정이 용이하지 않을 시, 시장점유율 1위 사업자 또는 시장 점유율 1/3 이상 사업자 등 여타 기준을 활용하여 시장지배적 사업자에 준하는 영향력 행사 우려가 있는 사업자도 요금 승인 대상으로 설정한다는 것이다. 또한 중계유선방송사업자 및 음악 유선방송 사업자 등 시장지배력 보유 가능성이 희박한 사업자는 요금 승인 대상에서 포함시키지 않는 방안도 고려 가능하다.

(장점) 신규 유료방송 사업자 시장 진입에 따른 유료방송 가입자 시장의 경쟁상황 변화에 맞춰서 요금 승인 대상 사업자를 완화할 경우 사업자 간 요금 경쟁이 지금보다 더 활발하게 이루어질 것이다. 또한 시장지배적 사업자의 요금만을 규제한다고 해도, 실질적으로는 전체 사업자의 요금이 규제되는 효과가 나타날 가능성이 상당할 것으로 기대할 수 있다. 이는 유료방송시장의 경쟁상황을 고려할 때 요금규제를 받지 않는 비시장지배적 사업자가 시장지배적 사업자가 규제당국으로부터 승인 받은 요금 보다 높은 수준의 요금을 설정할 가능성은 높지 않기 때문이다.

(단점) 전체 유료방송사업자 중에서 일부 유료방송사업자를 요금규제 대상에서 제외할 경우 규제 대상에서 제외된 유료방송사업자가 지나치게 낮은 요금을 설정함으로써 국내 유료방송 시장의 고질적인 문제인 저가의 유료방송 ARPU가 더욱 악화될 가능성이 존재한다. 또한 시장지배적 사업자를 판별 또는 지정하는 것이 쉽지 않기 때문에 시장지배적 사업자만을 요금규제 대상으로 할 경우 요금 규제 자체가 전혀 이루어지지 않을 가능성도 존재한다.

마지막으로 지리적 시장이 SO 방송권역으로 나누어져 있는 현 상황에서, 해당 권역에서 IPTV 또는 위성 사업자 등의 전국을 단일 방송구역으로 허가 받은 유료방송사업자가 시장지배적 사업자로 지정될 경우 요금 규제 승인 대상이 모호하게 된다는 문제점을 갖고 있다. 예를 들어 이들 사업자가 전국 단일 요금 체계를 유지하고 있는 현 상황에서 특정 권역에서 이들이 시장지배적 사업자로 판정되었을 경우, 승인 대상 요금의 지리적 범위(전국/지역)를 결정하는 것이 쉽지 않을 수도 있다는 것이다. 원칙적으로는 해당 사업자가 시장지배력을 보유하고 있는 특정한 지역 방송권에 부과하는 유료방송요금만이 승인 대상이나, 이를 위해서는 이들이 권역별로 다른 요금이 설정할 수 있는지에 대한 판단이 필요하다.

다. 단계적 규제 완화

규제 완화에 따른 시장에 미치는 영향을 고려하면서 점진적이고 단계적인 규제 완화를 추진하는 것이 바람직하다. 규제 개선의 1단계에서는 우선 시장점유율이 높지 않아 시장 지배력 보유 및 행사 가능성이 매우 낮은 사업자에 대해서는 예외적으로 요금 승인을 신고제로 전환하고, 이들을 제외한 여타 사업자는 승인을 원칙으로 한다. 예를 들어 시장점유율이 10% 미만이고 상위 사업자와의 점유율 격차가 상당하여 시장지배력 보유 및 행사 가능성이 극히 낮은 유료방송사업자에 대해서는 요금 승인을 신고제로 전환하자는 것이다. 1단계 규제 완화 이후 시장 환경 변화를 관찰해 경쟁이 충분하다고 판단될 경우 시장 지배적 사업자 또는 이에 준하는 사업자만을 승인 대상으로 하고 여타 사업자는 신고 의무만 부과한다.

실제로 통신서비스 시장의 경우에도 시장 경쟁상황 변화에 따라 요금 규제 대상 사업자와 요금 인가 대상 역무¹²⁾가 점진적으로 완화되는 과정을 거쳤다. 1995년 이전에는 모든 기간통신사업자가 제공하는 기간통신서비스의 요금이 인가 대상이었으나, 신규 사업자 시장 진입에 따른 시장구조 개선에 따라서 시장지배력을 보유하거나 행사할 가능성이 높지 않은 기간통신사업자는 요금규제 대상에서 단계적으로 제외하는 방향으로 규제 완화가 이루어져 왔다. 이와 같은 규제 완화 과정을 거쳐 현재는 시내전화의 경우 KT, 이동전화의 경우 SKT에 대해서만 요금 인가를 받도록 하고 있다.

〈표 3-1〉 통신 서비스 요금 인가 대상 사업자 및 서비스 관련 규제 변화 연혁

| 구 분 | 규제 | 시장구조(진입) | 주요 내용 |
|--------|-----|---|--|
| ~1995년 | 인가제 | '91 국제전화(데이콤) '92 지역무선호출사업자(나래, 서울, 부일, 세림, 광주, 신원, 전북, 새한, 강원, 제주) '94 이동전화(신세기) | - 인가대상 사업자: 모든 기간통신 사업자 - 인가대상 역무: 모든 기간통신서비스 |

12) 유료방송시장에서의 요금승인 대상 서비스 관련 규제 개선과 관련된 사항은 아래 절을 참조.

| 구 분 | 규제 | 시장구조(진입) | 주요 내용 |
|------------|------------|---|--|
| 1995~1996년 | 인가원칙, 신고예외 | '95 시외전화(데이콤) | <ul style="list-style-type: none"> - 신고제 도입 - 인가대상 요건: 신고대상 사업자를 제외한 나머지 사업자 - 인가대상 사업자: 시내, 국제, 전용회선 서비스 제공 사업자 등 - 신고대상 요건('95년 기준): ① 전년도 매출액이 정통부 장관 고시 금액 이하, ② 전년도 매출액 기준 시장점유율이 20%미만, ③ 경쟁상황을 고려한 통신위원회의 심의 - 신고대상 사업자: 데이콤(시외전화), 신세기통신(이동전화), 제2무선호출사업자(무선호출) |
| 1996~1997년 | 신고원칙, 인가예외 | '96 PCS(KT, LG, 한솔) 국제전화(온세) CT-2(KT, 기존의 지역무선호출사업자 10개) TRS(한국TRS, 아남, 서울, 세방, 대구, 광주, 제주) 무선호출(해피) 무선데이터(에어미디어, 인테크, 한세) 회선입대(두루넷, 지앤지) | <ul style="list-style-type: none"> - 인가대상 요건(1997년 기준): ① 전년도 시장점유율 1위, ② 전년도 시장점유율 2위이며 1위와의 차이가 10% 미만(단, 전년도 시장점유율이 30%이하이거나 매출액이 정통부장관 고시 금액 이하인 경우 신고) |
| 1997~2005년 | 신고원칙, 인가예외 | '97 시내전화(하나로) 시외전화(온세) 회선입대(드림라인, 한국전파기지국관리, 온세) TRS(충남, 새한, 전북, 강원) 무선호출(부경) | <ul style="list-style-type: none"> - 인가대상 사업자(1997): 시내, 시외, 국제, 이동전화, 무선호출 서비스 제공 사업자 - 인가대상 요건(1998년 기준): 전년도 매출액 기준 시장점유율 1위 사업자가 제공하는 역무 중 전년도 매출액이 정통부 장관이 고시하는 금액 이상 - 인가대상 사업자(1998): 한국통신(시내전화), SK텔레콤(이동전화) - 인가대상 요건(2000년 기준): ① 전년도 매출액 기준 시장점유율 1위 사업자가 제공하는 역무 중 전년도 매출액이 정통부 장관이 고시하는 금액 이상, ② ①호에 해당하는 서비스를 제공하는 사업자가 독점규제 및 공정거래에 관한 법률에 의한 다른 사업자와의 기업 |

| 구 분 | 규제 | 시장구조(진입) | 주요 내용 |
|----------------|---------------|----------|--|
| 1997~ 2005년 | 신고원칙, 인가예외 | | <ul style="list-style-type: none"> 결합 시 그 다른 사업자의 ①호에 해당하는 서비스 - 인가대상 사업자(2005): KT(시내전화, 초고속인터넷), SK텔레콤(이동전화) - 신고대상 요건: 인가대상 사업자를 제외한 나머지 사업자 - '97년 물가안정에 관한 법률시행령 개정으로 전화요금을 공공요금에서 제외 - 인가요금에 대해서만 기획재정부장관 협의 필요 |
| 2005년~ | 신고원칙, 인가예외 | | <ul style="list-style-type: none"> - 인가대상 요건: ① 단위시장에서 전년도 매출액 기준 시장점유율 1위 사업자가 제공하는 역무 중 시장규모, 이용자 수, 경쟁상황 등을 고려하여 미래부 장관이 고시하는 서비스, ② ①호에 해당하는 서비스를 제공하는 사업자가 독점규제 및 공정거래에 관한 법률에 의한 다른 사업자와의 기업결합 시 그 다른 사업자의 ①호에 해당하는 서비스 - 신고대상 요건: 인가대상 사업자를 제외한 나머지 사업자 |

제 2 절 요금규제 대상 서비스 개선 방안

1. 현황 및 문제점

현행 유료방송 요금 규제는 유료방송사업자가 제공하는 전체 방송서비스를 요금 승인 대상으로 하고 있다. 실시간 채널(묶음/유료) 제공 서비스에 대해서뿐만 아니라 PPV, VOD, 데이터 방송 등의 서비스도 요금 승인 대상으로 포함하고 있는 것이다. 유료방송요금 규제의 목적으로 고려할 때 요금규제 대상 서비스는 해당 서비스를 공급하는 유료방송사업자가 시장지배력을 보유하거나 행사할 가능성이 높은 서비스로 한정하는 것이 적절하다고 할 수 있겠다. 다시 말해서 유료방송사업자의 자율적인 요금 설정으로 인해 사회적 후생이 저하될 가능성이 높은 시장실패가 발생할 우려가 충분히 크다고 판단되는 유형의 유료

방송 서비스만을 요금규제 대상으로 한정시키는 것이 바람직하다는 것이다. 지금과 같이 시장지배력 보유 및 행사 가능성과 무관하게 모든 유형의 방송서비스 요금의 승인을 요구할 경우 이로 인해서 불필요한 행정비용이 발생하고 다양한 유형의 신규 서비스의 신속한 공급에 어려움이 있다.

(데이터 방송서비스 요금규제 관련 문제점) 채널 패키지(묶음상품) 또는 개별 채널 단위로 제공되는 유료채널(예, Catch On, 스파이스 TV)뿐만 아니라 증권정보, 만화, 게임 등의 데이터 방송서비스 요금에 대해서도 요금승인이 이루어지고 있으나 그 필요성과 실효성은 높지 않는 상황이다. 만화, 게임 등 동일 유형의 데이터 방송서비스라고 해도 세부 서비스 상품별로 상이한 원가 구조를 갖고 있기 때문에, 요금 승인 역시 이를 반영해서 이루어지는 것이 원칙이지만, 실제 요금 승인은 사업자가 제출한 요금의 범위를 승인하는 방식으로 이루어지고 있어 규제의 실효성이 낮은 상황이다. 예를 들어 유료방송플랫폼이 제공하고 있는 데이터 방송서비스 중 게임 서비스 상품의 경우 KT IPTV의 승인 요금은 월 1,000원~15,000원이고 CJ헬로비전의 경우 월 10,000원 이하로 승인되어 있지만, 게임 서비스별로 공급 원가가 상이하고 공급되는 게임 서비스의 종류 역시 다양한 상황에서 이와 같은 일괄적인 요금 승인 방식은 적절하지 않아 보인다.

〈표 3-2〉 유료방송사업자 제공 부가서비스 및 요금 사례

| KT IPTV | CJ헬로비전(양천) |
|---------------------------------------|--|
| 게임: 월 1,000~15,000원 건당 100~15,000원 | 게임: 월 10,000원 이하 |
| 증권: 월 30,000원 건당 500~15,000원 | |
| 만화: 월 3,000원 건당 200~15,000원 | 만화: 월정액 10,000원 이하 |
| 재미나라: 월 4,000원 | 뿌로로 게임: 일정액 1000원 이하 월정액: 3,500원 이하 |

자료: 사업자별 유료방송서비스 약관

특히 만화, 게임, 증권 정보, 운세, 노래방 서비스 등 대부분의 부가 서비스는 유료방송 플랫폼 이외의 다수의 비방송 사업자에 의해서도 활발하게 시장에 공급됨에 따라 시장지배력 보유 가능성이 매우 낮다. 실시간 채널 패키지 제공 서비스 부분에 대해서 높은 시장

점유율을 갖고 있어 해당 서비스에 대해서는 시장지배력을 보유하고 있는 사업자일지라도 부가 서비스에 대해서는 시장지배력을 보유 또는 행사하기 어려울 수도 있다. 콘텐츠별로 다양한 서비스 원가의 요금 반영이 어려워 콘텐츠 제공 사업자의 품질 향상 유인 저하 가능성이 존재한다.

(VOD형 방송서비스 요금규제 관련 문제점) VOD형 방송서비스 역시 유료플랫폼 이외의 다양한 경로를 통해서 유사한 서비스를 이용할 수 있게 됨에 따라 시장지배력 행사에 따른 유료방송상품 이용자의 이익 저해 가능성이 높지 않다. 이미 비디오렌탈, OTT, 인터넷 서비스 등을 통해서 다양한 유사 서비스가 시장에서 공급되고 있는 상황에서 해당 상품을 공급하는 유료방송플랫폼 사업자가 과도하게 높은 요금을 부과하여 사회적 후생을 감소시킬 가능성은 높지 않은 것이다. 이는 만약 일부 유료방송사업자가 과도하게 높은 요금을 VOD형 방송서비스 상품에 부과할 경우, 유료방송이용자는 N-Screen 서비스, DVD 렌탈 등을 통해서 해당 서비스를 대체하는 것이 가능하기 때문이다.

2. 개선방안

전체 유료방송서비스가 요금 승인 대상인 현 규제를 완화해 규제 필요성이 낮은 서비스 요금은 신고제로 전환하는 방향으로 규제 개선 검토 가능하다. 이를 통해서 부가서비스 요금 승인과 관련된 불필요한 행정비용을 줄이고 다양한 부가서비스의 신속한 제공이 가능해질 것이다. 또한 서비스 품질(원가)과 요금 사이의 상관관계를 높임으로써 고품질 서비스 공급 유인 역시 증가할 가능성이 높다. 부가서비스 요금 수준이 증가할 가능성도 완전하게 배제할 수 없지만 비방송사업자가 공급하는 대체제를 고려할 때 그 가능성은 높지 않다고 판단된다.

