

디지털 방송 전환 정책자료집



국회의원
부산진구갑

허원제



제1부 디지털전환 정책 목표와 추진체계

I. 디지털전환의 정책 목표와 추진 과제 / 7

- 1. 디지털전환의 정책 목표 7
- 2. 세부 정책 및 추진 현황 7
- 3. 디지털전환 추진체계 12
- 4. 소결 15

제2부 시청자 측면의 점검사항

II. 디지털전환 미전환율 현황과 문제점 / 19

- 1. 시범사업지역에서의 디지털전환 미전환율 현황과 문제점 19
- 2. 전국 전환시 예상되는 미전환율 20
- 3. 소결 21

III. 디지털전환 민원율 현황과 문제점 / 22

- 1. 디지털전환 민원율 현황과 문제점 22
- 2. 소결 23

IV. 디지털방송 수신기 보급률 현황 및 문제점 / 25

- 1. 디지털방송 수신기 보급률 현황 및 문제점 25
- 2. 보급형 디지털TV 보급률 현황 및 문제점 26

3. 셋탑박스(디지털 컨버터) 보급률 현황 및 문제점	29
4. 소결	31

V. 디지털 전환 인지도 현황 및 문제점 / 32

1. 디지털전환 인지도 제고의 의미	32
2. 인지도 현황 및 문제점	32
3. 디지털전환 홍보 현황 및 문제점	34
4. 소결	37

VI. 취약계층 지원 현황 및 문제점 / 38

1. 법적 근거와 정책 목표	38
2. 취약계층 지원의 현황 및 문제점	38
3. 자원봉사 활용 실태 및 문제점	43
4. 디지털방송 전환 지원센터 구축 및 운영 현황	44
5. 소결	45

제3부 사업자 차원의 점검사항

VII. 디지털 커버리지 및 수신환경 개선 실태와 문제점 / 49

1. 법적 근거와 정책 목표	49
2. 전국 디지털TV 방송 커버리지 현황 및 문제점	50
3. 지상파 직접수신환경 실태 및 문제점	51
4. 수신환경 개선 노력 및 성과	52
5. 단독주택 안테나 관리 상태 및 지원 문제	56
6. 소결	58

VIII. 디지털 제작송출시설 현황 및 문제점 / 60

1. 고화질 프로그램 제작 및 편성 현황 및 문제점	60
2. 디지털 송신 시설 현황과 문제점	64
3. 소결	66

IX. 유료방송의 디지털전환 / 67

1. 유료방송사업자의 디지털전환 현황	67
2. 소결	67

제4부 결론 및 개선방안

X. 종합적 결론 및 개선방안 / 71

1. 디지털전환의 정책 목표와 추진과제에 대한 개선방안	71
2. 디지털전환 미전환율에 대한 개선방안	72
3. 디지털전환 민원율에 대한 개선방안	73
4. 디지털TV 보급률에 대한 개선방안	73
5. 디지털 전환 인지율에 대한 개선방안	75
6. 디지털커버리지 및 수신환경 개선 방안	75
7. 디지털 제작·송출 시설에 대한 개선방안	76
8. 유료방송의 디지털전환에 대한 개선방안	77

제 1 부

디지털방송 전환 정책 자료집

디지털전환 정책 목표와 추진체계

I. 디지털전환의 정책 목표와 추진 과제

1. 디지털전환의 정책 목표

□ 법적 근거

- 디지털전환특별법은 지상파의 디지털전환과 디지털방송 활성화를 통해 다음 두가지의 목표를 달성하는 것을 목표로 하고 있음.
 - 첫째, 시청자의 권익향상
 - 둘째, 국민경제의 발전에 이바지

디지털전환특별법 제1조 : 지상파방송사업자가 제공하는 텔레비전방송의 디지털 전환과 디지털방송의 활성화를 촉진하여 시청자의 권익 향상과 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 한다.

- 디지털전환사업 및 정책은 이러한 최종 목표를 충분히 염두에 두고 사업을 추진할 필요가 있으며, 이는 또한 추후 사업성과 판단의 중요한 기준이 되어야 함.

2. 세부 정책 및 추진 현황

□ 세부 사업 추진 목표

- 국내 디지털전환사업은 2008년 디지털전환특별법이 제정된 이후 본격화되었으며, 2010년 4월 8일 최종적인 전환 일정이 확정되면서 사업에 더욱 박차를 가하고 있음.

디지털 전환 주요 추진 경과 및 향후 일정

시기	내 용
2008.3	지상파텔레비전 방송의 디지털전환과 디지털방송의 활성화에 관한 특별법 제정·공포
2009. 6. 11	디지털 추진 전략 발표(방송통신위원회) - 대국민 인식 확산(2009년) - 아날로그 TV 방송 시험 종료(2010년)

시기	내 용
	- 디지털 전환 실행 본격화(2011년~2012년) - 후속 조치(2013년)
2009. 9. 2	디지털 전환 시범사업 정책방안 의결
2009. 9. 3	디지털 전환 시범사업 대상지역 발표
2009. 12	디지털 전환 시범사업 정책방안에 따른 디지털 전환 시범사업 시행계획 발표
2010. 4. 8	아날로그 TV 방송 종료 일시 확정
2010. 9. 1	울진 아날로그 TV 방송 종료(오후 2시)
2010. 10. 6	강진 아날로그 TV 방송 종료(오후 2시)
2010. 11. 3	단양 아날로그 TV 방송 종료(오후 2시)
2011. 6. 29	제주 아날로그 TV 방송 종료(오후 2시)
2012. 12. 31	2012년 12월 31일 오전 4시 전국 아날로그 방송 종료

출처: 정인숙 (2011). 국내 지상파 디지털 전환 정책의 추진 현황과 과제. 《Digital Media Trend》, 2011년 8월호.

- 2010년 울진, 강진, 단양의 시범사업과 2011년 제주도의 시범사업을 종료한 이후, 이제 2012년 12월 31일 04시 전국의 디지털전환 완료를 남겨두고 있는 상황임.
- 정부의 추진 목표도 특별법에 명시된 일자에 전국전환을 무사히 종료하는 것에 실질적 목표를 두고 있음.

디지털방송 전환 추진 목표

<p>1. 추진 목표 : 2012년 12월 31일 04시 디지털전환 완료</p> <p>◆ 대국민 인식 확산(' 09) → 시범 실행(' 10) → 실행 본격화 및 점검(' 11~' 12) → 후속 조치(' 13) 등 총 4단계로 구분하여 추진</p> <p>◆ 각 단계별로 보급률 등 주요 지표에 대한 목표를 명확히 설정하고, 이를 달성하기 위한 중점과제를 정하여 체계적으로 추진</p>

출처: 방송통신위원회(2010). 2011년도 아날로그 TV방송의 디지털전환 추진계획.

디지털방송 전환 추진 방향



출처: 방송통신위원회(2010). 2011년도 아날로그 TV방송의 디지털전환 추진계획.

□ 2011년 사업목표 및 추진 과제

- 정부는 전국 전환 1년을 앞둔 2011년에 인지율 90%, 보급률 80%, 커버리지 94%를 목표로 지역, 경제여건 등에 상관없이 모든 국민이 디지털TV를 시청할 수 있는 환경을 조성하고, 범 국가적 지원체계를 마련한다는 계획을 수립함.
- 전략적 측면에서는 그동안 공급자 중심의 디지털전환사업을 추진해온 측면을 보완하기 위해 홍보, 수신환경 개선, 취약계층 지원 등을 강화하여 시청자중심의 디지털전환을 중점 추진할 계획을 수립함.

2011년 핵심 추진 과제

핵심 과제	세부 중점 추진 과제
제1과제 : 시청자 측면 강화	① 대국민 홍보강화 ② 디지털TV 등 디지털방송 수신기기 보급 확대 ③ 저소득층, 장애인 등 취약계층 지원 ④ 디지털방송 전환 지원센터 설치 및 확대 ⑤ 디지털방송 수신환경 개선
제2과제 : 공급자 측면 보완	① 지상파방송사의 디지털전환 ② 유료방송사의 디지털전환 ③ 시범사업 추진
제3과제 : 공공기관 협력 강화	① 정부부처 및 공공기관간 연계 강화 ② 대국민 홍보 협조 ③ 디지털방송전환 지원센터 구축 협조

출처: 방송통신위원회(2010). 2011년도 아날로그 TV방송의 디지털전환 추진계획.

□ 재원 확보 및 집행 내역

- 정부는 4개 지역에서 실시된 시범사업을 위해 총 사업비 99억3천5백만원을 집행한 상태임 (표 참고).

2010년도 시범사업 4개 지역 비목별 예산 집행 내역

(단위 : 백만원)

구분		울진	강진	단양	제주	RAPA (공통)	합계	
디지털방송 송수신 환경정비	송신환경 개선지원	디지털중계망 구축 지원	588.8	968.0	828.0	-	509.1	2,893.9
		채널별 컨버터 지원	-	-	21.0	44.4	59.4	124.8
		자막발생기 지원	28.6	57.2	22.9	91.0	65.9	265.6
		소계	617.4	1,025.2	871.9	135.4	634.4	3,284.3
	수신환경 개선지원	디지털 컨버터 지원	106.0	106.0	40.0	851.1	280.1	1,383.2
		DTV구매 보조 지원	2.0	2.0	1.0	42.7	75.2	122.9
		공동수신설비 개선 지원	12.0	12.0	3.0	273.0	-	300.0

구분		울진	강진	단양	제주	RAPA (공통)	합계
	안테나 개보수 지원	10.0	10.0	-	150.0	106.0	276.0
	소계	130.0	130.0	44.0	1,316.8	461.3	2,082.1
	합계	747.4	1,155.2	915.9	1,452.2	1,095.7	5,366.4
디지털 전환 안내 및 상담	시청자지원센터 구축 및 운영	174.3	199.1	193.9	210.0	155.4	932.6
	디지털전환도우미 채용 및 운영	181.5	163.4	127.1	154.4	117.4	743.7
	추진협의회 구성 및 운영	46.4	46.4	46.4	46.4	37.9	223.7
	합계	402.2	408.9	367.3	410.9	310.6	1,899.9
시범사업결과분석및평가		90.0	90.0	90.0	18.7	30.0	318.7
총계		1,239.6	1,654.1	1,373.2	1,881.8	1,436.3	7,585.0

출처: 방송통신위원회 자료

<표 3> 2011년도 시범사업 4개 지역 비목별 예산 집행 내역

(단위 : 백만원)

구 분		제주	RAPA(공통)	합계
디지털방송 송수신 환경정비	디지털 컨버터 지원	542.4	299.4	841.8
	DTV구매보조 지원	45.0	18.4	63.4
	공동수신설비 개선 지원	26.7	-	26.7
	안테나 개보수 지원	638.8	70.0	708.8
	합계	1,252.9	387.9	1,640.7
디지털전환 안내 및 상담	시청자지원센터 구축 및 운영	185.5	83.4	269.0
	디지털전환 도우미 채용 및 운영	240.3	-	240.3
	합계	425.9	83.4	509.3
시범사업결과 분석 및 평가		170.0	30.0	200.0
총계		1,848.7	501.3	2,350.0

출처: 방송통신위원회 자료

- 2012년말 전국 전환을 위한 예산(안)은 지금까지 집행한 예산의 약10배인 1,028억을 계획하고 있는 상황임 (표 참고).

전국 전환 예산 계획

(단위 : 백만원)

구 분	2011예산액	2012예산(안)
○ 기능별분류(합계)	16,162	102,845
· 저소득층 컨버터, DTV보급 및 안테나 설치 지원	13,794	39,475
· 직접수신 서민가구 컨버터 및 안테나 지원	-	-
· 디지털방송 지원센터 및 콜센터 구축	2,368	23,530
· 기초 시.군.구 및 읍.면.동 대규모 현장민원 인력 운영	-	18,690
· 기술적 취약계층(노안장애인지원)	-	21,150

출처: 방송통신위원회 자료

- 전국전환예산안의 내용을 보면, 저소득층 컨버터, DTV보급 및 안테나 설치 지원과 디지털방송 지원센터 및 콜센터 구축 예산이 대폭 증가하였음. 또한 기초 시.군.구 및 읍.면.동 대규모 현장민원 인력 운영 예산과 기술적 취약계층(노인·장애인지원)에 대한 지원 예산을 신설하였음. 그러나 직접수신 서민가구 컨버터 및 안테나 지원 예산은 전혀 책정되어 있지 않은 상황임.

3. 디지털전환 추진체계 현황

□ 법적 근거

- 디지털전환을 추진하기 위한 정부의 핵심 주체는 방송통신위원회이며, 관계 관계 중앙행정기관의 관련 계획과 시책을 종합하여 기본 계획을 수립 하도록 되어 있음.
- 디지털전환 및 디지털방송 활성화 기본계획을 심의하기 위하여 '디지털방송활성화추진위원회'를 설치함.

제3조 (디지털방송 전환 및 활성화 기본계획) ① 방송통신위원회는 지상파 텔레비전방송의 효율적 디지털 전환 및 디지털방송의 활성화를 촉진하기 위하여 3년마다 문화체육관광부 등 대통령령으로 정하는 관계 중앙행정기관의 관련 계획과 시책 등을 종합하여 지상파방송의 디지털 전환 및 디지털방송 활성화 기본계획(이하 "기본계획"이라 한다)을 세우며 제4조에 따른 디지털방송활성화추진위원회의 심의를 거쳐 이를 확정한다.

제4조 (디지털방송활성화추진위원회) ① 지상파 텔레비전방송의 효율적 디지털 전환 및 디지털방송의 활성화에 관한 사항을 심의하기 위하여 방송통신위원회에 디지털방송활성화추진위원회(이하 "추진위원회"라 한다)를 둔다

제15조 (자료 제출의 요청 등) ① 방송통신위원회는 기본계획 및 제3조제4항에 따른 시행계획을 수립하기 위하여 필요하다고 인정되면 방송통신위원회가 정하여 고시하는 디지털방송과 관련된 기관, 단체 및 사업자에 대하여 필요한 자료나 의견 등을 제출하도록 요청할 수 있다.

□ 관련 기관 협조 사항

- 디지털전환을 추진하기 위하여 관계 중앙행정기관들이 협조해야 할 사항은 다음과 같음.

