

데이터중심요금제 출시 이후 통신비 절감 정책제언

김중현 정책위원

새정치민주연합 이상호 의원실 비서관

차례

요약	1
1. 이동통신사와 단말기 제조사 간 담합, 소비자 부담으로 전이	2
2. 단통법으로 보호받는 이통사들, 데이터중심요금 이후 영업상황 더 좋아져	5
3. 정부의 잇따른 정책실패	9
4. 가계통신비 부담, 저소득층에 더 심각	10
5. 정책제언	11

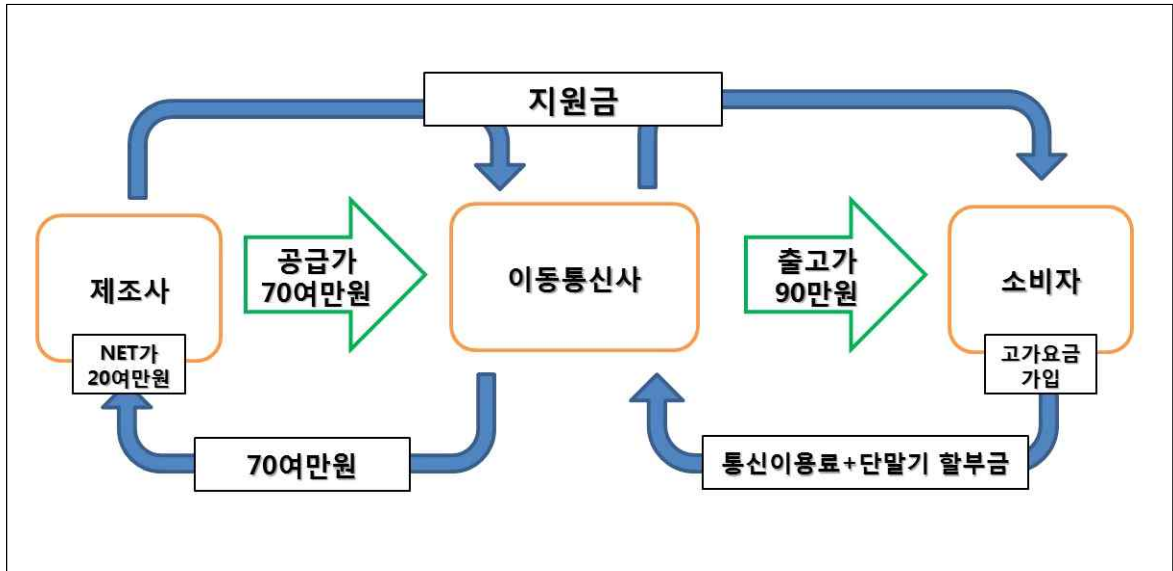
- 세계 최고의 ICT 기술 보유한 대한민국, 하지만 세계 최고의 이동통신 요금을 부담
 - 전 국민 수 보다 많은 5,600만 이동통신 가입 시대, 이 중 80%가 스마트폰 사용
 - 세계인들이 부러워하는 생활 속 초고속인터넷 활용, 하지만 대한민국 국민들은 세계 최고의 스마트폰 단말기를 구입해 가장 비싼 요금제를 이용하고 있음
 - 이는 이동통신사와 단말기 제조사 간 담합에 의한 시장왜곡이 불러온 결과이며, 그 피해는 고스란히 국민들에게 전가되고 있음
 - 그럼에도 불구하고 통신당국은 국민 후생보다는 이동통신기업의 수익성 악화만을 우려하며 통신 가격 결정에 적극적 개입을 회피하고 있음
- 단통법, 그리고 잇따른 정부의 정책 실패
 - 지난해 10월 이동통신단말기유통구조개선법 시행 이후 정부의 각종 정책이 실질적 가계통신비 인하로 이어지지 않음
 - 이른바 가입자 따먹기로 전략해 버린 이동통신3사의 과열경쟁은 단통법 시행 초기 1~2달 다소 진정국면을 보였지만 실질 가계통신비 인하는 요원함에 따라 소비자들은 이동통신사들이 제공하는 각종 마케팅에 의존할 수밖에 없고, 이에 이동통신사들의 불법 보조금 등 과도한 마케팅 경쟁은 여전히 극성을 부리고 있음
- 데이터중심요금제 출시에도 이동통신사 요금 인하 여력 있어
 - 이에 따라, 국회 차원에서의 통신요금 인하 요구를 강하게 하고 있는 상황에서 최근 이동통신사들은 잇따라 데이터중심요금제를 출시
 - 이는 지난 1997년 PCS사업이 출범하면서 이동통신시장이 본격화됨에 따라 기본 골격을 이루던 음성통화 중심의 요금제가 데이터 중심으로 바뀌는 일대 사건으로 비춰짐
 - 데이터중심요금제 출시와 함께 이동통신사들과 정부여당은 획기적 가계통신비 인하 대책이라며 대대적으로 홍보에 나섰지만, 최저 요금 상품 가격이 높게 책정되면서 가계통신비 인하 효과는 제한적인 것으로 분석
 - 이러한 상황에서 본 보고서는 국민들의 실질적 가계통신비 인하를 이끌어 낼 수 있는 기본료폐지, 공공와이파이 확대, 와이파이 상호접속 허용, 선택약정할인 의무시행, 위약금 없는 순액요금 전면 확대 등의 정책적 제안을 제시함

