

 미래창조과학부		<h1>해 명 자 료</h1>		 광복70년 위대한 여정 새로운 도약	
 방송통신위원회 KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION					
보도일시	2015. 7. 8.(수) 배포시점부터 보도해 주시기 바랍니다.				
배포일시	-	담당부서	미래부 통신이용제도과 방통위 단말기유통조사담당관		
담당과장	류제명(02-2110-1930) 신종철(02-2110-1550)	담당자	남영준 사무관(1933) 김성권 사무관(1551)		

## 「단통법 9개월 모두가 루저됐다」 제하의 논설에 대한 정부 입장

- 언론사명 : 매일경제
- 보도일 : 2015. 7. 7(화)
- 제 목 : 단통법 9개월 모두가 루저됐다.
- 논설에 대한 정부 입장
- ① 단말기유통법 제정 배경
  - 국내 이동통신 시장은 가격 기제가 작동하지 않을 뿐 아니라, 아예 가격이 없었던 비정상적인 시장
    - 같은 단말기를 같은 날, 같은 장소에서 사더라도 사람에 따라 수 십만원씩 차이가 발생하는 극심한 이용자 차별이 나타남
    - 또한, 이통사·유통점은 지원금 지급을 조건으로 소비자에게 고가 단말기, 고가 요금제 사용을 유도하여 소비자는 불필요한 통신비를 부담하고 있었던 상황

- 소비자 혜택 여부를 따지는 기준은 초기 단말기 구입비가 아니라 총 통신비(단말기 구입비 + 2년간 통신요금)이므로, 아무리 단말기 지원금을 많이 받는 것 같아도 총 통신비가 많이 나오면 소비자 부담은 늘어나는 것
  - 단말기 지원금을 이용, 필요 이상의 고가 단말기 + 고가 요금제 위주로 소비자를 유인한 결과 우리나라는 OECD 기준 가계통신비 지출액 3위, 소득 중 차지하는 비중 1위를 차지하는 등 소비자 후생이 매우 열악
- 국내 단말기 유통구조에서 이동사는 고가 요금제 가입, 제조사는 고가 단말기 위주 판매, 유통점은 높은 수수료 수익을 목적으로 하고 있었으며, 이 과정에서 소비자 권익은 철저히 배제되고 있었던 것임

## ② 단말기유통법의 성과

- 단말기유통법 시행 후 이용자 차별이 완화되고, 통신비 거품이 제거될 뿐 아니라, 요금·서비스 경쟁이 유도되는 긍정적인 효과가 발생
- (이용자 차별 해소) 번호이동 위주 지원금이 법 시행 이후 신규·기변에도 동일하게 지급되어 가입유형에 따른 차별이 해소될 뿐 아니라 투명한 공시를 통해 연령, 정보력 격차로 인한 차별이 완화되는 등 지원금 수혜자 간 차별이 해소
  - 또한, 단말기 지원금을 받지 않는 가입자들은 지원금 대신 요금할인을 선택할 수 있게 되어, 지원금 수혜자와 비수혜자 간 차별이 완화
- (통신비 거품 제거) 지원금과 연계한 고가요금제·부가서비스 가입유도 행위가 금지됨에 따라 통신비 거품이 제거
  - 6만원 이상 고가 요금제 가입 비중(33.9%→9.5%) 및 소비자가 최초 가입 시 선택하는 요금의 평균 수준(45,155원→37,899원, Δ16.1%)이 법 시행 전(14.7~9월) 대비 크게 낮아짐
- (요금·서비스 경쟁 유도) 시장이 투명화되고, 예측가능성이 커짐에 따라 극소수만 혜택을 받는 지원금이 아닌 모두가 혜택을 받을 수 있는 요금·서비스 경쟁 여건이 조성

### ③ 논설 주요내용 및 정부입장

○ '단통법 9개월, 모두가 루저됐다' 논설은 정확한 근거없이 사실관계를 호도하고 있음

① 단말기유통법의 최대 수혜자는 애플이고, 팬택은 법 이후 직격탄을 맞고 부도위기에 처함

⇒ 최근 국내 시장에서 애플의 시장 점유율이 높아진 데에는 다양한 요인이 있고, 이는 아이폰6(아이폰6+) 출시 이후 전 세계적으로 나타는 현상\* 이지 우리나라에만 국한된 것은 아님

