

보도시점 2025. 6. 10.(화) 12:00 / 배포 2025. 6. 10.(화) 08:30
<6. 11.(수) 조간>

티빙(Tving) - 웨이브(Wavve) 간 임원겸임 방식의 기업결합에 대한 시정조치 부과

- 결합상품 출시로 인한 구독요금 실질 인상이 나타나지 않도록 26년
말까지 현행 요금 수준 유지 조치를 부과하며 조건부 승인

<기업결합 개요>

공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 ‘공정위’)는 (주)씨제이이엔엠(이하 ‘씨제이이엔엠’) 및 (주)티빙(이하 ‘티빙’)의 임직원이 콘텐츠웨이브 주식회사(이하 ‘웨이브’)의 임원 지위를 겸임*하는 내용의 기업결합 신고 건에 대해 심의한 결과 국내 사전 제작콘텐츠 중심 유료구독형 OTT 동영상 서비스** 시장(이하 ‘OTT 시장’)의 경쟁을 실질적으로 제한할 우려가 있다고 판단하였다.

* 씨제이이엔엠과 티빙은 웨이브의 이사 8인 중 대표이사를 포함한 5인, 감사 1인을 자신의 임직원으로 지명하는 내용의 합의서를 2024.11.27. 웨이브와 체결, 2024.12.26. 공정위에 신고

** OTT(Over-the-top) 동영상 서비스는 인터넷을 통해 영화, 드라마 등 다양한 동영상 콘텐츠를 제공하는 서비스를 의미함

이에 공정위는 2026년 말까지 티빙 및 웨이브가 현행 요금제를 유지하도록 하고, 티빙과 웨이브가 하나의 서비스로 통합하더라도 사실상 요금 인상 효과가 나타나지 않도록 소비자가 기존과 유사한 수준의 통합 요금 상품을 선택할 수 있도록 하는 등의 시정조치를 부과하기로 결정하였다.

이번 기업결합 신고회사인 씨제이이엔엠과 티빙이 속한 기업집단 「CJ」에서는 OTT 서비스 ‘티빙(Tving)’을 제공하면서, 방송콘텐츠 제작 및 영화 배급 등 OTT 동영상 콘텐츠 공급 사업을 함께 영위하고 있다. 한편, 상대회사인 웨이브가 속한 기업집단 「SK」에서는 OTT 서비스 ‘웨이브

(Wavve)를 제공하면서, 이동통신 및 디지털 유료방송 사업을 함께 영위하고 있다.

<기업결합 유형 및 시장 확정>

이번 기업결합에서는 티빙 및 웨이브는 모두 OTT 사업을 영위하고 있어 경쟁회사 간의 결합이므로 ‘수평결합’이 발생한다. 또한, 씨제이이엔엠 등 「CJ」 소속회사는 방송·영화 등 동영상 콘텐츠의 제작·유통을 통해 티빙 및 웨이브 등의 OTT 사업자에게 동영상 콘텐츠를 공급하고 있으므로 「CJ」 소속회사와 웨이브 간 ‘수직결합’도 발생한다. 나아가, 에스케이텔레콤 및 에스케이브로드밴드 등 「SK」 소속회사는 이동통신 서비스와 IPTV 사업을 영위하면서 OTT 동영상 서비스와 이동통신 서비스, IPTV 서비스 등을 결합한 상품을 판매하고 있으므로 ‘혼합결합’도 나타난다.

이를 바탕으로, ①OTT 시장에서의 수평결합, ②OTT 시장과 3개의 콘텐츠 공급시장(▲방송콘텐츠 외주제작, ▲방송콘텐츠 방영권 거래 및 ▲영화 부가배급) 간 3개의 수직결합, ③OTT 시장과 ▲이동통신 소매 및 ▲디지털 유료방송 시장 간 2개의 혼합결합이 발생하는 것으로 판단하였고, 이에 총 6개의 결합이 각 사가 영위하고 있는 관련 시장에 미칠 영향에 대해 심도 있게 심의하였다.