제 3 절 요금규제 방식 및 절차 관련 개선 방안

1. 유료방송 가격규제 유형

유료방송 가격규제 방식에는 보수율 규제(rate of return regulation), 상한가격 규제(price cap regulation), 공정경쟁규제가 있다.¹³⁾

〈표 3-3〉 유료방송 가격규제 유형

| 구분 | 내용 |
|---------|---|
| 보수율 규제 | 개별 요소 가격 산정 어려울 경우, 서비스 또는 회사 전체 원가 회수 및 적정 이윤을 보장하는 수준에서 해당 기업의 수익률 규제 |
| 최고가격 규제 | 물가 상승률, 투입요소 가격변화, 생산성 증가율을 고려한 가격 인상의 상한 설정 |
| 공정경쟁 규제 | 시장에서 공정하고 자유로운 경쟁 존재 시, 규제 불필요 |

자료: 조은기, 케이블TV 요율 규제 및 원가 분석, 2002. 12

보수율 규제는 개별 서비스별 또는 상품별 가격 산정이 어려워 규제 대상 서비스 또는 사업 부문이나 회사 전체 수준의 원가를 회수하도록 가격을 설정하는 방식을 말한다. 적정 이윤을 초과하는 이윤을 보장하지 않겠다는 의도가 있다. 그러나 과대 투자가 발생할 경우에는 원가 상승으로 요금이 올라가는 상황이 발생한다. 사업자의 비효율이나 도덕적 해이를 완전히 통제할 수 없다는 단점이 있다. 주로 공기업이 제공하는 서비스의 요금 설정에 많이 사용한다. 우리나라의 철도, 전기 등에도 이 방식이 사용되고 있다.

최고가격 규제는 정부는 최고가격만 설정하고 최고가격을 초과하지 않는 범위에서 사업자가 자율적으로 가격을 결정하는 것이다. 주로 상한은 전년도 가격을 기준으로 하여 물가인상률과 생산성증가율 등을 고려하여 정부가 결정한다. 상한을 정해 놓고 사업자가 효율성을 달성하여 발생하는 이익은 사업자가 가져가는 구조이다. 따라서 사업자들에게 혁신이나 효율성 달성을 위한 동기를 부여할 수 있는 제도이다. 그러나 상한과 상승률 결정 과정에서 많은 시간과 노력이 필요하다.

2. 유료방송 이용요금 승인제도 분석

가. 공공요금과 유료방송 이용요금

공공요금은 “일반적으로 공공성이 강하며 국민경제에 미치는 영향이 커서 정부가 개입하여 가격 및 요금을 결정하는 상품 및 서비스의 가격을 의미”¹³⁾한다. 법적으로는 물가안정

13) 조은기, 케이블TV 요율 규제 및 원가 분석, 2002. 12

14) 한국소비자원, ‘전기, 열차료 등 주요 공공요금 원가정보 공개’, 2013. 9. 6.

에 관한 법률 제4조에서 “주무부장관이 법률에서 정하는 바에 따라 결정·승인·인가 또는 허가하는 사업이나 물품의 가격 또는 요금”을 공공요금으로 정의하고 있다. 따라서 유료방송 이용요금은 방송법 제77조와 인터넷 멀티미디어 방송사업법 제15조에서 인가받도록 정하고 있으므로 공공요금이라고 할 수 있다. 또한 한국소비자원의 공공요금 공개 사이트에서도 유료방송 이용요금을 결정형태 기준으로 중앙공공요금으로 분류하고 있다.¹⁵⁾

공공요금은 ‘물가안정에 관한 법률 시행령’과 기획재정부의 ‘공공요금 산정기준(기재부 훈령)’과 이에 근거한 ‘개별 공공요금 산정기준’에 따라 산정하고 있다. 공공요금 산정기준은 공공요금산정의 기본원칙, 원가의 범위 등을 정하고 있으며, 공익사업자는 요금산정 목적의 재무상태표와 손익계산서를 작성 및 제출하도록 정하고 있다. 전기나 철도의 경우에는 전기요금산정기준(산업자원부고시 제2006-25호, 2006. 3. 9.)과 철도운임산정기준(국토해양부 훈령 제297호, 2009. 7. 28.)이 있다. 유료방송 이용요금 산정기준은 없지만 유료방송 이용요금 승인기준은 미래창조과학부의 지침으로 운영중이다.

나. 유료방송 이용요금 승인 체계

현재 방송법 제77조(유료방송의 약관 승인)는 이용요금 및 기타 조건에 대한 약관은 신고하고 이용요금에 대해서는 미래창조과학부장관의 승인을 얻도록 정하고 있다. 이에 따라 미래창조과학부는 유료방송 이용요금을 승인하고 있으며, 이를 위해 ‘유료방송 이용요금 승인기준’을 운영하고 있다. 방송법 제77조(유료방송의 약관 승인)의 적용 대상 사업자는 방송사업자, 중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자이다. 방송사업자의 범위에는 지상파방송사업자, 종합유선방송사업자, 위성방송사업자, 방송채널사용사업자, 공동체라디오방송사업자가 포함된다.¹⁶⁾ 현재 제공되고 있는 인터넷 멀티미디어방송의 이용요금은 인터넷 멀티미디어 방송 사업법에서 그 절차를 정하고 있다. 인터넷 멀티미디어 방송사업법 제15조는 이용약관은 신고, 이용요금에 대해서는 미래창조과학부장관의 승인을 받도록 규정하고 있다. 유료방송의 종류에는 종합유선방송, 위성방송, IPTV가 있으며 이들 유료방송의 요금은 모두 승인 받도록 정하고 있다. 그러나 이를 관할하는 법은 방송법과 인터넷 멀티미디어 방송 사업법으로 나누어져 있는 상황이다.

15) <http://price.tgate.or.kr/front/mainFrm.jsp>

16) 방송법 제2조(용어의 정의) 3호

〈표 3-4〉 유료방송 요금승인 체계

| 유료방송 종류 | 요금승인 근거 법 | 지침 |
|---------|-----------------------|----------------|
| 종합유선방송 | 방송법 제77조 | 유료방송 이요요금 승인기준 |
| 위성방송 | | - |
| IPTV | 인터넷 멀티미디어 방송 사업법 제15조 | - |

다. 유료방송 이용요금 승인기준 및 운영 방식

현행 '유료방송 이용요금 승인기준'은 미래창조과학부가 실제 종합유선방송사업자(이하 SO)의 이용요금 승인시 가이드라인으로 적용하고 있는 것으로 아날로그와 디지털의 이용요금 승인기준을 별도로 정하고 있다. 아날로그 이용요금은 묶음별 기준을 정하고 있다. 〈표 3-5〉는 유료방송 이용요금 승인기준'에서 제시하고 있는 아날로그 이용요금이다. 묶음1은 월4,000원 이하, 묶음5는 월15,000원 이하로 묶음별 상한을 정하고 있다.

〈표 3-5〉 아날로그 이용요금 승인기준

| 구분 | 채널 기준 수 | 이용 요금 |
|------------|--------------|--------------|
| 묶음1(의무형) | 17~20개 채널 내외 | 월 4,000원 이하 |
| 묶음2(보급형) | 26~30개 채널 내외 | 월 6,000원 이하 |
| 묶음3(패키지형1) | 34~40개 채널 내외 | 월 8,000원 이하 |
| 묶음4(패키지형2) | 50개 채널 내외 | 월 10,000원 이하 |
| 묶음5(기본형) | 51~60개 채널 내외 | 월 15,000원 이하 |

디지털 이용요금은 아날로그와 같이 묶음별로 정하지 않고 상한의 범위를 18,000원~26,000원으로 정하고 있다. 최소 70개 이상 채널의 디지털 상품의 상한을 18,000원으로 정하고 있으며 이에 추가하는 선택패키지와와의 합산 이용요금의 최대 상한은 26,000원으로 정하고 있다. 유료채널, VOD서비스, 데이터방송에 대해서는 사업자의 원가분석에 따른 이용요금의 적정성을 검토하여 승인하도록 하고 있다.

'유료방송 이용요금 승인기준'의 요금 승인 체계는 〈표 3-4〉와 같다. 아날로그 묶음 상품에 대해서는 묶음별 상한을 정하고 있으며, 디지털 묶음상품에 대해서는 가장 기본형의

상한과 선택형 묶음의 최대 상한을 정하고 있다. 이를 제외한 유료채널, VOD서비스, 디지털방송에 대해서는 상품별 가격 승인제로 운영하고 있다.

〈표 3-6〉 유료방송 이용요금 승인기준 체계

| 구분 | | 요금규제방식 | 판단 근거 |
|------|--------|-----------|------------------|
| 아날로그 | | 묶음별 가격상한제 | 사업자 제출 수익 및 비용자료 |
| 디지털 | 묶음상품 | 묶음별 가격상한제 | |
| | 유료채널 | 가격 승인 | |
| | VOD서비스 | 가격 승인 | |
| | 데이터방송 | 가격 승인 | |

일반적으로 새로운 유료방송 요금승인을 받으려는 사업자는 미래창조과학부에 유료방송 이용요금 승인을 신청하면서 새로운 상품의 미래 5년치 수익과 비용을 분석 및 예측한 자료를 제시하고 있다. 유료채널, VOD서비스, 데이터방송의 경우에는 사업자들의 원가 분석 자료가 요금승인 과정에서 필수적이다. 왜냐하면, '유료방송 이용요금 승인기준'에 이들 상품의 요금승인 시에는 사업자의 원가분석 자료에 근거하여 판단하도록 규정하고 있기 때문이다. 아날로그와 디지털 묶음 상품의 경우에는 사업자가 원가 분석 자료를 제출할 의무는 없지만, 관련 정보를 미래창조과학부에서는 알 수 없는 상황이므로 관련 수익 및 비용 정보를 제출하고 있다.

사업자들이 요금승인 대상 상품에 대한 수익 및 비용 정보를 제출하고 미래창조과학부는 이를 외부 회계전문가의 검토를 통하여 적정성 여부를 판단하고 있다. 이 과정에서 여러 가지 문제점이 나타나고 있다. 첫째, 사업자가 제출하는 대부분의 수익 및 원가 분석 자료는 실제 발생된 사건에 대한 회계자료가 아니라 새로운 상품이 출시되었을 경우, 향후 5년간 예상되는 해당 상품의 수익 및 비용에 대한 자료이다. 따라서 예측 자료이므로 이를 검증할 수 없다. 둘째, 해당 상품에 대한 수익 및 비용 자료만으로 판단하여야 하므로 회사 수준의 수익성 현황이나 서비스 수준의 수익성 현황을 파악할 수 없다. 요금 승인 과정에서 시장 상황이나 회사 및 서비스별 재무 상황도 필요한 정보이지만 이러한 정보를 현재는 알 수 없다.

3. 유료방송 이용요금 승인 관련 회계자료 분석¹⁷⁾

현재 유료방송 이용요금 승인 대상사업자는 미래창조과학부에 승인 요청시 원가 분석 자료를 제시하고 있다. 정해진 양식은 없지만 대체적으로 새로운 상품의 앞으로 5년간의 연도별 손익계산서를 제시하고 있다. 아래에서는 종합유선방송사업자와 IPTV사업자가 이용요금 승인 요청시 실제 제출한 회계자료 형식을 분석하고자 한다.

가. 종합유선방송사업자

〈표 3-7〉은 A종합유선방송사업자가 새로운 상품의 요금을 승인받기 위하여 미래창조과학부에 제출한 수익 및 원가 분석 자료이다. A종합유선방송사업자는 매출과 비용을 상품 출시 연도를 기준으로 5년 동안의 예상 매출과 비용을 〈표 3-7〉에 제시하고 있다. 매출 항목은 하나로 나타나고 비용 항목은 고정비, 변동비, 간접비로 이루어져 있다. 간접비를 배부한 것으로 보아 증분원가가 아니라 완전배부원가(FDC¹⁸⁾)에 의해서 공동비를 배부 받은 것으로 볼 수 있다. 따라서 정확한 회계분리에 따른 원가는 아니지만 회계분리를 수행한 결과를 반영하고 있다고 볼 수 있다. 매출과 비용의 상세 구성은 〈표 3-7〉을 통해서 알 수 있다.

〈표 3-7〉 A종합유선방송사업자의 요금승인 요청 시 제출 손익 자료

(단위: 원)

| 연도별 매출 & 손익 요약: 누적 BEP 도달기간 60개월 이상 | | | | | |
|-------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 구분 | Y+0 | Y+1 | Y+2 | Y+3 | Y+4 |
| 매출 | | | | | |
| 비용 | | | | | |
| 고정비 | | | | | |
| 변동비 | | | | | |
| 간접비 | | | | | |
| 공헌이익 | | | | | |
| 누적 | | | | | |

자료: 미래창조과학부

〈표 3-8〉은 매출과 비용의 도출 과정을 보여준다. 먼저, 매출은 월별 가입자를 신규가

17) 본 연구에서 사용한 사업자 제출 자료의 회계정보는 대외비이므로 모두 삭제하였다.

18) Fully Distributed Cost

입자와 상품변경 가입자로 나누어 예측한다. 월별 예측자료를 연간으로 합산하여 <표 3-7> 매출자료를 생성한다. 여기에는 할인으로 인한 매출 감소분도 반영하고 있다. 비용은 감가상각비를 고정비로 정의하였으며 변동비로는 서비스원가, SAC, 가입자관리비, 방송발전기금을 포함하였다. 간접비는 전년 기준의 간접비를 포함하였다. 이렇게 월별로 집계된 비용 예측치를 12개월 합산하여 <표 3-7>의 비용 각 항목으로 집계하게 된다.

<표 3-8> A종합유선방송사업자의 요금승인 요청 시 제출 손익 세부 자료

| 구분 | M+0 | M+1 | M+2 | M+3 | M+4 |
|------------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 월별가입자계획 | | | | | |
| 순증가입자 | | | | | |
| 신규 | | | | | |
| 단독 변들 | | | | | |
| 상품변경 | | | | | |
| 상품변경 단독 변들 | | | | | |
| 월별매출계획 | | - | - | - | - |
| 서비스이용료 | - | - | - | - | - |
| 할인 (복지할인) | - | - | - | - | - |
| 할인 (복수가입할인) | - | - | - | - | - |
| 월별비용계획 | | | | | |
| 고정비감가상각 | | | | | |
| 집행원가 | | | | | |
| 변동비 | | | | | |
| 서비스원가 | | | | | |
| SAC | | | | | |
| 가입자관리비 | | | | | |
| 방송발전기금 | | | | | |
| 간접비(전년기준) | | | | | |
| 월별공헌이익 | | | | | |
| BEP(60개월 이상) | | | | | |

자료: 미래창조과학부

월별 매출과 비용을 집계하여 연간 매출과 비용을 산정한 것은 매우 타당한 방법을 이용한 것으로 판단된다. 간접비를 비용에 포함한 것도 완전배부원가와 회계분리의 논리를 반영한 것으로 판단된다. 그러나 새로운 상품의 출시로 인하여 발생하는 가입자 증가로 인한 수익의 증가가 과연 유료방송 이용요금으로 부터만 발생하는가라는 문제를 갖고 있다. 종합유선방송사업자들의 최근 수익 구조를 살펴보면 2012년도 기준 종합유선방송사업자의 수신료 매출 수익이 1.2조로 나타났고 홈쇼핑송출수수료 수익이 7,100억원, 광고매출이 1,100억원으로 나타났다. 홈쇼핑송출수수료 수익과 광고매출을 합계하면 8,200억원이다. 이는 수신료 매출 수익의 80%에 달하는 금액이다. 홈쇼핑송출수수료 수익과 광고매출도 결국에는 가입자의 증가로 인하여 발생하는 수익이다. 그런데 A종합유선방송사업자는 새로운 상품의 원가는 적절히 산정하였으나 이로 인하여 증가되는 홈쇼핑송출수수료 수익과 광고매출을 <표 3-6>의 예측 손익 자료에 반영하지 않았다. 따라서 발생할 수익을 수익에 반영하지 않음으로써 수익성이 실제보다 좋지 않게 보이는 결과가 나오게 될 수도 있다.