데이터중심요금제 출시 이후 통신비 절감 정책제언

1. 이동통신사와 단말기 제조사 간 담합, 소비자 부담으로 전이

- 지난 5월 22일 통계청이 발표한 2015년 1분기 가계 동향에 따르면, 가계통신비는 14만6,000원으로 전년 동기 대비 약간 감소하긴 했지만, 여전히 통신비가 가계 지출에서 차지하는 비중은 높음
- 비싼 통신요금의 비밀은 휴대전화 제조사와 이동통신사의 담합에 기인하고 있어서 더욱 심각한 상황임
- 휴대전화 제조사는 이동통신사와 계약을 통해 단말기 기종별로 출고가 책정
- 휴대전화 제조사는 이동통신 3사와 개별적으로 계약을 맺고 단말기를 판매하는데, 이를 이른바 계약단말기(약정단말기)라고 함
- 계약단말기는 이동통신사의 유통 라인을 따라 대리점과 판매점으로 뿌려지고 대리점과 판매점은 이동통신사가 책정한 판매 정책에 의거해 소비자들에게 판매함
- 이 과정에서 휴대전화 제조사는 이동통신사에 판매 장려금을 주는데, 이 금액이 얼마인지는 아직 알려진 바가 없음
- 이 과정에서 휴대전화 제조사와 이동통신사는 사전협의 등 담합을 통해 단말기 출고가를 조직적으로 부풀리게 되는데, 지난 2012년 공정거래위원회가 공개한 자료에 따르면 이른바 넷(Net)가 20만원대 단말기의 경우 출고가가 90만원대로 책정됨
- 휴대전화 제조사는 대리점과 판매점에서 자사 단말기가 얼마에 판매되건 상관없이 일정 금액을 이동통신사로부터 보장받게 되는데, 이 금액이 약 70만원 선인 것으로 알려짐
- 이동통신사들은 단말기 출고가가 부풀려진 상태에서 각종 보조금 등의 수단을 동원해 소비자에게 혜택을 주는 것처럼 기만하고 공짜 단말기라는 표현을 사용하며 6만원대 이상의 고가 요금 가입을 유도
- 이미 지난 2012년 이러한 사실을 적발한 공정거래위원회는 삼성전자에 140여억원의 과징금 부과

<단말기 제조사와 이동통신사간 담합 구조>



작성 : 이상호 의원실

<삼성전자와 LGU+ 간 단말기 출고가 논의 내부 문건>

Galaxy U 가격 협의 진행 내역

(45천원 요금/24개월 약정 기준)

1. 소비자 구매가격

□ 당사는 26만원, LGU+는 24만원 수준까지 의견 접근
 - Galaxy U 판매 확대를 위해 24만원으로 협의할 예정이나,
 최종 공급가격 결정과 연동하여 결정

(중략)

[시장 경쟁 가격 비교]

(단위: 천원, VAT포함)