기 관	중점 협조사항
기획재정부	<ul style="list-style-type: none"> • '12년도 디지털전환 지원 예산요구액 반영 • '12년도 생활복지시설의 DTV보급 지원에 복권기금 사용
행정안전부 (지방자치단체)	<ul style="list-style-type: none"> • 반상회, 지자체를 통한 디지털방송 전환 업무 홍보 • 지역별 지원센터 운영을 위한 공간, 인력 지원 (현재 의견수렴중) • 정부지원대상 TV시청실태조사 적극 협조('11. 3.~ 6. 실시중) • 정부지원대상 지원신청접수 협조(민원24, 주민센터) • 마을회관, 경로당 등 마을 공동이용시설에 DTV 보급 • 청각장애인을 위한 콜센터 이용 협조
문화체육관광부	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털방송 전환 대국민 홍보 지원 (전광판, 국정홍보자료 등)
지식경제부	<ul style="list-style-type: none"> • 집배원을 통한 디지털전환 홍보 및 실태조사 • 서민층 에너지 저소비·고효율 제품지원 사업에 DTV 우선 지원
보건복지부	<ul style="list-style-type: none"> • 노인·장애인 기술지원을 위한 명단 협조 • 건강보험 경감대상자 확인 협조 • 부랑자 시설에 대한 DTV 보급 • 청각장애인을 위한 콜센터 이용 협조
국토해양부	<ul style="list-style-type: none"> • 공동주택의 TV수신설비 개선 • 19세대 이하 연립·다세대주택에 TV공시청설비 의무
교육과학기술부	<ul style="list-style-type: none"> • 초중고를 통한 디지털 전환 홍보, 대학생 자원봉사 협조 • 초중고의 TV수신설비 점검(EBS와 공동)
국가보훈처	<ul style="list-style-type: none"> • 국가 유공자 디지털 전환 홍보
지상파방송사	<ul style="list-style-type: none"> • 난시청 해소 및 기술지원을 위한 민원 응대 체계 구축 • 아날로그방송 가상 종료 실시, 취약계층 지원 신청 접수 자막방송 등
유료방송사	<ul style="list-style-type: none"> • 공동시설 및 취약계층 중 유료방송가입자 디지털 전환 지원 • 민원응대 체계 구축 및 기술지원
산업계	<ul style="list-style-type: none"> • 사회공헌 활동을 통한 취약계층 지원 및 기술지원 실시 • 저렴한 취약계층 전용 및 보급형 TV 공급, 디지털방송 전환 홍보
소비자단체	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자 대상으로 디지털 전환 홍보

※ 기타 다문화센터(여성가족부), 탈북자지원센터(통일부) 등에 대한 디지털전환 홍보 및 DTV보급 지원 등 필요한 조치 협조

4. 소결

- 디지털전환특별법 제정 이후 전환사업은 대체로 계획대로 추진되고 있으며, 2010년과 2011년에 걸쳐 4개 지역의 시범사업을 완료하고 2012년 12월 31일 전국전환을 남겨놓은 상태임.
- 2012년말 전국 전환까지 1년여의 시간이 남아 있으나 전국민을 대상으로 하는 사업인만큼 시간이 충분하다고는 할 수 없는 상황임.
- 4개 지역의 시범사업에 약100억의 예산이 투입되었으며, 전국 전환의 경우 사업의 규모와 일시 종료라는 어려움을 감안할 때 충분한 예산 확보가 선행될 필요가 있음.
- 시범사업을 통해 나타난 문제점들을 중심으로 개선방안을 적극적으로 모색해야 함.
- 또한 디지털전환 사업은 사업의 대상자인 일반 국민들과 방송사업자의 자발적 협조를 유도하는 일이 매우 중요하지만, 전국전환의 성공적 수행을 위해서는 방송통신위원회를 중심으로 정부부처 및 공공기관간의 협력체계를 한층 강화할 필요가 있음.
- 이 보고서에서는 전국 전환을 위해 반드시 검토하고 개선해야 할 정책이슈를 시청자 측면과 사업자 측면으로 나누어 다음 8가지 이슈를 중심으로 문제점을 검토하고 개선방안을 제시함.

시청자 측면의 점검 사항	사업자 측면의 점검 사항
<ul style="list-style-type: none"> - 미전환율 문제 - 민원을 문제 - 디지털TV 보급률 문제 - 디지털 전환 인지율 문제 - 취약계층 지원 문제 	<ul style="list-style-type: none"> - 수신환경 개선 문제 - 디지털 제작.송출.편성 준비 문제 - 유료방송사업자 준비 문제

제 2부

디지털방송 전환 정책 자료집

시청자 측면의 점검 사항

II. 디지털전환 미전환율 현황과 문제점

1. 시범사업지역에서의 디지털전환 미전환율 현황과 문제점

□ 미전환율 현황

- 정부가 추진하고 있는 디지털전환 사업의 이상적 목표는 2012년 12월 31일 새벽4시 아날로그 방송이 종료되었을 때 TV를 보지 못하는 가구 즉 미전환율이 최소에 이르도록 하는 것임.
- 2010년과 2011년 4개 시범사업 지역에서 발생한 미전환율은 해당지역 총세대의 0.83% - 1.0%로 나타남(표 참고).

4개 시범사업 지역 미전환율 현황 (전체세대 기준)

구 분	울 진	강 진	단 양	제 주	비 고
총세대수	23,109	18,414	14,706	217,711	
정부지원 세대	5.2% (1,213)	6.9% (1,271)	1.2% (534)	9.9% (21,657)	
종료일 이후 미전환율	1.0% (238 세대)	1.1% (211 세대)	1.2% (181 세대)	0.83% (1,797 세대)	울진, 강진, 단양 : 종료일 이후 '10.12.31기준 제주 : 종료일 이후 '11.7.31기준

※ 미전환율 = 종료 후 디지털 컨버터 보급세대수 ÷ 총세대수

※ 출처 : 방송통신위원회 자료

- 한편, 종료일 전후 3일간 직접수신가구 대비 미전환율을 집계해보면 그 수치는 2.0% - 5.9%를 기록하고 있으며, 최초의 대도시 시범사업지역이자 가장 최근의 시범사업지역인 제주에서는 미전환율이 증가하여 직접수신세대의 5.3%를 기록함 (표 참고).

4개 시범사업 지역 미전환율 현황 (직접수신세대 기준)

	울진	강진	단양	제주	비고
전체 가구	23,109 세대	18,414 세대	14,706 세대	217,711 세대	
직접 수신 세대*	1,213 세대 (5.2%)	1,271 세대 (6.9%)	534세대 (3.6%)	21,657세대 (9.9%)	
미전환율	5.9% (72건/1,213) 전일: 15건 당일: 20건 익일: 37건	2.0% (25건/1,271) 전일: 3건 당일: 10건 익일: 12건	2.2% (12건/534) 전일: 2건 당일: 6건 익일: 4건	5.3% (1,158건/21,657) 전일: 64건 당일: 72건 익일: 158건 설치지연건: 864건	-종료일 전후 3일간

※ 미전환율 = 종료일 전후 3일간 디지털 컨버터 미보급세대수 ÷ 직접수신세대수

※ 출처: 정인숙 (2011). 국내 지상파 디지털 전환 정책의 추진 현황과 과제. < Digital Media Trend>, 2011년 8월호.

□ 문제점

- 시범사업 지역에서의 미전환율이 갈수록 낮아져야 함에도 불구하고 감소추세를 보이고 있지 않으며, 특히 대도시 지역인 제주지역에서는 직접수신가구 대비 미전환율이 오히려 증가한 것은 심각한 문제라고 할 수 있음.
- 이는 국민들이 종료일 임박해서야 준비를 서두르는 막판 러시(Last Rush)의 가능성에 대해 충분히 대처하지 못한 측면이 있음(정인숙, 2011).
- 또한, 직접수신세대에 대한 조사 결과가 부정확하여 제대로 된 지원이 이루어지지 않은 측면도 있음(정인숙, 2011).

2. 전국 전환시 예상되는 미전환율

- 제주 시범사업의 경우를 참고하였을 때, 전국 디지털 전환시에는 일반가구를 지원하였을 경우 최소 1%(17만 가구) 이상 미전환율이 발생할 것으로 예상되며, 일반가구의 지원이 없고 자발적 디지털 전환을 하지 않을 경우를 가정하면 디지털 미전환가구는 5.9%(약 100만 가구) 발생이 예상되고 있음.

3. 소결

- 시범사업 지역에서는 직접수신세대 전체 가구를 대상으로 컨버터를 지원하고, 한정된 지역을 대상으로 대대적인 홍보활동을 전개하였기 때문에 전국전환의 미전환율은 시범사업지역의 미전환율보다 높게 나타날 것임.
- 시범사업 4개 지역에서 아날로그 종료일 이후 수개월간 미전환율이 전체 가구 대비 1% 내외로 나타났으며, 종료일 전후 3일간의 미전환율은 이보다 훨씬 높은 수치를 기록함.
- 전국 전환에서는 전체 가구수 (1700만세대) 대비 최소 1%(17만세대) 최대 5.9%(100만세대)의 미전환가구가 발생할 것으로 예상되고 있음.
- 디지털전환사업은 정확한 일시를 정해놓고 추진하는 사업이며, 아날로그 전국 종료일에 미전환가구 비율이 높으면 높을수록 대규모 민원이 발생 가능성이 높아지기 때문에 미전환율을 최대한 낮출 수 있는 방안을 적극적으로 강구할 필요가 있음.
- 특히 종료일 전후 3일간의 미전환율은 사업의 성패를 좌우하는 매우 중요한 지표이므로 이에 대한 대책이 마련되어야 함.
- 또한 정부가 디지털전환 지원정책의 목표대상자를 직접수신세대 구제에 두고 있는 만큼 전국전환에 앞서 직접수신세대에 대한 정확한 규모 파악을 통해 미전환율을 낮출 수 있는 방안을 모색할 필요가 있음.

Ⅲ. 디지털전환 민원율 현황과 문제점

1. 디지털전환 민원율 현황과 문제점

□ 민원율 현황

- 아날로그 TV를 종료하는 과정에서 주민들로부터 다양한 형태의 민원이 발생하게 됨.
- 4개 시범사업지역에서 종료일 이후 한달간 민원율이 전체 가구의 2.5% - 5.4%까지 발생하였음 (표 참고).
- 특히 가장 최근에 실시한 제주 지역의 민원율은 한달간 5.4%(11,790건)로 다른 시범사업 지역에 비해 훨씬 높게 나타남.
 - 일본의 경우 직접수신세대 3천 가구를 대상으로 한 스즈시의 2차 시범 사업에서 민원발생이 총 49건에 불과하였음.

4개 시범사업 지역 민원율 현황 (전체 세대 기준)

구 분	울 진	강 진	단 양	제 주	비 고
총세대수	23,109	18,414	14,706	217,711	
정부지원세대	5.2% (1,213)	6.9% (1,271)	1.2% (534)	9.9% (21,657)	
민원율	0.27% (63건)	0.16% (29건)	0.22% (32건)	0.69% (1,507건)	종료일
	0.6% (138건)	0.36% (67건)	0.43% (63건)	1.06% (2,318건)	종료일~익일
	2.8% (655건)	3.2% (588건)	2.5% (367건)	5.4% (11,790건)	종료일~한달간

※ 민원율 = 콜센터 문의 및 민원전화 건수 ÷ 총세대수

※ 자료 : 방송통신위원회 제공

- 4개 시범사업지역에서 종료일 이후 한달간 민원율을 토대로 예측해볼 때 2012년 12월 31일 이후 전국의 민원율은 전체 세대의 2.5% (42.5만 세대) - 5.4% (91.8만세대)로 예상됨.

□ 민원유형 및 처리 현황

- 4개 시범사업지역에서 접수된 민원을 유형별로 살펴보면 기술지원과 관련된 방문 요청이 평균 80.4%로 민원의 대다수를 차지하고 있는 것으로 나타남.
- 민원의 대다수가 기술지원과 관련된 내용이라는 사실은 종료일 이후 한달간 전체 국민의 2.5% (42.5만 세대) - 5.4% (91.8만세대)에 달하는 세대의 80%에서 기술지원과 관련된 방문을 필요로 하고 있음을 의미함.

4개 시범사업 지역의 민원유형별 건수 및 민원유형별 처리 현황

민원유형	울진		강진		단양		제주		총계		
	건수	비율 (%)	건수	비율 (%)	건수	비율 (%)	건수	비율 (%)	건수	비율 (%)	
기술지원 방문요청	1,485	80.8	1,732	82.6	444	78.6	492	79.4	4,153	81.9	
문의사항	배송현황 등 진행사항 문의	177	9.8	280	13.5	75	12.7	64	9.9	596	11.7
	컨버터 신청서 요청	70	3.9	30	1.5	26	5.2	3	0.7	129	2.5
	정부지원내용 문의	28	1.6	8	0.4	5	1.0	4	0.7	45	0.9
	정부지원 불만 및 건의	13	0.7	9	0.4	2	0.4	3	0.7	27	0.5
	기타	57	3.2	33	1.6	11	2.0	22	7.8	123	2.4
소계	1,830	100	2,092	100	563	100	588	100	588	100	

※ 출처 : 방송통신위원회 자료

- 또한 제주의 정부지원세대 대상 설문조사결과에서는 디지털 컨버터 설치 후에도 가시청 채널수의 감소 및 수신상태가 악화되는 현상이 나타났다고 응답한 세대수가 약 1.8%로 나타남.
- 전국 전환에서도 이러한 문제점이 재현될 가능성이 높다는 점을 감안할 때 기술적 지원과 관련된 민원을 감소시키기 위한 특단의 조치가 있어야 할 것임.

2. 소결

- 국내 시범사업에서 나타난 민원율의 수치는 종료일 이후 한달간 전체 세대의 2.5% - 5.4%에 이를 만큼 높은 비율을 보이고 있음.

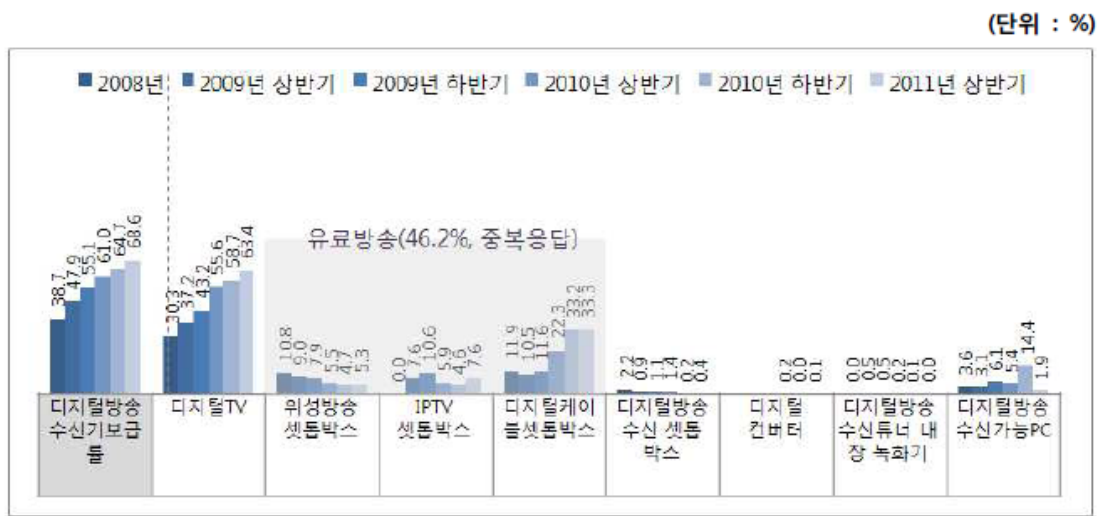
- 전국 전환시에도 동일한 비율의 민원율이 발생한다면 2012년 12월 31일 이후 전국적으로 42.5만 세대 - 91.8만세대의 민원이 발생할 것으로 예상된다.
- 종료일 직후 한달간 민원율이 계속 증가하였으며, 대도시의 민원율이 농촌 지역의 두배에 이르고 있는 상황이라는 것은 민원율에 대한 보다 적극적인 대응이 필요하다는 것을 보여줌.
- 뿐만 아니라 민원율의 대다수가 기술적 문제를 해결하기 위한 방문 요청 민원이라는 점을 고려할 때 이에 대한 예산과 인력을 충분히 감안하여 대처할 필요가 있음.

IV. 디지털방송 수신기 보급률 현황 및 문제점

1. 디지털방송 수신기 보급률 현황 및 문제점

- 2011년 상반기 조사 결과, 디지털 방송 수신기 (디지털TV, 유료방송 셋톱박스, 디지털 컨버터 등)의 총 보급률은 68.6%로, 2008년 이후 꾸준히 상승하고 있는 상황임.

디지털 방송 수신기 보급률



BASE : 전체 응답가구 (08년 N=3,000 / 09년, 10년, 11년 N=5,000)

*디지털 컨버터는 2010년 상반기 조사부터 추가됨

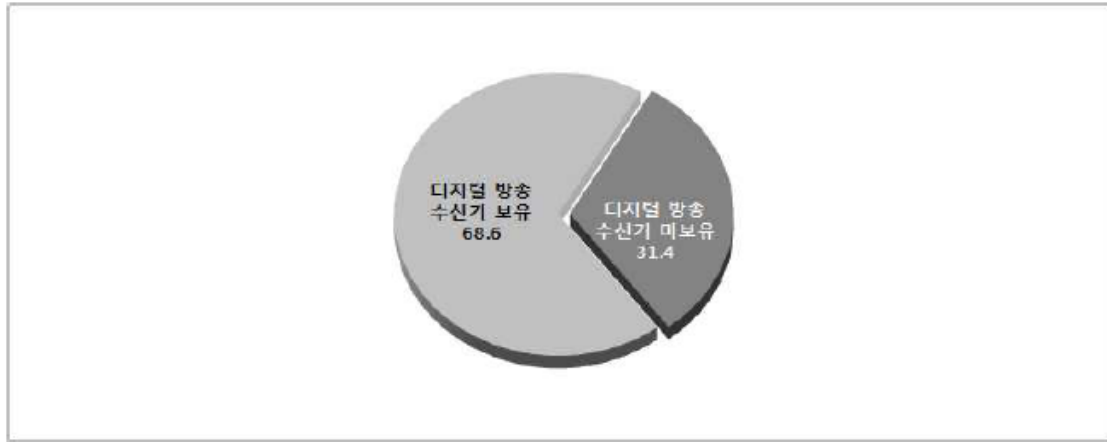
BASE : 전체 응답가구 (08년 N=3,000 / 09년, 10년, 11년 N=5,000)

*디지털 컨버터는 2010년 상반기 조사부터 추가됨

출처: 방송통신위원회(2011). 디지털 전환 인지율 및 디지털방송 수신기 보급률 조사 - 2011년 상반기.

