



제418회국회(정기회)
제16차 과학기술정보방송통신위원회

방송광고판매대행 등에 관한 법률 일부개정법률안 검 토 보 고

〈 지역중소지상파방송발전기금의 설치 등 〉

■ 이훈기의원 대표발의(의안번호 제2203729호)

2024. 11.

과학기술정보방송통신위원회

수석전문위원 김건오

목 차

I . 제안경위	1
II . 제안이유	1
III . 주요내용	2
IV . 참고사항	2
V . 검토의견	3
1. 지역중소지상파방송발전기금의 설치 등(안 제29조 등)	3

I. 제안경위

가. 발 의 자 : 이훈기의원 등 13인

나. 발 의 일 : 2024. 9. 6.

다. 회 부 일 : 2024. 9. 9.

II. 제안이유

현행 「정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률」(이하 “정부광고법”이라 함)은 국가기관·지방자치단체, 공공기관, 지방공기업 및 특별법인 등이 국내외 홍보매체에 광고, 홍보, 제도 및 공고를 위한 일체의 유료고지 행위(이하 “정부광고”라 함)를 할 경우에는 문화체육관광부장관에게 의뢰하여 집행하도록 하고, 시행령에서 한국언론진흥재단이 독점적으로 정부광고를 대행하도록 규정하고 있음.

그런데 방송통신 분야의 뉴미디어가 증가하는 등 급변하는 다매체 환경 속에서 광고 기획·전략·제작·매체집행 등 매체별로 높은 전문성이 요구되는 상황이며, 「신문 등의 진흥에 관한 법률」에 따라 설립된 한국언론진흥재단이 매체력과 무관하게 일부 매체에 정부광고를 편중되게 집행할 우려가 있다는 지적이 제기되고 있음.

이러한 우려를 해소하기 위해서는 방송통신매체의 광고전문기관으로 설립된 한국방송광고진흥공사를 정부광고 대행업무에 적극 활용할 필요가 있다는 의견이 있음.

이에 정부광고법 및 현행법의 개정을 통하여 정부광고 대행을 인쇄

광고 분야와 방송광고 분야를 구분하여 방송광고 분야는 한국방송광고진흥공사가 담당할 수 있도록 하려는 것임.

Ⅲ. 주요내용

가. 법령에서 한국방송광고진흥공사(이하 “공사”라 함)의 사업으로 정하거나 위탁한 사업 또는 국가 등이 위탁한 사업을 공사의 사업으로 추가하고, 이를 수행하기 위한 별도의 조직과 예산을 운영할 수 있도록 함(안 제29조).

나. 공사의 재원에 공사의 사업으로 정하거나 위탁한 사업 또는 국가 등이 위탁한 사업으로 생긴 수익금을 포함하도록 함(안 제30조).

다. 지역 및 중소지상파방송사업자 지원을 위한 기금을 설치하고, 기금 재원으로 정부광고 대행수수료 등을 포함하는 규정을 신설함(안 제30조의2 신설).

Ⅳ. 참고사항

이 법률안은 이훈기위원이 대표발의한 「정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률 일부개정법률안」(의안번호 제3731호) 및 「국가재정법 일부개정법률안」(의안번호 제3732호)의 의결을 전제로 하는 것이므로 같은 법률안이 의결되지 아니하거나 수정의결되는 경우에는 이에 맞추어 조정되어야 할 것임.

V. 검토의견

1. 지역중소지상파방송발전기금의 설치 등(안 제29조 등)

가. 주요 내용

- 개정안은 지역중소지상파방송발전기금(이하 “지역중소기금”)을 설치하고, 그 재원을 「정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률」(이하 “「정부광고법」”) 상의 수수료로 하는 등의 내용을 신설하려는 것임.
- ① 지역중소기금을 설치하고(안 제30조의2제1항), ② 지역중소기금의 재원으로 「정부광고법」 제10조¹⁾ 중 제2항 및 제4항 제3호에 따라 징수된 수수료(이하 “정부광고 수수료”)를 포함하며(안 제30조의2제2항),
- ③ 지역중소기금을 네트워크 지역지상파방송사업자와 중소지상파방송사업자의 경영여건 개선 등에 사용하고(안 제30조의2제3항), ④ 지역중소기금을 방송통신위원회가 관리·운용하되

1) 「정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률」 제10조(정부광고 업무의 위탁) ① 문화체육관광부장관은 필요하다고 인정하는 경우 제5조부터 제8조까지에 따른 정부광고 업무를 대통령령으로 정하는 기관이나 단체에 위탁할 수 있다.