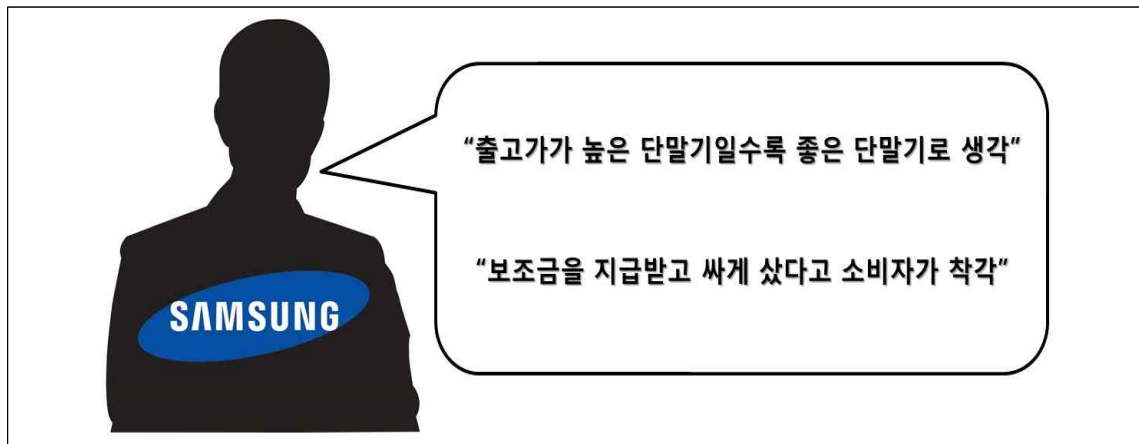
區分	Galaxy S	iPhone 4	Galaxy U	
			SEC 案	LGU+ 案
출고 가격	949.3	814	913.5	891.9
소비자 가격	295	264	259.2	237.6
대리점 마진	44	20-50	50 京悅坊 永川区 巴南区 铜梁3期 416期地	50
Net. 가격	241	214-244	219.2	219.2

三 子 株 式 有 限 公 司
 代表理事 崔 志 成

출처 : 공정거래위원회

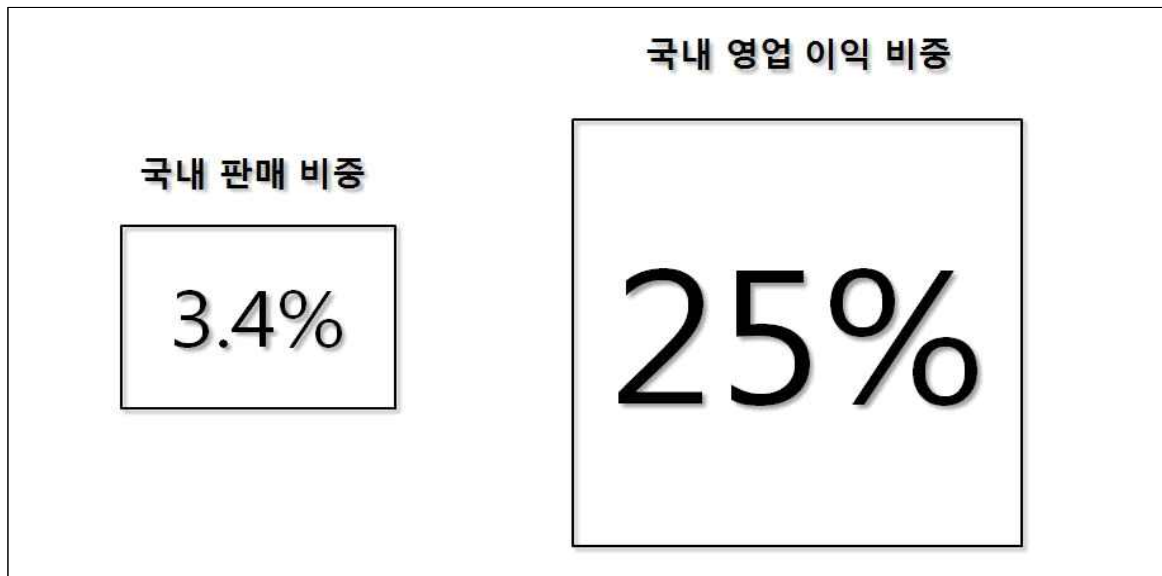
- 위 자료는 지난 2012년 공정거래위원회에 제출된 삼성전자 내부분견임
- 26만원짜리 휴대전화 단말기를 91만원으로 부풀리는 과정이 혐의됐음을 위 문건을 통해 알 수 있음
- 이러한 단말기 제조사와 이동통신사 간 가격 담합은 현재도 공공연하게 이뤄지고 있는 것으로 알려지고 있음
- 위 사항은 삼성전자 직원의 진술에 의해서도 확인할 수 있음. 공정거래위원회 조사 자료에 따르면 삼성전자 직원은 “출고가 높은 단말기일수록 좋은 단말기로 생각한다.”, “보조금을 지급하면 고가의 단말기를 싸게 샀다고 소비자는 착각을 하게 된다.” 는 진술을 했는데, 이는 명백히 국민을 속이는 행위라고 할 것임
- 휴대전화 단말기 제조사와 이동통신사들이 서로 짜고 국민을 속이며 상술을 부려왔던 것으로 확인, 공정거래위원회는 삼성전자에 약 140여억원의 과징금을 부과
- 이에 불복한 삼성전자는 서울고법에 항소하지만 이 또한 패소

