

■ 의견서

방송광고판매대행 등에 관한 법률안에 대한 검토의견

방송광고판매대행 등에 관한 법률안의 도입배경은 경쟁시스템 도입을 통하여 산업으로서 방송광고판매제도를 정착시키는 일입니다. 경쟁체제 도입은 방송광고판매제도를 합리적이고 과학적인 제도로 만들기 위한 전제입니다.

그러나 현 법률안은 공공성과 직접적인 관련이 없는 광고판매행위에 공공성을 유지코자 경쟁체제도입에 반하는 무리한 법률 조항들을 삽입하고 있습니다. 광고판매행위는 민간경제영역일 뿐입니다.

이에 본협회는 방송광고판매제도가 공정하고 시장경제원리에 부합하는 제도로 정착시키기 위하여 아래와 같이 방송광고판매대행 등에 관한 법률안에 대해 의견을 보내드리오니 적극 반영바랍니다.

1. 현법률안은 입법취지에 맞는 경쟁체제도입이 보장되어 있지 않습니다.

▶ 관련조항 : 제15조1항, 2항

- 방송광고판매대행시장의 공·민영 영역구분
- KBS, MBC, EBS의 광고판매대행사를 문화관광부장관이 지정
- 방송광고판매가 곤란한 방송사의 광고판매 지정

▶ 문제점

- 방송 광고 판매대행시장의 공·민영 영역구분하고 특정 방송사의 광고 판매대행사를 문화관광부장관이 지정토록한 점은 판매대행시장의 자유경쟁시스템 도입과 모순됨.
- 제15조는 문제조항이며 KOBACO의 독점체제를 유지하는 결과를 초래할 것이며 정부가 경쟁력 없는 매체의 경영을 보장하는 부당한 조항임.

▶ 의견

- 방송사의 판매대행사 자유선택권 보장
- 종교방송 등 민간방송에 대한 판매대행사 지정조항 삭제

2. KOBACO의 독점을 해소하지 못하고 여전히 보장하고 있습니다.

▶ 관련조항 : 제6조1항, 제7조2항, 제30조4호 5호 6호, 부칙 제6조

- 민영미디어랩에 대한 KOBACO출자시 최대 30%
- 민영미디어랩 참여를 2년간 한시적용
- 시청률조사 및 장관이 인정하는 사업에 대한 권한 보장

▶문제점

- 경쟁사에 대한 지분참여는 인사 및 경영권 참여가 가능하고, 결국은 하나의 사업체처럼 공동행위를 할 우려가 있으며 이는 독점의 유지와 다름없음.
- 대기업의 경우 일정지분 이상 지분보유시 계열로 간주하는 정부의 기본 기업정책과 배치
- 방송의 공공성 유지와 마찬가지로 광고판매의 공공성 유지를 위해 KOBACO참여 필요성을 주장하지만 방송의 공익성은 방송위원회의 권한과 책임이며 정부(KOBACO) 참여를 통해 공익성을 유지 할 사항이 아님. 그러한 논리라면 그동안 KOBACO독점체제에서 방송의 공공성이 완벽하게 보장되었어야 했으나 현실은 그렇지 못함.

▶의견

- KOBACO의 민간미디어렙 참여배제. 단 꼭 필요하다면 지분참여범위는 방송사 등과 같은 비율 적용

* 방송광고대행의 독점의 문제

- 1) 불공정거래행위
 - 끼워팔기, 불방, 일방적 광고시간 배정 및 강매 등
- 2) 방송광고대행과 관련된 서비스 질 저하
 - 시청률조사, 매체력평가서비스 등 광고주에 대한 서비스 질 저하
- 3) 대행수수료율
 - 대행수수료의 독점적 결정에 의해 기업부담 가중 (선진국의 경우 대행사의 서비스 향상을 위해 대행수수료를 Fee제도로 전환)
- 4) 광고요금제도의 문제
 - 시청률 등에 의한 요금결정이 아닌 판매자 자의에 의한 요금구조