\* 아이폰6, 6+ 출시 후 애플의 점유율('14.4분기)은 미국에서는 전분기 대비 13.8%p 증가(27.9%→41.7%)하였으며, 일본에서는 13.3%p증가(38.0%→51.3%)(가트너, 2015)

- 국내 단말기 시장에서 애플의 점유율이 상승한 것은 ①대화면 아이폰 6+ 출시로 인해 애플 제품에 대한 국내 소비자의 선호가 과거에 비해 높아진 점, ②최초로 LGU+를 포함한 이통3사 전체를 통해 개통이 가능해짐으로써 소비자의 선택권이 커진 점, ③중고폰 선보상제 등 아이폰에 유리하게 이통사 마케팅이 이루어진 점 등 다양한 요인이 복합적으로 작용하였기 때문임

- 또한 팬택은 법 시행 이전인 '11년 1차 워크아웃 해제 이후 6분기 연속으로 영업이익 적자를 기록한 이후 '14.3월에 이미 2차 워크아웃에 돌입할 정도로 회생이 어려운 상황이었음을 고려할 때 팬택이 단말기유통법('14.10.1 시행) 때문에 부도 위기에 처했다는 것은 사실과 다름

② 세계 어디에도 없는 기업 마케팅비 규제인 단말기유통법은 '반값 통신비 공약'을 달성하기 위해 시행된 것임

⇒ 통신시장에 대한 규제는 시장실패를 해결하고, 경쟁을 촉진시킬 뿐 아니라 궁극적으로는 소비자 이익을 위한 것임

- 통신시장은 자연적으로 독과점이 될 가능성이 큰 시장이므로 이에 대한 규제는 불가피한 측면이 있으며, 규제의 구체적인 방식에 대해서는 국가별 시장상황에 따라 차이가 있을 수 있음

- 우리나라에서는 문제해결 방식으로서 지원금 규제를 선택한 것이며, 핀란드에서도 아직 2G서비스에 대해서 지원금 규제를 하는 등 국가별로 상황에 맞는 규제를 하고 있음
- 또한, 단말기유통법은 지원금으로 인한 극심한 이용자 차별을 해소하고, 혼탁한 이통시장을 투명화하기 위해 사회적 합의에 따라 제정된 것이지, '반값 통신비 공약'을 위해 시행되었다는 것은 사실이 아님

③ 단말기유통법이 시장에서 자율경쟁을 몰아내, 소수의 호갱은 사라졌지만 전 국민이 호갱이 되고 말았음

⇒ 법 시행 전 이통사들은 번호이동, 고가요금제 가입자 위주로 지원금을 지급해 대다수의 기기변경, 중저가요금제 가입자들은 지원금 혜택에서 배제되어 있었음

- 하지만, 법 시행으로 과거 혜택을 거의 받지 못했던 기기변경, 중저가요금제 가입자에게도 지원금이 제공됨에 따라 대다수의 기기변경, 중저가 요금제 가입자는 법 시행 전보다 단말기 구입부담이 줄어들
- 또한, 이통3사의 마케팅비가 전반적인 추세에서 크게 감소하지 않은 상황에서, 고액 지원금을 받는 이용자들이 감소했음을 볼 때 이는 지원금이 대다수의 소비자에게 지급되었음을 의미
- 따라서, 법 시행 이전 고액의 지원금을 지급받은 소수의 이용자들은 지원금이 줄어들어 단말기 가격이 비싸졌다고 할 수 있지만, 대다수 이용자들의 단말기 가격 부담은 낮아졌다고 할 수 있음

<이동전화 가입자 추이>

구 분		'14.1~9월	10월	11월	12월	'15.1월	2월	3월	4월	5월	6월
가입 유형별 비중	신규	34.8%	36.9%	30.1%	29.3%	28.6%	33.2%	35.8%	24.1%	26.9%	25.5%
	번호이동	38.9%	25.3%	27.6%	29.7%	30.0%	29.2%	29.2%	21.2%	24.2%	23.8%
	기기변경	26.2%	37.8%	42.3%	41.0%	41.4%	37.6%	35.1%	54.7%	48.9%	50.6%