<삼성전자 직원 진술>



출처 : 공정거래위원회

- 삼성전자의 이러한 폭리는 자국 국민인 국내 소비자들에게 국한한 것이라는 점에서 더욱 문제가 아닐 수 없음
- 삼성전자의 영업이익을 국내시장과 해외시장으로 나눠 살펴보면, 해외시장에서 국내시장 비율은 약 3.4%에 불과하지만 삼성전자 전체 영업이익의 25.4%를 국내시장에서 올리는 것으로 나타남



출처 : 삼성증권(2012년)

2. 단통법으로 보호받는 이동사들, 데이터중심요금 이후 영업상황 더 좋아져

- 지난해 10월 시행된 단통법(이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률)은 소비자들의 이동통신요금 인하보다는 오히려 이동통신사들 영업이익 개선에 도움을 줬다는 평가를 받음
- 통신 유통 시장의 왜곡 개선 효과가 제한적으로 있었다는 정도일 뿐, 가계 통신비 부담은 줄어들지 않았고, 대리점과 판매점 폐업만 속출한 상황
- 이런 상황에서 이동통신3사의 영업이익은 날로 개선되고 있음
- 그럼에도 불구하고 가계통신비는 여전히 국민 부담으로 남아 있는 상황임
- 이동통신사들은 단통법 이후 개선된 영업이익금으로 통신요금을 인하하기 위해 노력해야 함에도 불구하고 여전히 불법적 보조금 지급을 통해 이동통신 3사 간 소모적인 가입자 경쟁 탈전을 벌이고 있음
- 현아(현금완납), 왕만두(10만원), 만두(1만원), 달러(1만원), 표인봉(페이백, 후불 현금지급), 좌표(규정 외 보조금을 지급하는 판매점의 위치)와 같은 통신 은어는 단말기 구입 시 익혀야 할 필수 용어로 인터넷 상에서 회자되고 있음
- 통신시장 왜곡 개선이 제한적인 상황에서 지난 3월 26일 방송통신위원회는 주요 단말기에 과도한 판매 장려금(페이백)을 지급했다는 이유로 SKT에 235억원의 과징금과 7일간의 신규 모집 금지를 결정

- 단통법 시행 이후 미래부는 선택약정할인제도를 운영하고 있는데, 이는 단말기 보조금을 받지 않는 소비자의 경우 요금에서 그만큼에 해당하는 금액을 요금에서 할인받을 수 있도록 하는 제도임
- 이 제도는 단통법 시행과 동시에 12%의 할인율이 적용되다가 지난 4월 26일 8%포인트 상향해 현재는 20%를 할인받을 수 있음
- 하지만 동 제도 역시 이동통신사들의 조직적 방해와 미래부의 소극적 태도로 인해 별다른 요금 인하 혜택으로 자리 잡지 못하고 있음
- 지난 7월 13일 한겨레신문 보도에 따르면, 이동통신사들이 가입자를 유치했거나 단말기 교체로 기존 가입자의 이탈을 막은 대리점에 지급하는 ‘가입자 유치 수수료’ (리베이트)를 차등하는 방법으로 가입자들이 단말기 지원금 대신 다달이 20%의 요금인하를 받겠다고 선택하는 것을 방해한 것으로 드러남

<2015.7.13. 한겨레신문 : [단독]이통사들, 20% 요금할인 조직적 방해>

대리점에 “가입자 유치 수수료 삭감” 압박

요금 수입 감소 막기 위해
 지원금 대신 요금할인 선택 시
 SKT, 13만~16만원 덜 지급
 KT·엘지도 리베이트 금액 차별
 정부 “방통위에 실태조사 요청할 것”