<심의 결과>

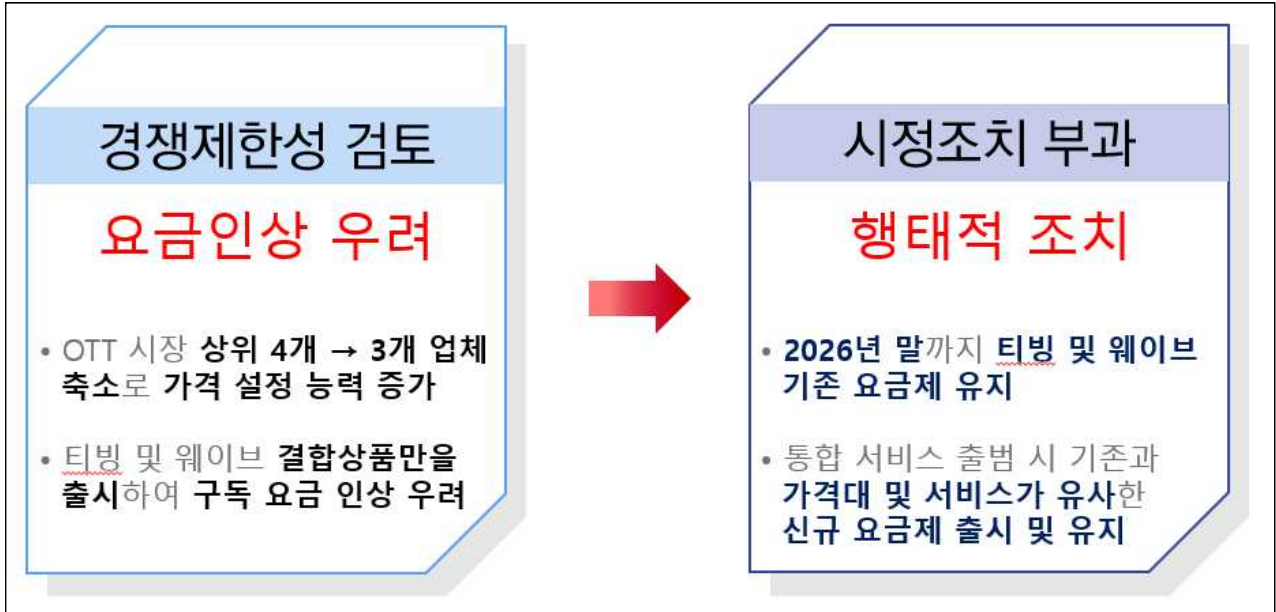
공정위는 이번 기업결합을 심의하면서, ①OTT 서비스 소비자가 부담해야 하는 구독료 인상 우려가 있는지(수평결합 - 단독효과), ②「CJ」 소속회사가 콘텐츠를 티빙 및 웨이브에만 공급하여, 경쟁 OTT 사업자가 콘텐츠를 제대로 공급받지 못할 우려가 있는지(수직결합 - 봉쇄효과), ③「SK」 소속회사가 이동통신 및 유료방송 서비스와 OTT서비스의 결합판매를 통해 경쟁 OTT 사업자를 배제할 우려가 있는지(혼합결합 - 끼워팔기)를 중점 검토하였다.

① 국내 OTT 시장에서의 경쟁회사 간 수평결합 : 단독효과(요금인상) 우려

먼저, 공정위는 다음 사항을 고려할 때, 국내 OTT 시장에서 티빙과 웨이브

간의 결합상품 판매를 통해 구독료 인상 및 소비자 선택권을 저해할 우려가 있다고 판단하였다.

<국내 OTT 시장에서의 수평결합 심사결과 요약>



첫째, 티빙 및 웨이브가 결합하는 경우 OTT 시장 상위 4개 업체가 3개 업체로 축소되는 것으로 OTT 시장 내 시장 집중도가 증가하여 가격 설정 능력이 높아진다고 볼 수 있다.

<2024년 OTT 시장 점유율(이용자 수 기준)>

사업자명	넷플릭스	티빙 (신고회사)	쿠팡 플레이	웨이브 (상대회사)	디즈니+	U+	왓챠
점유율	33.9%(1위)	21.1%(2위)	20.1%(3위)	12.4%(4위)	7.7%(5위)	3.2%(6위)	1.6%(7위)

* 출처 : 모바일인덱스('24.1. ~ '24.12.)

<2024년 OTT 시장 점유율(이용시간 기준)>

사업자명	넷플릭스	티빙 (신고회사)	웨이브 (상대회사)	쿠팡 플레이	디즈니+	U+	왓챠
점유율	39.0%(1위)	26.8%(2위)	19.9%(3위)	9.1%(4위)	3.1%(5위)	1.2%(6위)	1.0%(7위)

* 출처 : 모바일인덱스('24.1. ~ '24.12.)