<요금수준별 가입비중>

구분	'14년		10월	11월	12월	'15년		2월	3월	4월	5월	6월
	7~9월	9월				1월	1월					
3만원대 이하	49.0%	45.0%	64.4%	49.9%	54.6%	58.5%	61.7%	59.6%	51.0%	57.0%	58.4%	
4~5만원대	17.1%	17.8%	22.6%	31.8%	30.6%	29.0%	28.3%	30.5%	35.5%	32.5%	32.1%	
6만원대 이상	33.9%	37.2%	13.0%	18.3%	14.8%	12.5%	10.0%	10.0%	13.5%	10.6%	9.5%	

<이통사 마케팅비 현황>

	'12.1Q	2Q	3Q	4Q	'13.1Q	2Q	3Q	4Q	'14.1Q	2Q	3Q	4Q	'15.1Q
마케팅비 (억원)	16,507	21,190	22,685	18,260	20,544	19,243	18,933	20,748	24,265	21,982	20,417	21,077	20,465

④ 정부는 보조금을 묶으면 제조사가 출고가를 내리고 이통사가 통신비를 내릴 것으로 예상했지만 실제로는 그렇지 않음. 데이터 중심 요금제는 데이터 사용이 늘어난 시대적 흐름이지 요금할인 차원은 아님

⇒ 데이터 중심 요금제는 단말기유통법으로 시장이 투명해지고 경쟁의 양상이 예측 가능해짐에 따라 도입되었다고 할 수 있음

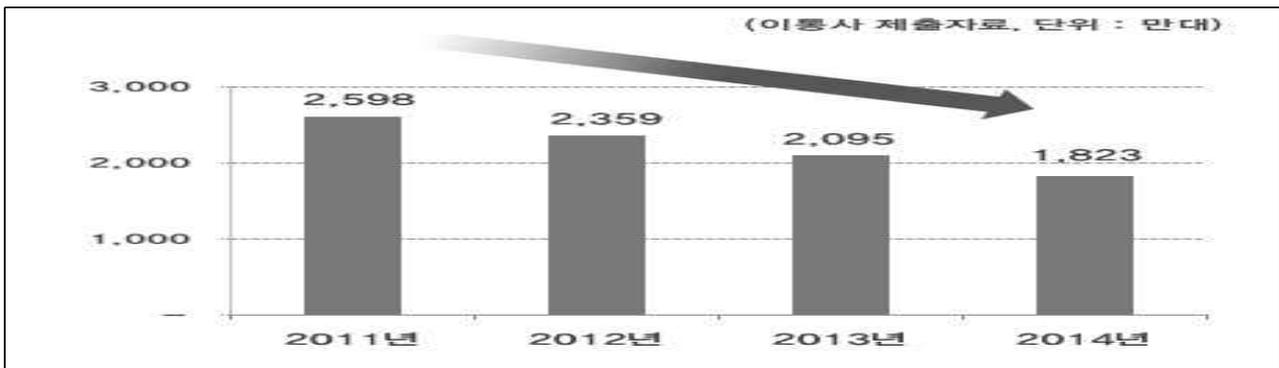
- 데이터 중심 요금제로 가는 것이 세계적 흐름이라고 하지만, 국내 이통시장이 여전히 소모적인 지원금으로 경쟁하고 있는 상황이었다면 이통사 입장에서는 기존의 경쟁들을 바꾸고 자신들의 영업이익에 부정적 영향을 끼치는 데이터 중심 요금제 도입을 서두를 이유가 없었음
- 이통사들이 현재와 같이 세계 최저 수준의 데이터 중심 요금제를 조기에 도입하게 된 것은 법 시행 후 이통시장이 투명해지고, 마케팅비 절감 등을 통한 서비스·요금 경쟁 가능성을 확인한 결과라고 할 수 있으므로, 데이터 중심 요금제 도입은 단말기유통법의 효과라고 할 것임
- 또한, '12년 이후 증가추세이던 이통사 가입자당 평균 수익(ARPU)이 '15.1분기에 처음으로 감소한데서도 알 수 있듯, 소비자들의 요금인하 효과도 나타나고 있음