- 그러나 2011년 상반기 현재 디지털방송 수신기를 보유하지 않은 미보유 가구가 전체의 31.4%로서, 이는 '10년 하반기 조사(35.3%)보다 3.9% 낮은 수치이기는 하나 여전히 전반적인 디지털방송 수신기 보급률이 저조한 편임.

(단위: %)



BASE: 전체가구 (N=5,000)

출처: 방송통신위원회(2011). 디지털 전환 인지도 및 디지털방송 수신기 보급률 조사 - 2011년 상반기.

2. 보급형 디지털TV 보급률 현황 및 문제점

□ 보급형 DTV 보급 현황

- 디지털TV 수상기의 보급률을 확대하기 위해 저렴한 가격의 보급형 DTV를 생산·보급하였으나 이에 대한 국민 호응률은 4개 시범사업지역을 모두 합쳐 384건에 그칠 만큼 매우 낮은 것으로 나타남.

<표 IV-1> 시범사업 지역에서의 보급형 DTV 신청 및 지원 현황

구분 \ 시범지역별	전체	울진	강진	단양	제주
DTV 구매보조 신청 및 지원 (단위 :대)	384	28	21	8	327

□ 보급형 DTV에 대한 홍보방법

- 보급형 DTV의 보급률을 높이기 위해 다양한 홍보활동을 전개하였음에도 불구하고 보급률이 낮게 나타남.

① 디지털방송 수신기기 종합사이트('디지털 마당') 개설('11.6.15)

- 종합사이트(www.digitaltv.or.kr)에서는 디지털TV, 디지털컨버터, 안테나 등 수신기기에 대한 종합적인 안내 및 직접 구매 등 대국민 접근 편의성 제공 및 인터넷 사기피해 예방 등 안전망 기능 역할
- ② 포털 '네이버'에 '키워드 검색 광고' 및 주요 포털사이트(네이버, 다음, 야후, 파란, 네이트 등)에 검색 및 바로가기 등록을 통한 홍보('11.7월~)
 - ※ 연관검색어 : 디지털전환, 보급형 DTV, 디지털TV, 보급형디지털 TV, 디지털컨버터 등
- ③ 보급형 DTV, 디지털컨버터, 안테나 등 디지털방송 수신기기 안내용 팜플렛 제작·배포를 통한 홍보
 - '11. 8월 : 1만부 배포(면대면 체험차량 8천부, 지원센터 4개소 2천부)
 - '11. 9월이후 : 8만부 추가 인쇄 및 배포(주민센터, 공공기관 등) 예정
- ④ 주요 공공기관에 협조 요청을 통한 홍보 추진
 - 보급형 DTV 선정 및 '디지털마당' 개설 내용을 공문발송 홍보(635개 기관)
 - 공공기관 홈페이지와 '수신기기 종합사이트'간 배너 연계 홍보
 - 보급형 DTV에 대한 조달청 조달등록을 통해 공공기관에 홍보
 - 기타 보도 자료 배포(6.15일), 매일 반상회보 게재 등 활용 홍보
- ⑤ 전광판 광고 송출('11.9월)을 통한 보급형DTV 안내 및 구매정보 등 홍보
- ⑥ 기타 보급형DTV 사업자의 자발적 판촉 활동 및 홍보 추진
- 보급형 DTV의 구매는 온라인매장이나 일부 제조사의 오프라인 매장을 통해 구입이 가능한 상황이며, 저소득층의 경우 거주지 주민센터나 디지털지원센터에서 구입이 가능한 상황임.

① 구매 방법

- (일반 국민) '수신기기 종합사이트'(디지털 마당)나, 온라인 매장인 옥션, G마켓, 11번가 등에서도 구매가 가능, 그 외 일부 제조사의 오프라인 판매점을 통해 구매가 가능함
- (정부지원대상) 기초생활수급자 등 저소득층은 거주지 주민센터(읍·면·동) 또는 디지털전환 지원센터를 직접 방문하거나, 인터넷(민원24시), FAX 등을 통해 '정부지원 신청서'에 DTV구매보조를 선택하여 접수한 후 본인부담금(정부지원 보조금 10만원 제외)을 지정은행 등에 납부함으로써 보급형 DTV는 물론 저소득층 지원 전용DTV구매가 가능

② 판매 장소

- (온라인 매장)으로는 디지털 마당(www.digitaltv.or.kr), 옥션(www.aucton.co.kr), G마켓(www.gmarket.co.kr), 11번가(www.11st.co.kr) 등이 있으며
- (오프라인 매장)은 보급형 DTV 제조사가 모두 중소기업인 까닭에 자체 판매점이 거의 없는 실정이며, 현재 (주)대우디스플레이사만 전국 52개 대리점 및 120개 소형 가전판매점과 제휴 판매가 가능하고, 그 외 업체들은 유통매장을 통한 판매 또는 오프라인 대리점 개설 등을 추진 중에 있음.

□ 문제점

- 보급형 DTV의 보급률이 낮은 것은 다음과 같은 세가지 가정이 가능함.

첫째, 보급형 DTV가 가격은 낮으나 가격 대비 효율성이 낮을 가능성.

둘째, 보급형 DTV의 유용성이 높음에도 불구하고 국민들이 실질적인 효용 가치를 제대로 인식하지 못하고 있을 가능성.

셋째, 보급형 DTV의 유용성이 높음에도 불구하고 구매방법이나 구매 장소에 대한 접근이 용이하지 않을 가능성.

- 보급형 DTV가 가격은 낮으나 가격 대비 효용성이 낮은 경우라면 보급형 DTV에 대한 무조건적 홍보보다는 보급형 DTV의 소비자 효용성을 높이는 방안을 강구해야 함.
- 보급형 DTV의 유용성이 높음에도 불구하고 국민들이 실질적인 효용가치를 제대로 인식하지 못하고 있을 경우라면 홍보의 효율성을 높이거나, 구매방법, 구매장소 등에서 소비자 편의성을 높일 수 있는 방안을 강구해야 할 것임.

3. 셋탑박스(디지털 컨버터) 보급률 현황 및 문제점

□ 셋탑박스(디지털 컨버터) 보급률 현황

- '11년도 7월부터 수도권에 아날로그 TV방송 직접수신 취약계층가구를 대상으로 디지털컨버터를 보급중이며, '12년도부터 전국으로 확대 추진할 계획임.
- 2011년 8월 현재 약 2만대의 셋탑박스가 보급된 상황이며, 서울, 경기, 인천 지역의 일반가구 보급 건수는 확인되고 있지 않음.

셋탑박스(디지털 컨버터) 보급 현황 및 계획

구 분	디지털 컨버터 보급		계	DTV 구매 보조지원 건수	합계
	저소득가구	일반가구			
울진	352	833	1,185	28	1,213
강진	728	522	1,250	21	1,271
단양	186	340	526	8	534
제주	3,009	11,535	14,544	327	14,871
서울	1,869	-	1,869	7,951	9,820
경기	780	-	780	1,982	2,762
인천	157	-	157	403	560
합계	7,081	13,230	20,311	10,720	31,031

※ 울진,강진,단양 : '11. 12. 31기준, 제주 : '11. 7.31 기준, 서울,인천,경기 '11.8.23기준

- 셋탑박스(디지털 컨버터)의 자가 설치 비율이 농촌지역은 8%, 도시지역은 47%을 보이고 있는 상황임.

셋탑박스(디지털 컨버터) 자가 설치 비율

구 분	컨버터 지원세대	자가설치세대	자가설치비율
울진/강진/단양	2,961	238	8%
제주	14,544	6,878	47%

□ 문제점

- 서울, 경기, 인천 등 대도시 수도권 지역에서 일반가구의 디지털 컨버터 보급 수치가 없기 때문에 전국 전환에서 이들 지역의 주민들이 어떻게 셋탑박스를 준비하거나 할 예정인가에 대한 문제점을 파악하기가 어려움.
- 이는 셋탑박스(디지털 컨버터) 판매를 디지털방송 수신기기 종합사이트(‘디지털 마당’)나 인터넷 쇼핑몰에서만 판매한다는 사실에 대해 일반인의 인지도가 낮고, 구입의 용이성이 낮기 때문이라고 할 수 있음.
- 이런 상황에서는 전환 종료일을 전후로 셋탑박스 구매가 어려워질 수 있으며, 일본의 사례와 같이 셋탑박스 공급 부족이나 가격상승, 사기 등이 발생할 가능성도 있음.
 - 일본은 종료 이후에도 오카야마 현 내의 전자 제품 매장에서 여전히 셋탑박스를 구하기 어려운 상황이 나타났고 행정당국에 시청자의 민원이 끊이지 않음(아사히신문, 2011.7.28). 도쿄도내의 여러 가전제품점에서도 물건을 들여오면 매진이 되는 상황이 계속 발생하였으며, 셋탑박스의 공급 부족으로 인한 가격상승과 사기 등이 발생하였음(정인숙, 2011)
- 또한 셋탑박스(디지털 컨버터)의 자가 설치 비율이 50%에도 미치지 못하고 있는 상황이기 때문에 전국 전환에서 일반 가구의 디지털 컨버터 보급만으로는 완전한 전환이 어려울 수 있음.

4. 소결

- 2011년 상반기 조사 결과, 디지털 방송 수신기 (디지털TV, 유료방송 셋톱박스, 디지털 컨버터 등)의 총 보급률은 68.6%로, 2008년 이후 꾸준히 상승하고 있는 상황이나 2011년 상반기 현재 디지털방송 수신기를 보유하지 않은 미보유 가구가 전체의 31.4%로서, 전반적인 디지털방송 수신기 보급률이 저조한 편임.
- 디지털TV 수상기의 보급률을 확대하기 위해 저렴한 가격의 보급형 DTV를 생산·보급하였으나 이에 대한 국민 호응률은 4개 시범사업지역을 모두 합쳐 384건에 그칠 만큼 매우 낮은 편이며, 보급형 DTV가 가격은 낮으나 가격 대비 효용성이 낮은 경우라면 보급형 DTV에 대한 무조건적 홍보보다는 보급형 DTV의 소비자 효용성을 높이는 방안을 강구해야 함.
- '11년도 7월부터 수도권 아날로그 TV방송 직접수신 취약계층가구를 대상으로 디지털컨버터를 보급중이며, 2011년 8월 현재 약 2만대의 셋탑박스가 보급된 상황이며, 서울, 경기, 인천 지역의 일반가구 보급 건수는 확인되고 있지 않음.
- 서울, 경기, 인천 등 대도시 수도권 지역에서 일반가구의 디지털 컨버터 보급 수치가 없기 때문에 전국 전환에서 이들 지역의 주민들이 어떻게 셋탑박스를 준비하거나 할 예정인가에 대한 문제점을 파악하기가 어려움.
- 전국전환은 대도시 지역과 일반가구를 포함하고 있기 때문에 이에 대한 셋탑박스(디지털 컨버터)의 보급률을 높일 수 있는 방안을 적극적으로 강구할 필요가 있음.
- 셋탑박스(디지털 컨버터) 판매를 디지털방송 수신기기 종합사이트('디지털 마당')나 인터넷 쇼핑몰에서만 판매하게 되면 일반인이 쉽게 인지하고 구입하기가 어려우므로 개선방안을 모색할 필요가 있음.
- 시범사업 지역에서는 셋탑박스(디지털 컨버터)의 자가 설치 비율이 50%에도 미치지 못하고 있는 상황이기 때문에 전국 전환에서 일반 가구의 자가설치율을 높일 수 있는 지원방안을 적극적으로 강구해야 함.

V. 디지털 전환 인지율 현황 및 문제점

1. 디지털전환 인지율 제고의 의미

- 디지털전환에 대한 국민들의 인지율은 수상기 보급률과 전환율을 높일 수 있는 가장 중요한 선행변수임.
- 디지털전환은 국가가 주도하면서 전국민의 협조를 구해야 하는 국책사업 만큼 정부는 디지털전환 정책에 대해 정확한 정보를 제공하고 국민들이 충분한 이해도를 가질 수 있도록 해야 함.
- 디지털전환에 대한 인지율이 높을수록 자발적 전환을 유도할 수 있으며, 디지털전환 비용을 감소시키는 부수적 효과도 기대할 수 있음.

2. 인지율 현황 및 문제점

□ 인지율 현황(시범사업지역, 전국)

- 2008년말 이후 '디지털전환 인지율'과 '아날로그방송 종료 영향 인지율'은 매년 상승하고 있으며, 2011년 상반기 현재 각각 86.3%와 80.2%를 기록하고 있음.

디지털전환 인지율 연도별 변화 자료(전국)

(단위 : %)

구 분	'08년말	'09년말	'10년말 (A)	'11년 상 (B)	B-A (%p)
디지털전환 인지율*	47.8	66.8	75.5	86.3	10.8↑
아날로그방송 종료영향 인지율**	34.9	55.8	70.8	80.2	9.4↑

* 디지털전환 인지율 : 지상파 아날로그 TV방송 종료되고, 이후 지상파방송은 모두 디지털로만 방송된다는 것 인지하는 자(의) 비율

** 아날로그방송 종료영향 인지율 : 지상파 아날로그 TV방송 종료된 이후, 아날로그 TV만으로 지상파 TV방송을 볼 수 없다는 사실을 인지하는 자(의) 비율

- '디지털전환 종료일 정인지율'은 2008년말 3.2%로 매우 낮았던 것에 비하면 2011년 상반기 현재 30.5%로 상당히 높아졌음.

디지털전환 종료일 정인지율 연도별 변화 자료(전국)

(단위 : %)

구 분	'08년말	'09년말	'10년말 (A)	'11년 상 (B)	B-A (%p)
디지털전환 종료시점 정인지율*	3.2	12.8	16.4	30.5	14.1 ↑

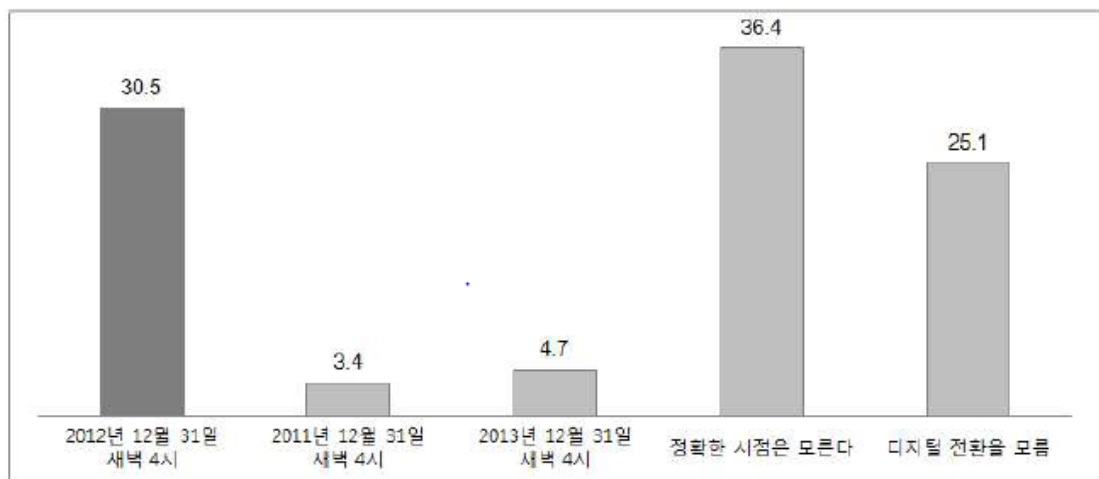
* 디지털전환 종료시점 정인지율 : 지상파 아날로그 TV방송 종료를 인지하는 동시에, 아날로그 방송 종료시점(2012년 12월 31일 새벽 4시)을 인지하는 자(의) 비율 (제주지역 제외)

※ 디지털전환 종료일 확정 : 2010년 9월 1일 (「디지털전환 특별법」 시행령 제10조의2 제1항)

- 그러나 다양한 홍보활동에도 불구하고 아직까지 정확한 종료 시점을 모른다는 응답이 36.4%로 나타나 종료 시점에 대한 홍보가 더욱 필요한 상황임.