② 제1항에 따라 정부광고 업무를 위탁받은 기관이나 단체(이하 “수탁기관”이라 한다)는 수수료를 징수할 수 있다.

③ 제2항에 따른 수수료는 정부광고료의 100분의 10을 초과할 수 없다.

④ 수탁기관은 제2항에 따라 징수된 수수료는 문화체육관광부장관의 승인을 받아 다음 각 호의 지원에 사용하여야 한다.

1. 신문, 인터넷신문, 인터넷뉴스서비스, 뉴스통신 및 잡지의 진흥을 위한 지원

2. 방송, 광고 진흥을 위한 지원

3. 그 밖에 언론진흥을 위하여 대통령령으로 정하는 사항

⑤ 그 밖에 수수료의 징수와 사용에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

이를 한국방송광고진흥공사(이하 “공사”)에 위탁할 수 있도록 하며(안 제30조의2제4항),

- ⑤ 지역중소기금을 공정하고 효율적인 관리·운용을 위해 지역
중소지상파방송발전기금운용심의회를 두도록 하려는 것임(안
제30조의2제5항·제6항)

현행	개정안
제29조(사업) <u>공사는 다음 각 호의 사업을 한다.</u> 1. ~ 4. (생략) 5. <u>그 밖에 방송통신위원회가 방송광고산업 육성을 위하여 위탁하는 업무</u> <u><신설></u> 6. 제1호부터 <u>제5호</u> 까지의 사업에 부대되는 사업 <u><신설></u>	제29조(사업) ① <u>공사는 다음 각 호의 사업을 한다..</u> 1. ~ 4. (현행과 같음) 5. <u>이 법 또는 다른 법령에서 공사의 사업으로 정하거나 공사에 위탁하는 사업</u> 6. <u>그 밖에 국가, 지방자치단체 및 공공기관 등이 공사의 사업으로 위탁하는 사업</u> 7. ----- <u>제6호</u> ----- ----- ② <u>공사는 제1항제5호 및 제6호에 따른 사업 수행과 관련하여 필요한 경우 별도의 조직과 예산을 운영할 수 있다.</u> 제30조(자금의 조달 및 회계) ----- 제29조제1항----- ----- -----.
제30조(자금의 조달 및 회계) <u>공사는 제29조에 따른 사업을 시행하기 위하여 필요한 자금을 다음 각 호의 재원으로 조달한다.</u> 1. (생략) 2. <u>제29조의 사업으로 생긴 수익금</u>	제30조(자금의 조달 및 회계) ----- 제29조제1항----- ----- -----. 1. (현행과 같음) 2. <u>제29조제1항</u> ----- -----