이동통신 회사들이 가입자를 유치했거나 단말기 교체로 기존 가입자의 이탈을 막은 대리점에 지급하는 ‘가입자 유치 수수료’(리베이트)를 차등화하는 방법으로 가입자들이 단말기 지원금 대신 다달이 20%의 요금인하를 받겠다고 선택하는 것을 방해한 것으로 드러났다. ‘단말기 지원금에 상응하는 요금할인’(이하 요금할인)에 뒤따르는 수익 감소를 최소화하는 방편으로 리베이트를 차등화해 대리점이 가입자에게 요금할인을 선택하는 게 더 유리하다는 사실을 알리지 못하게 한 것으로 볼 수 있다.

12일 <한겨레>가 입수한 이통 3사의 지난 5월치 리베이트 내역을 보면, 가입자가 요금할인을 선택한 경우에는 휴대전화 기종과 요금제에 따라 리베이트를 13만~16만원가량 덜 지급한다고 돼 있다. 에스케이텔레콤(SKT)의 경우, 신규 가입자가 단말기 지원금을 받겠다고 했을 때는 휴대전화 기종과 요금제에 따라 리베이트를 23만~30만원씩 줬는데, 가입자가 요금할인을 선택하면 9만~17만원만 지급했다. 케이티(KT)는 월 5만1000원(부가세 제외)짜리 이상 요금제에 가입한 신규 고객이 단말기 지원금을 받아 갤럭시S6(32GB)를 구매하면 대리점에 21만원의 리베이트를 주지만, 고객이 단말기 지원금 대신 요금인하를 선택하면 리베이트를 15만원만 줬다. 월 4만9900원짜리 이하 요금제에 가입하는 경우에는 리베이트 격차가 3만~4만원으로 줄어든다.

엘지유플러스(LGU+)의 경우, 아이폰6(64GB)와 월 8만9000원짜리 이상 요금제를 고른 신규 가입자가 단말기 지원금을 받겠다고 하면 리베이트가 30만원이지만, 요금인하를 선택하면 24만5000원으로 떨어진다. 신규 가입자가 G4를 골랐을 때는, 단말기 지원금을 받으면 리베이트가 23만4000원이지만 요금인하를 선택하면 17만9000원에 불과했다.

(후략)

- 데이터요금제 출시 이후 올해 2분기 들어서도 이동통신사들의 실적 개선은 이어졌음
- SK텔레콤(017670)의 2분기 매출액과 영업이익은 각각 4조2,985억원, 4,241억원으로 전분기 대비 1.4%, 5.3% 증가했고, KT(030200)는 매출액과 영업이익이 각각 5조5,208억원, 3,246억원으로 전분기 대비 1.6%, 1.2% 가량 늘어났으며, LG유플러스(032640) 역시 매출액과 영업이익은 각각 2조5,910억원, 1,703억원으로 전분기 대비 1.4%, 10.1% 증가
- 지난 5월 8일 KT를 필두로 이동통신 3사가 모두 데이터중심요금제를 출시할 당시 업계에서는 이동통신사들의 단기 수익성 악화를 전망했지만, 막상 뚜껑을 열어보니 이는 기우에 불과했음
- 시장의 우려와 달리 데이터중심요금제 도입 초기 가입자당 매출액인 ARPU가 기존 요금제에 비해 떨어지지 않았고, 오히려 5월 말 이후 순액 기준으로 4만원대 이상 고가 요금제 가입자 비중이 지속적으로 높아진 것으로 분석할 수 있음
- 실제로 이동통신사들의 ARPU는 오히려 지속적으로 증가할 것으로 전망하는 분석 자료 나오고 있음
- 동부증권이 발표한 자료에 따르면, 데이터중심요금제 가입자 중 Down-selling 비중을 70%로 가정하면 KT 기준으로 57만명, 약 5%에 불과함
- KT의 LTE 일반요금제와 무제한요금제 ARPU는 각각 4만90원, 6만2,320원 수준으로 추정되는데, 이에 따라 기존 일반요금제와 무제한요금제 가입자가 Down-selling이 가능한 데이터중심요금제는 각각 299/349/399와 599 요금제가 해당됨
- 그러나 일반요금제 가입자의 평균 트래픽이 1.9GB인 점을 감안하면 일반요금제 가입자가 선택할 수 있는 현실적인 마지노선은 399(데이터 2GB) 요금제로 기존 일반요금제 ARPU와 별반 차이가 없음
- 오히려 무제한요금제 이용자의 경우 599요금제를 선택함에 따라 기존 무제한요금제 ARPU 대비 3.9%하락하는 무제한요금제 가입자 비중이 10% 수준이라는 점에서 ARPU에 미칠 영향은 최대 0.4%수준에 그칠 전망
- Down-selling이 가능한 요금제를 선택하려는 합리적 가입자는 길어도 올 4분기 초 요금제 변경을 마무리할 것으로 보임
- 이동통신사들의 사내 유보금 역시 지난해 동기에 비해 상승세가 뚜렷하고 ARPU 역시 상승세가 지속될 것으로 전망돼 통신비 인하 여력은 충분하다 할 것임