디지털전환 종료일 정인지율(전국)

(단위 : %)



BASE : 제주지역 제외 전체 응답자 (N=4,800)

출처: 방송통신위원회(2011). 디지털 전환 인지율 및 디지털방송 수신기 보급률 조사 - 2011년 상반기.

□ 문제점

- ‘디지털전환 인지율’과 ‘아날로그방송 종료 영향 인지율’은 매년 상승하고 있지만, 2012년 12월 31일 새벽 4시 종료에 대한 인지도를 뜻하는 ‘디지털전환 종료일 정인지율’이 30.5%로 지나치게 낮은 상황임.

3. 디지털전환 홍보 현황 및 문제점

□ 홍보 현황

- 인지율을 높이기 위해 지금까지 대중매체를 활용한 홍보, 행사 및 이벤트, 인쇄물 제작·배포, 온라인 홍보, 기타 홍보 등 매우 다양한 홍보활동을 전개해왔음.

디지털전환 홍보 현황(전국)

구분	홍보매체	홍보 현황
대중매체를 활용한 홍보	TV광고	• KBS, MBC 등 지상파 방송4사를 통한 TV 공익광고 송출(총 662회)
	전광판 광고	• 전국 25개소 전광판 광고(4개월)
	방송매체 활용	• EBS 장학퀴즈에 디지털 전환 내용을 문제로 출제(10월)
	신문광고	• 중앙일보 등 7개사 13회 게재(상반기) • 문화일보 등 6개사 13회 게재(하반기) • 인터넷 신문 배너광고 2회
	지하철광고	• 지하철 역사내 대형 조명광고 및 차량내 액자·모서리 광고 등(2개월) • 지하철 한 량 랩핑(3개월)
	시내버스 활용	• 시내버스 외벽광고(1개월)
행사·이벤트	디지털방송 체험전	• 여의도 봄꽃 축제기간 중 디지털방송 체험부스 운영(14일간) - 방문객 68천여명
	UCC 공모전 및 길거리 홍보	• 월드컵 기간 중 가전사 방문고객 대상 이벤트 및 길거리 홍보(44일간) - 온라인 UCC공모전, 사진공모전, 퀴즈대회 등

구분	홍보매체	홍보 현황
	전시·홍보관 운영	<ul style="list-style-type: none"> • KOBA 행사 방문객 대상으로 디지털전환 홍보관 운영(4일간) • G20기간 중 KBS와 협력하여 홍보관 운영(9일간, 서울광장)
인쇄물 제작·배포	인쇄물	<ul style="list-style-type: none"> • 책자, 리플릿, 달력 등 홍보용 인쇄물 제작·배포(73,500부)
온라인 홍보	홍보 웹사이트 운영	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털전환 관련 정보 제공을 위한 종합 안내 홈페이지 구축·운영 <ul style="list-style-type: none"> - 사이트명 : www.dtvkorea.org • 디지털전환 관련 키워드(29개) 및 브랜드 검색 광고
기타 홍보	홍보대사 활용	<ul style="list-style-type: none"> • 황수경 아나운서('10.12.1~'12.12.31) <ul style="list-style-type: none"> - TV공익광고 및 홍보영상 출연, 라디오 녹음, 포스터용 이미지컷 촬영 등
	산림조합 활용	<ul style="list-style-type: none"> • 정보접근이 취약한 산림산업 종사자를 대상으로 월간 '산울림' 소식지에 디지털전환 내용 게재 및 교육 실시
	정부 가용매체 활용 홍보	<ul style="list-style-type: none"> • 행안부와 연계하여 매월 반상회보에 디지털전환 정보 제공 • KTV : 보급형 저가 디지털TV 홍보(3월) • 위클리 공감, 공감코리아, 나라경제 등 소식지를 통한 홍보 실시
	디지털전환 교육	<ul style="list-style-type: none"> • 주택관리사, 소비자단체 등을 대상으로 디지털전환 교육 실시 <ul style="list-style-type: none"> - 교육실적 : 총 171회 23,950명

- 2010년 한해에 홍보예산으로 약25억의 예산이 투입되었으며, 이중 대중매체 등을 활용한 홍보에 전체 예산의 약70.4%를 집행한 상황임.

디지털전환 홍보비 사용 내역

[단위 : 백만원]

년 도	편성예산	집행예산 (집행률)	세부 집행내역
2010년	2,500	2,491 (99.6%)	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털방송 전환을 위한 홍보 예산(2,491) <ul style="list-style-type: none"> - 대중매체 등 활용 홍보(1,759) - 관련단체 교육을 통한 안내 및 홍보(166) - 인지율·보급률 조사(295) - 시청자 지원센터 운영(271)

- 대중매체를 활용한 홍보비는 총9억4천여만을 지출하였으며, 그중에서는 지상파의 TV광고에 지출한 비용이 가장 많음(약6억2천만원).

2010년 대중매체를 활용한 홍보비 지출 현황 (단위: 천원)

구 분	홍보매체	홍보 현황	지출액
대중매체를 활용한 홍보	TV광고	• KBS, MBC 등 지상파 방송4사를 통한 TV 공익광고 송출(총 662회)	622,537
	전광판 광고	• 전국 25개소 전광판 광고(4개월)	34,100
	방송매체 활용	• EBS 장학퀴즈에 디지털 전환 내용을 문제로 출제(10월)	비예산
	신문광고	• 중앙일보 등 7개사 13회 게재(상반기) • 문화일보 등 6개사 13회 게재(하반기) • 인터넷 신문 배너광고 2회	116,500
	지하철광고	• 지하철 역사내 대형 조명광고 및 차량내 액자·모서리 광고 등(2개월) • 지하철 한 량 랩핑(3개월)	6,600
	시내버스 활용	• 시내버스 외벽광고(1개월)	165,000
		계	944,737

출처: 방송위원회

□ 문제점

- 인지율을 높이기 위해 다양한 홍보방법을 동원하고 있으나 아날로그TV 전국 종료일이 1년여밖에 남지 않은 상황에서 ‘디지털전환 종료일 정인지율’이 30.5%를 보이고 있을 만큼 홍보의 효과는 미진한 상황임
- 홍보비 중 대중매체 홍보비의 비중이 가장 많은 상황인데 지상파방송의 디지털전환에 방송사들이 광고비를 받고 있는 것은 문제가 있음.

4. 소결

- 디지털전환에 대한 국민들의 인지율은 수상기 보급률과 전환율을 높일 수 있는 가장 중요한 선행변수이나 다양한 홍보활동에도 불구하고 아직까지 정확한 종료 시점을 모른다는 응답이 36.4%로 나타나 종료 시점에 대한 홍보가 더욱 필요한 상황임.
- 2010년 한해에 홍보예산으로 약25억의 예산이 투입되었으며, 이중 대중매체 등을 활용한 홍보에 전체 예산의 약70.4%를 집행하였으며, 특히 지상파TV 광고에 지출한 비용이 높은 상황임.
- 홍보비 예산이 충분하지 않은 상황에서 지상파방송사가 디지털전환 광고비를 일부 부담할 수 있는 방안도 강구할 필요가 있음.

VI. 취약계층 지원 현황 및 문제점

1. 법적 근거와 정책 목표

- 디지털전환특별법에서는 시청자의 소득 수준을 고려하여 지원을 하도록 되어 있음.

디지털전환특별법 제10조 (디지털방송 전환에 따른 저소득층 지원) ① 대통령령으로 정하는 관계 중앙행정기관의 장과 방송통신위원회는 아날로그 텔레비전방송의 종료와 관련하여 시청자의 소득 수준 등을 고려하여 「국민기초생활 보장법」에 따른 수급권자 등이 텔레비전방송을 원활하게 제공받을 수 있도록 시책을 마련하여야 한다.

② 제1항에 따른 지원 대상과 지원 방법 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

- 취약계층 지원을 위한 정책 추진 경과
 - '10. 9월, 디지털전환특별법 시행령 개정(지원대상, 지원내용 및 방법 규정)
 - '10. 12월, 저소득층 지원 대상 가구의 기준 고시(제2010-44호), 정부 지원 대상자 명단 파악
 - '10. 12월 ~ '11. 2월, 전국 사회복지·공동시설의 TV수신실태 조사
 - '11. 1월 ~ 3월, 전국 도서지역『TV 시청환경 실태조사』
 - '11. 3월, 저소득층 지원 대상 가구의 신청절차 및 방법 고시(제2011-18호)
 - '11. 3월 ~ 6월, 취약계층 TV시청 실태조사(TV 시청방법 등)

2. 취약계층 지원의 현황 및 문제점

□ 지원대상 및 규모

- 취약계층을 경제적 취약계층, 기술적 취약계층, 지역적 취약계층, 사회복지시설 등 4계층으로 구분하여 지원을 하고 있음.

- (경제적 취약계층) 「디지털전환특별법 시행령 제11조의 2」에 따라, 기초생활수급권자, 차상위 계층, TV수신료 면제가구(국가유공자 및 시청각장애인 등) 중 직접 수신가구 지원

구분	전체 규모 (가구)	지원대상 가구수(직접수신 18.6%)			
		'11년	'12년	계	
기초생활수급권자	88.3만	7만	24.2만	16.4만	
TV수신료 면제가구	시청각 장애인			43.2만	8만
	국가유공자 등			10.9만	2만
차상위 계층	25.8만			4.8만	
소계	168.2만	7만	24.2만	31.2만	

※ 차상위계층 지원 대상가구 중 건강보험 본인부담 경감대상자 제외(보건복지부 협조)

- (기술적 취약계층) 정부지원 대상이 아니지만 경제적.기술적 능력이 부족하여 디지털 전환이 어려운 노인, 장애인 가구 등에 기술지원

- 65세이상 노인, 장애인가구 중 지상파방송을 직접 수신하는 가구(20만, 2010년 12월말 기준)

※ 산출기준 : [374만가구(기초노령연금수급자) + 213.2만 가구(장애인가구) - 93.9만(기초수급자, 시청각장애인, 장애연금 수급자)]x 9.7%(직접수신 비율) x 41.7%(아파트 거주비율 제외) = 19.9만

- 그러나 기술적 취약계층의 경우 노인 및 장애인만을 대상으로 제한적으로 정의하고 있어 일반인 중에서 기술적 어려움을 겪는 계층에 대한 지원이 어려운 상황임.

- 정부지원 대상이 전체가구(1,733만가구)의 극히 일부(1.8%)에 불과하여 지원대상에서 제외된 대다수 가구의 디지털전환 준비부족 우려

※ 미국, 영국, 프랑스 등은 노인 등 일반가구에 대해서도 경제적, 기술적 지원

<주요 선진국의 정부지원 사례비교>

구 분	한 국	미 국	영 국	프랑스
지원대상	기초생활수급자, 차상위계층 등	모든 직접 수신가구	저소득층, 노인, 장애인 등	수신료 면제가구, 노인, 장애인 등
지원가구수	31만/1,733만	3,343만/11,400만	450만/2,560만	411만/2,687만
지원비율	1.8%	29%	18%	15%

- 정부지원 대상이 아니지만 경제적으로 어렵고 기술적 능력이 부족하여 디지털 전환 준비가 곤란한 노인, 장애인 가구 등에 대해 컨버터, 안테나 설치 지원 필요

※ 제주도 시범사업의 경우 취약계층 이외의 일반계층도 컨버터 및 안테나 개보수 등의 기술지원 요구 : 컨버터 설치지원(43%), 안테나 조정 및 개보수(34%)

- (지역적 취약계층) 전국 도서, 농·어촌 및 산간지역, 공공임대 공동주택 등 취약계층의 주거시설·지역에 대한 수신환경 개선

구 분	'11년	'12년	계	비 고
마을공시청설비 개선	100개소	124개소	224개소	방통위, KBS
소출력 중계기 구축	30개소	100개소	130개소	방통위, KBS
위성수신기 보급	131,000가구	131,000가구	262,000가구	지자체, KBS, Skylife
공공임대주택	62단지	55단지	117단지	방통위, 지자체, SH공사
저소득층 주택	400건	400건	800건	KBS

- (사회복지시설 등 공동시설) 취약계층이 주로 이용 또는 생활하는 공동시설에 대해 DTV 보급 및 수신환경 개선 지원

구 분		합 계	지상파 직접수신		유료방송 가입	
전체 시설수		65,742	16,158	24.0%	49,584	76.0%
이용 시설수		61,217	15,526	25.3%	45,691	74.7%
TV	아날로그TV	66,428(80.1%)	16,049	24.1%	50,379	75.9%
	디지털TV	16,548(19.9%)	2,712	16.3%	13,836	83.7%
생활 시설수		4,525	632	13.9%	3,893	86.1%
TV	아날로그TV	18,411(67.8%)	2,347	12.7%	16,064	87.3%
	디지털TV	8,729(32.2%)	1,027	11.8%	7,702	88.2%

※ 사회복지시설 등 공동시설 TV시청실태 조사결과(2011.2월)

□ 취약계층에 대한 홍보 방법

- 장애인, 다문화가정, 노인 등의 취약 계층을 대상으로 한 홍보활동을 진행하고 있음.

장애인 등 취약계층을 위한 디지털 전환 홍보계획

대 상	'10년 실적	'11년 계획(안)
초·중·고	· DVD 제작·배포(전국 11,160개 초·중·고) · 가정통신문 발송(98개 교육청)	· 가정통신문 발송 · 만화형 홍보물 제작·배포
60대 이상	· 대한노인회(253개소), 35,420부 배포	· 체험차량 활용, 찾아가는 면대면 홍보 통한 체험·상담 등
시각 장애인	· 한국시각장애인연합회, 5,000부(점자 홍보물, 보이스 바코드 삽입)	· 한국시각장애인연합회 회원 대상 디지털 전환 관련 보이스 바코드 메일링 추진
다문화 가정	· 다문화가족지원센터(168개소), 9,240부(중국어) ※ 결혼이민자 중 중국(조선족 포함)인이 61.4% 차지('09년 5월, 행안부)	· 디지털전환 영문홈페이지 개설 · 여성가족부 발행, 「레인보우+」에 디지털전환 내용 게재 등(11개국어 번역·발행)

- 장애인 대상 방송수신기 보급은 2000년부터 지속적으로 확대하고 있으나 자막방송 수신기, 화면해설 방송수신기, 난청노인용 수신기에 치중해있고 리모콘과 같이 디지털 수신보조 장비에 대한 지원은 가시화되고 있지 않음.

<VII-2> 장애인 방송수신기 보급 현황('00~'11년)

(단위 : 대)

구 분	자막방송 수신기	화면해설 방송수신기	난청노인용 수신기	합 계	전년대비 비 교
2000	1,725	-	-	1,725	-
2001	2,500	-	3,180	5,680	3,955
2002	2,362	1,000	5,000	8,362	2,682
2003	2,500	1,000	5,000	8,500	138
2004	3,000	1,800	4,000	8,800	300
2005	2,000	2,052	6,041	10,093	1,293
2006	5,000	5,000	10,075	20,075	9,982
2007	6,000	6,000	10,083	22,083	2,008
2008	5,000	1,524	10,532	17,056	△3,027
2009	7,373	4,000	5,276	16,373	△683
2010	7,505	4,000	5,672	17,177	804
소 계	44,965	26,376	64,859	136,200	
2011(계획) [실적, 8.12기준]	9,000 [929]	4,300	3,000	16,300 [929]	△877

□ 취약계층 지원 예산

- 중기재정계획에 '12년 예산 1,442억원을 요구한 상태이며, 이중 47.2%인 681억원이 반영된 상태임('11. 3월)

사업내용	'11예산	'12중기예산 요구(안)	비 고
취약계층 지원	135.8	1,028	<ul style="list-style-type: none"> • '12년 중기예산 요구 (1,442억원) 대비 47.2% 681억원 반영
수신환경 개선	20.8	61	
홍보	35	153	
디지털전환 용자 지원	220	200	
합 계	411.6	1,442	

- 취약계층의 지원 및 성공적인 디지털 전환을 위해서는 예산 요구액에 대한 추가가 반영이 필요할 수 있음.