둘째, 티빙 및 웨이브에 대한 충성 구독자층이 상당하고, 독점 콘텐츠 제공으로 인해 구독자들의 가격 민감도가 낮은 편에 속하여, 티빙과 웨이브를 각각 이용할 수 있는 단독상품을 없애고 티빙 및 웨이브 결합상품만을 출시하여 구독 요금이 실질적으로 인상되는 효과가 발생할 수 있다.

특히, OTT 시장에서 각 OTT 사업자가 제공하는 콘텐츠가 동질적이지 않고 차별화되어 있으므로, 티빙 및 웨이브가 제공하는 실시간 방송 채널 및 한국프로야구 리그(KBO) 독점 중계 등의 선호가 높은 구독자의 경우 결합상품의 출시로 가격이 인상되더라도 경쟁 OTT 서비스로의 구매 전환이 어려운 점을 고려할 필요가 있다.

따라서 공정위는 이번 기업결합으로 인한 OTT 시장에서의 구독료 인상 등 경쟁제한 우려를 해소하기 위해 다음과 같은 행태적 시정조치를 부과하기로 결정하였다.

첫째, 티빙 및 웨이브는 각 사가 운영하고 있는 현행 요금제를 시정명령을 받은 날(2025.6.10.)부터 2026.12.31.까지 유지하여야 하고,

둘째, 위 시정조치 이행기간 동안 티빙 및 웨이브를 하나의 서비스로 통합할 경우(이하 '통합 OTT 동영상 서비스')에는 현행 요금제와 가격대 및 서비스 내용이 유사한 신규 요금제를 출시하고, 2026.12.31.까지 신규 출시 요금제를 유지하여야 한다.

이와 더불어, ▲통합 OTT 동영상 서비스 출범 이전에 현행 요금제에 가입되어 있는 소비자에 대해서는 현행 요금제에 따라 해당하는 서비스를 이용할 수 있도록 하고, ▲현행 요금제에 가입되어 있던 소비자가 통합 OTT 동영상 서비스 출범일 이후 해당 서비스를 해지하였다가, 해지 시점으로부터 1개월 이내에 현행 요금제 재가입을 요청하는 경우 이를 허용하여야 한다.

이번 시정조치는 '기업결합 시정방안 제출제도'를 통해 티빙 및 웨이브가 경쟁제한 우려를 해소하기 위해 제출한 시정방안을 참고하고, 전문가 의견 조희 등을 거쳐 마련되었다.

② 국내 OTT 시장 - 콘텐츠 공급시장 간 수직결합 : 봉쇄효과 우려 낮음

한편, 공정위는 다음과 같은 이유로 「CJ」 소속회사가 경쟁 OTT 사업자에 대하여 방송 및 영화 등의 콘텐츠 공급을 봉쇄할 우려가 낮다고 판단하였다.

첫째, 경쟁 OTT 사업자들은 차별화된 주력 콘텐츠*를 보유하고 있어 「CJ」 계열 콘텐츠가 경쟁 OTT 사업자에게 핵심 콘텐츠라고 보기 어렵다.

* 오리지널 콘텐츠(예: 넷플릭스 ‘오징어게임’ 등), 해외 방송·영화 콘텐츠(예: 디즈니플러스 ‘디즈니 제작 영화’), 스포츠 중계(예: 쿠팡플레이 ‘영국프리미어리그 독점 중계’) 등

둘째, 「CJ」 소속회사의 ▲방송콘텐츠 외주제작시장, ▲방송콘텐츠 방영권 거래 시장 및 ▲영화 부가배급 시장에서 「CJ」 소속회사를 대체할 수 있는 거래 업체가 다수 존재*하고, 경쟁 OTT 사업자에 대한 콘텐츠 공급 비중이 전체 공급의 2/3 수준으로 수익성 측면에서 콘텐츠 공급 봉쇄 전략을 시행할 유인이 미약하다.

* CJ 소속회사 시장 점유율 : (외주제작) 35.2%, (방영권 거래) 5.1%, (영화 부가배급) 11.9%

③ 국내 OTT 시장 - 이동통신·유료방송 시장 간 혼합결합 : 경쟁사업자 배제 우려 낮음

또한, 공정위는 「SK」 소속회사가 OTT 서비스와 이동통신 및 유료방송 서비스 간 결합 판매를 통해 경쟁사업자를 배제할 우려가 낮다고 판단하였다.