현행	개정안
3. ~ 6. (생략) <u><신설></u>	3. ~ 6. (현행과 같음) <u>제30조의2(기금의 설치 등) ① 네트워크</u> <u>지역지상파방송사업자 및 중소지상파</u> <u>방송사업자의 발전 및 지원을 위하여</u> <u>지역중소지상파방송발전기금(이하 이</u> <u>조에서 “기금”이라 한다)을 설치한다.</u> <u>② 기금은 다음 각 호의 재원으로 조</u> <u>성한다. 이 경우 제5호의 재원에 대</u> <u>하여는 다른 재원과 구분하여 별도로</u> <u>관리하여야 한다.</u> <u>1. 정부의 출연금 및 융자금</u> <u>2. 정부 이외의 자의 출연금 및 기부금</u> <u>3. 다른 기금으로부터의 전입금</u> <u>4. 기금운용에 따라 생기는 수익금</u> <u>5. 「정부기관 및 공공법인 등의 광고</u> <u>시행에 관한 법률」 제10조제2항 및</u> <u>제4항제3호에 따라 공사가 징수한 수</u> <u>수료 중 문화체육관광부장관이 사용</u> <u>승인한 수수료</u> <u>6. 그 밖에 대통령령으로 정하는 수입금</u> <u>③ 기금은 다음 각 호의 사업을 위하</u> <u>여 사용한다. 이 경우 제1호와 관련</u> <u>하여서는 전년도 재무상태표상의 결</u> <u>손금이 재무상태표상의 자본금 총액</u> <u>이상인 사업자를 우선하여 지원하여</u> <u>야 한다.</u> <u>1. 네트워크 지역지상파방송사업자와 중</u> <u>소지상파방송사업자의 경영여건 개선</u> <u>2. 네트워크 지역지상파방송사업자와</u> <u>중소지상파방송사업자의 제작·유통</u>

현행	개정안
	구조 개선 3. 네트워크 지역지상파방송과 중소지상파방송을 위한 인력양성 및 교육·조사·연구 4. 네트워크 지역지상파방송 및 중소지상파방송의 활성화 및 기반조성 5. 그 밖에 네트워크 지역지상파방송 및 중소지상파방송의 경쟁력 강화와 공익성 제고를 위하여 필요한 것으로서 대통령령으로 정하는 사업 ④ 기금은 방송통신위원회가 관리·운용하되, 대통령령으로 정하는 바에 따라 기금의 관리·운용에 관한 업무를 공사에 위탁할 수 있다. ⑤ 기금의 공정하고 효율적인 관리·운용을 위하여 지역중소지상파방송발전기금운용심의회(이하 “심의회”라 한다)를 둔다. ⑥ 심의회의 구성·운영 및 그 밖에 기금의 관리·운용 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

나. 검토 의견

○ 현재 정부광고 수수료는 「정부광고법」 제10조²⁾ 및 「정부광고

2) 「정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률」 제10조(정부광고 업무의 위탁) ① 문화체육관광부장관은 필요하다고 인정하는 경우 제5조부터 제8조까지에 따른 정부광고 업무를 대통령령으로 정하는 기관이나 단체에 위탁할 수 있다.

② 제1항에 따라 정부광고 업무를 위탁받은 기관이나 단체(이하 “수탁기관”이라 한다)는 수수

법 시행령」 제6조³⁾에 따라 문화체육관광부 산하의 공공기관인 한국언론진흥재단이 징수하고 있음.

- 「정부광고법」 제10조는 제1항에서 정부광고 업무를 대통령령으로 정하는 기관이나 단체에 위탁할 수 있도록 하고 있고, 제2항에서 해당 수탁기관이 방송광고 수수료를 징수할 수 있도록 규정하고 있음.

- 「정부광고법 시행령」 제6조는 「정부광고법」 제10조제1항에 따른 수탁기관을 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제29조⁴⁾에 따른 한국언론진흥재단으로 규정하고 있고, 한국언론진흥재단은 문화체육관광부 소관의 공공기관임.

○ 이러한 정부광고 수수료는 「정부광고법」 제10조제4항⁵⁾에 따라,

료를 징수할 수 있다.

③ 제2항에 따른 수수료는 정부광고료의 100분의 10을 초과할 수 없다.

④ 수탁기관은 제2항에 따라 징수된 수수료는 문화체육관광부장관의 승인을 받아 다음 각 호의 지원에 사용하여야 한다.

1. 신문, 인터넷신문, 인터넷뉴스서비스, 뉴스통신 및 잡지의 진흥을 위한 지원
2. 방송, 광고 진흥을 위한 지원
3. 그 밖에 언론진흥을 위하여 대통령령으로 정하는 사항

⑤ 그 밖에 수수료의 징수와 사용에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

3) 「정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률 시행령」 제6조(업무의 위탁) ① 문화체육관광부장관은 법 제10조제1항에 따라 법 제5조부터 제8조까지의 규정에 따른 정부광고 업무를 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제29조에 따른 한국언론진흥재단에 위탁한다.