나. 인터넷멀티미디어방송사업자

<표 3-9>는 B인터넷멀티미디어방송사업자가 새로운 상품의 요금을 승인받기 위하여 미래창조과학부에 제출한 수익 및 원가 분석 자료이다. B인터넷멀티미디어방송사업자는 영업수익과 영업비용을 상품 출시 연도인 2013년부터 5년 동안의 예상 영업수익과 영업비

<표 3-9> B인터넷멀티미디어방송사업자의 요금승인 요청 시 제출 손익 자료
(단위: 백만원, 천회선)

| 구분 | '13년 | '14년 | '15년 | '16년 | '17년 |
|---------------|------|------|------|------|------|
| 영업수익 | | | | | |
| 영업비용 | | | | | |
| 영업손실 | | | | | |
| 법인세비용 차감전 순손실 | | | | | |
| 법인세 수익 | | | | | |
| 당기순손실 | | | | | |
| 예상가입자수 | | | | | |

자료: 미래창조과학부

용을 <표 3-9>에 제시하고 있다. 영업수익에서 영업비용을 차감하여 영업손실을 산정하였고, 영업손실에 따른 부(-)의 법인세를 수익으로 산정하고 이를 법인세비용 차감전 순손실에서 차감하여 당기순손실을 산정하였다. 영업손실과 법인세차감전 순손실은 동일한 금액이다. 영업수익과 영업비용은 상세 내역은 별도로 첨부하고 있다. 이 상세 내역은 <표 3-9>를 통해서 살펴본다.

<표 3-10>은 영업수익과 영업비용의 상세내역을 보여준다. 영업수익은 인터넷멀티미디어방송서비스의 새로운 상품의 가입자 수 예측을 바탕으로 수신료 수익, VOD 이용수익, 채널사용수익, 단말임대수익, 기타수익을 합계하여 산정하고 있다. 영업비용을 산정하기 위하여 활동을 투자활동, 영업활동, 기타로 나누어서 세부 비용을 산정하고 이를 합계하였다. 투자활동으로는 융합설비와 일반지원자산의 감가상각비를 예측하여 산정하고, 영업활동으로는 운용보전비, 경상운영비 등의 현금성 비용을 예측하여 산정하였다. 기타는 비현금성비용을 예측하여 산정하였다. 위와 같은 영업수익과 영업비용을 미래 5년 치를 예측하여 새로운 상품의 수익성을 보여주었다. 그런데 B인터넷멀티미디어방송사업자는 새로운 상품의 원가는 적절히 산정하였으나 새로운 상품의 출시로 인하여 증가되는 홈쇼핑송출수수료 수익과 광고매출을 <표 3-10>의 예측 손익 자료에 반영하지 않았다. 발생할 수익을 수익에 반영하지 않음으로써 수익성이 실제보다 좋지 않게 보이는 결과가 나올 수도 있다.

<표 3-10> B인터넷멀티미디어방송사업자가 요금승인 요청 시 제출한 영업수익 및 영업비용 상세 내역

(단위: 백만원)

| 영업수익 상세 | | '13년 | '14년 | '15년 | '16년 | '17년 | 합계 |
|----------|----------|------|------|------|------|------|----|
| 요금 수익 | 수신료 수익 | | | | | | |
| | VOD 이용수익 | | | | | | |
| 채널사용수익 | | | | | | | |
| 단말임대수익 | | | | | | | |
| 기타수익 | | | | | | | |
| 합계 | | | | | | | |

(단위: 백만원)

| 영업비용 상세 | | '13년 | '14년 | '15년 | '16년 | '17년 | 합계 |
|----------|-----------|------|------|------|------|------|----|
| | 구분 | | | | | | |
| 투자 활동 | 융합설비 | | | | | | |
| | 일반지원자산 | | | | | | |
| | 소계 | | | | | | |
| 영업 활동 | 운용보전비 | | | | | | |
| | 경상운영비 | | | | | | |
| | 서비스판매촉진비 | | | | | | |
| | 콘텐츠구입비 | | | | | | |
| | 순운전자본 | | | | | | |
| | 법인세비용(수익) | | | | | | |
| | 소계 | | | | | | |
| 기타 | 비현금성비용 | | | | | | |
| | 기타 | | | | | | |
| | 소계 | | | | | | |
| 총계 | | | | | | | |

자료: 미래창조과학부

다. 이용요금 승인 신청시 제출하는 회계자료의 문제점

앞에서 종합유선방송사업자와 인터넷멀티미디어방송사업자가 이용요금 승인 요청시 제출하는 수익 및 비용 자료에 대해서 실제 제출 자료 형식을 대상으로 검토하였다. 방송법 제77조와 인터넷 멀티미디어 방송법 제15조에 따라 유료방송의 이용요금은 미래창조과학부장관의 승인을 받아야 한다. 이 승인을 받기 위해서 사업자들은 새로운 유료방송 상품의 예측 손익 자료를 제출하고 있다. 대체적으로 사업자들은 해당 상품의 5년치 예상 손익 계산서를 제출하고 있는데, 이 손익계산서에 몇 가지 문제점이 있다.

현재 사업자들이 이용요금 승인 요청 시 제출하는 새로운 상품의 손익계산서는 예측치이다. 그런데 정부의 입장에서는 새로운 상품의 요금을 승인하기 위해서는 승인 신청을 하는 회사 또는 해당 서비스(예: 아날로그 또는 디지털)의 수익성에 대한 정보를 필요로 하게 된다. 왜냐하면 새로운 상품 가격을 승인하기 위해서 회사 또는 서비스 수익성의 과거 추세 정보가 필요하기 때문이다. 그러나 현재는 미래 5년 치 예측자료만을 제출하고 있기 때문에 과거의 손익 현황에 대한 정보를 파악할 수 없다. 예측 손익계산서는 예측이기

때문에 실제와 차이도 날 수 있고, 예측에 여러 가지 다양한 방법론이 있기 때문에 이를 평가하기는 쉽지 않다. 따라서 과거의 수익성 자료가 주어진다면 예측 정보의 가능성이나 신뢰성을 판단하기가 조금 더 나아질 수 있다.

4. 유료방송 이용요금 승인제도 개선 방향

회사전체의 수익성 현황을 요금승인시 고려하기 위하여 매년 영업보고서를 제출토록 하여야 한다. 새로운 상품의 요금을 회사 전체의 수익성 추세를 고려하여 승인할 수 있게 하기 위함이다. 이를 위해서는 종합유선방송사업자의 회계분리를 전기통신사업 회계분리와 같은 제도를 운영해야 한다. 방송법 상에 종합유선방송사업자의 회계보고 의무를 신설하고 종합유선방송사업자 회계분리를 위한 회계규정, 회계분리기준을 제정해야 한다.

이 방안의 장점은 유료방송서비스에 대한 정확한 수익 및 원가 파악이 가능하다는 것과 요금승인시 기초 자료로 활용 가능하다는 것이다. 단점은 방송법, 회계규정, 회계분리기준의 일관된 법제도 개선에 많은 노력 필요, 장기적 관점에서 접근이 필요하다.

제 4 절 유료방송이용요금 승인기준 개선 방안

1. 공공요금 승인기준 분석

앞절에서 공공요금에 대해서 설명하였다. 공공요금은 물가안정에 관한 법률, 공공요금 산정기준, 개별공공요금 산정기준에 따라 총괄원가를 산정하고 총괄원가를 보상하는 수준에서 요금을 결정하고 있다. 공공요금 산정기준은 기본원칙 가.에서 “공공요금은 공공서비스를 제공하는데 소요된 총괄원가를 보상하는 수준에서 결정”한다고 명시하여 보수율규제 적용을 명시하고 있다. 전기요금산정기준 제2조는 전기요금이 전기공급에 소요된 총괄원가를 보상하는 수준에서 결정되어야 한다고 정하고 있고, 철도운임산정기준 제2조는 철도운임이 철도운송서비스를 제공하는데 소요되는 총괄원가를 보상하는 수준에서 결정되어야 한다고 정하고 있다. 전기요금과 철도운임은 보수율 규제를 받고 있는 것이다.

공공요금 중 공공기관이 운영하는 주요 공공요금 6종(전기료, 열차료, 도로통행료, 우편료, 광역상수도요금, 도시가스도매요금)에 대해서는 해당 공공기관에서 작성하여 해당 공

공기관의 홈페이지를 통해 매년 6월말 공개하고 있다. 한국소비자원에서는 각 공공요금의 총괄표를 중심으로 요약정보를 제공하고 있다. 다음의 <표 3-11>을 생필품 가격정보 사이트에 매년 원가정보를 공개하고 있다. 다음의 <표 3-11>은 2012년 결산기준 각 공공요금의 원가정보 요약을 보여주고 있다.

<표 3-11> 2013 공공요금 원가정보 요약

| | 전기료 | 열차료 | 도시 가스료 | 광역 상수도료 | 도로 통행료 | 우편료 |
|-----------------|-------------------|-----------------|-----------------|----------------|---------------------------------------|----------------|
| I. 총괄원가 | 531,654 | 23,748 | 427,511 | 11,775 | 39,682 | 12,798 |
| 1. 적정원가 | 499,329 | 20,839 | 418,724 | 10,017 | 23,552 | 11,642 |
| 2. 적정투자보수 | 32,325 | 2,909 | 8,787 | 1,758 | 16,130 | 1,156 |
| ①요금기저 | 673,444 | 69,224 | 186,656 | 42,326 | 401,339 | 36,931 |
| ②적정투자보수율 | 4.80% | 4.20% | 4.71% | 4.15% | 4.02% | 3.13% |
| II. 총수입 | 469,732 | 21,447 | 368,965 | 10,286 | 32,298 | 11,379 |
| 1. 수요량 (단위) | 466,592 (GWh) | 221 (1억인km) | 45,831 (백만㎡) | 3,603 (백만㎡) | 1,338 (백만대) | 4,170 (백만통) |
| 2. 적용단가 (단위) | 100.67 (원/kWh) | 97.0 (원/인km) | 805.06 (원/㎡) | 285.5 (원/㎡) | 기본요금 900 주행요금 41.4 (원/km) | 273 (원/통) |

자료: 한국소비자원 생필품 가격정보(price.tgate.or.kr)

공공요금은 보수율 규제를 받고 있다. 보수율 규제라는 것은 총괄원가를 보상하는 수준에서 요금을 정하기 때문에 총괄원가를 초과하여 수익이 발생하면 요금을 내리고 총괄원가에 미달하여 수익이 발생하면 요금을 올리게 된다. <표 3-11>에 나타난 모든 공공요금은 총괄원가가 총수입을 초과하고 있다. 이것은 요금으로 원가를 모두 회수하지 못하고 있다는 것을 의미한다. 보수율규제하에서는 이럴 경우에 요금 인상 요인이 발생하게 된다.

공공요금은 이러한 보수율 규제 방식을 따르고 있기 때문에 공공요금 승인기준에서 총괄원가, 적정원가, 투자보수율의 개념을 명확히 하고 있다.

2. 유료방송 이용요금 승인기준의 문제점

가. 요금승인 기준 현행화 필요

‘유료방송 이용요금 승인기준’에는 아날로그 이용요금의 상한과 디지털 이용요금 상한이 나와 있다. 아날로그이용요금의 상한은 2002년 4월, 디지털 이용요금의 상한은 2004년 10월에 정해졌는데, 이들 상한은 정해진지 10년 이상이 지났다. 따라서 현재의 상한이 적절한지를 재검토할 필요가 있다.

나. 요금 승인 요청시 제출하는 예측 손익계산서 양식 및 작성 가이드라인 부재

일반적으로 새로운 유료방송 요금승인을 받으려는 사업자는 미래창조과학부에 유료방송 이용요금 승인을 신청하면서 새로운 상품의 미래 5년 치 수익과 비용을 분석 및 예측한 자료를 제시하고 있다. 유료채널, VOD서비스, 데이터방송의 경우에는 사업자들의 원가 분석 자료가 요금승인 과정에서 필수적이다. ‘유료방송 이용요금 승인기준’에 이들 상품의 요금승인 시에는 사업자의 원가분석 자료에 근거하여 판단하도록 규정하고 있고 새로운 유료방송 상품에 대한 원가나 수익에 대한 자료는 사업자가 보유하고 있기 때문이다. 따라서 규제기관이 직접 이들 새로운 유료방송 상품의 손익을 예측하기는 매우 어렵다.

아날로그와 디지털 묶음 상품의 경우에는 사업자가 원가 분석 자료를 제출할 의무는 없지만, 관련 정보를 미래창조과학부에서는 알 수 없는 상황이므로 관련 수익 및 비용 정보를 제출하고 있다. 인터넷멀티미디어방송법 제15조 제2항에 따르면 인터넷멀티미디어방송 사업자도 이용요금의 승인 신청시에 가입비, 기본료, 사용료, 부가서비스료, 실비 등을 포함한 요금산정의 근거자료를 미래창조과학부장관에게 제출하여야 한다. 결국, 현재 유료방송에 해당하는 종합유선방송, 위성방송, 인터넷멀티미디어방송은 요금 승인 요청시 요금산정의 근거자료를 제출하여야 한다. 따라서 사업자들은 요금 승인시 개별 사업자가 작성한 해당 상품의 손익계산서를 제출하고 있으나 그 양식이 달라서 비교가능성, 검토가능성, 이해가능성이 현저히 낮은 상황이다. 따라서 유용성 높은 회계정보를 기반으로 요금승인을 하기 위해서는 비교가능성, 검토가능성, 이해가능성이 높은 회계정보가 제공되도록 제도를 개선하여야 한다. 이르기 위해서는 이용요금 승인 요청 상품의 미래 5년치 손익계산서를 양식과 작성 가이드라인이 제시되어야 할 것이다.

3. 유료방송 이용요금 승인기준 개선 방안

가. 유료방송 이용요금 승인 기준 현행화

현재의 유료방송 이용요금 승인기준에 나타나 있는 아날로그와 디지털의 상한은 각각 2002년과 2004년에 만들어졌다. 10년이 넘는 기간 동안 2008년에 한번 원가 검토가 이루어졌다. 처음의 검토 이후 5년이 지난 시점에서 원가를 검토하여 상한이 적정한지를 살펴볼 필요가 있다.

원가 기반의 상한을 정하기 위해서는 원가를 먼저 산정하여야 한다. 원가를 산정하고 원가에 이윤을 더하여 상한을 정하여야 한다. 원가는 조은기 외(2008)의 연구에서 사용한 원가 개념을 사용한다. 영업비용, 영업외손익, 투자보수의 합을 총괄원가로 한다. 이러한 총괄원가 개념은 공공요금 산정기준, 전기통신사업 회계분리기준 등에서 사용되고 있다.