「SK」 소속회사가 경쟁 OTT 사업자와의 제휴를 중단하더라도 경쟁 OTT 사업자는 KT, LG U+ 및 네이버 등 다른 사업자와 제휴하여 이용자를 확보할 수 있고, 이동통신 및 유료방송 서비스 가입자에 대하여 티빙 및 웨이브 등의 특정 OTT 제휴 상품 가입을 강제하기도 어렵기 때문이다.

< 기대효과 및 향후계획 >

이번 시정조치는 OTT 사업자 간 수평결합으로 발생할 수 있는 가격인상 효과 등을 차단하여 OTT 구독자들의 피해를 예방하면서도, 콘텐츠 수급·제작 역량을 높이기 위한 기업결합 취지를 살려 궁극적으로 OTT 구독자들의 후생 증가에 기여할 것이라는 점에 의의가 있다.

또한, ‘기업결합 시정방안 제출제도’를 활용하여 행태적 조치를 부과한 첫 사례*라는 점에서도 의의가 있다.

* '25.3.27. 시놉시스-앤시스 기업결합 건은 기업결합 시정방안 제출제도를 통해 자산 매각 등 구조적 조치를 부과한 첫 사례이고, 이번 티빙-웨이브 기업결합 건은 위 제도를 활용하여 행태적 조치를 부과한 첫 사례에 해당함

향후 OTT 시장에서는 티빙 및 웨이브가 넷플릭스, 쿠방플레이, 디즈니 플러스 등 유력한 경쟁사업자들과 치열하게 경쟁할 것으로 전망되는바, 앞으로도 공정위는 OTT 시장의 공정하고 자유로운 시장 경쟁 및 혁신성장이 촉진될 수 있도록 OTT 시장을 면밀히 모니터링하고, 법 위반행위에 대해서는 엄정하게 법을 집행할 것이다.

- <붙임> 1. 기업결합 심사 주요 내용
 2. 관련 시장 현황
 3. 기업결합 시정방안 제출제도

담당 부서	기업거래결합심사국 기업결합과	책임자	과 장	박설민 (044-200-4630)
		담당자	사무관	김범규 (044-200-4632)
			사무관	김경원 (044-200-4627)



1. 기업결합 개요

- (주)씨제이이엔엠은 자신 및 (주)티빙의 임직원이 콘텐츠웨이브(주)의 임원 지위를 겸임하는 내용의 합의서('24.11.27.)를 체결하고, 위원회에 임의적 사전심사 청구('24.12.26.)
 - (신고회사 측) OTT 서비스 ‘티빙(Tving)’을 제공하면서 방송콘텐츠 제작, 영화 배급 등 동영상 콘텐츠 공급 사업을 함께 영위
 - (상대회사 측) OTT 서비스 ‘웨이브(Wavve)’를 제공하면서 이동통신 및 유료방송 사업 등을 함께 영위

2. 기업결합 유형 및 관련시장 획정

가. 기업결합 유형

- ①수평결합(OTT 서비스), ②3개의 수직결합(동영상 콘텐츠 공급-OTT 서비스), ③2개의 혼합결합(이동통신·유료방송-OTT 서비스) 등 6개의 결합유형 발생

< 이 사건 기업결합 유형 및 관련 시장 >

결합유형	관련 시장	
수평결합	국내 OTT 시장	
수직결합 (상방-하방)	- 상방시장 : 동영상 콘텐츠 공급 시장 - 국내 방송콘텐츠 외주제작 방송콘텐츠 방영권 거래 영화 부가배급	- 하방시장 - 국내 OTT
혼합결합	국내 이동통신 소매 시장 디지털 유료방송 시장	국내 OTT 시장

* '수평결합'은 동일한 사업을 영위하는 경쟁회사 간의 결합을 의미하고, '수직결합'은 원재료부터 최종 상품의 생산 및 판매에 이르는 과정에서 인접하는 단계에 있는 회사 간의 결합을 의미하며, '혼합결합'은 서로 다른 사업을 영위하는 이종(異種) 업체 간 결합을 의미