〈이동통신 3사 사내유보금 현황, 2015년 1분기 기준(단위: 억원)〉

구분	자본잉여금		이익잉여금		합계		증감액	증감률	
	2014년	2015년	2014년	2015년	2014년	2015년		이익 잉여금	합계
LG U+	8,366	8,366	5,718	8,001	14,084	16,366	2,258	39.9%	16.2%
SK	29,159	29,159	122,202	126,947	151,106	156,106	4,744	3.9%	3.1%
KT	14,403	14,403	90,750	79,939	105,152	94,341	-10,811	-11.9%	-10.3%

*자본잉여금 변동 없이 증감액은 이익잉여금 증감액을 의미함

출처 : 미래창조과학부

- 미래창조과학부 자료에 따르면 LG유플러스의 2015년 1분기 말 사내유보금은 1조6,366억원으로 1년 전보다 16.2%(2,282억원) 늘어났고, SKT도 사내유보금이 지난해 1분기 15조1,361억 원에서 올해는 15조6,106억원으로 3.1%(4,744억원) 증가했으며, KT의 경우 사내유보금은 지난해 1분기와 비교해 11.9%(1조811억원) 감소했지만, 여전히 9조4,341억원을 보유하고 있는 것으로 나타남
- 사내유보금은 자본잉여금과 이익잉여금을 합친 것으로 자본잉여금은 회사 간 합병이나 분할, 자기주식 처분 등으로 달라질 수 있고, 이익잉여금은 영업활동으로 생긴 당기순이익 중 배당 등으로 사외로 나가지 않고 사내에 남은 부분을 말하는데, 사내유보금은 현금 이외에 공장이나 설비 등 유형자산과 재고자산 형태로 남아 있는 상태임
- 사내유보금과 관련해 이동통신 3사들은 현금으로 가지고 있지 않기 때문에 요금인하 여력으로 직결해서 판단하는 것은 문제가 있다고 주장하지만, 사내유보금은 과거의 수익에 대한 잉여라는 개념으로 봤을 때 기본료 폐지의 근거로 충분히 활용할 수 있는 자료라고 할 것임
- 결국, 사내유보금 27조원의 의미는 초기 투자비용 회수가 이미 종료됐다는 것으로 해석할 수 있음
- 이는 기본료 폐지 내지는 상당한 폭의 인하가 가능하다는 것을 의미한다고 할 수 있음
- 이동통신 3사의 영업이익도 단통법 이후 지속적으로 증가하고 있음

〈이동통신 3사 2015년 상반기 영업 실적(단위: 억원)〉

구분	매출		영업이익		증감액		증감률	
	2014년 상반기	2015년 상반기	2014년 상반기	2015년 상반기	매출	영업 이익	매출	영업 이익
SKT	65,283	62,772	7,790	8,039	-2,511	250	-3.8%	3.2%
KT	89,033	83,305	-9,341	4,984	-5,728	14,326	-6.4%	흑자전환
LGU+	55,547	52,088	2,113	3,559	-3,459	1,446	-6.2%	68.5%