② 제1항에 따라 정부광고 업무를 위탁받은 한국언론진흥재단(이하 “수탁기관”이라 한다)은 문화체육관광부장관의 승인을 받아 정부광고 업무를 처리하기 위해 필요한 사항을 정할 수 있다.

4) 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제29조(한국언론진흥재단의 설치 등) ① 신문 및 인터넷신문의 건전한 발전과 읽기문화 확산 및 신문 산업의 진흥을 위하여 한국언론진흥재단을 둔다.

② 한국언론진흥재단은 법인으로 한다.

③ 한국언론진흥재단은 문화체육관광부장관의 인가를 받아 주된 사무소의 소재지에서 설립등기를 함으로써 성립한다.

④ 한국언론진흥재단에 대하여 이 법에서 규정한 것 외에는 「민법」 중 재단법인에 관한 규정을 준용한다.

5) 「정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률」 제10조(정부광고 업무의 위탁) ④ 수탁기관은 제2항에 따라 징수된 수수료는 문화체육관광부장관의 승인을 받아 다음 각 호의 지원에 사용하여야 한다.

① 신문, 인터넷신문, 인터넷뉴스서비스, 뉴스통신 및 잡지의 진흥을 위한 지원 및 ② 방송, 광고 진흥을 위한 지원에 사용하도록 하고 있음.

○ 방송통신위원회에 따르면, 2023년 정부광고 집행을 통해 한국언론진흥재단이 방송매체에 지원한 금액은 32억원이고, 만약 개정안에 따라 지역중소기금이 방송매체를 통한 정부광고수수료로 신설될 경우 2023년 기준 최대 기금의 재원으로 승인 가능한 금액은 306억원임.

- 방송통신위원회가 한국언론진흥재단에서 받은 자료에 따르면, 2023년 정부광고 집행액은 1조 3,378억원이고, 이 중 방송매체를 통한 집행액은 3,388억원으로 25.3% 수준임.

- 이러한 광고집행액을 통해 한국언론진흥재단이 징수한 수수료는 2023년 기준 1,095억원이고, 이 중 방송매체는 306억원으로 27.9% 수준이며, 이러한 수수료를 통해 방송매체에 지원한 금액은 32억원으로 방송매체에서 징수한 수수료의 10.5% 수준임.

- 안 제30조의2제2항제5호는 방송광고 수수료 중 문화체육관광부장관이 사용 승인한 수수료를 지역중소기금의 재원으로 하고자 하는데, 2023년 기준 최대 승인 가능한 금액은 방송매체를 통해 징수한 306억원임.

1. 신문, 인터넷신문, 인터넷뉴스서비스, 뉴스통신 및 잡지의 진흥을 위한 지원
2. 방송, 광고 진흥을 위한 지원
3. 그 밖에 언론진흥을 위하여 대통령령으로 정하는 사항

○ 한편, 안 제30조의2제3항은 기금을 네트워크 지역지상파방송사업자와 중소지상파방송사업자의 경영여건 개선, 제작·유통구조 개선 등을 위한 사업에 사용하고자 하는데, 이러한 사업의 지원 대상이 되는 사업자는 2024년 9월 기준 35개사업.

- 지역방송사업자는 「지역방송발전지원 특별법」 제2조제1항제2호6)에 따라 지역방송을 행하는 사업자로, 2024년 9월 기준 지역 MBC 16개사, 청주방송 등 지역민방 10개사, 경인방송 등 지역라디오 3개사 등 총 29개사가 있음.

- 중소방송사업자는 법 제2조제5호7)에 따라 지상파방송사업자 중 종교의 선교를 목적으로 하거나, 보도를 전문으로 편성하는 방송사업자로 2024년 9월 기준 기독교방송 등 6개사가 있음.