나. 관련시장 확정

- (OTT 서비스) 사전제작콘텐츠 중심의 유료구독형 OTT 동영상 서비스 시장(이하 ‘OTT 시장’)으로 확정
 - OTT 서비스의 주된 콘텐츠 유형*, 수익 모델**에 따라 기능 및 효용, 소비자 이용 행태, 콘텐츠 거래 구조 등이 상이
 - * 사전제작콘텐츠(방송 드라마·예능, 영화 등) ↔ 이용자제작콘텐츠(개인 방송 등)
 - ** 유료구독형(월정액 구독요금제 등) ↔ 광고기반형(광고 시청 등)
 - 이용자제작콘텐츠 중심의 동영상 서비스 시장(예:유튜브)과 구분되는 별개 시장으로 확정
 - * 과거 기업결합 심결례(푼-옥수수 건('19년, 조건부 승인), 티빙-시즌 건('22년, 단순 승인))에서도 OTT 서비스 관련 시장을 세분화
- (동영상 콘텐츠 공급) ▲방송콘텐츠 외주제작 시장, ▲방송콘텐츠 방영권 거래 시장, ▲영화 부가배급 시장으로 확정
 - 방송콘텐츠 외주제작 : 방송사 또는 OTT 사업자가 드라마, 예능 등의 동영상 콘텐츠를 외부 독립 제작사에 맡겨 제작하는 시장
 - 방송콘텐츠 방영권 거래 : 지상파 3사 등이 보유한 방송콘텐츠를 방영할 수 있는 권리를 OTT 사업자 등에게 판매하는 시장
 - 영화 부가배급 : 영화 제작사가 영화관에서 영화가 개봉된 후 일정 기간 뒤에 방영할 수 있는 권리를 OTT 사업자 등에게 판매하는 시장
- (이동통신 및 유료방송) ▲이동통신 소매시장, ▲디지털 유료방송 시장으로 확정
 - 이동통신 소매 : SKT, KT, LG U+ 등의 통신사가 음성, 데이터, 영상 등의 이동통신서비스를 최종 소비자에게 판매하는 시장
 - 디지털 유료방송 : 디지털 케이블 TV, IPTV(인터넷을 통한 TV 시청) 등 디지털 방송 서비스를 수신료를 지불한 소비자에게 제공하는 시장

3. 경쟁제한성 판단

- ◇ (수평결합) OTT 시장에서 **결합 판매** 등을 통한 **구독요금 인상(단독효과) 우려**
- ◇ (수직결합) 동영상 콘텐츠 공급 사업을 영위하는 「CJ」 소속회사들이 경쟁 OTT 사업자에게 **콘텐츠 공급을 봉쇄할 우려가 낮아 경쟁제한성이 없을 것으로 판단**
- ◇ (혼합결합) OTT와 이동통신 및 유료방송 **결합판매** 등을 통한 **경쟁사업자 배제 가능성이 낮아 경쟁제한성은 없을 것으로 판단**

가. 수평결합 : 단독효과 우려 존재

- 국내 OTT 시장에서 당사회사의 **결합 판매**를 통한 **가격 인상 및 소비자 선택권 저해 우려 존재**
 - (시장집중도) 상위 4개사에서 3개사 중심으로 시장집중도 증가
 - (이용자 수 기준) ①넷플릭스 33.9% > ②티빙(21.1%)+④웨이브(12.4%) = 33.5% > ③쿠팡플레이 20.1% > ⑤디즈니플러스 7.7%
 - (사용 시간 기준) ②티빙(26.8%)+③웨이브(19.9%) = 46.7% > ①넷플릭스 39.0% > ④쿠팡플레이 9.1% > ⑤디즈니플러스 3.1%
 - (결합판매 유인) 소비자에게 티빙-웨이브 결합상품 구매를 강제할 유인 존재 → 원치 않는 서비스 구매로 소비자 후생 저해 우려
 - 티빙, 웨이브에 대한 충성 고객층이 상당하고, 독점 콘텐츠 제공으로 인해 소비자들의 가격 민감도가 낮으므로 당사회사가 결합 판매를 통해 수익 개선에 나설 유인 존재
 - (구매전환 가능성) 티빙, 웨이브가 제공하는 실시간 방송 채널 및 한국프로야구리그(KBO) 독점 중계 등에 대한 이용자 선호가 높아 경쟁 서비스로의 전환 가능성이 제한적