3. 자원봉사 활용 실태 및 문제점

- 2010년 시범사업지역에서는 활용하지 않았던 자원봉사단체를 2011년 제주 시범사업에서는 활용하였으나 성과는 그다지 좋지 않았음.
 - **(구성)** 제주도 자원봉사센터는 디지털 컨버터 설치지원이 가능한 인력 위주로 디지털 전환 시범사업 자원봉사단을 구성(제주시29명, 서귀포시 23명)
 - **(운영)** 콜센터로 접수되는 디지털 컨버터 기술지원 등에 대해 제주시 시청자지원센터가 제주도 자원봉사센터에게 기술지원을 직접 요청
 - 제주도 자원봉사센터는 서귀포시 자원봉사센터 및 제주시 자원봉사자에게 디지털 컨버터 설치 등 기술지원 자원봉사를 할당
 - 기술지원을 완료한 자원봉사자는 시청자 지원센터로 지원 결과를 통보
 - **(실적)** 총 41가구만 자원봉사센터 자원봉사단이 지원
 - **(실적저조사유)** 안테나 개보수에 따른 작업난이도, 민원인이 원하는 시간대에 자원봉사단의 지원활동이 곤란하여 자원봉사단 실적저조
- 안테나 개보수는 정보통신공사업체 등 전문인력만이 할 수 있는 작업인데 이를 자원봉사단체에 맡긴 것은 애초부터 잘못된 인력 활용이었다고 평가할 수 있음.
 - 시범사업에서 자원봉사자를 활용 디지털 컨버터, 안테나 설치지원 실시 결과 설치장비 부재, 전문성 결여로 설치지원 업무의 활용은 어려움이 있었음.
 - 자원봉사단체는 기술지원 보다는 인지적 취약계층이나 경제적 취약계층에 대한 커뮤니케이션 지원인력으로 활용하는 것이 보다 효율적일 수 있음.

- 전국전환에서 노인, 장애인 대상 방문접수, 리모콘 조작, 채널 재설정 등의 단순 방문민원 역시 자원봉사자를 활용한다는 계획이나 단순방문에 치우치기 보다는 지원대상자와의 원활한 커뮤니케이션을 통해 디지털전환에 대한 정확한 정보를 제공하고 지원할 수 있는 보다 전략적인 방안을 강구할 필요 있음.

4. 디지털방송 전환 지원센터 구축 및 운영 현황

- (운영) 전국에 총 23개 지원센터를 구성.운영하고 이와 연계한 콜센터를 운영하고 있음.

※ 서울, 경기 및 인천지역은 '10. 12월부터 순차적으로 개소하여 9월 현재 5개소를 운영 중

지원센터	완료일	구축장소	구축위치	비고
서울강북	'10.12. 1	서울시 종로구	방통위 15층	KT 임차
서울남부	'11. 7.18	서울시 건물 1층	서울 관악 신림동 1736-2	서울시 제공
경기북부	'11. 8. 1	서울북부전파관리소 1층	경기 의정부 녹양동 70-31	중관소 제공
경기남부	'11. 8. 1	성남 킨스타워 7층	경기 성남 분당 정자동 25-1	성남시 제공
인천지역	'11. 8. 1	KT 인천지사 5층	인천 남동 간석1동 520-3	KT 임차

- 나머지 5개 광역시 (부산, 대구, 광주, 대전, 울산) 및 7개도(강원, 충북, 충남, 전북, 전남, 경북, 경남) 지역에 '11.12~'12.1월 구축 예정(18개소)

※ 디지털방송 전환 지원센터 구축 계획(단, 예산편성 및 집행계획 등에 따라 조정될 수 있음)

구분	설치 수	지 역
'10. 12.	1개소	서울(1)
'11. 8.	4개소	서울(1), 경기(2), 인천(1)
'11.12.	12개소	부산(1), 대구(1), 광주(1), 대전(1), 울산(1), 강원(1), 충남(1), 전남(1), 경북(1), 경남(1), 충북(1), 전북(1)
'12. 1.	6개소	부산(1), 강원(1), 충남(1), 전남(1), 경북(1), 경남(1)

- 대도시의 지역 센터를 중심으로 한 지원체계는 시범사업지역에서보다 주민 밀착도가 떨어질 가능성이 많으므로 커뮤니케이션 지원에 각별히 신경을 쓸 필요가 있음.
- 제주지역에서는 종료일에 임박하여 민원 수요가 몰리면서 노인가구 설치 지역에서 안테나 설치에 대해 충분히 이해하지 못한 상태에서 전기통신공사업체의 방문에 의한 설치에 불안감을 가지는 사례도 나타났음 (정인숙, 2011)

5. 소결

- 취약계층을 경제적 취약계층, 기술적 취약계층, 지역적 취약계층, 사회복지시설 등 4계층으로 세분화하여 지원을 하고 있는 것은 바람직하나, 기술적 취약계층의 경우 노인 및 장애인만을 대상으로 제한적으로 정의하고 있어 일반인 중에서 기술적 어려움을 겪는 계층에 대한 지원이 어려운 상황임.
- 기술적 취약계층에 대한 정부지원 대상이 전체가구(1,733만가구)의 극히 일부(1.8%)에 불과하여 지원대상에서 제외된 대다수 가구의 디지털전환 준비가 부족할 가능성이 우려됨.
- 중기재정계획에 '12년 예산 1,442억원을 요구한 상태이며, 이중 47.2%인 681억원이 반영된 상태이나 취약계층의 지원 및 성공적인 디지털 전환을 위해서는 예산 요구액에 대한 추가 반영이 필요할 수 있음.
- 2010년 시범사업지역에서는 활용하지 않았던 자원봉사단체를 2011년 제주 시범사업에서는 활용하였으나 성과는 그다지 좋지 않았음. 안테나 개보수와 같은 전문적 업무를 자원봉사단체에 맡기는 등 인력을 적재적소에 배치하지 못한 결과라고 할 수 있음. .
- 디지털전환은 기술정책이 메인이지만 이를 국민들에게 효과적으로 전달하여 원하는 목표를 달성하기 위해서는 궁극적으로 커뮤니케이션 정책에 기반한 접근이 필요함. 방문 지원 요청은 대부분 기술적 지원 요청이 많으므로 자원봉사단체의 경우 기술지원팀과 함께 나가서 지원대상자와의

원활한 커뮤니케이션을 할 수 있는 인력으로 활용하는 방안을 강구할 필요가 있음.

- 전국 23개 지역에 지원센터를 마련하여 이를 중심으로 한 전국 지원체계를 구축하고 있는데, 이러한 시스템은 시범사업지역에서보다 주민 밀착도가 떨어질 가능성이 많으므로 커뮤니케이션 지원에 각별히 신경을 쓸 필요가 있음.

제 3부

디지털방송 전환 정책 자료집

사업자 차원의 점검사항

VII. 디지털 커버리지 및 수신환경 개선 실태와 문제점

1. 법적 근거와 정책 목표

- 디지털전환특별법에서는 방송통신위원회로 하여금 디지털방송의 수신실태를 조사하고, 난시청해소와 수신환경의 개선 방안을 마련하고, 관련 사업사업자에게 수신환경개선을 요청하며, 지상파방송사업자는 이에 따른 구체적인 계획을 마련하고 시행하도록 규정하고 있음.

디지털전환특별법 제9조 (디지털방송 전환을 위한 필요한 조치) 대통령령으로 정하는 관계 중앙행정기관의 장과 방송통신위원회는 아날로그 텔레비전방송 종료 및 디지털 전환에 따르는 지상파텔레비전 송수신 환경 변화에 대비하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 홍보나 시청자 지원 등의 필요한 조치를 할 수 있다.

디지털전환특별법 제13조 (디지털방송 수신환경의 개선) ① 대통령령으로 정하는 관계 중앙행정기관의 장과 방송통신위원회는 디지털방송의 난시청 해소와 수신환경의 개선, 그 밖에 디지털방송의 원활한 수신을 위한 방안(이하 "디지털방송 수신환경개선방안"이라 한다)을 마련하여야 한다.

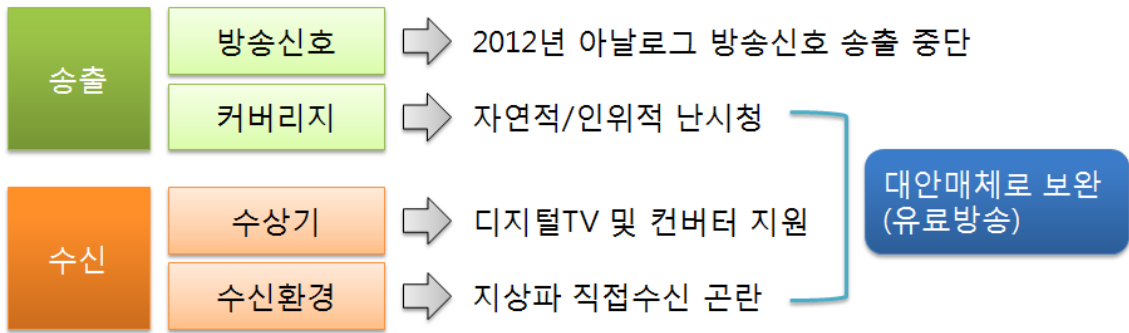
② 지상파방송사업자는 디지털방송 수신환경개선방안에 따라 디지털방송의 난시청 해소 및 수신환경의 개선 등을 위한 구체적인 계획을 마련하여 시행하여야 한다.

제14조 (수신환경 실태조사 등) ① 방송통신위원회는 방송의 디지털 전환 및 디지털방송의 활성화를 위하여 디지털방송의 수신 실태 및 디지털 전환 상황 등에 대한 조사(이하 "실태조사"라 한다)를 실시할 수 있다.

② 방송통신위원회는 실태조사를 위하여 필요하면 방송통신위원회가 정하여 고시하는 디지털방송과 관련된 기관, 단체, 사업자 및 공동주택의 관리 주체 등에 대하여 자료나 의견 등을 제출하도록 요청할 수 있다. 이 경우 자료나 의견 등의 제출을 요청받은 자는 특별한 사정이 없으면 요청에 따라야 한다.

③ 방송통신위원회는 제1항에 따라 실시한 실태조사의 결과를 공표할 수 있고, 필요한 경우 관련 사업자에게 디지털방송 수신환경의 개선을 요청할 수 있다.

- 시청자가 디지털신호를 제대로 수신하기 위해서는 <그림>에서 보는 것과 같이 송출단과 수신단의 디지털 전환이 함께 이루어져야 함. 디지털 커버리지에서 자연적/인위적 난시청을 해결해야 하며, 디지털 수상기의 확보, 지상파의 직접수신환경 등이 확보되어야 함.



출처: 2010년 국정감사 허원제의원 자료집.

2. 전국 디지털TV 방송 커버리지 현황 및 문제점

- 2011년 6월 현재 전국의 디지털 TV 방송 커버리지는 평균 89.33%에 이르고 있음.

전국의 지역별 디지털방송 커버리지

(’11. 6월 기준)

계	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기
89.33%	99.63	92.73	90.55	95.83	94.72	92.40	95.67	85.40
	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
	78.15	84.12	84.44	87.01	84.18	69.55	86.01	95.00

※ 아날로그 TV방송 커버리지 : 96%

※ 출처 : 중앙전파관리소 DTV 수신환경조사 결과

- 2008년 이후 매년 디지털 커버리지의 범위가 소폭 상승하고 있으나 2012년까지 디지털 커버리지를 높이기 위한 방송사의 각별한 노력이 더욱 요구됨.

<표 VI-2> 연도별 디지털방송 커버리지

연도	2008	2009	2010	2011.6
커버리지	86.68%	87.31%	88.19%	89.33%

출처: 방송통신위원회 자료

3. 지상파 직접수신환경 실태 및 문제점

- 2010년 현재 지상파 직접수신세대는 9.7% (약165만가구)로 추정되고 있음.

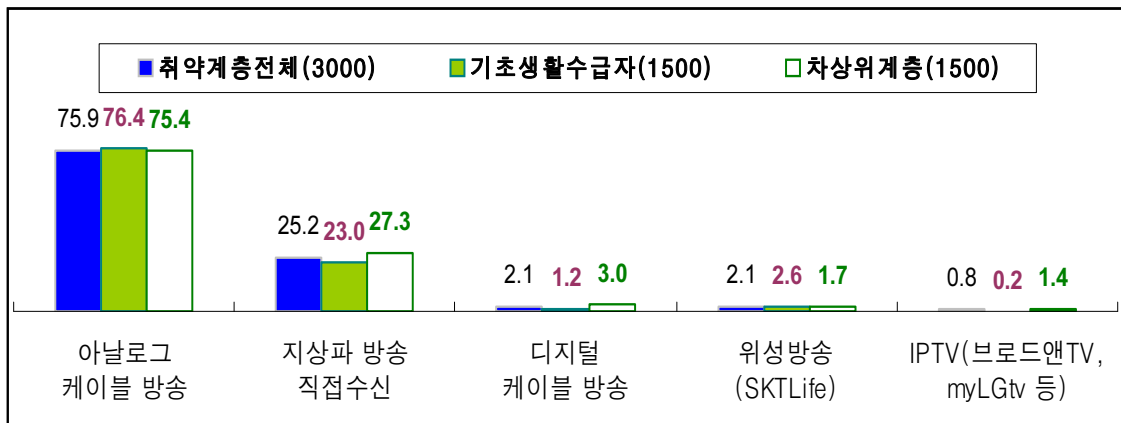
<표 VI-3> 전국 직접수신세대 조사 현황

구 분		비율(%)
지상파 직접수신		9.7
유료방송	계	90.3
	종합유선방송	73.8
	IPTV	5.7
	위성방송	6.0
	2개 유료방송가입	4.6
	3개 유료방송가입	0.2

※ 출처 : 방송매체 이용 행태조사(2010.12)

- 기초생활수급자와 차상위계층은 경제적 부담이 적은 아날로그 케이블TV와 지상파 직접수신 방법을 주로 이용하고 있는 상황임.

취약계층의 TV 시청방법(중복응답)



출처: 방송통신위원회 (2009)

- '08년 DTV 수신환경 실태조사 결과, 주택유형별 수신설비 노후·훼손 정도는 아파트 51.6%, 단독주택 87.4%, 연립주택·기타 주택은 91.8%로 수신설비 상태가 매우 좋지 않은 상황임.

주택유형별 수신설비 상태

(단위 : n,%)

구분			양호	노후/방치/훼손	계
주택 유형	· 아파트	사례수	(318)	(339)	(657)
		%	48.4	51.6	100.0
	· 연립/기타 주택	사례수	(48)	(539)	(587)
		%	8.2	91.8	100.0
	· 단독주택	사례수	(158)	(1,098)	(1,256)
		%	12.6	87.4	100.0

출처: 2008년, 방통위가 DTVKorea(동서리서치)에 위탁 조사(13p), 95% 신뢰수준 ±1.96%

4. 수신환경 개선 노력 및 성과

□ 수신환경 개선 노력

- 방송통신위원회는 디지털 방송 난시청 해소 및 수신환경 개선을 위하여 KBS, LH, SH공사 등 5개 기관 공동 협약을 체결('10.4월)
 - '10년 공공임대주택 61단지 공시청설비 개선 완료, '11년 72단지 공시청 설비 개선 추진중
 - 지상파 4사(KBS, MBC, SBS, EBS)는 아파트 수신환경개선 공동사업 협약을 체결하여 시범사업 추진중
 - 제주도 7개단지, 수도권 24개 단지 디지털전환 완료
 - ※ 시범사업을 토대로 사업 타당성을 검토하여 '12년부터 자금조성 등 본격 추진 예정
 - ※ 방통위는 '10년부터 방통위와 KBS가 공동으로 추진해 온 소출력중계기 구축사업에 모든 지상파 방송사가 참여하도록 공동사업 업무협약을 체결('11.6.17)
- 방통위, KBS, LH·SH공사 공동(방통위 50% : 공사 50%)으로 공공임대 공동주택 등의 노후화된 TV공시청설비 개선을 지원하고 있음
 - 부산도시개발공사 등 11개 지역공사의 공공임대 공동주택(47단지)는 수도권

(인천, 경기개발공사)는 '11년도 하반기, 나머지는 12년도 공시청설비 개선 지원 예정

- 2006년부터 KBS와 건축주가 공동으로 민영아파트 공시청설비 개선, 단독주택은 안테나 시설 개선을 추진해오고 있음.