3. KOBACO의 불공정거래행위를 여전히 보장하고 있습니다.

▶관련조항 : 제3조3항 제15조2항, 제30조4호5호6호

- 방송사업자의 차별대우 금지
- 광고 판매 곤란한 방송사의 광고판매대행 지정
- 시청률조사사업 관여
- (위성방송, 인터넷방송 등의)광고판매대행 보장

▶문제점

- 매체가치에 따른 판매 차등화, 수수료 차등화 등이 이루어져야 하는데도 불구하고 공정성이라는 미명하에 광고판매의 차등화를 원천적으로 봉쇄하려고 함
- KOBACO체제 하에서 여전히 문제가 되고 있는 종교방송 등 경쟁력없는 매체의 끼워팔기 보장은 불공정 거래행위를 정부가 보장하는 것임
- 종교방송 등의 끼워팔기 보장은 기업의 부담을 가중시키고 방송사 프로그램의 질 저하를 초래함
- KOBACO의 업무영역은 축소되어야 함에도 불구하고 오히려 확대하는 것은 권한비대화과 끼워 팔기 등 불공정 거래행위의 확대 조장 우려
- 시청률조사사업을 KOBACO가 맡는 것은 KOBACO독점에 의한 불공정행위를 유발할 수 있음

▶의견

- 광고판매대행사가 매체가치에 의해 판매대행 계약하고, 판매하도록 보장
- KOBACO의 업무영역 확대 조항 삭제

4. 지나친 규제로 인해 시장경제원리를 해치고 있습니다.

▶관련조항 : 제6조, 제7조, 제10조,11조,12조,13조 제17조

- 광고판매대행업에 대한 허가제 도입
- 지분제한에 대한 차별 적용
- 법률에 의한 수탁 수수료에 한도 규정

▶문제점

- 공공성 유지를 위한 KOBACO참여 및 방송사 지분제한은 '경쟁체제도입'이라는 법률제정취지와 상호모순
- 광고판매는 방송허가와는 달리 비즈니스를 하는 산업이므로 진입규제를 자유롭게 해야 함.
- 정부는 등록취소권한(13조)외 허가·재허가조항은 과도한 규제임
- 방송광고판매 대행수수료가 법령에 의해 획일적으로 고정될 경우 경쟁의 의미 상실하게 됨. 정부는 한도만 정하고 구체적인 요율결정은 방송사와 대행사의 계약에 의해 이루어지도록 해야함.

▶의견

- KOBACO의 지분참여는 삭제 또는 방송사의 지분참여 범위와 동등하게 해야 함
- 판매회사의 허가, 재허가 제도 도입 조항 수정
- 수탁수수료에 대한 규정조항 삭제

5. 기타

▶ KOBACO의 민영화

- KOBACO의 민영화 일정을 규정해야 함
- 또한 KOBACO가 민영미디어랩과 동등한 판매회사로 민영화가 된다는 전제 하에서 부칙 제5조 (다른법률의 개정) 부분도 “방송법 제37조 6항중…(중략)…방송광고 판매대행에 관한 법률의 규정에 의한 판매대행 사업자에게 위탁할 수 있다”로 수정되어야 하며, “제73조 5항중 …(중략)…放送廣告販賣代行社가 委託하는 放送廣告物 이외에는 放送廣告를 할 수 없다”를 “방송광고판매대행 등에 의한 법률에 의해 서만 방송광고를 할 수 있다”로 수정

▶ 방송광고 '판매대행' 등에 관한 법률안이 아닌 방송 광고 '판매'에 관한 법률안으로 입법 방향을 변경하는 안 검토요망

- 방송광고판매에 관해 방송법시행령과 당법안 등 이원화되어 광고판매의 각종 문제 발생소지. 원활한 광고판매를 위해 방송법상의 광고규제조항과 광고 판매제도조항 통합 검토 요망
- 방송광고판매에 관한 법으로 변경하여 광고의 총량규제제도 도입 검토