나. 수직 결합 : 봉쇄효과 우려 낮음

- 신고회사 측인 「CJ」 소속 콘텐츠 공급회사들이 경쟁 OTT 사업자에 대하여 OTT 동영상 콘텐츠 공급을 봉쇄할 우려는 낮음
 - (봉쇄능력) 경쟁 서비스들은 차별화된 주력 콘텐츠*를 기반으로 경쟁하고 있어 CJ ENM 계열 콘텐츠가 필수적이라고 보기 곤란
 - * 오리지널 콘텐츠(예: 넷플릭스 '오징어게임' 등), 해외 방송·영화 콘텐츠(예: 디즈니플러스 '디즈니 제작 영화', 쿠팡플레이 'HBO 콘텐츠' 독점 계약 등), 스포츠 중계(예: 쿠팡플레이 영국프리미어리그 독점 중계) 등
 - 콘텐츠 공급 관련 신고회사의 시장점유율*이 높지 않고, OTT 서비스가 콘텐츠를 확보할 수 있는 다양한 대체 거래선이 존재
 - * 신고회사 점유율 : (외주제작) 35.2%, (방영권 거래) 5.1%, (영화 부가배급) 11.9%
 - (봉쇄유인) 경쟁관계에 있는 OTT 사업자에 대한 콘텐츠 공급 매출 비중이 상당(전체 공급의 2/3 수준)한 반면, 콘텐츠 공급 봉쇄를 통한 신규 OTT 이용자 유치에는 한계가 있어 봉쇄전략 시행에 따른 수익성이 낮음

다. 혼합 결합 : 경쟁사업자 배제 우려 낮음

- OTT 서비스와 이동통신 및 유료방송 서비스 간 결합 판매*를 통해 시장지배력을 전이하여 경쟁사업자를 배제할 우려 낮음
 - * 현재 상대회사 측(SK)은 넷플릭스, 디즈니플러스 등과 제휴하여 이동통신·유료방송 요금제에 따라 OTT 서비스를 함께 제공하거나 부가서비스로 할인을 제공하고 있음
- 상대회사 측이 경쟁 OTT 서비스와의 제휴를 중단하더라도 경쟁 OTT 서비스는 타 이동통신·유료방송(KT, LG U+) 및 플랫폼(네이버 등) 서비스와의 제휴로 대응 가능

4. 시정조치 : 현행 요금제 유지 및 이와 유사한 통합 요금제 출시

① 티빙 및 웨이브는 각 사가 운영하고 있는 현행 요금제를 시정조치를 받은 날(2025.6.10.)부터 2026.12.31.까지 유지하여야 함

<티빙 및 웨이브의 현행 요금제>

구분	상품명	월 구독료	광고 유무	화질	사용가능 기기	계정 추가
티빙	광고형 스탠다드	5,500원	O	1,080p	모바일 및 TV	0
	베이직	9,500원	X	720p	모바일 및 TV	0
	스탠다드	13,500원	X	1,080p	모바일 및 TV	1
	프리미엄	17,000원	X	4K	모바일 및 TV	3
웨이브	베이직	7,900원	X	720p	모바일	구매 불가
	스탠다드	10,900원	X	1,080p	모바일 및 TV	
	프리미엄	13,900원	X	4K	모바일 및 TV	

② 위 시정조치 이행기간 동안 티빙 및 웨이브를 하나의 서비스로 통합할 경우(이하 ‘통합 OTT 동영상 서비스’) 현행 요금제와 가격대 및 서비스 내용이 유사한 신규 요금제를 출시하고, 2026.12.31.까지 신규 출시 요금제를 유지하여야 함

- 또한, 통합 OTT 동영상 서비스 출범 이전에 현행 요금제에 가입되어 있는 소비자에 대해서는 현행 요금제에 따라 해당하는 서비스를 계속 이용할 수 있도록 하고,
- 현행 요금제에 가입되어 있던 소비자가 통합 OTT 동영상 서비스 출범일 이후 해당 서비스를 해지하였다가, 해지 시점으로부터 1개월 이내에 현행 요금제 재가입을 요청하는 경우 현행 요금제 재가입을 허용하여야 함

① 국내 사전제작콘텐츠 중심의 유료구독형 OTT 동영상 서비스 시장

<이용자 수 기준 시장점유율(2024)>

사업자명	넷플릭스	티빙 (신고회사)	쿠팡 플레이	웨이브 (상대회사)	디즈니+	U+	왓차
점유율	33.9%(1위)	21.1%(2위)	20.1%(3위)	12.4%(4위)	7.7%(5위)	3.2%(6위)	1.6%(7위)