<네트워크 지역지상파방송사업자 및 지역방송사업자 현황 >

구분		방송사업자명
지역 방송 사업자 (29개사)	지역MBC (16개사)	춘천MBC, MBC강원영동, 원주MBC, MBC충북, 대전MBC, 안동MBC, 대구MBC, 포항MBC, 울산MBC, MBC경남, 부산MBC, 전주MBC, 광주MBC, 목포MBC, 여수MBC, 제주MBC

- 6) 「지역방송발전지원 특별법」 제2조(정의) ① 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.
1. “지역방송”이란 특별시 외의 지역을 방송구역으로 하거나 특별시 일부와 특별시 외의 지역을 방송구역으로 하는 지상파방송을 말한다.
 2. “지역방송사업자”란 지역방송을 행하는 지상파방송사업자를 말한다.
(이하 생략)
- 7) 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.
5. “중소지상파방송사업자”란 종교의 선교를 목적으로 하는 지상파방송사업자, 특별시 외의 지역 또는 특별시 일부와 특별시 외의 지역을 방송구역으로 하는 지상파방송사업자, 보도를 전문으로 편성하는 지상파방송사업자 등을 말한다. 다만, 제4호에 따른 네트워크 지역지상파방송사업자는 제외한다.

구분		방송사업자명
	지역민방 (10개사)	G1, 청주방송, 대전방송, 티비씨, 울산방송, KNN, 전주방송, 광주방송, 제주방송, OBS경인TV
	지역라디오 (3개사)	경인방송, 부산영어방송재단, 광주영어방송재단
중소방송사업자 등(6개사)		기독교방송, 불교방송, 평화방송, 원음방송, 극동방송, YTN라디오

주: 2024년 9월 기준임.

자료: 방송통신위원회.

- 개정안은 방송통신 분야의 뉴미디어가 증가하는 등 급변하는 다매체 환경 속에서 광고 기획·전략·제작·매체집행 등 매체별로 높은 전문성이 요구되는 상황인데, 한국언론진흥재단이 일부 매체에 정부광고를 편중되게 집행할 우려가 있다는 지적이 제기됨에 따라, 방송통신매체의 광고전문기관으로 설립된 한국방송광고진흥공사를 정부광고 대행업무에 적극 활용함으로써 이러한 우려를 해소하려는 것으로 그 입법취지에 공감할 수 있음.
- 다만, 개정안에 대해서는 다음과 같은 관계 부처 및 단체들의 의견을 고려하여 검토할 필요가 있음.
- 먼저, 방송통신위원회는 현행 정부광고법 제10조제3항제1호는 정부광고대행수수료를 ‘신문, 인터넷신문, 인터넷뉴스서비스, 뉴스통신 및 잡지의 진흥을 위한 지원’을, 제2호는 ‘방송, 광고 진흥을 위한 지원’을 명시하고 있으나, 정부광고대행수수료는 일부 매체에 편중되고 방송분야 지원이 미미하여 방송계에서 방송분야로의 환원 확대 필요성을 지속적으로 제기함에 따라 방송

분야 지원확대, 정부광고 집행의 효율성 제고 등이 필요하나, 지역·중소방송사 지원을 위한 용도로 제한하는 기금신설에 대해 다른 방송사업자간 형평성 문제 제기가 있으므로 관계부처, 방송사 등 이해관계자간 충분한 논의와 협의 등 신중한 검토 필요하다는 일부 수용 입장임.

- 한편, 문화체육관광부는 공사의 정부광고 대행에 대해 특정 매체사(KBS, MBC 등)의 방송광고를 판매하는 코바코가 정부광고를 대행하는 것은 타 매체와의 공정성, 중립성 훼손되며, 기금의 설치·운용에 대해서는 정부광고법 제10조에 방송 진흥을 위한 수수료 사용 근거가 규정되어 있고, 현재 지역방송에 지원중으로 지역중소지상파방송발전기금 재원으로 사용하는 것은 중복 지원이기 때문에 수용 곤란 입장임.