영업비용은 크게 인건비, 방송망 관련비용, 프로그램 관련비용, 판매영업 관련비용 및 기타 비용으로 세분할 수 있다. 영업외손익 항목은 유형자산처분손익, 법인세비용, 출연금을 포함하여 구성할 수 있다.¹⁹⁾

원가기반 상한을 설정하기 위해서는 총괄원가를 산정할 수 있어야 한다. 총괄원가를 산정하기 위해서는 회계분리를 통해 해당 서비스의 총괄원가를 산정하여야 한다. SO사업자는 초고속인터넷서비스를 제공하는 기간통신사업자들이기 때문에 미래부에 영업보고서를 제출하고 있고 이 영업보고서에서 방송사업을 통신사업외의 사업으로 표시하고 있다. 따라서 아날로그와 디지털로 분리하기 위해서는 종합유선방송서비스의 원가를 아날로그와 디지털로 분리하는 절차를 거쳐야 한다.

각 서비스별 총괄원가가 산정된 후에는 일정수준의 이윤(mark up)을 고려하여야 한다. 총괄원가 수준으로만 요금을 규제한다면 앞서 설명한 전기나 철도와 같은 공기업이 제공하는 공공요금에 적용하는 보수율 규제와 동일한 규제가 된다. 그러나 유료방송은 공공요금에 해당은 되지만 민영회사가 제공하는 서비스이므로 보수율규제를 적용하기가 어렵다. 따라서 적정수준의 이윤을 추가로 고려할 필요가 있다. 적정수준의 이윤을 고려하는 경우는 통신서비스에서도 찾아 볼 수 있다. 이동전화요금도 공공요금이지만 민영기업이 제공

19) 조은기 외(2008)

하는 서비스로 원가보상율이 100%를 초과하고 있다. 최근 이통3사의 원가보상률은 SKT 111.6%, KT 98.2%, LGU+ 83.1%로 나타났다.²⁰⁾ 총괄원가의 관점에서 보면 SKT의 경우, 총괄원가보다 11.6% 수익이 더 많다는 것을 의미한다. 총괄원가를 초과하는 수익을 일정수준의 이윤(mark up)으로 볼 수 있다.

〈표 3-12〉 이통3사 원가보상률

| 구분 | KT | SKT | LGU+ |
|-------|--------|--------|-------|
| 2010년 | 111.6% | 122.9% | 91.3% |
| 2011년 | 109.9% | 115.9% | 83.7% |
| 2012년 | 98.2% | 111.6% | 83.1% |

자료: 전병헌의원실(2013)

원가보상률은 영업수익을 총괄원가로 나누어서 산정한 것이다.²¹⁾ 영업수익이 하락하거나 총괄원가가 증가하면 원가보상률은 하락하게 된다. 전기통신사업법 제28조는 약관인가시에 고려할 사항을 정하고 있는데, 그 중 요금과 관련하여서는 요금이 공급비용, 수익, 비용·수익의 서비스별 분류, 서비스 제공방법에 따른 비용 절감, 공정한 경쟁환경에 미치는 영향 등을 합리적으로 고려하여 산정하도록 정하고 있다. 과연 유료방송 이용요금 승인의 상한을 정하기 위한 적정수준의 mark up은 어떻게 산정되어야 하는가가 중요한 문제가 될 수 있다. 조은기 외(2008)의 연구에서는 mark up 비율을 10%로 보고 적정요금을 산정하였다. 이 mark up 비율은 유료방송 시장의 경쟁정도와 경쟁환경에 미치는 영향을 고려하여 충분한 검토 후 정하여야 할 것이다.

나. 예측 손익계산서 양식 및 작성 가이드라인 포함

유료방송 요금 승인 요청 시 제출하는 사업자마다 다른 형식과 방식으로 제출하고 있는 손익계산서 양식을 제시할 필요가 있다. 또한 작성과 관련한 기본적인 원칙들을 제시하여 비교가능성, 검토가능성, 이해가능성을 높여야 할 것이다.

20) 전병헌의원실(2013)

21) 전병헌의원실(2013)

요금 승인 요청시 제출하는 요금 산정 근거 자료는 과거의 객관적 사실에 의한 자료도 있지만 5년치 예측 손익계산서는 사업자의 예측에 의하여 작성되기 때문에 실제 검증이나 검토가 쉽지 않다. 따라서 장기적으로는 유료방송 사업자도 기간통신사업자들과 같이 정부에 매년 영업보고서를 제출토록하여 이를 정책 결정에 이용할 수 있도록 하여야 한다. 현재는 SO의 경우에는 기간통신사업자의 지위에서 영업보고서를 제출하고 있으며 방송서비스는 아날로그와 디지털로 회계분리가 되지 않은 상태로 제출하고 있고, IPTV사업자는 IPTV사업자의 지위에서 영업보고서를 제출하고 있기 때문에 이를 요금 승인시에 사용할 수 없다는 한계가 있다. 위성TV 사업자는 영업보고서를 제출하지 않고 있다. 따라서 일관된 정책 하에서의 요금승인 절차 진행이 쉽지 않은 상황이다. 이러한 문제를 해결하기 위해서는 유료방송 사업자의 자산, 수익, 원가를 비교가능성과 검증가능성이 높은 회계정보를 이용하여 살펴볼 수 있도록 유료방송 사업자들을 대상으로 하는 회계제도의 수립이 필요하다.

4. SO 디지털 이용요금 원가 산정 방안

SO가 제공하는 디지털SO의 총괄원가를 산정하기 위해서 SO가 매년 미래창조과학부에 제출하는 영업보고서를 이용한다. SO는 기간통신사업자의 지위에서 영업보고서를 제출하고 있는데, 이 영업보고서는 서비스별 총괄원가를 표시하고 있다. 총괄원가는 공공요금 산정기준과 전기통신사업 회계분리기준에서 정의하고 있는데, 공공요금 산정기준에서는 “진실하고 능률적인 경영하에 공공서비스를 공급하는데 소요되는 적정원가에다 공공서비스에 공여하고 있는 진실하고 유효한 자산에 대한 적정 투자보수를 가산한 금액”으로 정의하고 있고 전기통신사업 회계분리기준은 “전기통신서비스를 제공하는데 소요되는 사업비용에 투자보수를 가산한 금액”으로 정하고 있다. 본 연구에서는 방송서비스와 성격이 유사한 전기통신사업에서 원가 개념으로 사용하공 있는 총괄원가의 개념을 이용한다. 이러한 총괄원가가 집계된 서식이 전기통신사업 회계분리기준 별지 제17호 서식이다.

SO가 제공하는 방송사업은 미래창조과학부에 제출하는 영업보고서에서 전기통신사업의 사업으로 표시되고 있다. 따라서 이 부분을 아날로그와 디지털로 나누면 해당 서비스의 총괄원가를 산정할 수 있다. 총괄원가를 서비스별로 나누기 위해서는 기능별 배부기준

을 사용하여 나누는 것이 적절하다.

이렇게 나누어진 디지털의 총괄원가를 티어별로 나누기 위해서는 티어 배²²⁾부적수를 산정하여 이를 기준으로 나눈다. 이렇게 나누어진 티어별 총괄원가를 가입자 수로 나누면 티어당 총괄원가가 산정된다.

제 5 절 방송통신 결합상품 관련 문제점 및 개선 방안

1. 현황 및 문제점

유료방송서비스 이용자의 방송서비스 가입 방식이 과거의 단품 방송상품 구매에서 방송통신결합상품 구매로 급격하게 변화 중이다. IPTV 가입자의 경우 기술적 특성에 따라서 해당 서비스 이용을 위해서는 IPTV와 인터넷 결합상품 구매가 실질적으로 필수적인 상황이다. 케이블 가입자의 경우도 결합상품의 높은 가격 경쟁력으로 인해서 신규 디지털 서비스 가입자의 상당수는 결합상품을 통해서 방송서비스를 이용하는 것으로 추정 가능하다.

(문제점) 방송통신 결합판매로 인해서 다양한 긍정적 효과가 발생할 것으로 기대되지만 이로 인한 부작용에 대한 우려 역시 다음과 같이 존재한다. (i) 과도한 수준의 결합할인을 통한 약탈적 가격 설정 가능성, (ii) 과도한 할인으로 인한 방송서비스 저가 ARPU 구조의 고착화, (iii) 방송서비스 이용자 혼란 가능성 등이 그 것이다.

(약탈 요금 설정 가능성) 방송통신결합상품 판매 시 시장지배적 사업자가 결합상품의 전체 요금 또는 일부 구성상품의 요금을 비용보다 낮게 설정함으로써 자신의 시장지배력을 전이하려고 시도할 가능성에 대한 우려가 존재한다.

(과도한 할인으로 인한 저가 ARPU 구조 고착화) 결합판매 위주의 유료방송서비스 판매 방식으로 인해서 유료방송시장의 저가 ARPU 구조가 고착화 또는 악화되고 있다는 우려가 존재한다. SO의 경우 PP에 배분하는 수신료 수익을 낮추기 위해서, IPTV의 경우 방송을 미끼상품으로 이용하기 위해 결합판매 시 방송할인율을 과다하게 높게 설정할 유인을 갖고 있을 수 있다.

22) 티어 배부적수=티어별 가입자 수×해당 티어 채널 수

(방송서비스 이용자 혼란) 기존 유료방송서비스 약관에 제시되어 있는 결합상품 관련 정보를 통해서 방송서비스 이용자가 상품별·사업자별 비교를 통한 합리적인 구매 결정을 내리기가 쉽지 않은 상황이다. 유료방송플랫폼이 결합판매 구성상품의 할인요금을 약관에 제시하는 방식은 사업자별로 매우 상이하기 때문에 결합상품의 가격과 할인율을 파악하고 이를 상품별 또는 사업자별로 비교하기가 어렵다. 유료방송사업자와 IPTV 사업자의 현행 약관은 결합상품 요금을 다음과 같은 방식을 통해서 제시하고 있다. (i) 단품 상품 기간 무약정 요금 대비 할인율, (ii) 단품 상품 기간 약정별 요금 대비 할인율, (iii) 결합상품 구성상품의 정액 요금 제시, (iv) 일부 사업자는 기간 무약정 단품상품 가격 대비 결합판매 구성상품의 할인율을 제시.

또한, 초고속 인터넷 등 통신상품의 할인 요금 정보의 구체성이 부족한 경우가 많다. OTS의 경우 실질적인 방송통신 결합상품임에도 불구하고 방송상품의 결합요금에 대해서만 세부 정보를 제공하고, 통신상품의 결합요금에 대한 정보는 모호하게 표현하고 있다. 대부분의 경우 단품 통신상품의 기간 무약정 요금 수준과 기간 약정별 요금 수준(또는 할인율)에 대한 정보를 포함하고 있지 않고 있어 결합으로 인한 통신 상품의 요금 할인 수준에 대한 정확한 정보를 얻기 위해서는 통신상품 약관이 필요하다.

2. 개선 방안 1: 회계보고 지침 개정

가. 기본 개념 및 장단점

(기본 개념) 방송상품과 통신상품 각각의 결합할인율은 사업자 자율에 맡기되, 회계처리 시 결합상품 판매 수익을 단품 상품 가격의 수익 비율(공정가치, fair value)로 배분하도록 하는 방안을 검토해 볼 수 있겠다. 예를 들어 방송상품 단품 가격이 1만원이고 통신상품 단품 가격이 2만원인 경우, 결합상품 전체 가격과 소비자에게 제시되는 방송상품과 통신상품의 결합할인율은 사업자가 자율적으로 정하되, 결합상품 판매수익을 1대 2로 방송서비스 매출액과 통신서비스 매출액으로 각각 배부하도록 규제하는 것이다. 현행 '방송사업자 회계처리 및 보고에 관한 지침'과 'IPTV 제공사업의 회계분리기준'에 따르면 결합판매 시 수익은 이용약관에 명시된 할인가격 또는 할인율을 적용하여 배부하도록 되어 있고, 이들 사항이 약관에 없는 경우에 한해서만 단품 상품의 공정가치대로 결합매출액을 배분

하도록 하고 있어 대부분의 경우 방송통신결합판매 매출액이 사업자가 설정한 방송통신결합상품의 할인율에 따라서 정해지고 있다.

(장점) 회계보고 지침을 개정하여 방송통신결합상품의 판매액을 공정가치대로 배분하도록 할 경우 결합상품 전체 요금과 개별 구성상품의 할인율을 사업자가 정하도록 함으로써 사업자 자율성 보장하는 장점이 있다. 또한 결합상품 수익 배분 비율을 단품 상품 가격 비율대로만 한다면 소비자에게 제시되는 결합상품 전체 가격과 개별 구성 상품의 할인율을 자유롭게 설정할 수 있어 낮은 가격에 결합상품 공급 가능할 것이다.

(단점) 반면 회계보고 지침 개정을 통한 공정가치 배분 방식은 단품 상품 가격의 배분 비율만 지킨다면 결합상품 전체 가격을 아무리 낮춰도 이를 차단할 방법이 없어 약탈적 가격 설정 등 과도한 상품 할인을 방지할 수 없다는 문제점을 갖고 있다. 또한 가격 자체를 규제하지 않고 결합매출액의 배분 방식을 규제할 경우 실제로 사업자가 결합판매 수익을 단품상품의 가격 비율에 따라서 배분되는지를 검증하기가 쉽지 않을 수도 있다.

결합판매로 인한 비용절감 효과의 크기가 방송상품과 통신상품 각각에 상이하게 나타날 수 있으나 공정가치 배분방식은 이를 반영하지 못할 가능성이 있다. 예를 들어 결합판매 시 방송상품의 비용 절감 효과는 단품 요금의 50%, 통신상품의 비용절감 효과는 단품상품의 20%인 경우 공정가치 비율대로 결합 매출액을 배분할 경우 통신상품으로 배분되는 매출액 규모가 과도하게 낮아질 가능성이 있는 것이다.

〈표 3-13〉 결합판매 비용절감 효과에 따른 결합매출액 공정가치 배분 결과 예시

| 구분 | 단품상품 가격=원가 | 비용절감효과 | 결합상품 가격=원가 | 결합매출액 배분을 위한 공정가치 |
|----|------------|--------|------------|-------------------|
| 방송 | 100 | 50 | 50 | 60 |
| 통신 | 50 | 10 | 40 | 30 |

마지막으로 회계지침 개정을 통한 공정가치 배분 방식의 적용을 위해서는 유료방송사업 관련 회계 지침 개정뿐만 아니라 기간통신사업 관련 회계지침의 동시 개정이 필요하다. 이는 기간통신사업자가 판매하고 있는 방송통신결합상품의 매출액 배분이 공정가치 비율대로 분배되는 것이 아니라 해당 결합 할인이 반영된 결합상품 구성상품의 비율대로 배분

되도록 되어 있기 때문이다.

나. 세부 개선 방안

방송사업과 기타 사업을 결합 판매하는 경우 결합판매 수익을 개별 상품의 이용약관 상 요금 비율로 배분하도록 관련 기준 개정을 위해서 유료방송사업자(SO, 위성)은 '방송사업자 회계처리 및 보고에 관한 지침' 변경, IPTV는 'IPTV서비스 제공사업의 회계분리 기준' 변경해야하며 그 구체적인 내용은 다음의 <표 3-14>와 같다.