<이용시간 기준 시장점유율(2024)>

사업자명	넷플릭스	티빙 (신고회사)	웨이브 (상대회사)	쿠팡 플레이	디즈니+	U+	왓차
점유율	39.0%(1위)	26.8%(2위)	19.9%(3위)	9.1%(4위)	3.1%(5위)	1.2%(6위)	1.0%(7위)

② 국내 방송콘텐츠 외주 제작 시장 현황

<2024년 방송콘텐츠 외주제작 시장 점유율(매출액 기준)>

사업자명	「CJ」 기업집단	에스엘엘 중앙	스튜디오 에스 (SBS)	케이티 스튜디오 지니	몬스터 유니온 (KBS)	스튜디오 앤뉴	기타
점유율	35.2%(1위)	21.9%(2위)	12.0%(3위)	6.6%(4위)	3.1%(5위)	2.9%(6위)	18.3%(-)

③ 국내 방송콘텐츠 방영권 거래 시장 현황

<2023년 방송콘텐츠 방영권 거래 시장 점유율(매출액 기준)>

사업자명	SBS	KBS	중앙 (JTBC)	MBC	「CJ」 기업집단	EBS	기타
점유율	27.5%(1위)	22.0%(2위)	18.5%(3위)	17.3%(4위)	5.1%(5위)	1.8%(6위)	7.8%(-)

④ 국내 영화 극장배급 시장 현황

<2024년 방송콘텐츠 방영권 거래 시장 점유율(매출액 기준)>

사업자명	디즈니	쇼박스	「CJ」 기업집단	플러스엠	워너	롯데	기타
점유율	15.8%(1위)	12.2%(2위)	11.9%(3위)	9.5%(4위)	8.1%(5위)	6.5%(6위)	36%(-)

⑤ 국내 이동통신 소매 시장 현황

<2023.6. 이동통신 소매 시장 점유율(가입자 수 기준)>

사업자명	SK군 (SKT, SK텔링크)	KT군 (KT, KT M모바일, KT텔레캅, KT스카이라이프)	LG U+군 (LG U+, 미디어로그, LG헬로)	독립 MVNO (알뜰폰)
점유율	39.9%(1위)	24.2%(2위)	23.0%(3위)	12.9%(4위)

⑥ 국내 디지털 유료방송 시장 현황

<2024년 상반기 디지털 유료방송 시장 점유율(가입자 수 기준)>

사업자명	KT군 (KT, KT스카이라이프, HCN)	SK브로드 밴드	LG U+군 (LG U+, LG헬로)	딜라이브	CMB	기타
점유율	35.6%(1위)	28.4%(2위)	22.8%(3위)	5.4%(4위)	3.8%(5위)	4.0%(-)

붙임 3

기업결합 시정방안 제출제도(공정거래법 제13조의2)

※ 기업결합 시정방안 제출제도 세부 운영고시 참조

구 분	내 용
개 요	기업결합에 따른 경쟁제한 우려 해소방안을 결합회사가 제출하면 공정위가 이를 고려하여 최종적인 시정조치를 부과하는 제도
운영방식	<ol style="list-style-type: none"> ① 공정위 심사관은 기업결합이 경쟁제한 우려가 있고 결합회사에게 시정방안 제출 기회를 부여할 필요가 있다고 판단하는 경우, 이에 대한 심사관의 잠정적 판단결과를 결합회사에게 통보 ② 결합회사는 해당 우려를 해소할 수 있는 시정방안을 직접 작성하여 심사관에게 제출 ③ 심사관은 시정방안이 경쟁제한 우려 해소에 부적절하다고 평가할 경우 수정을 요청할 수 있으며, 평가 과정에서 이해관계자, 전문가 등의 의견도 청취할 수 있음 ④ 심사관은 제출된 시정방안을 고려하여 심사보고서 상 심사관 조치의견을 작성할 수 있음
신속한 의결절차 (fast-track)	<p>결합회사가 경쟁제한 우려를 해소하기에 적절한 시정방안을 제출하고 심사보고서에 대해 동의하는 경우, 의결절차 기간 단축</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 결합회사의 심사보고서에 대한 의견서 제출 후 30일 내에 심의가 개최되어야 하나, 해당 제도를 통할 경우 15일 내로 단축 ② 의결서는 심의 완료 후 35일 내 작성이 원칙이나, 해당 제도를 통할 경우 20일 내 작성으로 단축

<기존 시정조치 부과방식>



<새롭게 추가된 시정조치 부과 방식(시정방안 제출제도)>