- 매체별로 정부광고를 분리 대행함에 따른 예산집행·행정절차상의 비효율 초래, 미디어 믹스 전략⁸⁾ 수립의 어려움으로 홍보 효과가 저하된다는 입장임.

- 기획재정부 역시 지역중소기금을 신설하는 것에 대하여 「국가재정법」 제14조⁹⁾ 기금 신설 기준에 부합하지 않으므로, 신중검토

8) 정책고객 대상 접근성을 최대화하기 위해 방송, 신문, 인터넷, SNS 등 다양한 매체와 플랫폼을 효율적으로 조합·활용하는 전략

9) 「국가재정법」 제14조(특별회계 및 기금의 신설에 관한 심사) ①중앙관서의 장은 소관 사무와 관련하여 특별회계 또는 기금을 신설하고자 하는 때에는 해당 법률안을 입법예고하기 전에 특별회계 또는 기금의 신설에 관한 계획서(이하 이 조에서 “계획서”라 한다)를 기획재정부장관에게 제출하여 그 신설의 타당성에 관한 심사를 요청하여야 한다.

②기획재정부장관은 제1항의 규정에 따라 심사를 요청받은 경우 기금에 대하여는 제1호부터 제4호까지의 기준에 적합한지 여부를 심사하고, 특별회계에 대하여는 제4호 및 제5호의 기준에

필요 입장¹⁰⁾임.

- 한국방송광고진흥공사(이하 “공사”)는 정부광고를 신문진흥기관인 ‘언론진흥재단’이 독점 대행하고 있어, 인쇄매체에 광고가 편중되고 수수료의 방송통신산업 진흥을 위한 사용액이 미미하기 때문에 정부광고 집행의 효율성 제고와 중소·지역 방송사 지원 재원 마련을 위해 정부광고의 공동대행이(코바코와 언론진흥재단) 필요하다는 수용 입장임.
- 관련 이해관계자들의 입장을 살펴보면, 한국방송공사는 수용입장이고, SBS, TV조선, MBN, JTBC, 채널A, YTN은 불수용·신중검토·현행유지 입장이며, OBS, 지역 MBC사장협의회는 적극수용입장임.

[주요 이해관계자 입장]

○ 한국방송공사 : 수용

- (코바코의 정부광고 대행) 코바코에서 대행하는 것에 찬성하나, 코바코 본연의 업무 수행에 영향이 미치지 않도록 정부광고 대행 업무는 별도 조직과 인력을 통해 운영되어야 함
- (기금 설치 및 운용) 정부광고 대행 수수료를 지역중소방송사를 위한 기금으로

적합한지 여부를 심사하여야 한다. 이 경우 미리 자문회의에 자문하여야 한다.

1. 부담금 등 기금의 재원이 목적사업과 긴밀하게 연계되어 있을 것
2. 사업의 특성으로 인하여 신속적인 사업추진이 필요할 것
3. 중·장기적으로 안정적인 재원조달과 사업추진이 가능할 것
4. 일반회계나 기존의 특별회계·기금보다 새로운 특별회계나 기금으로 사업을 수행하는 것이 더 효과적일 것
5. 특정한 사업을 운영하거나 특정한 세입으로 특정한 세출에 충당함으로써 일반회계와 구분하여 회계처리할 필요가 있을 것

10) 별첨 자료 참조

사용하는 방안은 현재 지역중소방송사의 방송광고결합판매제도 개선과 동시에 추진되어야 함

○ SBS : 신중검토

- (코바코의 정부광고 대행) 코바코가 통신광고까지 사업을 영위할 근거 없으며, 정부의 홍보 예산 집행에 비효율이 초래될 가능성도 있음
 - (기금 설치 및 운용) 별도의 기금을 마련하기 이전에 지역·중소지상파 발전 정책을 마련 및 방발기금 운용 합리화가 선행되어야 함
- ※ 방발기금 중 지역방송에 대한 지원은 45.3억에 불과하나, 문체부 사업인 아리랑TV, 국악방송은 134억, 58억에 달함