<표 3-14> 회계 보고 지침 개정안 예시

| 현행 관련 법령 | 개정안 |
|---|--|
| <p><방송사업자 회계처리 및 보고에 관한 지침> 제15조(결합판매매출액 분류) ① 방송사업과 기타사업을 결합판매하는 경우의 수익은 이용약관에 명시된 할인가격 또는 할인율을 적용하여 배부한다. 다만, 약관에 결합판매 가격이 명시되어 있지 않은 경우, 결합판매 가격을 확실히 구분할 수 없는 경우 및 실제 판매시 약관에 명시된 가격 및 할인율과 다르게 판매하는 경우 등에는 개별상품의 이용약관상요금 비율로 배분한다.</p> | <p><방송사업자 회계처리 및 보고에 관한 지침> 제15조(결합판매매출액 분류) ① 방송사업과 기타사업을 결합판매하는 경우의 수익은 개별상품의 이용약관상요금 비율로 배분한다.</p> |
| <p><IPTV서비스 제공사업의 회계분리 기준> 제20조(결합판매 수익의 분리) “인터넷 멀티미디어 방송서비스”(이하 “방송서비스”라고 한다)와 방송서비스외의 서비스 등을 결합판매하는 경우의 수익은 이용약관에 명시된 할인가격 또는 할인율을 적용하여 배부한다. 다만, 약관에 명시되어 있지 않은 경우에는 각각 개별 제공하는 경우에 발생하는 수익비율로 배부한다.</p> | <p><IPTV서비스 제공사업의 회계분리 기준> 제20조(결합판매 수익의 분리) “인터넷 멀티미디어 방송서비스”(이하 “방송서비스”라고 한다)와 방송서비스외의 서비스 등을 결합판매하는 경우의 수익은 각각 개별 제공하는 경우에 발생하는 수익비율로 배부한다.</p> |

3. 개선 방안 2: 결합상품 요금 승인 심사 기준

가. 기본 개념 및 장단점

(기본 개념) 방송통신결합상품 중 방송상품 요금의 승인 기준을 정하고 유료방송이용요금 승인 시 이를 적용하는 방안도 검토해 볼 수 있겠다. 현행 방송법 및 IPTV법 체계는 방송통신 결합상품 요금과 관련된 심사 기준을 제시하지 않고 있다. 전기통신사업법을 통해서 이루어지고 있는 현행 결합상품 요금 규제 역시 (i) 규제 대상이 요금 인가 대상 통신역무가 포함된 결합상품으로 한정하고, (ii) 규제 목적도 통신 인가 역무의 시장 지배력 전이 방지로 제한되어 있다는 문제점을 갖고 있다.

나. 고려사항

① 규제목적

심사기준의 목적은 방송상품의 과도한 결합 할인 방지를 통해서 (i) PP에 대한 적절한 방송콘텐츠 이용 대가 지급, (ii) 유료방송시장 경쟁 왜곡 가능성 방지, (iii) 방송-통신부문간의 시장지배력 전이 차단 등으로 설정할 수 있겠다. 현 시점에서는 방송부문의 시장지배력이 여타 부분으로 전이될 가능성에 대한 우려가 높지 않아 지배력 전이 이슈까지 명시적으로 규제목적에 포함하는 것은 적절치 않을 수도 있다. 하지만 시장지배력 전이 이슈에 대한 명시적인 규제 목적으로 설정되지 않더라도, 앞의 두 가지 이슈의 해소를 위해서 지배력 전이와 관련된 우려 사항은 당연히 고려될 것이다. 결합판매와 관련된 공정경쟁 이슈는 결합판매를 통한 시장지배력 전이 가능성이며, 이와 같은 이슈에 대한 대응은 시장지배적 사업자의 약탈 가격 설정 금지를 통해서 이루어지고 있다. 약탈가격 설정 여부는 결합판매 요금이 비용보다 낮게 설정되었는지를 통해서 판단된다. 이처럼 방송상품의 결합 요금이 비용보다 낮게 설정될 경우 이는 당연히 과도한 방송상품 할인으로 앞의 두 가지 규제 목적과 관련된 규제 대상이 될 것이다.

② 규제 대상 사업자 및 서비스

(규제대상 사업자) 방송상품 결합판매 요금 규제 대상 사업자는 전체 유료방송사업자와 IPTV 사업자로 하는 것이 적절하다. 개별 유료방송사업자의 가입자 규모 또는 매출액 규모에 따라서 방송서비스 결합할인이 시장에 미치는 영향이 다를 수 있으나, 전체 사업자

가 요금 승인을 받는 현 상황을 고려할 때 결합 요금 규제도 전체 사업자로 하는 것이 타당하다고 판단된다.

(규제대상 서비스) 방송상품 결합판매 요금 규제 대상 서비스는 결합할인이 적용되는 모든 방송서비스로 하는 것이 적절하다. 방송법 및 IPTV법만을 근거로 통신 서비스 결합요금을 규제하는 것은 어려움이 존재한다. 시장지배력 전이 이슈를 명시적으로 고려하지 않을 경우 전체 결합요금의 수준을 규제하는 것은 의문의 여지가 있기 때문이다.

③ 결합 요금 적정성 판단 기준

방송통신결합상품의 요금 적정성을 판단하기 위해서는 다음의 사항을 고려해야 한다.

(비용과 요금) 우선 결합판매를 구성하는 방송서비스 상품의 요금을 비용보다 낮게 설정하는지 여부를 살펴봐야 한다. 방송서비스 상품의 요금이 비용보다 낮게 설정될 경우 약탈적 가격설정(predatory pricing)으로 인한 경쟁사업자 배제 효과가 우려될 뿐만 아니라 플랫폼 간의 과도한 경쟁을 촉발시켜 궁극적으로 PP에게 배분되는 콘텐츠 사용대가 수준이 현저하게 낮아져 방송콘텐츠 제작에 투입되는 자원 규모 축소로 방송 이용자 피해 발생이 가능할 수 있다. 비용보다 낮은 요금설정 문제는 시장 지배력 전이 측면에서만 바라볼 것이 아니라 플랫폼 사업자 간 과당경쟁 방지 차원에서 다루어져야 할 것이다.

(비용절감액) 두 번째 판단 기준은 결합판매를 구성하는 방송서비스 상품의 결합 할인액이 결합판매로부터 발생하는 비용절감액보다 높게 설정되었는지의 여부이다. 결합판매를 통한 요금 할인폭을 결합판매에서 발생하는 비용의 절감에 비해서 현저하게 높게 설정하는 것은 결합판매를 통한 방송서비스 판매의 과당경쟁 유발 우려가 있다. 요금 심사 시 결합판매로 인한 비용 절감액이 결합상품 할인액 보다 크거나 동일하다는 것을 심사를 요청하는 측이 입증함으로써 결합상품에 대한 할인율이 결합으로 인한 비용절감액보다 더 크지 않도록 유도하는 방안도 검토해 볼 수 있겠다.

(구성상품간 할인율 차이) 방송통신 결합상품을 구성하는 방송상품의 할인율이 정당한 이유 없이 여타 구성 서비스의 결합할인율 보다 현저하게 높게 설정되었는지의 여부 역시 결합상품 요금의 적정성 판단 시 주요하게 고려해야할 요소 중 하나이다.²³⁾

23) 이때 정당한 이유는 위의 결합판매를 통한 비용절감 효과 등을 지칭한다.

④ 기타 고려사항

위의 적정성 판단 기준 이외에도 추가적으로 고려할 사항은 다음과 같다.

(유사 결합판매 요금 수준) 우선 승인 요청을 한 방송사업자의 결합상품을 구성하는 방송서비스 상품의 결합요금을 경쟁 사업자의 유사 결합상품 요금 수준과 비교하는 것이 적절하다. 시장 진입 초기 사업자(예, IPTV)의 요금은 상품 원가보다 현저히 낮을 가능성이 커, 비용보다 낮은 요금 설정 가능성을 원천적으로 봉쇄하기 보다는 경쟁사업자의 요금 수준과의 비교를 통해 결합상품 요금의 적정성도 판단하는 것이 바람직하다는 것이다.

(심사 간소화 기준) 방송상품 결합할인율이 통신상품 결합할인율보다 낮거나 동일한 경우 요금적정성 심사를 면제함으로써 불필요한 행정비용을 절감할 수 있겠다. 방송상품 결합할인율이 통신상품 결합할인율보다 높을 특별한 이유가 있는 경우 결합요금 적정성 심사를 통해 그 이유를 소명할 수 있도록 함으로써 앞서의 방안 1만 채택할 경우 발생할 수 있는 문제점을 극복할 수 있겠다. 하지만 통신상품 결합할인율보다 방송상품 결합할인율이 더 낮을 경우에도 방송상품에 대한 결합할인과 관련된 문제가 발생할 소지가 상당하다고 판단될 경우에는 심사 간소화 기준을 없애고 방송상품이 포함된 모든 결합상품의 요금을 위의 기준을 통해서 심사하는 방안도 검토를 고려할 수 있겠다.

〈표 3-15〉 방송통신상품 결합판매 이용약관에 대한 승인 심사 기준 예시

제1조(목적) 이 지침은 방송법 제77조와 IPTV법 제15조에 따라 유료방송 및 인터넷 멀티미디어 방송서비스 이용약관의 요금 승인 시 방송서비스 결합판매 요금의 적정성 심사의 기준 및 절차 등을 정함으로 목적으로 한다.

제2조(결합요금 적정성 판단 기준) ① 방송서비스 결합판매 요금의 적정성은 다음 각 호에서 정하는 기준을 고려해 심사한다.

1. 결합판매를 구성하는 방송서비스 상품의 요금을 비용보다 현저하게 낮게 설정하는지 여부
2. 결합판매를 구성하는 방송서비스 상품의 결합 할인율이 결합판매로부터 발생하는 비용절감액보다 현저하게 높게 설정되었는지의 여부
3. 결합판매를 구성하는 방송서비스 상품의 결합 할인율이 정당한 이유 없이 결합판매를 구성하는 여타 서비스의 결합할인율 보다 현저하게 높게 설정되었는지의 여부

② 제1항 각호에 대한 심사 시 동종 또는 유사 결합판매와의 요금수준 비교, 결합판매를 통한 비용절감효과, 결합판매를 통한 이용자 편의 증가효과 등이 종합적으로 고려되어야 한다.

③ 결합요금 적정성 판단 시 기준이 되는 요금과 비용은 결합판매가 시작된 시점으로부터 합리적으로 인정되는 상당한 기간동안 발생하는 수익과 비용을 기준으로 산정하며 결합판매의 요금할인으로 인한 가입자 증가효과 등을 반영할 수 있다.

제3조(결합요금 승인 심사절차) ①방송서비스에 대한 결합판매 요금에 대한 승인은 방송사업자가 제출한 이용약관 및 다음 각 호의 자료를 심사한다.

1. 결합판매 제공 계획서(서비스 대상, 지역 등)
2. 결합판매 요금 설계서(요금설계내역, 예상 비용절감분 등)
3. 개별요금, 동종 또는 유사 결합판매와의 요금수준 비교자료

② 방송서비스 결합판매 이용요금 승인 신청을 받은 경우에는 부득이한 사유가 없는 한 그 날로부터 ○○일 이내에 승인여부를 결정하여 해당 사업자에게 통지한다.

제4조(심사 간소화) 방송서비스 상품의 결합할인율이 승인받은 요금을 기준으로 하여 통신상품의 결합할인율보다 낮거나 동일한 경우 제2조에서 규정하는 요금적정성 심사를 한 것으로 본다.

제5조(위원회 구성·운영) 다음 각 호의 사항을 심의하기 위하여 '방송상품결합판매심사위원회'를 설치하여 운영할 수 있다.

1. 제2조에서 규정하고 있는 결합판매의 요금적정성, 결합판매로 인한 비용절감 및 이용자 편익증대효과에 관한 심사
 2. 기타 방송통신 결합판매 제도개선에 관한 사항 등
-

4. 개선방안 3: 유료방송 이용 약관 가이드라인 개선

가. 기본 개념

현재 결합상품 이용자에게 제공되는 결합판매와 관련된 정보는 매우 제한적이고 이를 통해서 결합상품별 비교를 용이하게 하기가 쉽지 않은 상황이다. '결합상품 할인율'과 결합상품 개별 구성상품 및 전체 결합상품의 '정액요금 수준' 등 방송통신 결합상품의 구매 결정에 도움이 되는 관련 정보를 모두 명확하게 제시하도록 함으로써 결합상품 이용자의 선택에 도움을 주는 방향으로 관련 방송상품 이용약관의 개선이 필요하다. 현행 유료방송 이용약관 가이드라인이 결합서비스의 할인 및 위약금에 대한 자세한 사항을 고지해야 한다고 규정하고 있으나, 관련 내용에 대한 상세한 지침을 제공하고 있지 않아 실효성이 다소 떨어져 이에 대한 개선이 요구되는 상황이다.

나. 개선 방안

유료방송 이용약관 가이드라인의 개정을 통해서 방송상품의 이용 약관에 (1) 결합상품의 정액요금, (2) 결합상품의 결합할인율 및 총할인율, (3) 결합상품 구성 상품의 정액 요금, (4) 결합상품 구성 상품의 결합할인율 및 총할인율 정보를 명확하게 제시하도록 규제

하는 방안을 고려할 수 있다.

(정액 요금 표시) 방송통신 결합상품의 정액 요금을 이용약관에 제시하도록 함으로써 방송상품 이용자가 다양한 결합상품의 요금 비교가 용이하도록 개선하는 것이 바람직하다. 현재 상한 승인 방식이 적용되는 사업자의 경우, 대부분의 경우 개별 상품의 결합할인율 정보만을 제공함으로써 방송이용자는 자신이 지불해야하는 결합상품의 최종 요금이 얼마 인지를 정확히 알 수 없다. 다시 말해서 결합상품 구매를 통해서 자신이 단품 상품을 구매할 경우보다 몇 %를 더 할인받을 수 있을지는 알 수 있지만, 얼마를 지불해야 해당 결합상품을 구매할 수 있는지는 이용약관만을 통해서 알 수 없는 것이다. 이와 같은 정보에 대한 정보에 대한 접근이 용이하지 않을 경우, 방송이용자는 결합상품 간 요금 비교에 상당한 어려움이 발생하게 된다. 예를 들어 유료방송플랫폼 A와 B가 제공하는 결합상품의 총할인율이 모두 50%로 동일하더라도 결합상품을 구성하는 단품 상품의 요금이 동일하지 않다면 총할인율 정보만으로는 A와 B가 제공하는 상품 중 어떤 상품의 정액 요금이 더 저렴한지를 알 수 없기 때문이다.

(할인율 표시) 방송통신 결합상품 약관은 결합상품의 전체요금뿐만 아니라 결합상품을 구성하는 단품상품을 개별적으로 구매할 경우에 비해서 얼마나 더 저렴하게 결합상품 요금이 설정되었는지를 용이하게 알 수 있도록 결합상품 전체의 결합할인율과 총할인율에 대한 정보가 명확하게 제시되는 것이 적절하다. 이와 같은 정보는 방송이용자에게 제공함으로써 방송이용자가 결합상품을 구매할 것인지 단품상품을 개별적으로 구매할 것인지를 판단하는데 유용하게 사용될 것이다.

(상한 승인제 적용 시) SO 사업자와 같이 상한제 요금 승인을 받는 사업자처럼 약관상에 정액으로 요금을 표기하는 것이 어려운 경우는 자신의 홈페이지에 해당 정보를 명확하게 표시하도록 유도하는 것이 바람직하다. 현재 SO 사업자의 이용약관에 포함되어 있는 결합상품 관련 정보는 결합상품의 요금이 정액으로 표시되어 있지 않고 할인율만 표시되어 있는 경우가 대부분이어서 방송이용자가 이용약관만을 보고 결합상품의 가격이 정확히 얼마 인지를 파악하기가 매우 어려운 상황이다.