<표 VI-5> 수신환경개선 사업현황

구 분		~09년	'10년	'11년	'12년	계	비 고
공공임대주택 (저소득층 임대) ^{주)}	단지	188	61	62	55	366	방통위, NH·SH공사
	세대	179,443	40,518	42,160	37,400	299,521	
민영공동주택 ^{주)}	단지	665	218	900	900	2,683	KBS, 건축주
	세대	542,206	121,173	396,000	396,000	1,059,379	
저소득층 세대 (단독/다세대)	건	-	241	400	400	1,041	KBS
	세대	-	716	800	800	2,316	

주) 공공임대주택 : '07~'10년 249단지(21만9천세대), 민영공동주택 : '06~'10년 883단지(66만3천세대)

□ 주택유형별 수신환경 개선 추진방향

① 아파트

- (현황) 아파트는 다른 주택에 비해 공시청설비의 디지털화 및 유지관리 등이 비교적 용이한 상황
 - 아파트 관리사무소는 지상파 DTV 방송을 수신하기 위해 공시청설비 개선이 필요한 점을 인지하고 있으나(78.1%), 개선 계획은 저조함(26%)
 - 건축연도가 최근('07년 이후)에 지어진 아파트일수록 관리는 비교적 잘 되고 있음(관리사무소가 직접 관리 63.3%)
 - 공시청설비의 입력채널 고정형 신호처리기는 일시전환 시 임시채널에서 확정채널로 변경되는 경우 개선 필요

◆ 공동주택 방송공동수신설비 설치기준

- 공동주택에 방송공동수신설비 설치 의무화('91년)하고, TV공동수신안테나 선로와 SO전송선로를 세대 단자함까지 분리배선 의무화('07년)
- 다만, 20세대 미만의 공동주택(연립·다세대주택)은 대상에서 제외

※ (방송공동수신설비) '방송 공동수신안테나시설'과 'SO 구내전송선로설비'를 말함

※ (관련법령) 주택법 제16조, 건축법시행령 제87조, 주택건설기준등에관한 규정 제42조, 방송공동수신설비설치기준(방통위고시)

○ (추진방향) 현행 방통위, KBS, LH·SH의 공동사업을 지속 추진하고,

- 전국 아파트 공시청설비 현황을 파악하여 디지털 전환 홍보를 강화
- 공동주택 관리사 교육을 강화하여 공시청설비 개선 유도
- 건축연한이 오래되었거나, 100세대 미만의 소형아파트에 대해 디지털 전환 홍보강화 및 정부 지원 집중할 필요
- 공동주택 공시청설비의 입력채널 고정형 신호처리기 개선 홍보
- 지상파방송사의 시청자서비스강화 공동으로 추진하는 수신환경개선사업('10.12.16 방송4사 협약체결)과 협력하여 공시청설비 개선

② 연립주택 및 다세대 주택

○ (현황) 연립주택 등의 수신설비는 케이블TV 수신방식 78.0%, 'MATV+케이블TV' 수신방식이 13.3%이며

- 특히, 광역시인 경우 케이블TV 수신방식이 86.2%이며, 광주, 충북, 제주도는 모두 케이블TV 수신방식으로 조사
- 연립주택 및 다세대 주택 또한 최근에 건축한 경우에는 MATV +케이블TV 수신방식이 증가 추세(22.7%)

- (추진방향) 경제적 취약계층이 주로 거주하고 있는 연립주택 등에 대해 공시청설비 현황을 파악
 - 공시청설비 개선 수요를 조사하여 정부지원을 추진하고 디지털 전환 홍보를 강화
 - 공시청설비 의무설치 대상이 아닌 20세대 미만의 공동주택도 의무적으로 공시청설비를 설치하도록 법령 개정 요청(국토해양부)

③ 단독주택

- (현황) 단독주택은 케이블TV 수신방식이 80.4%, 위성방송 9.6%, 실외 안테나 6.1% 순으로 조사
 - 케이블TV 수신방식은 광역시 90.7%이며, 충북(96.7%), 광주(96.4%), 대구(94.4%), 강원(92.8%) 지역이 특히 높음
 - 위성방송 수신방식은 전북(21.6%), 전남(17.6%), 충남(14.1%)로 대도시보다 상대적으로 높음

2011년 주택 유형별 수신환경 개선 추진일정

주택 유형	세부 추진과제	추진 일정	주관 기관
아파트	① 공공임대 아파트 공시청설비 개선(91단지)	연중	방통위, LH,SH
	② 민영 아파트 공시청설비 개선(900단지)	연중	KBS, 건물주
	③ 전국 아파트 공시청설비 현황 조사(12,000단지)	'11.6월~	방통위
	④ 소형아파트 디지털전환 홍보, 정부지원 검토	'11.6월~	방통위
	⑤ 공동주택관리사 공시청설비 디지털화 교육 (11회, 2,400명)	'11.3월~	대한주택관리사협회
	⑥ 아파트관리소장 교육 연계 공시청설비 전환 교육	'11.2월~	방통위,지자체
	⑦ 디지털 방송 임시채널의 확정채널 전환 교육, 홍보	'11.10월	방통위, 방송사
연립주택	① 연립주택 등 공시청설비 현황 조사	'11.7월~	방통위,지자체
	② 공시청설비 개선 수요조사 및 정부지원 검토	'11.7월~	방통위,건물주
	③ 20세대 미만 공동주택 공시청설비 의무설치 건의	'11.2월~	국토해양부

주택 유형	세부 추진과제	추진 일정	주관 기관
단독주택	① 안테나 개보수 자원봉사단 활용방안 마련	'11.7월~	방통위
	② 마을공시청설비 개선 및 신설(100개소)	연중	방통위,KBS
	③ 안테나 개보수, 관련부처 주택개보수 사업 범위에 반영	'11.10월 ~	국토해양부
	④ 절대난시청 가구 위성수신기 보급(131,000세대)	연중	KBS
	⑤ 단독주택, 다세대주택 안테나 개보수(800세대)	연중	KBS

출처: 방송통신위원회(2011.5). 디지털 전환에 따른 주택유형별 수신환경 개선 추진 방향.

5. 단독주택 안테나 관리 상태 및 지원 문제

- 단독주택 안테나 관리실태는 전체의 12.6%만이 양호하여 대부분 개보수가 필요한 상황임

직접수신 실외 안테나 설비현황

VHF	VHF+UHF	UHF	실내안테나	없음	계(n=1,256)
	15.7%	1.9%	0.4%	75.8%	100.0

- 4개 시범사업지역에서 안테나 교체 세대 수가 총 8,878세대에 이르고 있으며, 제주지역의 경우 직접수신세대 21,657 중 약36%에 해당되는 7,717세대가 안테나 교체를 하였음. 특히 실내안테나보다 실외안테나 교체 세대 수가 2.83배에 달하고 있음.

시범사업 지역 안테나 설치지원 건수

구 분	안테나교체 세대 (실내/실외)
울진	325 (166/159)
강진	648 (207/441)
단양	188 (63/125)
제주	7,717 (2,011/5,706)
계	8,878 (2,447/6,431)

※ 울진, 강진, 단양은 '10. 12.31 기준, 제주는 '11. 7.31 기준

- 뿐만 아니라 정보통신공사업체가 제주지역에서 안테나 설치 지원한 사례를 보면 6월 29일 아날로그 방송이 종료된 이후인 7월의 안테나 설치 건수 가장 많은 건수를 차지하고 있으며, 실외 안테나 설치 역시 최고치를 기록하고 있음.

안테나 개보수 작업 실적 (정보통신공사업체 기준)

(2011년 8월말 기준) [단위 : 건수]

구 분	3월	4월	5월	6월	7월	8월	합 계
실외 안테나 설치	125	737	824	925	1,547	532	4,690
실내 안테나 설치	-	211	190	327	248	104	1,080
합 계	125	948	1,014	1,252	1,795	636	5,770

자료: 방송통신위원회 제공

- 안테나 자가 설치 비율이나 자가 설치 가능성에 대해서는 조사된 자료조차 없음.
- 안테나의 자가설치가 어려운 상황에서 안테나 구매 방법 및 판매 장소의 홍보는 실효성이 없을 것임.
 - 안테나 구매는 온라인상의 제조사, 옥션, G마켓, 11번가 등 쇼핑몰에서 구입할 수 있으며, 오프라인 매장은 시.군.구의 소형가전, 철물점 등의 매장에서 구입가능
 - 디지털방송 수신기기 종합사이트(‘디지털 마당’) 개설 운영(‘11.6.15)
 - ※ 수신기기 종합사이트(www.digitaltv.or.kr)에서는 디지털TV, 디지털컨버터, 안테나 등 수신기에 대한 종합적인 안내 및 직접 구매 등 대국민 접근 편의성 제공 및 인터넷 사기피해 예방 등 안전망 기능 역할
- 이와 같은 상황에서 단독주택의 직접수신 안테나 개보수는 취약계층에게만 지원하고 일반세대는 자발적으로 개선하도록 하는 것은 문제가 심각함.
 - ‘11년도 안테나 개보수 예산(17억원) 부족이 예상되어 경미한 공사의 경우 자원봉사단 등을 활용할 수 있는 방안 마련이 불가피하였으나 자원봉사단이 안테나 개보수를 하기에는 장비와 기술 등에 문제가 있음.

- '12년도에는 일반세대 중 기술적 취약계층에게 안테나 개보수 지원방안 마련이 필요
- KBS의 단독주택, 다세대주택에 대한 수신설비개선 사업 확대
- 국토해양부가, 농식품부가 추진하고 있는 노후·불량 주택개량 및 주택개보수 용자사업 범위에 '지상파 방송 안테나 개보수'도 포함되도록 요청

6. 소결

- 2011년 6월 현재 전국의 디지털 TV 방송 커버리지는 평균 89.33%에 이르고 있으며, 2012년까지 디지털 커버리지를 높이기 위한 방송사의 각별한 노력이 더욱 요구됨.
- 2010년 현재 지상파 직접수신세대는 9.7% (약165만가구)로 추정되고 있으며, DTV 수신환경 실태조사 결과, 주택유형별 수신설비 노후·훼손 정도는 아파트 51.6%, 단독주택 87.4%, 연립주택·기타 주택은 91.8%로 수신설비 상태가 매우 좋지 않은 상황임.
- 방송통신위원회가 디지털 방송 난시청 해소 및 수신환경 개선을 위하여 KBS, LH, SH공사 등 5개 기관 공동 협약을 체결('10.4월)하고, 공공임대 공동주택 등의 노후화된 TV공시청설비 개선을 지원하고 있으며, 지상파 4사(KBS, MBC, SBS, EBS) 또한 아파트 수신환경개선 공동사업 협약을 체결하여 시범사업 추진중이나 주택유형별로 열악한 수신환경 개선을 위해서는 지속적인 지원이 필요함.
- 특히, 건축연한이 오래되었거나, 100세대 미만의 소형아파트에 대해 디지털전환 홍보강화 및 정부 지원이 집중될 필요가 있으며, 경제적 취약계층이 주로 거주하고 있는 연립주택 등에 대해서도 공시청설비 현황을 파악하여 지원방안을 강구할 필요가 있음.
- 또한 단독주택 안테나 관리실태는 전체의 12.6%만이 양호하여 대부분 개보수가 필요한 상황이며, 4개 시범사업지역에서 안테나 교체 세대 수가

총 8,878세대에 이르고 있으며, 제주지역의 경우 직접수신세대 21,657 중 약36%에 해당되는 7,717세대가 안테나 교체를 하였음. 특히 실내안테나보다 실외안테나 교체 세대 수가 2.83배에 달하고 있음.

- 안테나 자가 설치 비율이나 자가 설치 가능성에 대해서는 조사된 자료조차 없는 상황이며, 안테나의 자가설치가 어려운 상황에서 안테나 구매 방법 및 판매 장소의 홍보는 실효성이 없을 것으로 판단됨.
- 이와 같은 상황에서 단독주택의 직접수신 안테나 개보수는 취약계층에게만 지원하고 일반세대는 자발적으로 개선하도록 하는 것은 문제가 심각함.
 - '11년도 안테나 개보수 예산(17억원) 부족이 예상되어 경미한 공사의 경우 자원봉사단 등을 활용할 수 있는 방안 마련이 불가피하였으나 자원봉사단이 안테나 개보수를 하기에는 장비와 기술 등에 문제가 있음.
 - '12년도에는 일반세대 중 기술적 취약계층에게 안테나 개보수 지원방안 마련이 필요

VIII. 디지털 제작·송출시설 현황 및 문제점

1. 고화질 프로그램 제작 및 편성 현황 및 문제점

□ 법적 근거와 정책 목표

- 「디지털전환특별법」 제5조에 따라 고화질(High Definition) 디지털방송 프로그램의 의무 편성비율을 방송통신위원회 고시로 제정

디지털전환특별법 제5조 (고화질 디지털방송 프로그램의 편성) ① 지상파방송사업자는 고화질 디지털방송 프로그램을 방송통신위원회가 정하여 고시하는 비율 이상으로 편성하여야 한다. 이 경우 방송통신위원회는 고화질의 디지털방송 프로그램 편성 비율을 방송 분야별 특성 또는 지역방송의 특수성을 고려하여 방송 분야별 또는 지역방송별로 달리 정하여 고시할 수 있다.

② 방송통신위원회는 제1항에 따라 고화질의 디지털방송 프로그램 편성 비율을 고시하려는 경우에는 미리 추진위원회의 의견을 들어야 한다.

시행령 제10조의3(디지털 전환 촉진 등을 위한 의무 및 제재조치) ① 방송통신위원회는 법 제7조의2제1항제3호에 따라 디지털 전환 촉진과 시청자의 권익 보호를 위하여 「방송법」에 따른 지상파방송사업자에게 다음 각 호에 해당하는 자료의 제출을 요구할 수 있다.

1. 법 제5조제1항에 따른 고화질 디지털방송 프로그램의 편성비율에 관한 자료
2. 법 제7조제2항에 따라 아날로그 텔레비전방송을 종료하기 위한 계획의 수립 및 시행에 관한 자료. 이 경우 계획에는 디지털방송을 송출하기 위한 방송국의 구축, 대국민 홍보, 그 밖에 시청자 지원을 위하여 필요한 사항을 포함하여야 한다.
3. 법 제13조제2항에 따른 디지털방송의 난시청 해소 및 수신환경의 개선 등을 위한 계획의 수립 및 시행에 관한 자료

② 방송통신위원회는 법 제7조의2제4항에 따라 다음 각 호의 구분에 따른 제재조치를 할 수 있다.