○ 지역MBC사장협의회 : 적극 수용

- 현 제도(지역방송발전지원특별법)는 예산확보 장치가 없기 때문에, 안정적으로 재원을 확보할 수 있는 동 법안이 지역방송을 위한 근본적 해법임

○ TV조선 : 불수용

- (코바코의 정부광고 대행) 특정 매체사의 광고 판매를 독점하는 기관을 정부 광고 수탁기관으로 지정할 경우 매체 선정이 특정 사업자에 쏠릴 우려가 있으므로 공정경쟁을 저해할 수 있음
- (기금 설치 및 운용) 정부광고의 수수료를 특정 사업자만을 위한 기금의 재원으로 삼는 것은 타 사업자와의 형평성에 맞지 않음

○ MBN : 현행 유지

- (코바코의 정부광고 대행) 특정 방송사의 방송광고 판매 대행사인 코바코가 ‘정부광고 업무’를 대행한다면 혼란을 야기할 우려가 있으며, 사업자들 간의 불균형으로 이어질 수 있음

- (기금 설치 및 운용) 지역방송발전에 필요한 기금이 부족한 현실에는 공감하지만, 특정 사업자를 지원 대상에 포함시키는 것은 사업자들간의 공정한 경쟁을 저해하는 역효과를 불러올 우려가 있음

○ JTBC : 불수용

- (특정 사업자 지원) 지역중소방송사 지원으로 용도가 한정된 기금을 신설하는 것은 타 방송사에 대한 역차별이며 방송통신발전기금이 동일한 목적으로 집행되고 있어 '옥상옥'에 해당함
- (코바코의 정부광고 대행) 코바코가 방송분야 정부광고를 독점 대행하게 되면 구매자(광고주)와 판매자(매체사) 간의 광고 거래에서 공정한 경쟁이 불가능
- (기금 설치 및 운용) 언론진흥기금의 용처를 매체 간 형평성에 맞게 조정할 필요가 있음

○ 채널A : 신중검토

- (코바코의 정부광고 대행) 언론진흥재단에 위탁하던 방송광고 집행을 코바코가 맡게 되면 변경되는 규정과 기준으로 인해 운영상 혼란 초래
- (기금 설치 및 운용) 정부광고는 수익금을 특정 지역방송사에 지원하는 형태는 형평성에 어긋날 수 있기 때문에 전반적 방송 및 방송광고 산업 발전 목적으로 사용할 필요 있음

○ YTN : 불수용

- 공사가 판매 대행하는 방송사에 광고가 집중될 소지가 매우 크며, 공사가 판매 대행하지 않는 매체의 수익 급감 및 미디어 다양성 침해

○ OBS : 수정 제안

- ‘결손금이 자본금 총액 이상’인 사업자가 정상적으로 존속하고 있을 가능성은 매우 낮으므로, 이를 ‘결손금이 자본 총계 이상’(자본잠식률이 50% 이상임을 의미)으로 수정할 것을 제안함
- 심의회 구성 방법 논의시, 수중계 없는 독립지역방송사(100% 자체편성, 전파료 없음)인 OBS상황을 대변할 인사도 참여할 수 있는 방안 마련 요청

○ 한국케이블TV방송협회 : 수정 제안

- 형평성을 고려하여 지역 종합유선방송사업자도 기금 지원을 받을 수 있도록 근거 마련 필요함

- 참고로, 개정안은 이훈기의원이 대표발의한 「정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률 일부개정법률안」(의안번호 제3731호), 「국가재정법 일부개정법률안」(의안번호 제3732호)의 의결을 전제로 하므로 해당 법률들의 심사를 참고할 필요가 있음.
- 또한, 국회 과방위에 발의된 「지역방송발전지원 특별법 일부개정법률안」(이훈기의원 대표발의, 의안번호 제3730호)는 동 개정안의 의결을 전제로 지역중소기금을 지역방송발전지원계획의 수행에 활용하도록 하는 것으로, 과방위 법안 심사과정에서 함께 논의될 필요가 있음.
- 종합해보면, 개정안에 대해서는 공사를 정부광고 대행업무에 적극 활용하여 방송광고 분야에 정부광고 수수료 집행률을 제고하려는