하지만 SO 사업자의 경우 요금 승인이 상한 승인 방식으로 적용되기 때문에 이용약관상에 요금이 00원 이하로 표기되어 있고 00원 이하에서는 별도의 승인 없이 요금 인하가

가능하기 때문에 결합상품의 이용요금 역시 정액으로 표시하는 것이 어렵다는 문제가 있다. 만약 이용약관상의 결합요금을 정액으로 표기할 경우, 단품상품의 요금이 변동 시 이용약관상의 결합요금 변동도 별도로 승인을 받아야 하는 어려움이 있다. 별도의 요금 승인 없이도 상한 요금 이하에서 단품상품의 요금 변동은 사업자 자율에 맡기도록 하자는 상한제 승인 방식의 취지를 고려할 때 결합상품 요금을 정액으로 약관에 표시하도록 규제하는 것은 적절해 보이지 않는다. SO나 위성방송사업자처럼 상한제 요금 승인 방식이 적용되는 사업자에 대해서는 결합상품 관련 요금 정보를 이용약관에 정액으로 제시하도록 규제하는 것은 실효성이 커 보이지 않는다. 하지만 위에서 논의된 바와 같이 결합상품 관련 요금 정보가 정액으로 제공되지 않고 할인율에 대한 정보만 제공된다면 방송이용자의 결합상품 비교 및 구매 결정에 상당한 어려움이 발생하게 된다. 따라서 이들에게는 약관에 관련 정보를 표시하도록 규제하는 것 보다는 동일한 정보를 각 사업자의 홈페이지에 제시하도록 유도하는 것이 규제 실효성 차원에서 더 바람직하다고 판단된다.

〈표 3-16〉 유료방송 이용약관 가이드라인 개선안 예시

| 현행 가이드라인 | 개정안 |
|---|--|
| <p>5. 결합서비스</p> <p>① 유료방송사업자는 약관에 결합서비스 할인 내역·위약금 부과 등에 대한 사항을 명시하고, 개별 서비스별로 원금액과 약정할인, 결합할인율(액)을 구분하여 명시하여야 한다.</p> | <p>5. 결합서비스</p> <p>① 유료방송사업자는 약관에 결합서비스 할인 내역·위약금 부과 등에 대한 사항을 명시하고, 전체 결합서비스의 요금 정액과 결합할인율, 총할인율, 개별 서비스별로 원금액과 약정할인, 결합할인율(액), 총할인율(액)을 구분하여 명시하여야 한다.</p> <p>i. 결합할인과 관련된 정보를 이용 약관에 정액으로 표기하기 어려운 경우에는 관련 정보를 각 사업자의 인터넷 홈페이지를 통해 공지해야 한다.</p> <p>ii. 위에서 결합상품의 총할인율은 기간 무약정 단품상품 대비 결합상품의 판매가격을 기준으로 계산된 값을 말한다.</p> |

제4장 결 론

국내 유료방송시장은 신규 방송사업자의 시장 진입과 방송통신 융합 기술의 발전으로 인해서 급격한 변화를 겪고 있으며 이에 따라 유료방송서비스 요금 규제 정비의 필요성이 높아지고 있다. 유료방송시장의 경쟁양상의 변화로 인해서 유료방송서비스 이용 요금에 대한 기존의 규제체계의 재검토와 이에 따른 제도 정비의 필요성이 높아지고 있다. 현행 유료방송요금 규제체계를 계속 유지할 것인지, 유지한다면 언제까지 유지할 것인지, 유지하지 않는다면 현행 규제체계를 어떻게 정비할 것인지 등에 대한 해답이 필요한 것이다.

본 연구는 유료방송요금 규제의 대상·방법·절차 등과 관련된 다음의 사항을 검토하고 관련 규제의 구체적인 개선 방안을 제시했다. 첫 번째로 요금 규제 대상 사업자를 현재와 같이 전체 유료방송사업자로 할 것인지, 시장지배적 사업자 등 특정 사업자를 대상으로 할 것인지를 살펴보고 규제 대상 사업자 완화 방안을 제안했다. 두 번째로 요금규제 대상 서비스의 유형도 전체 방송상품을 대상으로 할 것인지 시장지배력 남용 등이 우려되는 특정 상품에 대해서만 제한적으로 규제할 것인지의 여부를 검토했다. 세 번째로는 제정된지 10여년이 지난 현행 유료방송 이용요금 승인 기준의 정비 필요성을 검토하고 세부 정비 방안을 제시했다. 마지막으로 방송통신 결합상품 판매와 관련된 문제점을 파악하고 관련 규제 개선 방안을 제안했다.

장기적으로는 시장지배력 보유 여부와 무관하게 모든 사업자를 대상으로 요금규제가 이루어지고 있는 현행 요금규제 제도를 완화하여 요금 승인 대상을 한정하는 방안을 적극적으로 검토하는 것이 바람직하다고 판단된다. 요금규제는 (1) 가격 선도형 요금 담합 등으로 인한 독점적 요금 설정과, (2) 시장구조를 왜곡시키는 약탈적 행위 방식을 목적으로 하고 있으나 비시장지배적 사업자가 이와 같은 행위를 할 가능성은 높지 않다. 비시장지배적 유료방송사업자는 이용자 이익 저해를 할 능력도 없고 이들의 행위가 시장에 미치는 효과도 크지 않을 수 있다.

물론 신규 유료방송사업자의 시장진입 효과가 완전하게 실현되지 않았고 이로 인한 유

료방송시장의 경쟁 양상이 어떤 방향으로 흘러갈 것인지가 명확하지 않는 현 시점에서 시장지배적 사업자만을 요금 규제 대상으로 설정하는 것은 성급할 수 있기 때문에 요금 규제 대상 사업자 범위의 완화는 점진적이고 단계적으로 이루어지는 것이 적절하다고 판단된다.

전체 유료방송서비스가 요금 승인 대상인 현 규제를 완화해 규제 필요성이 낮은 서비스 요금은 신고제로 전환하는 방향으로 규제 개선 검토 가능하다. 이를 통해서 부가서비스 요금 승인과 관련된 불필요한 행정비용을 줄이고 다양한 부가서비스의 신속한 제공이 가능해질 것이다. 또한 서비스 품질(원가)과 요금 사이의 상관관계를 높임으로써 고품질 서비스 공급 유인 역시 증가할 가능성이 높다. 부가서비스 요금 수준이 증가할 가능성도 완전히 배제할 수 없지만 비방송사업자가 공급하는 대체제를 고려할 때 그 가능성은 높지 않다고 판단된다.

유료방송 요금 승인 요청 시 제출하는 사업자마다 다른 형식과 방식으로 제출하고 있는 손익계산서 양식과 관련해서 기본적인 원칙들을 제시하여 비교가능성, 검토가능성, 이해가능성을 높여야 할 것이다. 요금 승인 요청시 제출하는 요금 산정 근거 자료는 과거의 객관적 사실에 의한 자료도 있지만 5년치 예측 손익계산서는 사업자의 예측에 의하여 작성되기 때문에 실제 검증이나 검토가 쉽지 않다. 따라서 장기적으로는 유료방송 사업자도 기간통신사업자들과 같이 정부에 매년 영업보고서를 제출토록하여 이를 정책 결정에 이용할 수 있도록 하여야 한다.

방송통신 결합상품 판매 매출액의 배분과 관련해서는 방송상품의 결합할인율이 지나치게 높아져 콘텐츠 사업자에게 분배되는 요금 수준이 과도하게 낮아지거나, 방송상품이 통신상품의 미끼상품으로 인식되는 상황을 방지하기 위한 관련 규제 개선이 요구된다. 구체적으로 이를 위해서 결합상품 판매로 발생하는 매출액을 단품상품 요금 비율대로 배분하는 공정가치 배분법을 적용하거나, 결합상품 요금 수준의 적정성을 심사할 수 있는 기준을 만들고 이를 방송상품 요금 승인 시 활용하는 방안을 검토해 볼 수 있겠다.

마지막으로 방송이용자가 상품 선택 시 비교를 용이하게 할 수 있도록 방송상품 이용약관 가이드라인의 개선이 요구된다. 현행 가이드라인에서도 결합상품과 관련된 세부 정보를 제공하도록 하고 있으나, 일부 유료방송사업자는 이를 정확하게 준수하고 있지 않고 있으며, 가이드라인의 내용 역시 보완이 필요하다. 특히 결합상품 간의 요금 비교와 결합

상품과 단품상품 간의 요금 비교가 용이하게 이루어질 수 있도록 결합상품의 총할인을 뿐만 아니라 결합상품의 정액 요금에 대한 정보를 약관이나 사업자 홈페이지 등을 통해서 명확하게 제시하도록 하는 방향으로 가이드라인의 개정이 필요하다.

참 고 문 헌

[국내 문헌]

- 김득원 외(2009), 『요금인가제 완화에 따른 통신요금 정책 방안』, 정책연구 09-26, 정보통신정책연구원.
- 김형찬 외(2005), 『통신서비스 정책의 이해』, 법영사.
- 방송법(2013), 미래창조과학부.
- 방송통신위원회(2012), 2012년도 방송시장 경쟁상황평가, 2012. 12.
- 소비자원(2013), 공공요금 원가정보 T-gate 등재 내용.
- 이성우(1998), “고품질규제를 위한 시장친화적 유인규제수단의 탐색”, 《규제연구》 제7권 2호, 한국경제연구원.
- 이종화 외(2012), 중장기 통신정책 로드맵 및 ICT 생태계 선순환 발전방안 연구, 정보통신정책연구원.
- 인터넷 멀티미디어 방송법(2013), 미래창조과학부.
- 유료방송 이용요금 승인기준(2004), 미래창조과학부.
- 인터넷 멀티미디어 방송 제공사업의 회계분리기준(2013), 미래창조과학부고시.
- 전기통신사업 회계분리기준(2013), 미래창조과학부고시.
- 전병헌의원실 국감자료(2013), 이통3사 ‘원가보상률’ 지속하락, KT 100%이하로 급락.
- 조은기(2003), 케이블TV 요율 규제 및 원가 분석.
- 조은기 외(2008), 원가 산정을 통한 케이블 이용요금 적정성 연구, 방송통신위원회.
- 정훈·나상우(2008), 전기통신회계제도와 회계분리, 정보통신정책, 정보통신정책연구원.
- 함창용 외(2006), 2004회계연도 접속원가 및 통화량 검증 -KT-, 정보통신정책연구원.

[부록 1] 유료방송 사업자별 방송상품 요금

<CJ헬로비전>

(단위: 원)

| | | 아날로그 | | | | 디지털(SD, HD) | | | | |
|-----|----|-------|-------|--------|--------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| | | 1.묶음1 | 2.묶음2 | 3.묶음3 | 4.묶음4 | 에듀 | 이코노미 | 베이직 | 스탠다드 | 프리미엄 |
| 양천 | 채널 | 24 | 36 | 60 | | 47(41,6) | 100(88,12) | 180(119,61) | 205(135,70) | 230(155,75) |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 10,000 | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 가야 | 채널 | 21 | 68 | | | 45(40,5) | 107(96,11) | 182(122,60) | 202(135,67) | 224(152,72) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 경남 | 채널 | 22 | 64 | | | 46(41,5) | 101(90,11) | 183(122,61) | 203(135,68) | 229(153,73) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 금정 | 채널 | 19 | 69 | | | 45(40,5) | 103(92,11) | 183(122,61) | 203(135,68) | 226(153,73) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 마산 | 채널 | 22 | 64 | | | 46(41,5) | 101(90,11) | 183(122,61) | 203(135,68) | 229(156,73) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 부천 | 채널 | 26 | 31 | 70 | | 45(39,6) | 104(92,12) | 184(121,63) | 207(137,70) | 225(150,70) |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 11,000 | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 북인천 | 채널 | 27 | 34 | 42 | 64 | 47(41,6) | 100(88,12) | 182(121,61) | 207(137,70) | 233(158,75) |
| | 가격 | 4,000 | 5,000 | 8,000 | 10,000 | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 수성 | 채널 | 30 | 53 | 74 | | 47(42,5) | 96(85,11) | 170(84,46) | 189(133,56) | 208(145,63) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 10,000 | | 12,000 | 12,000 | 17,000 | 18,000 | 20,000 |
| 신라 | 채널 | 21 | 39 | 63 | 79 | 47(42,5) | 88(82,6) | 130(84,46) | 144(95,49) | 164(108,56) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 10,000 | 15,000 | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 아라 | 채널 | 26 | 44 | 70 | | 47(42,5) | 95(84,11) | 169(115,54) | 190(130,60) | 210(142,68) |
| | 가격 | 4,000 | 7,000 | 11,000 | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 20,000 |
| 영남 | 채널 | 23 | 34 | 63 | | 44(39,5) | 100(89,11) | 174(119,55) | 191(129,62) | 208(143,65) |
| | 가격 | 4,000 | 7,000 | 10,000 | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 영동 | 채널 | 23 | 41 | 63 | | 47(42,5) | 93(82,11) | 169(115,54) | 190(130,60) | 210(142,68) |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 9,800 | | 12,000 | 12,000 | 17,000 | 18,000 | 20,000 |
| 은평 | 채널 | 24 | 34 | 54 | 69 | 45(39,6) | 101(89,12) | 184(121,63) | 211(139,72) | 220(145,75) |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 11,000 | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 중부산 | 채널 | 23 | 63 | | | 45(40,5) | 103(92,11) | 181(121,60) | 200(134,66) | 220(150,70) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 중앙 | 채널 | 18 | 69 | | | 45(40,5) | 103(92,11) | 181(121,60) | 200(134,66) | 220(150,70) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |

| | | 아날로그 | | | | 디지털(SD, HD) | | | | |
|-----|----|-------|-------|-------|--------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| | | 1.묶음1 | 2.묶음2 | 3.묶음3 | 4.묶음4 | 에듀 | 이코노미 | 베이직 | 스탠다드 | 프리미엄 |
| 충남 | 채널 | 26 | 34 | 57 | 70 | 44(39,5) | 102(91,11) | 176(118,58) | 191(134,66) | 208(140,68) |
| | 가격 | 4,000 | 5,000 | 8,000 | 15,000 | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |
| 해운대 | 채널 | 30 | 67 | | | 45(40,5) | 103(92,11) | 183(122,61) | 203(135,68) | 226(153,73) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | | | 12,000 | 12,000 | 15,000 | 18,000 | 22,000 |

주: 채널의 괄호 안 숫자는 각각 HD채널수, SD채널수를 말함
출처: CJ헬로비전 방송상품 서비스 약관(2013년 11월 기준)