1. 법 제7조의2제1항제1호 및 제2호에 따른 의무 또는 법 제7조의2제2항에 따른 조건을 이행하지 아니한 경우: 6개월 이내의 기간을 정한 시정조치
2. 제1호에 따른 시정조치 기간에 시정조치를 이행하지 아니한 경우: 1개월 이내의 방송국 운용제한 또는 운용정지
3. 제2호에 따른 방송국 운용제한 또는 운용정지 기간에 시정조치를 이행하지 아니한 경우: 방송국 개설허가 취소[본조신설 2009.9.10][제10조의2에서 이동 <2010.9.1>]

□ HD프로그램의 의무편성비율 고시(안)

- (의무편성비율) '13년 HD편성 비율을 80%로 하되, 단계적 확대

구 분	'10년	'11년	'12년	'13년
KBS, MBC본사, SBS	70% 이상	70% 이상	75% 이상	80% 이상
EBS	65% 이상	65% 이상	70% 이상	75% 이상
MBC계열사, 민방	60% 이상	60% 이상	65% 이상	70% 이상

※ 고려사항 : 방송사의 HD제작설비 투자계획, 외주제작프로그램의 의무편성 비율*, 기존 프로그램의 재활용 비율(20% 내외), 방송사간의 경쟁요소 등

- (산정기준) ① 주시청시간대·드라마·스포츠·다큐멘터리(공통), 13세미만 유아·어린이교육(EBS), 자체제작(지역MBC 및 민방) HD프로그램에 대해서는 그 편성시간의 1.5배로 가중하여 인정
- ② 단위 방송프로그램의 50%이상이 HD로 구성되는 경우
- (자료제출) 매분기 HD프로그램 편성비율 실적제출, 정기 점검

□ HD프로그램의 편성 현황

- (국내현황) '09년 상반기 KBS, MBC, SBS의 HD프로그램 편성비율은 68%, EBS는 54%, 지역MBC 및 민영방송은 61% 수준으로 파악되었으나, 2011년 6월 말 현재 모두 고시 기준을 충분히 충족하고 있는 상황임. 다만 지역민방의 HD 편성 비율이 최소 기준인 60%에 미달하고 있는 지역이 있음
- 제주방송의 경우 시범사업 지역이었음에도 불구하고 가중치 미적용시 55.1%에 그치고 있는 상황임.

<방송사별 HD편성 현황>

(2011. 6월말 기준)

방송사별	전체 방송시간	가중치 미적용		가중치 적용		전분기대비증감		
		HD방송 시간	HD 비율	HD방송 시간	HD 비율	증감시간	증감율	
KBS1	109,335	99,195	90.7%	120,343	110.1%	-827	-0.7%	
KBS2	108,625	94,220	87.0%	116,815	107.5%	6,798	6.2%	
MBC	108,750	73,140	67.3%	93,622	86.1%	9,295	11.0%	
SBS	109,675	75,380	68.7%	93,431	85.2%	3,353	3.7%	
EBS	106,555	86,490	81.2%	117,035	109.8%	-573	-0.5%	
경인	KBS1	109,335	99,195	90.7%	120,343	110.1%	-827	-0.7%
부산	KBS1	109,335	95,450	87.3%	115,863	106.0%	-32	0.0%
	KBS2	108,265	93,765	86.6%	116,218	107.3%	6,375	5.8%
창원	KBS1	109,335	91,783	83.9%	111,487	102.0%	-1,823	-1.6%
	KBS2	108,265	93,970	86.8%	116,565	107.7%	6,852	6.2%
대구	KBS1	109,335	100,589	92.0%	121,626	111.2%	-97	-0.1%
	KBS2	108,265	94,140	87.0%	116,735	107.8%	6,718	6.1%
광주	KBS1	109,335	100,405	91.8%	121,403	111.0%	-712	-0.6%
	KBS2	108,265	94,220	87.0%	116,815	107.9%	6,797	6.2%
전주	KBS1	109,335	98,480	90.1%	119,433	109.2%	-591	-0.5%
	KBS2	108,265	93,810	86.6%	116,240	107.4%	7,287	6.7%
대전	KBS1	109,335	100,345	91.8%	121,553	111.2%	-580	-0.4%
	KBS2	108,265	94,155	86.9%	116,750	107.8%	6,733	6.1%
청주	KBS1	109,335	91,871	84.0%	111,869	102.3%	-44	0.0%
	KBS2	108,265	94,180	87.0%	116,775	107.9%	6,758	6.1%
춘천	KBS1	109,335	98,245	89.9%	118,195	108.1%	-2348	-2.0%
	KBS2	108,265	94,050	86.9%	116,645	107.7%	6,793	6.2%
제주	KBS1	109,335	91,789	84.0%	111,436	101.9%	-342	-0.3%
	KBS2	108,265	93,600	86.5%	116,005	107.1%	7,142	6.6%
강릉MBC		108,750	78,960	72.6%	104,299	95.9%	26,229	33.6%
광주MBC		108,770	84,580	77.8%	106,865	98.2%	-13,130	-14.0%
대구MBC		108,750	74,490	68.5%	99,632	91.6%	7,145	7.7%
대전MBC		108,750	77,105	70.9%	102,445	94.2%	8,970	9.6%
창원MBC		108,750	73,140	67.3%	93,622	86.1%	9,295	11.0%
목포MBC		108,750	81,815	75.2%	103,476	95.2%	7,892	8.3%

방송사별	전체 방송시간	가중치 미적용		가중치 적용		전분기대비증감	
		HD방송 시간	HD 비율	HD방송 시간	HD 비율	증감시간	증감율
부산MBC	108,750	74,570	68.6%	99,117	91.1%	7,065	7.7%
삼척MBC	108,750	78,640	72.3%	98,255	90.3%	18,245	22.8%
안동MBC	108,750	74,260	68.3%	97,485	89.6%	10,995	12.7%
여수MBC	108,750	69,280	63.7%	89,123	81.9%	-3,376	-3.6%
울산MBC	108,750	77,580	71.3%	99,017	91.1%	10,793	12.2%
원주MBC	108,750	70,310	64.7%	88,115	81.0%	8,545	10.7%
전주MBC	108,050	69,960	64.7%	90,152	83.4%	8,834	10.9%
제주MBC	108,750	72,885	67.0%	94,660	87.0%	5,808	6.5%
진주MBC	108,750	75,715	69.6%	88,269	81.2%	3,942	4.7%
청주MBC	108,750	79,600	73.2%	119,400	109.8%	8,100	7.3%
충주MBC	108,750	75,535	69.5%	94,711	87.1%	8,704	10.1%
춘천MBC	108,905	78,670	72.2%	99,095	91.0%	16,495	20.0%
포항MBC	108,750	70,230	64.6%	93,167	85.7%	8,495	10.0%
강원민방	109,220	66,675	61.0%	86,205	78.9%	5,160	6.4%
광주방송	106,839	67,064	62.8%	84,408	79.0%	1,273	1.5%
대구방송	107,235	70,544	65.8%	94,747	88.4%	12,026	14.5%
대전방송	108,134	78,599	72.7%	102,178	94.5%	2,507	2.5%
KNN	106,755	68,624	64.3%	97,739	91.6%	2,504	2.6%
울산방송	105,959	76,895	72.6%	104,337	98.5%	7,827	8.1%
전주방송	109,175	68,774	63.0%	87,101	79.8%	8,061	10.2%
제주방송	109,675	60,385	55.1%	76,577	69.8%	1,854	2.5%
청주방송	108,695	65,435	60.2%	84,919	78.1%	1,506	1.8%
OBS경인TV	108,465	86,780	80.0%	122,730	113.2%	11,815	10.7%

- (해외현황) 일본은 지상파방송국 면허방침에서 '06년 NHK 94%, 민영은 65%이상으로 HD편성을 규제했으나 '08년 폐지, 자율전환

※ 영국 등 유럽 및 미국은 HD편성 규제가 없으며 방송사가 자율적으로 추진

- 미국 주요방송사의 HD편성 현황('09. 9월) : CBS 58%, ABC 62.9%, NBC 46.5%

2. 디지털 송신 시설 현황과 문제점

□ 법적 근거와 정책 목표

- 지상파방송사업자는 디지털방송을 송출하기 위한 방송국의 구축 의무를 가지고 있음.

디지털전환특별법 제7조의2 (디지털 전환 촉진) ① 방송통신위원회는 디지털 전환을 촉진하고 디지털 전환과 관련하여 시청자의 권익을 보호하기 위하여 「전파법」에 따라 방송국 개설허가를 받은 지상파방송사업자에 대하여 다음 각 호의 의무를 부과할 수 있다.

1. 디지털방송을 송출하기 위한 방송국의 구축
2. 아날로그 텔레비전방송의 병행
3. 그 밖에 디지털 전환 촉진과 시청자의 권익 보호를 위하여 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항

② 방송통신위원회는 지상파방송사업자가 「전파법」에 따라 방송국 개설허가를 신청하는 경우 제1항제1호 및 제2호의 이행을 조건으로 붙여 방송국 개설허가를 할 수 있다.

③ 방송통신위원회는 제1항에 따라 의무를 부과하거나 제2항에 따라 조건을 붙이는 경우 이행 기한을 설정할 수 있으며, 지상파방송사업자의 의무 또는 조건의 준수 여부를 정기적으로 점검할 수 있다.

④ 방송통신위원회는 지상파방송사업자가 제1항제1호 및 제2호에 따른 의무 또는 제2항에 따른 조건을 이행하지 아니하는 경우 대통령령으로 정하는 기준에 따라 방송국 개설허가 취소 등의 제재조치를 할 수 있다. 이 경우 방송국 개설허가 취소의 절차 등에 관하여는 「전파법」을 준용한다.

⑤ 방송통신위원회는 디지털 전환 촉진방안을 수립·고시할 수 있다.[본조신설 2009.4.22.]

디지털전환특별법 제12조 (방송보조국의 개설 지원) 방송통신위원회는 지상파방송사업자가 디지털방송의 난시청 해소를 위하여 「전파법」에 따라 지상파 방송보조국의 개설을 신청하는 경우에는 디지털방송의 활성화를 고려하여 방송보조국을 허가할 수 있다.

- 방송사는 아날로그 TV 수준(96%) 이상의 커버리지 확보를 위하여 방송국 송신소 및 방송보조국을 ATV 1,191 국에서 DTV 1,243 국으로 확대 구축할 계획
- '11년 말까지 768개 보조국 설치를 계획, '11.6월말 현재 834개(67.1%) 방송보조국에 대하여 허가를 부여하여 계획보다 조기 구축 중

※ **(재허가 조건)** KBS·MBC·SBS·EBS 등 재허가시('10.12월) '방송보조국 구축을 성실히 이행하되 방송보조국의 디지털 전환은 '12.6월까지 100% 완료할 것' 부과

- 방통위는 방송사의 제작·송신 시설의 디지털 전환 실적 및 계획 점검을 통해 조기 전환되도록 독려하고,
 - 디지털 전환을 촉진을 유도하기 위해 용자, 관세 감면을 지속 실시

※ **(관세감면)** 수입 디지털 방송장비 감면을 50%(8→4%), 기간연장('10→'12년)
 - '01년부터 현재까지 406억원 관세 감면
 ※ **(용자지원)** 140억원('08)→170억원('09)→220억원('10)→220억원('11)→170억원('12년)

□ 지상파방송사업자의 디지털시설 전환 현황 및 문제점

- 방송사업자의 송신시설 중 방송국(송신소)은 지상파방송 4사와 MBC계열사 및 지역민방은 100% 전환율을 달성한 상태임.
- 그러나 난시청해소에 필수적 방송보조국(중계소)의 경우 평균 40.7%의 전환율을 보이고 있어서 2012년 100% 전환을 목표로 전환속도를 높일 필요가 있음. 특히 KBS, MBC계열사, SBS의 방송보조국에 대한 전환 비율이 매우 낮은 상태임. 방송사별로 살펴보면 방송보조국의 전환률은 KBS가 38%로 가장 낮았고 지역 민방이 89%로 가장 높음.

송신시설 디지털 전환 현황 및 계획

('11. 6월말 기준)

구 분	송신시설					
	방송국(송신소)			방송보조국(중계소)		
	아날로그	디지털	전환율(%)	아날로그	디지털	전환율(%)
KBS	32	32	100	886	337	38.0
EBS	1	1	100	-	-	-
MBC	1	1	100	17	11	64.7
SBS	1	1	100	11	5	45.5
MBC계열사	19	19	100	166	63	38.0
지역민방*	10	10	100	48	43	89.6
합 계	64	64	100	1,128	459	40.7

※ 방송보조국 전환 목표 : '10년 39.2%, '11년 68.1%, '12년 100%

- 제작시설 또한 지상파는 1,962개의 대상 중 1,472개만 전환이 완료 돼 전환률이 75%에 머물렀음. 제작·송출 시설의 디지털전환율은 2011년 6월 현재 평균 75%의 비율을 보이고 있으며, 지역MBC의 전환율이 61.1%로 가장 낮은 상태임.

<제작·송출시설의 디지털전환 현황>

(‘11. 6월말 기준)

방송사	제작·송출시설			연도별 시설계획(개소)		
	대상시설(개소)	전환실적	전환율(%)	‘11년	‘12년	계
KBS	105	72	68.6	17	16	105
EBS	28	22	78.6	1	2	25
MBC(본사)	537	444	82.7	49	44	537
지역MBC(19개)	674	413	61.1	100	72	585
SBS	41	38	92.7		3	41
지역민방(10개)	577	483	83.7	39	74	596
합 계	1,962	1,472	75.0	206	211	1,889

※ 전환 실적과 목표는 아날로그 시설 기준이며, 디지털화하면서 복합기능 탑재등으로 최종 디지털장비 시설수는 아날로그에 비해 감소함(1,962→1,889)

3. 소결

- 2011년 6월말 현재 모두 고시 기준을 충분히 충족하고 있는 상황이나 지역민방의 HD 편성 비율은 최소 기준인 60%에 미달하고 있는 지역도 있어서 관리 감독을 강화할 필요가 있음.
- 방송사업자의 송신시설 중 방송국(송신소)은 지상파방송 4사와 MBC계열사 및 지역민방은 100% 전환율을 달성한 상태이나, 방송보조국(중계소)의 경우 평균 40.7%의 전환율을 보이고 있어서 2012년 100% 전환을 목표로 전환속도를 높일 필요가 있음.
- 특히 KBS, MBC계열사, SBS의 방송보조국에 대한 전환 비율이 매우 낮은 상태이므로 이들 방송사에 대한 전환 촉구가 필요함.
- 제작·송출 시설의 디지털전환율은 2011년 6월 현재 평균 75%의 비율을 보이고 있으며, 지역MBC의 전환율이 61.1%로 가장 낮은 상태이므로 이 역시 전환 촉구가 필요함.

IX. 유료방송의 디지털전환

1. 유료방송사업자의 디지털전환 현황

- 케이블TV(94개 SO)의 설비부문은 모두 디지털화가 완료된 상태이나, 가입자의 디지털전환율은 2010년 3월 현재 24%에 그치고 있음.

케이블TV SO의 가입자 디지털전환 현황 및 계획

(‘11. 3 단자수 기준)

항목	2007	2008	2009	2010	2010.3	2011 (계획)	2012 (계획)
아날로그 가입자	13,908,616	13,282,667	12,624,541	11,651,080	11,396,976	7,499,000	5,493,000
디지털 가입자	855,571	1,914,118	2,670,062	3,425,505	3,608,638	6,889,000	8,766,000
디지털 전환율	5.8%	12.6%	17.5%	22.7%	24.0%	47.9%	61.5%

출처 : 한국케이블TV방송협회

- PP의 경우 MSP계열의 63개 PP 중 2010년 6월 현재 HD프로그램을 제작 및 편성하지 않은 채널들이 38개(60.3%)에 해당할 정도로 준비가 미흡한 상황임. (방통위 제공 PP의 HD 제작 및 편성현황 및 계획 참고)

2. 소결

- 케이블TV SO의 디지털 가입률은 24%에 그치고 있으며, PP 사업자들의 HD 편성률은 40%에 그치고 있을 만큼 전환율이 매우 저조한 상황임.
- 지상파방송의 디지털전환 이후 국민 대다수는 아날로그TV 수신환경에 놓일 수밖에 없는 상황임.
- 케이블TV 사업자의 디지털전환 완료 의무와 기한을 확정짓고 이에 따른 지원책과 정책방안을 마련해야 함.

제 4 부

디지털방송 전환 정책 자료집

결론 및 개선방안

X. 종합적 결론 및 개선방안

1. 디지털전환의 정책 목표와 추진체계에 대한 개선방안

디지털전환은 국민과 방송사업자의 자발적 협조를 구하고 관련 정부부처 및 공공기관의 협력체계를 한층 강화해야 만이 성공할 수 있는 사업임.