입법취지, 지역방송사 등에 대한 지원 필요성에 따른 이해관계자들의 찬성 입장 등과 함께방송광고 판매자인 공사가 정부광고를 대행하는 것은 공정성이 훼손된다는 문체부 입장, 지역중소기금 신설이 「국가재정법」에 따른 기금 신설 기준에 부합하지 않다는 기획재정부의 입장 및 이해관계자들의 반대 입장 등을 종합적으로 검토하여 입법정책적으로 결정할 필요가 있어 보임.

문 의 처
02)6788-5226

[별첨] 기획재정부 검토 의견

※ 지역중소지상파방송발전기금 신설을 위한 지역방송 지원 4법에 대해 동일한 의견 제출

* 정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률, 방송광고판매대행 등에 관한 법률, 지역방송발전지원특별법, 국가재정법(앞선 3법 개정을 전제로 함)

【 검토의견: 신중검토 】

□ 국가재정법 제14조 기금 신설 기준에 미부합, 신중검토 필요

국가재정법 제14조(기금신설 심사 기준)

- ① 기금의 재원이 목적사업과 긴밀하게 연계되어 있을 것
- ② 사업의 특성상 신축적인 사업추진이 필요할 것
- ③ 중장기적으로 안정적인 재원조달이 가능할 것
- ④ 기존 회계·기금보다 새로운 기금으로의 사업 수행이 더 효과적일 것

① **(연계성)** 중앙정부·지자체 등이 의뢰하는 정부광고의 수수료로 지역·중소지상파 방송사업자 지원시 재원-사업간 연계성 미흡

- 他 방송사업자(중앙지상파, 위성방송 등) 및 他 정부광고 매체 (뉴미디어, 전광판, 인쇄매체 등)에 대한 역차별 발생 우려

② **(신축성)** 기금 신설은 지역·중소방송 지원을 위한 추가 재원을 확보하기 위함이며 신축적인 사업추진과 **관련 없음***

* 현재 지원중인 '지역·중소방송 콘텐츠 경쟁력 강화' 사업 또한 일정규모로 기금계획변경이나 이월없이 운영중('21 40억원, '22 45억원, '23 45억원, '24 45억원)

③ **(안정성)** 신설 기금 **재원확보 방안*** 등에 대해 문체부-방통위 간 의견 대립중**으로 재원조달 안정성 결여

* 언론진흥재단(문체부 산하 기타공공기관)이 정부광고업무 대가로 징수하는 수수료 중 방송통신 매체 관련 수수료를 한국방송광고진흥공사(방통위 산하 준시장형 공기업)로 이관하여 신설기금의 재원으로 활용

** **(문체부)** 특정 방송사의 방송광고를 판매대행하는 코바코가 방송매체 전체에 대해 정부광고를 대행할 경우 공정성·중립성 훼손 우려 등 **수용곤란 입장**
(방통위) 지역·중소방송사 지원 강화 취지에는 동의하나 현재 방발기금으로 관련 사업을 既 추진중인 만큼 기금 신설은 **신중검토** 필요

④ **(신설 필요성)** 지역·중소언론 자립 및 보도 공정성 유지를 위해 국가 재정지원은 점차 축소함이 적절하나,

- 지역·중소방송의 **공익적 기능**(지역성·다양성 구현 등)을 고려해 **최소 수준**으로 지원중*이며, **재정지원 확대**를 위한 **기금 신설 필요성**이 크다고 보기 어려움

* 지역·중소방송 콘텐츠 경쟁력 강화('24년 45억원, '14~) 사업을 통해 지역밀착형 콘텐츠 제작 및 유통, 인력양성 지원

- ☐ 정부는 기금준치평가 등 기금운영의 효율성, 투명성을 높이기 위한 제도 등을 운영중 → **실익이 크지 않은 기금 신설**은 정부의 **재정운용 방향**과 배치되므로 **신중검토 필요**