〈티브로드〉

(단위: 원)

| | | 아날로그 | | | | | 디지털(SD,HD) | | | | | |
|----------|----|-------|-------|--------|--------|--------|------------|--------|-----------|------------|-------------|--------|
| | | 1.의무 | 2.실속 | 3.경제 | 4.가족 | 5.기본 | 1.가족형 | 2.기본형 | 3.이코노미 | 4. 베이직 | 5.프리미엄 | 6.HD기본 |
| 광진 성동 | 채널 | 21 | 44 | 54 | 77 | 77 | 50 | 80 | 81(46,35) | 140(80,60) | 182(112,70) | 70 |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | 15,000 | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | 17,000 |
| 노원 | 채널 | 21 | 44 | 55 | 77 | | 50 | 80 | 81(46,35) | 140(80,60) | 182(112,70) | |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 대경 | 채널 | 19 | 37 | 55 | 67 | 77 | 50 | 80 | 81(46,35) | 140(80,60) | 182(112,70) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 9,000 | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 대구 | 채널 | 19 | 37 | 55 | 67 | 77 | 50 | 80 | 81(46,35) | 140(80,60) | 182(112,70) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 9,000 | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 도봉 강북 | 채널 | 17 | 21 | 44 | 77 | | 50 | 80 | 81(46,35) | 140(80,60) | 182(112,70) | |
| | 가격 | 4,000 | 5,000 | 10,000 | 15,000 | | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 서대문 | 채널 | 24 | 45 | 62 | 77 | | 50 | 80 | 81(46,35) | 140(80,60) | 182(112,70) | |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 종로 중구 | 채널 | 21 | 41 | 61 | 74 | | 50 | 80 | 81(46,35) | 140(80,60) | 182(112,70) | |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | | 12,000 | 15,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 기남 | 채널 | 21 | 42 | 52 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 낙동 | 채널 | 22 | 38 | 58 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 남동 | 채널 | 24 | 43 | 53 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 10,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 동남 | 채널 | 22 | 38 | 58 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 동대문 | 채널 | 20 | 53 | 66 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 93 | 113 | 70 |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 10,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | 17,000 |

| | | 아날로그 | | | | | 디지털(SD,HD) | | | | | |
|------|----|-------|-------|--------|--------|------|------------|--------|-----------|------------|-------------|--------|
| | | 1.의무 | 2.실속 | 3.경제 | 4.가족 | 5.기본 | 1.가족형 | 2.기본형 | 3.이코노미 | 4. 베이직 | 5.프리미엄 | 6.HD기본 |
| 새롬 | 채널 | 27 | 51 | 65 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 10,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 서부산 | 채널 | 19 | 55 | 61 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 서울강서 | 채널 | 34 | 53 | 63 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 10,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 서해 | 채널 | 25 | 43 | 53 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 수원 | 채널 | 20 | 42 | 55 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 9,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 전주 | 채널 | 27 | 50 | 55 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 10,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 중부 | 채널 | 22 | 43 | 60 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 9,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| 한빛 | 채널 | 22 | 43 | 53 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |
| ABC | 채널 | 21 | 38 | 53 | 77 | | 90 | 110 | 81(46,35) | 143(90,53) | 173(110,63) | |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 9,000 | 15,000 | | 20,000 | 23,000 | 12,000 | 21,000 | 24,000 | |

주: 채널의 괄호 안 숫자는 각각 HD채널수, SD채널수를 말함

출처: 티브로드 방송상품 서비스 약관(2013년 11월 기준)

<현대HCN>

(단위: 원)

| | | 아날로그 | | | | 디지털(SD,HD) | | |
|----|----|-------|-------|--------|--------|------------|--------|--------|
| | | 1.묶음1 | 2.묶음2 | 3.묶음3 | 4.기본 | 1. 프라임형 | 2. 실버형 | 3. 골드형 |
| 경북 | 채널 | 34 | 50 | 67 | | 66 | 86 | 101 |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 11,000 | | 12,000 | 18,000 | 24,000 |
| 금호 | 채널 | 35 | 57 | 74 | | 66 | 86 | 101 |
| | 가격 | 4,000 | 7,000 | 9,000 | | 12,000 | 18,000 | 24,000 |
| 서초 | 채널 | 22 | 44 | 64 | | 67 | 129 | 149 |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | | 12,000 | 18,000 | 24,000 |
| 관악 | 채널 | 24 | 52 | 70 | | 67 | 129 | 149 |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | | 12,000 | 18,000 | 24,000 |
| 동작 | 채널 | 23 | 46 | 64 | | 67 | 129 | 149 |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | | 12,000 | 18,000 | 24,000 |
| 충북 | 채널 | 22 | 46 | 64 | 78 | 66 | 86 | 101 |
| | 가격 | 4,000 | 7,000 | 10,000 | 15,000 | 12,000 | 18,000 | 24,000 |

| | | 아날로그 | | | | 디지털(SD,HD) | | |
|-----|----|--------|--------|--------|-------|------------|--------|--------|
| | | 1. 묶음1 | 2. 묶음2 | 3. 묶음3 | 4. 기본 | 1. 프라임형 | 2. 실버형 | 3. 골드형 |
| 부산 | 채널 | 21 | 53 | 73 | | 66 | 85 | 100 |
| | 가격 | 4,000 | 7,000 | 12,000 | | 12,000 | 18,000 | 24,000 |
| 새로넷 | 채널 | 27 | 56 | 70 | | 66 | 85 | 100 |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | | 12,000 | 18,000 | 24,000 |

출처: 현대HCN 방송상품 서비스 약관(2013년 11월 기준)

<C&M>

(단위: 원)

| | | 아날로그 | | | | | 디지털(SD,HD) | | | | | |
|----------|----|-------|-------|--------|--------|--------|------------|--------|-------------|--------|--------|-------------|
| | | 묶음1 | 묶음2 | 묶음3 | 묶음4 | 묶음5 | 이코노미 | 실속 | 패밀리 | 기본 | 고급 | 프리미엄 |
| 강동 | 채널 | 24 | 35 | 53 | 66 | 77 | 111(96,15) | 122 | 166(122,44) | 152 | 169 | 231(169,62) |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | 14,000 | 15,000 | 17,000 | 18,000 | 24,000 | 26,000 |
| 경동 | 채널 | 24 | 35 | 53 | 66 | 77 | 111(96,15) | 121 | 164(121,43) | 142 | 156 | 211(156,65) |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | 14,000 | 15,000 | 17,000 | 18,000 | 24,000 | 26,000 |
| 구로 금천 | 채널 | 23 | 44 | 67 | | | 111(96,15) | 122 | 167(122,45) | 155 | 176 | 247(176,71) |
| | 가격 | 4,000 | 7,000 | 10,000 | | | 14,000 | 15,000 | 17,000 | 18,000 | 24,000 | 26,000 |
| 노원 | 채널 | 24 | 47 | 66 | 79 | 80 | 111(96,15) | 121 | 165(121,44) | 153 | 170 | 237(170,67) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 14,000 | 15,000 | 14,000 | 15,000 | 17,000 | 18,000 | 24,000 | 26,000 |
| 중랑 | 채널 | 23 | 57 | 63 | 80 | | 111(96,15) | 121 | 165(121,44) | 149 | 165 | 228(165,63) |
| | 가격 | 4,000 | 7,900 | 12,000 | 15,000 | | 14,000 | 15,000 | 17,000 | 18,000 | 24,000 | 26,000 |
| 동서울 | 채널 | 24 | 29 | 47 | 73 | 74 | 111(96,15) | 120 | 160(120,40) | 146 | 162 | 217(162,55) |
| | 가격 | 4,000 | 7,000 | 10,000 | 14,000 | 15,000 | 14,000 | 15,000 | 17,000 | 18,000 | 24,000 | 26,000 |
| 마포 | 채널 | 26 | 48 | 58 | 80 | | 111(96,15) | 122 | 167(122,45) | 146 | 166 | 236(166,70) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | | 14,000 | 15,000 | 17,000 | 18,000 | 24,000 | 26,000 |
| 북부 | 채널 | 24 | 34 | 52 | 60 | 80 | 111(96,15) | 121 | 166(121,45) | 150 | 169 | 237(169,70) |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | 14,000 | 15,000 | 17,000 | 18,000 | 24,000 | 26,000 |
| 송파 | 채널 | 24 | 59 | 69 | 80 | | 111(96,15) | 121 | 166(121,45) | 152 | 169 | 238(169,69) |
| | 가격 | 4,000 | 7,000 | 10,000 | 15,000 | | 14,000 | 15,000 | 17,000 | 18,000 | 24,000 | 26,000 |
| 용산 | 채널 | 25 | 46 | 60 | 75 | | 111(96,15) | 120 | 149(120,29) | 133 | 145 | 187(145,42) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | | 14,000 | 15,000 | 17,000 | 18,000 | 24,000 | 26,000 |
| 중앙 | 채널 | 40 | 45 | 61 | 78 | | 111(96,15) | 120 | 165(120,45) | 149 | 166 | 235(166,69) |
| | 가격 | 4,000 | 7,000 | 10,000 | 15,000 | | 14,000 | 15,000 | 17,000 | 18,000 | 24,000 | 26,000 |
| 서서울 | 채널 | 26 | 59 | 65 | 78 | | 111(96,15) | 121 | 166(121,45) | 149 | 170 | 241(170,71) |
| | 가격 | 4,000 | 7,000 | 13,000 | 15,000 | | 14,000 | 15,000 | 17,000 | 18,000 | 24,000 | 26,000 |
| 서초 | 채널 | 37 | 57 | 64 | 80 | | 111(96,15) | 121 | 165(121,44) | 153 | 170 | 238(170,68) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | | 14,000 | 15,000 | 17,000 | 18,000 | 24,000 | 26,000 |

| | | 아날로그 | | | | | 디지털(SD,HD) | | | | | |
|----|----|-------|-------|--------|--------|--------|------------|--------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | | 묶음1 | 묶음2 | 묶음3 | 묶음4 | 묶음5 | 이코노미 | 실속 | 패밀리 | 기본 | 고급 | 프리미엄 |
| 경기 | 채널 | 29 | 43 | 65 | 77 | | 111(96,15) | 120 | 156(120,36) | 133 | 145 | 195(145,50) |
| | 가격 | 4,000 | 7,000 | 10,000 | 15,000 | | 14,000 | 15,000 | 17,000 | 18,000 | 24,000 | 26,000 |
| 우리 | 채널 | 26 | 49 | 70 | | | 111(96,15) | 121 | 165(121,44) | 147 | 163 | 229(163,66) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 10,000 | | | 14,000 | 15,000 | 17,000 | 18,000 | 24,000 | 26,000 |
| 동부 | 채널 | 24 | 35 | 53 | 66 | 77 | 111(96,15) | 121 | 164(121,43) | 142 | 156 | 221(156,65) |
| | 가격 | 4,000 | 6,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | 14,000 | 15,000 | 17,000 | 18,000 | 24,000 | 26,000 |
| 강남 | 채널 | 28 | 46 | 70 | 80 | | 130 | 171 | 146(105,41) | 182(130,52) | 250(171,79) | 111(96,15) |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 10,000 | 15,000 | | 18,000 | 24,000 | 15,000 | 20,000 | 26,000 | 14,000 |

주: 채널의 괄호 안 숫자는 각각 HD채널수, SD채널수를 말함

출처: C&M 방송상품 서비스 약관(2013년 11월 기준)

<CMB>

(단위: 원)

| | | 아날로그 | | | | 디지털(SD,HD) | |
|------|----|--------|--------|--------|--------|------------|------------|
| | | 1. 묶음1 | 2. 묶음2 | 3. 묶음3 | 4. 묶음4 | 1. HD 베이직 | 2. HD 프리미엄 |
| 광주 | 채널 | 22 | 46 | 77 | 80 | 100 | 139 |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | 15,000 | 18,000 |
| 광주동부 | 채널 | 22 | 46 | 77 | 80 | 100 | 139 |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | 15,000 | 18,000 |
| 광주전남 | 채널 | 22 | 46 | 77 | 80 | 100 | 139 |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | 15,000 | 18,000 |
| 대구동부 | 채널 | 19 | 61 | 74 | 80 | 100 | 139 |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | 15,000 | 18,000 |
| 대구수성 | 채널 | 19 | 61 | 74 | 80 | 100 | 139 |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | 15,000 | 18,000 |
| 대전 | 채널 | 22 | 66 | 76 | 80 | 100 | 139 |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | 15,000 | 18,000 |
| 동대전 | 채널 | 22 | 66 | 76 | 80 | 100 | 139 |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | 15,000 | 18,000 |
| 한강 | 채널 | 21 | 68 | 73 | 79 | 100 | 139 |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | 15,000 | 18,000 |
| 동서 | 채널 | 21 | 59 | 71 | 80 | 100 | 139 |
| | 가격 | 4,000 | 8,000 | 12,000 | 15,000 | 15,000 | 18,000 |

주: 채널의 괄호 안 숫자는 각각 HD채널수, SD채널수를 말함

출처: CMB 방송상품 서비스 약관(2013년 11월 기준)

<KT>

(단위: 원)

| | 실속형 | 기본형 | 고급형 | 선택형 | 교육형 | 올라잇 |
|----|--------|--------|--------|---------------------|---------------|--------|
| 채널 | 124 | 154 | 161 | 55+(44,16,13,15,15) | 63 | 133 |
| 가격 | 12,000 | 16,000 | 23,000 | 10,000~16,000 | 10,000~14,000 | 14,000 |

출처: KT IPTV서비스 약관(2013년 11월 기준)

<SKB>

(단위: 원)

| | 선택형 | 보급형 | 실속형 | 표준형 | 고급형 |
|----|--------|--------|--------|--------|---------|
| 채널 | 25 | 50 | 90 | 110 | 110+캐치온 |
| 가격 | 10,000 | 13,000 | 15,500 | 20,000 | 28,000 |

출처: SKB IPTV서비스 약관(2013년 11월 기준)

<LG U+>

(단위: 원)

| | TVG14 | 패밀리 세이브 | 이코노미 | TVG | 이코노미 세이브 | 라이트 | 라이트 세이브 | 보급형 | 선택형 |
|----|--------|---------|--------|--------|----------|--------|---------|--------|----------------|
| 채널 | 110 | 110 | 129 | 126 | 85 | 89 | 65 | 65 | 28+(16, 16,17) |
| 가격 | 19,000 | 17,000 | 16,000 | 14,900 | 14,000 | 14,000 | 12,000 | 12,000 | 10,000 |

출처: LG U+ IPTV서비스 약관(2013년 11월 기준)

<Skylife>

(단위: 원)

| | | SD 상품 | | | | | | |
|----|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 기본 | 경제 | 보급 | 보급+ | 기본+ | 자유 | 영어 | |
| 채널 | 73 | 70 | 69 | 74 | 74 | 26+자유 | 13 | |
| 가격 | 18,000 | 12,000 | 8,000 | 12,000 | 25,000 | 9,000 | 7,000 | |
| | | HD 상품 | | | | | | |
| | 기본 | 경제 | 보급1 | 보급2 | 그린 | 블루 | 마스터 | 플래티넘 |
| 채널 | 191(98,93) | 180(89,91) | 178(89,89) | 168(89,79) | 185(94,91) | 192(99,93) | 191(98,93) | 191(98,93) |
| 가격 | 23,000 | 17,000 | 13,000 | 12,000 | 15,000 | 28,000 | 49,000 | 66,000 |

출처: Skylife 서비스 약관(2013년 11월 기준)

<OTS>

(단위: 원)

| | OTS 이코노미 | OTS 스탠다드 | OTS 프리미엄 |
|----|---------------------|---------------------|---------------------|
| 채널 | 178(HD88,SD89,3D 1) | 185(HD93,SD91,3D 1) | 192(HD98,SD93,3D 1) |
| 가격 | 20,000 | 25,000 | 30,000 |