- 디지털전환특별법 제정 이후 전환사업은 대체로 계획대로 추진되고 있으며, 2010년과 2011년에 걸쳐 4개 지역의 시범사업을 완료하고 2012년 12월 31일 전국전환을 남겨놓은 상태임. 2012년말 전국 전환까지 1년여의 시간이 남아 있으나 전국민을 대상으로 하는 사업인만큼 시간이 충분하다고는 할 수 없는 상황임.
- **(협조 및 협력체계 구축)** 디지털전환 사업은 사업의 대상자인 일반 국민들과 방송사업자의 자발적 협조를 유도하는 일이 매우 중요하지만, 전국 전환의 성공적 수행을 위해서는 방송통신위원회를 중심으로 정부부처 및 공공기관간의 협력체계를 한층 강화할 필요가 있음.
- **(예산 확보)** 4개 지역의 시범사업에 지금까지 약100억의 예산이 투입되었으며, 전국 전환의 경우 사업의 규모와 일시 종료라는 현실을 감안할 때 충분한 예산 확보가 선행될 필요가 있음.
- **(8가지 핵심점검 사항)** 시범사업을 통해 나타난 문제점들을 중심으로 개선방안을 적극적으로 모색해야 함. 특히 전국 전환을 위해 반드시 검토하고 개선해야 할 정책이슈를 시청자 측면과 사업자 측면으로 나누어 총 8가지 핵심 이슈를 중심으로 문제점을 분석하고 개선방안을 적극적으로 모색할 필요가 있음.

시청자 측면의 점검 사항	사업자 측면의 점검 사항
<ul style="list-style-type: none"> - 미전환율 문제 - 민원을 문제 - 디지털TV 보급률 문제 - 디지털 전환 인지율 문제 - 취약계층 지원 문제 	<ul style="list-style-type: none"> - 수신환경 개선 문제 - 디지털 제작·송출·편성 준비 문제 - 유료방송사업자 준비 문제

2. 디지털전환 미전환율에 대한 개선방안

대도시를 대상으로 한 제주시범사업의 미전환율이 너무 높았음. 전국 전환에서는 미전환율을 직접수신가구 대비 1%로 낮출 수 있는 방안을 모색해야 함.

- 시범사업 지역에서는 직접수신세대 전체 가구를 대상으로 컨버터를 지원하고, 한정된 지역을 대상으로 대대적인 홍보활동을 전개하였기 때문에 전국전환의 미전환율은 시범사업지역의 미전환율보다 높게 나타날 것임.
- **(시범사업지역 미전환율)** 시범사업 4개 지역에서 아날로그 종료일 이후 수개월간 미전환율이 전체 가구 대비 1% 내외로 나타났으며, 직접수신가구 대비 미전환율은 제주지역에서 무려 5.4%를 기록함.
- **(전국 전환시 예상 미전환율)** 전국 전환에서는 전체 가구수 (1700만세대) 대비 최소 1%(17만세대) 최대 5.9%(100만세대)의 미전환가구가 발생할 것으로 예상되고 있음.
- 디지털전환사업은 정확한 일시를 정해놓고 추진하는 사업이며, 아날로그 전국 종료일에 미전환가구 비율이 높으면 높을수록 대규모 민원이 발생 가능성이 높아지기 때문에 미전환율을 최대한 낮출 수 있는 방안을 적극적으로 강구할 필요가 있음.
- 특히 종료일 전후 3일간의 미전환율은 사업의 성패를 좌우하는 매우 중요한 지표이므로 이에 대한 대책이 마련되어야 함.

- 또한 정부가 디지털전환 지원정책의 목표대상자를 직접수신세대 구제에 두고 있는 만큼 전국전환에 앞서 직접수신세대에 대한 정확한 규모 파악을 통해 미전환율을 낮출 수 있는 방안을 모색할 필요가 있음.

3. 디지털전환 민원율에 대한 개선방안

2012년말 전국 전환시 민원율이 높아지지 않도록 민원율을 전체 가구의 1%대로 최대한 낮출 수 있는 방안을 강구해야 함.

- (시범사업 민원율) 국내 시범사업에서 나타난 민원율의 수치는 종료일 이후 한달간 전체 세대의 2.5% - 5.4%에 이를 만큼 높은 비율을 보이고 있음.
- (전국 전환 민원율 예상치) 전국 전환시에도 동일한 비율의 민원율이 발생한다면 2012년 12월 31일 이후 전국적으로 42.5만 세대 - 91.8만세대의 민원이 발생할 것으로 예상됨.
- 종료일 직후 한달간 민원율이 계속 증가하였으며, 대도시의 민원율이 농촌 지역의 두배에 이르고 있는 상황이라는 것은 민원율에 대한 보다 적극적인 대응이 필요하다는 것을 보여줌.
- 뿐만 아니라 민원율의 대다수가 기술적 문제를 해결하기 위한 방문 요청 민원이라는 점을 고려할 때 이에 대한 예산과 인력을 충분히 감안하여 대처할 필요가 있음.

4. 디지털방송 수신기 보급률에 대한 개선방안

디지털방송 수신기 미보유 가구가 디지털 컨버터에 대한 정보를 쉽게 접하고 용이하게 구입할 수 있는 방안을 적극 강구해야 함.

- (디지털방송 수신기 보급률) 2011년 상반기 조사 결과, 디지털 방송 수신기 (디지털TV, 유료방송 셋톱박스, 디지털 컨버터 등)의 총 보급률은

68.6%로, 2008년 이후 꾸준히 상승하고 있는 상황이나 2011년 상반기 현재 디지털방송 수신기를 보유하지 않은 미보유 가구가 전체의 31.4%로서, 전반적인 디지털방송 수신기 보급률이 저조한 편임.

- **(보급형DTV 효용성)** 디지털TV 수상기의 보급률을 확대하기 위해 저렴한 가격의 보급형 DTV를 생산·보급하였으나 이에 대한 국민 호응률은 4개 시범사업지역을 모두 합쳐 384건에 그칠 만큼 매우 낮은 편이며, 보급형 DTV가 가격은 낮으나 가격 대비 효용성이 낮은 경우라면 보급형 DTV에 대한 무조건적 홍보보다는 보급형 DTV의 소비자 효용성을 높이는 방안을 강구해야 함.
- '11년도 7월부터 수도권 아날로그 TV방송 직접수신 취약계층가구를 대상으로 디지털컨버터를 보급중이며, 2011년 8월 현재 약 2만대의 셋탑박스가 보급된 상황이며, 서울, 경기, 인천 지역의 일반가구 보급 건수는 확인되고 있지 않음.
- **(디지털 컨버터 보급)** 서울, 경기, 인천 등 대도시 수도권 지역에서 일반가구의 디지털 컨버터 보급 수치가 없기 때문에 전국 전환에서 이들 지역의 주민들이 어떻게 셋탑박스를 준비하거나 할 예정인가에 대한 문제점을 파악하기가 어려움. 전국전환은 대도시 지역과 일반가구를 포함하고 있기 때문에 이에 대한 셋탑박스(디지털 컨버터)의 보급률을 높일 수 있는 방안을 적극적으로 강구할 필요가 있음.
- 셋탑박스(디지털 컨버터) 판매를 디지털방송 수신기기 종합사이트('디지털 마당')나 인터넷 쇼핑몰에서만 판매하게 되면 일반인이 쉽게 인지하고 구입하기가 어려우므로 개선방안을 모색할 필요가 있음.
- **(셋탑박스 자가 설치 비율)** 시범사업 지역에서는 셋탑박스(디지털 컨버터)의 자가 설치 비율이 50%에도 미치지 못하고 있는 상황이기 때문에 전국 전환에서 일반가구의 자가설치율을 높일 수 있는 지원방안을 적극적으로 강구해야 함.

5. 디지털 전환 인지율에 대한 개선방안

아날로그 종료 시점에 대한 정인지율을 최대한 높일 수 있는 방안을 강구해야 하며, 예산 절감 차원에서 지상파가 TV광고비를 분담하는 방안에 대해서도 검토해볼 필요가 있음.

- **(종료시점 정인지율)** 디지털전환에 대한 국민들의 인지율은 수상기 보급률과 전환율을 높일 수 있는 가장 중요한 선행변수이나 다양한 홍보활동에도 불구하고 아직까지 정확한 종료 시점을 모른다는 응답이 36.4%로 나타나 종료 시점에 대한 홍보가 더욱 필요한 상황임.
- 2010년 한해에 홍보예산으로 약25억의 예산이 투입되었으며, 이중 대중매체 등을 활용한 홍보에 전체 예산의 약70.4%를 집행하였으며, 특히 지상파TV 광고에 지출한 비용이 높은 상황임.
- **(지상파 TV 광고비)** 홍보비 예산이 충분하지 않은 상황에서 지상파방송사가 디지털전환 광고비를 일부 부담할 수 있는 방안도 강구할 필요가 있음.

6. 취약계층 지원에 대한 개선방안

경제적 취약계층 뿐만 아니라 기술적 취약계층에 대한 대상범위를 확대하고, 관련 예산을 충분히 확보하여 최대한 지원할 필요가 있음.

- **(취약계층의 유형)** 취약계층을 경제적 취약계층, 기술적 취약계층, 지역적 취약계층, 사회복지시설 등 4계층으로 세분화하여 지원을 하고 있는 것은 바람직하나, 기술적 취약계층의 경우 노인 및 장애인만을 대상으로 제한적으로 정의하고 있어 일반인 중에서 기술적 어려움을 겪는 계층에 대한 지원이 어려운 상황임.
- **(기술적 취약계층)** 기술적 취약계층에 대한 정부지원 대상이 전체가구(1,733만가구)의 극히 일부(1.8%)에 불과하여 지원대상에서 제외된 대다수 가구의 디지털전환 준비가 부족할 가능성이 우려됨.

- 중기재정계획에 '12년 예산 1,442억원을 요구한 상태이며, 이중 47.2%인 681억 원이 반영된 상태이나 취약계층의 지원 및 성공적인 디지털 전환을 위해서는 예산 요구액에 대한 추가 반영이 필요할 수 있음.
- **(자원봉사단체의 활용)** 2010년 시범사업지역에서는 활용하지 않았던 자원봉사단체를 2011년 제주 시범사업에서는 활용하였으나 성과는 그다지 좋지 않았음. 안테나 개보수와 같은 전문적 업무를 자원봉사단체에 맡기는 등 인력을 적재적소에 배치하지 못한 결과라고 할 수 있음. .
- 디지털전환은 기술정책이 메인이지만 이를 국민들에게 효과적으로 전달하여 원하는 목표를 달성하기 위해서는 궁극적으로 커뮤니케이션 정책에 기반한 접근이 필요함. 방문 지원 요청은 대부분 기술적 지원 요청이 많으므로 자원봉사단체의 경우 기술지원팀과 함께 나가서 지원대상자와의 원활한 커뮤니케이션을 할 수 있는 인력으로 활용하는 방안을 강구할 필요가 있음.
- **(전국지원센터)** 전국 23개 지역에 지원센터를 마련하여 이를 중심으로 한 전국 지원체계를 구축하고 있는데, 이러한 시스템은 시범사업지역에서보다 주민 밀착도가 떨어질 가능성이 많으므로 커뮤니케이션 지원에 각별히 신경을 쓸 필요가 있음.

7. 디지털 커버리지 및 수신환경 개선을 위한 방안

직접수신세대의 정확한 파악과 함께 취약계층과 일반세대 모두에게 직접 수신 안테나 개보수를 지원하기 위한 노력과 예산 확보가 매우 시급함.

- **(디지털방송 커버리지)** 2011년 6월 현재 전국의 디지털 TV 방송 커버리지는 평균 89.33%에 이르고 있으며, 2012년까지 디지털 커버리지를 높이기 위한 방송사의 각별한 노력이 더욱 요구됨.
- **(직접수신세대)** 2010년 현재 지상파 직접수신세대는 9.7% (약165만가구)로 추정되고 있으며, DTV 수신환경 실태조사 결과, 주택유형별 수신설비 노후·훼손 정도는 아파트 51.6%, 단독주택 87.4%, 연립주택·기타 주택

은 91.8%로 수신설비 상태가 매우 좋지 않은 상황임.

- **(공시청설비 개선)** 방송통신위원회가 디지털 방송 난시청 해소 및 수신 환경 개선을 위하여 KBS, LH, SH공사 등 5개 기관 공동 협약을 체결('10.4월)하고, 공공임대 공동주택 등의 노후화된 TV공시청설비 개선을 지원하고 있으며, 지상파 4사(KBS, MBC, SBS, EBS) 또한 아파트 수신환경개선 공동사업 협약을 체결하여 시범사업 추진중이나 주택유형별로 열악한 수신환경 개선을 위해서는 지속적인 지원이 필요함.
- **(연립주택 공시청설비)** 특히, 건축연한이 오래되었거나, 100세대 미만의 소형아파트에 대해 디지털전환 홍보강화 및 정부 지원이 집중될 필요가 있으며, 경제적 취약계층이 주로 거주하고 있는 연립주택 등에 대해서도 공시청설비 현황을 파악하여 지원방안을 강구할 필요가 있음.
- 또한 단독주택 안테나 관리실태는 전체의 12.6%만이 양호하여 대부분 개보수가 필요한 상황이며, 4개 시범사업지역에서 안테나 교체 세대 수가 총 8,878세대에 이르고 있으며, 제주지역의 경우 직접수신세대 21,657 중 약36%에 해당되는 7,717세대가 안테나 교체를 하였음. 특히 실내안테나보다 실외안테나 교체 세대 수가 2.83배에 달하고 있음.
- **(안테나 자가설치)** 안테나 자가 설치 비율이나 자가 설치 가능성에 대해서는 조사된 자료조차 없는 상황이며, 안테나의 자가설치가 어려운 상황에서 안테나 구매 방법 및 판매 장소의 홍보는 실효성이 없을 것으로 판단됨.
- **(일반세대 안테나 개보수 지원)** 이와 같은 상황에서 단독주택의 직접수신 안테나 개보수는 취약계층에게만 지원하고 일반세대는 자발적으로 개선하도록 하는 것은 문제가 심각함. 일반세대 중 기술적 취약계층에게 안테나 개보수 지원방안 마련이 필요

8. 디지털 제작·송출시설에 대한 개선방안

방송보조국의 디지털전환율을 높일 수 있는 구체적인 방안이 마련되어야 하며, 실적이 부진한 방송사에 대해 관리 감독을 철저히 할 필요가 있음.

- **(HD편성 비율)** 2011년 6월말 현재 모두 고시 기준을 충분히 충족하고 있는 상황이나 지역민방의 HD 편성 비율은 최소 기준인 60%에 미달하고 있는 지역도 있어서 관리 감독을 강화할 필요가 있음.
- **(방송보조국의 전환)** 방송사업자의 송신시설 중 방송국(송신소)은 지상파 방송 4사와 MBC계열사 및 지역민방은 100% 전환율을 달성한 상태이나, 방송보조국(중계소)의 경우 평균 40.7%의 전환율을 보이고 있어서 2012년 100% 전환을 목표로 전환속도를 높일 필요가 있음. 특히 KBS, MBC계열사, SBS의 방송보조국에 대한 전환 비율이 매우 낮은 상태이므로 이들 방송사에 대한 전환 촉구가 필요함.
- 제작·송출 시설의 디지털전환율은 2011년 6월 현재 평균 75%의 비율을 보이고 있으며, 지역MBC의 전환율이 61.1%로 가장 낮은 상태이므로 이 역시 전환 촉구가 필요함.

9. 유료방송에 대한 정책 개선방안

케이블TV 사업자의 디지털전환 기한을 확정하여 국민 모두가 실질적으로 디지털TV 수신을 할 수 있는 환경을 조성해야 함.

- **(케이블TV사업자의 디지털전환율)** 케이블TV SO의 디지털 가입률은 24%에 그치고 있으며, PP 사업자들의 HD 편성률은 40%에 그치고 있을 만큼 전환율이 매우 저조한 상황임.
- 지상파방송의 디지털전환 이후에도 국민 대다수는 아날로그TV 수신환경에 놓일 수밖에 없는 상황임.
- 케이블TV 사업자의 디지털전환 완료 의무와 기한을 확정짓고 이에 따른 지원책과 정책방안을 마련해야 함.

2011년 국정감사 정책자료집

디지털 방송 전환 정책자료집



국회의원

허원제

- 의원사무소 서울시 영등포구 의사당로1 국회의원회관 333호 T. 02)784-2058 F. 02)788-3333
- 지역사무소 부산시 부산진구 당감3동 177-1 T. 051)898-2580 F. 051)898-2782

www.benhur.kr