<이통사 ARPU 추이>

	'12.1Q	2Q	3Q	4Q	'13.1Q	2Q	3Q	4Q	'14.1Q	2Q	3Q	4Q	'15.1Q
ARPU(원)	30,080	31,095	31,672	32,310	32,572	33,262	33,771	34,574	34,619	35,240	35,901	36,429	35,635

⑤ 소비자들이 가격인상으로 단말기 교체를 꺼리게 되면서 연간 1,200만 대에 달하던 국내 프리미엄 스마트폰 시장 규모는 600만대 수준으로 줄어들고, 중소 판매점 역시 매출 감소로 아우성 치고 있음

⇒ 국내 이통시장에서 단말기 판매 및 개통건수는 단말기유통법 시행 훨씬 이전인 2011년을 기점으로 매년 10% 수준으로 지속 하락하는 추세로, 단말기유통법으로 인해 판매량이 급감했다는 것은 사실이 아니며,



※ 알뜰폰 미포함

- 아이폰6(16G, 출고가 78.9만원)를 포함하기 위해 70만원 이상을 프리미엄 폰이라고 정의할 때, 법 시행 후 프리미엄폰 판매는 감소하였으나 이는 전체 단말기 판매 감소에 기인한 것으로, 판매비중 자체는 크게 감소하지 않음(54.4%→53.0%)

< 가격대별 단말기 판매 비중(% , 이통3사 제출자료) >

구분	'14.7~9월	10~12월	'15.1월	2월	3월	4월	5월	6월
70만원 이상	54.4	67.5	57.9	51.8	46.2	53.1	54.2	53.0
70~60만원	13.5	7.6	5.2	2.3	9.0	7.9	4.7	5.8
60~40만원	14.1	12.5	13.2	17.3	16.0	14.9	13.4	13.9
40만원 미만	18.0	12.4	23.7	28.6	28.8	24.1	27.7	27.3

- 또한, 이통사들이 사용할 수 있는 마케팅비(지원금, 유통점 수수료)가 한계가 있는 상황에서 소비자 후생과 유통점의 수익이 같이 증가하기는 어려운 점을 고려할 필요

⑥ 이통사의 1분기 영업이익이 증가한데서 알 수 있듯 이통사들의 실적이 개선되었고, 2·3위 통신사들은 1위위 사업자에게만 유리한 법이라고 분통을 터트림

⇒ 법 시행 후 이통사의 '15.1분기 영업이익이 증가하였다는 주장은 시장이 극도로 과열되었던 '14.1분기와 비교한 것으로 적절하지 않으며, '14.1분기가 아닌 과거 1분기와 비교 시 크게 증가하였다고 볼 수 없음

< 유·무선 영업이익(억원) >

구분	2012				2013				2014				2015
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
SKT	4,827	3,933	2,495	5,499	4,201	5,322	5,372	4,801	2,513	5,277	5,057	4,525	4,078
KT	5,230	2,900	2,190	290	2,360	1,932	1,470	-2,663	224	-9,565	1,981	165	2,132
LGU+	664	-16	-103	714	1,241	1,455	1,497	1,233	1,134	979	1,859	1,959	1,612
이통3사	10,721	6,817	4,582	6,503	7,802	8,709	8,339	3,371	3,871	-3,309	8,897	6,649	7,822

- 121Q, 131Q 등의 영업이익을 비교해보면, SKT의 경우 151Q는 4,078 억원으로 121Q의 4,827억원, 131Q의 4,201억원 대비 감소한 상태이며, KT의 경우도 마찬가지임

※ LGU+의 경우 가입자 기반이 적은 상태에서 LTE 도입 이후 꾸준히 가입자와 영업이익이 증가하는 추세

- 또한, 법 시행 후 3위 사업자인 LGU+의 가입자만 순증한 데서도 알 수 있듯 단말기유통법이 1위 사업자에게만 유리한 법이라는 주장도 적절하지 않음

⑦ 단말기유통법으로 인해 소비자·제조사·중소 유통점 모두 '루저'가 됨

⇒ 단말기유통법을 통해 지금까지의 비정상적인 시장이 정상화되는 과정에서 시장 주체별로 윤풍리가 있을 수 있으나,

- 단말기유통법을 통해 시장이 예측가능해지고, 요금·서비스 경쟁이 활성화되면 결국 소비자 혜택은 증가하게 될 것임