출처: Skylife 서비스 약관(2013년 11월 기준)

〔부록 2〕 유료방송 사업자별 결합상품 요금할인율

〈CJ헬로비전〉

| | | 단품 방송상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | | 단품 인터넷상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | | VOIP 기본료 할인 |
|--------------------------------------|-------------------------|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|------------------------------|----------|----------|----------|----------|-------------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 4년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 4년 약정 | |
| 아날로그 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 아날로그방송 +인터넷전화 | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | | | | | | 50% |
| | 아날로그방송 +인터넷 | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 5% | 15% | 25% | 35% | 40% | |
| 디지털 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 디지털방송 +인터넷전화 | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | | | | | | 50% |
| | 디지털방송 +인터넷 | 10% | 15% | 20% | 25% | 30% | 10% | 20% | 30% | 40% | 45% | |
| | 디지털방송 +인터넷 +인터넷전화 | 10% | 15% | 20% | 25% | 30% | 15% | 25% | 35% | 45% | 50% | 50% |

출처: CJ헬로비전 서비스 약관(2013년 11월 기준)

〈티브로드〉 광진성동/노원/대경/대구/도봉강북/서대문/종로중구

| | | 단품 방송상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | 단품 인터넷상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | VOIP 기본료 할인 |
|--------------------------------------|------------------|-----------------------------|----------|----------|----------|------------------------------|----------|----------|----------|-------------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | |
| 아날로그 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 아날로그방송 +인터넷전화 | 0% | 0% | 0% | 0% | | | | | 50% |
| | 아날로그방송 +인터넷 | 10% | 14.5% | 19% | 23.5% | 단품상품 기간 약정 요금의 20% | | | | |
| 디지털 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 디지털방송 +인터넷전화 | 0% | 0% | 0% | 0% | | | | | 50% |
| | 디지털방송 +인터넷 | - | 23% | 28% | 49% | - | 23% | 28% | 49% | |

출처: 티브로드 해당권역 서비스 약관(2013년 11월 기준)

〈티브로드〉 기남/낙동/남동/동남/동대문/새롬/서부산/서울강서/서해/수원/전주/중부한빛/ABC

| | | 단품 방송상품 기간 | | | | 단품 인터넷상품 기간 | | | | VOIP 기본료 할인 |
|--------------------------------------|------------------|------------|----------|----------|----------|-------------|----------|----------|----------|-------------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | |
| 아날로그 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 아날로그방송 +인터넷전화 | 0% | 0% | 0% | 0% | | | | | 2,000원 |
| | 아날로그방송 +인터넷 | 0% | 13% | 23% | 33% | 0% | 13% | 23% | 33~41% | |
| 디지털 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 디지털방송 +인터넷전화 | 0% | 0% | 0% | 0% | | | | | 2,000원 |
| | 디지털방송 +인터넷 | - | 23% | 28% | 49% | - | 23% | 28% | 49% | |

출처: 티브로드 해당권역 서비스 약관(2013년 11월 기준)

〈C&M〉

| | | 단품 방송상품 기간 | | | | 단품 인터넷상품 기간 | | | | VOIP 기본료 할인 |
|--------------------------------------|--------------------------|------------|----------|----------|----------|-------------|----------|----------|----------|-------------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | |
| 아날로그 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 아날로그방송 +인터넷 | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | |
| | 아날로그방송 +인터넷 +인터넷전화 | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 75% |
| 디지털 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 디지털방송 +인터넷 | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | |
| | 디지털방송 +인터넷 전화 | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 50% |
| | 디지털방송 +인터넷 +인터넷전화 | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 75% |

출처: C&M 서비스 약관(2013년 11월 기준)

〈현대HCN〉

| | | 단품 방송상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | 단품 인터넷상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | VOIP 기본료 할인 |
|--------------------------------------|--------------------------|-----------------------------|----------|----------|----------|------------------------------|----------|----------|----------|-------------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | |
| 아날로그 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 아날로그방송 +인터넷 | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | |
| | 아날로그방송 +인터넷 +인터넷전화 | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 75% |
| 디지털 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 디지털방송 +인터넷 | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | |
| | 디지털방송 +인터넷 전화 | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 50% |
| | 디지털방송 +인터넷 +인터넷전화 | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 75% |

출처: 현대HCN 서비스 약관(2013년 11월 기준)

〈CMB〉

| | | 단품 방송상품 기간 약정 요금 대비 할인율 | | | | | 단품 인터넷상품 기간 약정 요금 대비 할인율 | | | | | VOIP 기본료 할인 |
|--------------------------------------|--------------------------|----------------------------|----------|----------|----------|----------|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|-------------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 4년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 4년 약정 | |
| 아날로그 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 아날로그방송 +인터넷 | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | |
| | 아날로그방송 +인터넷 +인터넷전화 | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 50% |
| 디지털 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 디지털방송 +인터넷전화 | - | - | - | - | - | | 25% | | | | |
| | 디지털방송 +인터넷 | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | |
| | 디지털방송 +인터넷 +인터넷전화 | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 50% |

출처: CMB 서비스 약관(2013년 11월 기준)

〈강원방송〉

| | | 단품 방송상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | 단품 인터넷상품 기간 약정 요금 대비 할인율 | | | | VOIP 기본료 할인 |
|--------------------------------------|--------------------------|-----------------------------|----------|----------|----------|-----------------------------|----------|----------|----------|-------------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | |
| 아날로그 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 아날로그방송 +인터넷 | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | |
| | 아날로그방송 +인터넷 +인터넷전화 | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 50% |
| 디지털 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 디지털방송 +인터넷전화 | - | - | - | - | | | | | 50% |
| | 디지털방송 +인터넷 | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | |
| | 디지털방송 +인터넷 +인터넷전화 | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | |

출처: 강원방송 서비스 약관(2013년 11월 기준)

〈금강방송〉

| | | 단품 방송상품 기간 약정 요금 대비 할인율 | | | | | 단품 인터넷상품 기간 약정 요금 대비 할인율 | | | | | VOIP 기본료 할인 |
|--------------------------------------|--------------------------|----------------------------|----------|----------|----------|----------|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|-------------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 4년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 4년 약정 | |
| 아날로그 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 아날로그 방송+인터넷 전화 | 0% | 3% | 7% | 9% | 10% | | | | | | 25% |
| | 아날로그방송 +인터넷 | 0% | 3% | 7% | 20% | 25% | 0% | 3% | 7% | 20% | 25% | |
| | 아날로그방송 +인터넷 +인터넷전화 | 0% | 3% | 7% | 20% | 25% | 0% | 3% | 7% | 20% | 25% | 50% |
| 디지털 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 디지털방송 +인터넷전화 | 0% | 3% | 7% | 9% | 10% | | | | | | 25% |
| | 디지털방송 +인터넷 | 0% | 3% | 7% | 25% | 27% | 0% | 3% | 7% | 25% | 27% | |
| | 디지털방송 +인터넷 +인터넷전화 | 0% | 3% | 7% | 25% | 27% | 0% | 3% | 7% | 25% | 27% | 50% |

출처: 금강방송 서비스 약관(2013년 11월 기준)

〈아름방송〉

| | | 단품 방송상품 기간 약정 요금 대비 할인율 | | | | 단품 인터넷상품 기간 약정 요금 대비 할인율 | | | | VOIP 기본료 할인 |
|--------------------------------------|--------------------------|----------------------------|----------|----------|----------|-----------------------------|----------|----------|----------|-------------------------------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | |
| 아날로그 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 아날로그방송 +인터넷 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | 아날로그방송 +인터넷 +인터넷전화 | 0% | 5% | 10% | 20% | 0% | 5% | 10% | 20% | 50% |
| 디지털 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 디지털방송 +인터넷전화 | 0% | 5% | 10% | 20% | | 50% | | | 50% |
| | 디지털방송 +인터넷 | 0% | 4% | 9% | 20% | 0% | 4% | 9% | 20% | |
| | 디지털방송 +인터넷 +인터넷전화 | 0% | 5% | 10% | 20% | 0% | 5% | 10% | 20% | 무: 0% 1년: 50%, 2년, 3년: 75% |

출처: 아름방송 서비스 약관(2013년 11월 기준)

〈영서방송〉

| | | 단품 방송상품 기간 약정 요금 대비 할인율 | | | | 단품 인터넷상품 기간 약정 요금 대비 할인율 | | | | VOIP 기본료 할인 |
|--------------------------------------|--------------------------|----------------------------|----------|----------|----------|-----------------------------|----------|----------|----------|-------------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | |
| 아날로그 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 아날로그방송 +인터넷 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | 아날로그방송 +인터넷 +인터넷전화 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 디지털 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 디지털방송 +인터넷전화 | 20% | 20% | 20% | 20% | | | | | 75% |
| | 디지털방송 +인터넷 | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | |
| | 디지털방송 +인터넷 +인터넷전화 | 25% | 25% | 25% | 25% | 25% | 25% | 25% | 25% | 75% |

출처: 영서방송 서비스 약관(2013년 11월 기준)

〈푸른방송〉

| | | 단품 방송상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | 단품 인터넷상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | VOIP 기본료 할인 |
|--------------------------------------|--------------------------|-----------------------------|----------|----------|----------|------------------------------|----------|----------|----------|-------------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | |
| 아날로그 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 아날로그방송 +인터넷 | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | |
| | 아날로그방송 +인터넷+인터 넷전화 | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 75% |
| 디지털 방송상품이 포함된 방송통신 결합상품 | 디지털방송 +인터넷 | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | |
| | 디지털방송 +인터넷 전화 | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 50% |
| | 디지털방송 +인터넷 +인터넷전화 | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 75% |

출처: 푸른방송 서비스 약관(2013년 11월 기준)

〈KT〉

| | | 단품 방송상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | 단품 인터넷상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | VOIP 기본료 할인 | |
|---------------------------------|--------|-----------------------------|----------|----------|----------|------------------------------|----------|----------|----------|----------------|---------------------------|
| | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | | |
| 디지털방송 + 인터넷 | 선택/교육형 | 15% | 22% | 28% | 40% | 라이트 | 13% | 16% | 18% | 23% | |
| | 실속형 | 17% | 21% | 25% | 33% | | 13% | 16% | 18% | 23% | |
| | 기본형 | 19% | 22% | 25% | 31% | 스페셜 | 14% | 30% | 32% | 36% | |
| | 고급형 | 17% | 21% | 24% | 30% | | 14% | 30% | 32% | 36% | |
| 디지털방송 + 인터넷 + 시내전화 | 선택/교육형 | 15% | 22% | 28% | 40% | 라이트 | 13% | 16% | 18% | 23% | 시내전화 기본료 할인: 최대 81% |
| | 실속형 | 17% | 21% | 25% | 33% | | 13% | 16% | 18% | 23% | |
| | 기본형 | 19% | 22% | 25% | 31% | 스페셜 | 14% | 30% | 32% | 36% | |
| | 고급형 | 17% | 21% | 24% | 30% | | 14% | 30% | 32% | 36% | |
| 디지털방송 + 인터넷 + 인터넷전화 | 선택/교육형 | 15% | 22% | 28% | 40% | 라이트 | 13% | 16% | 18% | 23% | |
| | 실속형 | 17% | 21% | 25% | 33% | | 13% | 16% | 18% | 23% | |
| | 기본형 | 19% | 22% | 25% | 31% | 스페셜 | 14% | 30% | 32% | 36% | |
| | 고급형 | 17% | 21% | 24% | 30% | | 14% | 30% | 32% | 36% | |

출처: KT 서비스 약관(2013년 11월 기준)

〈OTS〉

| 단품 방송상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | | 단품 인터넷상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | |
|-----------------------------|-----|----------|----------|----------|------------------------------|-----|----------|----------|----------|
| | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 |
| 이코노미 | 15% | 22% | 28% | 40% | 라이트 | 13% | 16% | 18% | 37% |
| 스탠다드 | 20% | 26% | 30% | 40% | | | | | |
| 프리미엄 | 17% | 21% | 25% | 33% | 스페셜 | 14% | 30% | 32% | 47% |

출처: KT 서비스 약관, Skylife 서비스 약관(2013년 11월 기준)

〈SKB〉

| | 단품 방송상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | 단품 인터넷상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | VOIP 기본료 할인 |
|---------|-----------------------------|----------|----------|----------|------------------------------|----------|----------|----------|--|
| | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | |
| 선택형 | — | 18% | 36% | 60% | — | 7.85% | 14.5% | 23.5% | 1년 5% 2년: 10% 3년: 15% (시내전화도 동일) |
| 디지털 보급형 | — | 14% | 28% | 46% | | | | | |
| 디지털 실속형 | — | 13% | 26% | 42% | | | | | |
| 디지털 표준형 | — | 13% | 25% | 40% | | | | | |
| 디지털 고급형 | — | 9% | 18% | 29% | | | | | |

출처: SKB 서비스 약관(2013년 11월 기준)

<LG U+>

| | 단품 방송상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | 단품 인터넷상품 기간 무약정 요금 대비 할인율 | | | | VOIP 기본료 할인 |
|-----------|-----------------------------|----------|----------|----------|------------------------------|----------|----------|----------|-------------------|
| | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | 무약정 | 1년 약정 | 2년 약정 | 3년 약정 | |
| HD패밀리 | - | 8% | 18% | 26% | - | 6.5% | 14.5% | 21% | 100% |
| HD패밀리 세이브 | | 9% | 21% | 29% | - | 6.5% | 14.5% | 21% | |
| HD이코노미 | - | 9% | 22% | 31% | - | 6.5% | 14.5% | 21% | |
| tvG | - | 10% | 23% | 34% | - | 6.5% | 14.5% | 21% | |
| HD이코노미세이브 | - | 11% | 25% | 36% | - | 6.5% | 14.5% | 21% | |
| HD라이트 | - | 11% | 25% | 36% | - | 6.5% | 14.5% | 21% | |
| HD라이트세이브 | - | 13% | 29% | 42% | - | 6.5% | 14.5% | 21% | |
| 보급형 | - | 13% | 29% | 42% | - | 6.5% | 14.5% | 21% | |
| 선택형 | - | 15% | 35% | 50% | - | 6.5% | 14.5% | 21% | |

출처: LG U+ 서비스 약관(2013년 11월 기준)

● 저 자 소 개 ●

강 준 석

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

정 훈

- 성균관대 회계학 학사
- 서울대 경영학 석사
- 고려대 회계학 박사
- 현 정보통신정책연구원 부연구위원

곽 동 균

- 서울대 신문학과 졸업
- 서울대 언론정보학과 석사
- Indiana Univ. 매스컴 박사
- 현 정보통신정책연구원 부연구위원

이 주 영

- 고려대 경제학과 졸업
- 고려대 경제학과 석사
- 현 정보통신정책연구원 전문연구원

정 현 우

- 한양대 경제학과 졸업
- 한양대 응용경제학과 석사
- 현 정보통신정책연구원 연구원

방통융합미래전략체계연구 지정2013-23

유료방송 이용요금 승인기준 정비방안 연구

(A Study on the Pay TV Rate Approval
Standard Improvement)

2013년 11월 일 인쇄

2013년 11월 일 발행

발행인 미래창조과학부 장관

발행처 미래창조과학부

경기도 과천시 관문로 47

Homepage: www.msip.go.kr

인쇄 인성문화
