

토론문

이영주(서울과학기술대 IT정책대학원)

1. 방송콘텐츠 투자 제고를 위한 규제 개선의 필요

정체되어 있는 방송산업의 발전을 위한 규제 전반에 대한 검토가 요구된다. 플랫폼과 콘텐츠 사업자 양쪽으로 나누어 살펴볼 필요가 있다.

CP는 양질의 콘텐츠를 만들어 투자비용을 회수할 수 있는 기본적인 수익구조가 갖춰져야 한다. 지상파 방송사의 제작비는 해마다 감소 추세이며 2015년 방송시장경쟁상황평가 보고서에 따르면 영업 이익이 마이너스를 기록했다. CP의 주수익원은 광고수익, 프로그램 거래 수익, 판매 수익으로 구성되는데, CP의 콘텐츠 여건을 조성하기 위해서는 어떤 규제 완화가 가장 필요하다고 보는가? 지상파 방송간 경영 확대, 지상파와 유료방송간 경영 확대, 지상파 PP 소유 경영 확대와 같은 구조적 규제 완화에 대한 시장 수요가 있다고 보는가? 수직결합의 해체가 진행되는 현재의 조건에서 CP의 투자 여건을 조성하기 위해서는 플랫폼 영역과의 수직결합이 더 효과적이라고 보는가 혹은 행위 규제(예 : 광고 규제, 외주제작의무편성)의 개선이 더 효과적이라고 보는가?

2. 플랫폼 영역에서의 소유경영규제 완화로 인한 발생 가능한 경쟁 제한적 효과는?

플랫폼 영역에서 규제 필요성이 적거나 없어진 규제들에 대해 정기적인 평가가 이루어지지 못한 것이 많다. 일단 법률로 만들어지면 시장 상황이 바뀌어도 없애기 쉽지 않다. 정부는 정밀한 시장 분석을 통해 규제 필요성이 적어진 규제들을 완화해 나가야 한다.

다만 방송통신산업의 플랫폼 영역에서 경쟁 사업자의 상품 구성 능력에 현저한 차이가 있어 케이블 --> IPTV로의 가입자 이동이 급격히 이루어지고 있다. 이러한 시점에서 플랫폼에서의 소유경영 규제 완화는 사업자간 M&A를 가속화할 수 있다. M&A를 통해 규모의 경제 효과가 커지고 효율성이 증가하는 대신 시장 집중으로 인한 경쟁 제한적 효과도 동시에 우려되는데, 어떠한 경쟁 제한적 효과가 나타나는 것을 우려해야 한다고 보는가?

3. 플랫폼과 콘텐츠간의 관계

플랫폼의 시장 집중도가 높아도 콘텐츠 산업과 별개로 보고 콘텐츠 영역에서 69조 2의 시청점유율 규제만 남기면 사회문화적 차원에서 여론의 다양성의 훼손을 막을 수 있을 것으로 본다.

그러나 플랫폼 영역의 집중도는 다른 문제를 야기할 수 있다. B2C 영역에서는 유효 경쟁 조건이 충족하면 서비스 요금을 인상하기 어렵다. 하지만 B2B 영역에서는 플랫폼 사업자의 가입자 규모가 커지면 협상력이 커지는데 사업에 필요한 거래 상대방과의 거래 비용이 낮아지거나 수익이 커진다. 플랫폼 영역에서 한 사업자의 사이즈가 커지면 시장구조에 영향을 줄 뿐 아니라 이 산업에서 만들어지는 상품 혹은 서비스의 유통에 영향을 줄 수 있다.

이 때 그 영향이 어떻게 나타날 것인가에 대해 상반된 두 의견이 있다. 사이즈가 커진 플랫폼 사업자가 증가한 협상력을 기반으로 CP와의 프로그램 사용료 거래에서 거래 단가를 낮추는 전략으로 임할 것이라는 게 그 하나이다. CP에게 절대 유리하지 않은 방향이다. 그러나 반대로 사이즈가 커진 플랫폼 사업자가 big buyer로써 CP가 제작한 콘텐츠를 안정적으로 수급함으로써 콘텐츠 산업의 활성화에 기여할 것이라는 의견도 있다. 물론 그 혜택이 모든 CP에게 돌아가는 것이 아니다. KT의 경우도 사이즈가 커졌지만 콘텐츠에 직접 투자하는 전략을 취하는 것은 아니다.

이러한 측면에서 합병 후 콘텐츠 펀드를 조성하여 독립제작사를 지원하거나 오리지널 콘텐츠를 제작하겠다는 SKT의 계획은 콘텐츠 산업에 어떠한 영향을 줄 것으로 보는가? 플랫폼 사업자가 오리지널 콘텐츠를 제작하겠다는 것은 채널 비즈니스를 하는 CP가 되겠다는 것이 아니라 콘텐츠 차별화를 통해 플랫폼 경쟁력을 강화하겠다는 의미로 해석될 수 있다. 다만 자사 플랫폼에만 독점 공급할 경우 플랫폼의 사이즈가 충분히 커서 제작비 회수가 가능해야 한다. 그러나 그렇지 않을 경우 가능한 많은 플랫폼에 공급해서 콘텐츠 가치를 극대화해야 한다.

사이즈가 커진 플랫폼 사업자로 하여금 CP에게 지불하는 프로그램 사용료를 어느 기준 이상으로 높이는 것이 필요한가? 혹은 콘텐츠에 직접 투자하게 하는 것이 효과적일까?

한편 관련 시장에서 한 사업자의 점유율이 높아질 경우 소규모 플랫폼 사업자는 협상력이 약해져 CP와의 거래 비용이 상대적으로 높아지고 경쟁력이 더욱 악화될 수 있다. 최근 PP와의 협상에서 IPTV 사업자는 프로그램 사용료 협상이 끝났지만 SO는 6개월째 협상을 하지 못하고 있다. PP의 4% 인상 요구를 수용할 수 없다는 이유이다. 플랫폼 영역에서의 경쟁이 악화되고 있음을 보여주는 시그널이다.