*이동통신 3사 별도 실적 기준

*KT와 SKT는 각각 지난해, 올해 대규모 명퇴 및 희망퇴직 실시

출처 : 미래창조과학부

- 이동통신 3사의 2015년 상반기 영업이익이 모두 증가한 것으로 나타났는데, 이는 단통법 시행으로 판매비용이 크게 줄어든 것을 원인으로 볼 수 있음
- LGU+ 영업이익은 2014년 상반기 2,113억원에서 2015년 상반기는 3,559억원으로 68%(3,459억원) 급증
- KT는 4,984억원의 영업이익을 내며 흑자전환(2014년 상반기엔 대규모 구조조정에 따른 일회성 비용이 반영되며 적자였음)
- SKT는 2015년 상반기 희망퇴직으로 1,100억원의 비용을 썼음에도 불구하고 영업이익이 8,039억원을 기록, 2014년 동기보다 3.2%(250억원) 증가

3. 정부의 잇따른 정책실패

- 이명박 정부와 박근혜 정부는 대통령 후보 공약으로 통신비 인하를 천명하며 방안을 제시해 왔지만 실질적 효과를 기대할 수 없었고, 오로지 생색내기용 내지 속빈 강정 같은 정책으로 소비자를 실망시켜왔음
- 그 단적인 사례가 이명박 정부 시절인 2011년 10월 기본료 1,000원 인하임
- 이명박 정부는 통신요금 인하 압박정책에 따라 이통사의 모든 요금제에 대해 기본료 1,000원을 인하하는 방안을 시행했음
- 당시 정부는 기본료 1,000원을 인하하고 무료문자 50건 혜택이 주어지면 개인으로 봤을 때는 월 2,000원의 요금인하 효과가 발생하고 연간 약 1조5,000억원의 요금인하가 이뤄질 것이라고 대대적으로 홍보

- 그러나 기본료 1,000원 인하는 소비자들에게 전혀 통신비 인하효과를 체감할 수 없게 했고, 이동사들 매출 6,000억원만 사라지게 한 꼴이 됐음
- 박근혜 정부 들어서 지난해 10월 1일 시행된 단통법 역시 휴대전화 제조사, 이동통신사, 이동통신유통업체, 소비자 등 모두를 피해자로 만들었다는 평가를 받고 있음
- 단통법은 시행 초기부터 ‘반시장법’ 이라는 혹평을 받았으며, 신규가입과 번호이동 모두 급감해 대리점과 판매점 폐업이 속출하는 사태를 겪음
- 판매부진이 이어지자 휴대전화 제조사는 방송통신위원회에 보조금 상한제를 풀어달라고 공식 요청하는 일도 벌어짐
- 단통법의 출발은 지난 2012년 대통령선거 때 당시 박근혜 새누리당 후보가 ‘반값통신비’ 공약을 발표하면서임
- 미래창조과학부는 이 공약을 지키겠다고 단통법을 만들어 새누리당 조해진 의원(당시 국회 미래창조과학방송통신위원회 여당 간사)을 통해 청부 입법함
- 단통법의 핵심은 이용자 차별을 없애 사회적 문제시 되고 있는 이른바 ‘호갱’ 을 없애겠다는 것임
- 발 빠른 소비자들은 공짜로 휴대전화를 구입할 수 있지만, 상당수의 소비자들은 제값을 모두 주고 고가의 휴대전화를 구입해야 하는 상황에서 정부는 단통법을 전격 시행하며 보조금을 33만원 이상 줄 수 없도록 묶었고, 그 결과는 국민 모두를 ‘호갱’ 으로 만들고 말음
- 결국 국내 소비자들은 전 세계에서 가장 비싸게 단말기를 구입해야 하는 신세가 됐고, 2년마다 휴대전화를 바꿨던 소비자들은 교체를 꺼리면서 시장은 급속히 침체되고 말았음
- 그 사이 애플의 아이폰은 단통법의 최대 수혜자가 됨
- 단통법 시행 전인 2014년 7월~9월 5.3%에 불과했던 애플 점유율은 같은 해 10월~12월 27.3%로 올라감

4. 가계통신비 부담, 저소득층에 더 심각

- 통신비는 저소득층에게 더욱 큰 가계 부담이 됨
- 지난 1분기 통계청 가계 동향 자료에 따르면, 2인 이상 도시근로자가구의 월 평균 통신비는 15만원을 넘어섰고, 전체 소비액의 5.3%에 해당, 이는 보건비(18만1,744원), 오락 문화비(17만3,224원)에 육박하는 액수임

- 문제는 저소득층으로 갈수록 가계 부담이 크다는 점임
- 월 소득액 100만원미만인 가구의 소비 지출액 중 통신비가 차지하는 비중은 7.6%, 200만원대는 6.2%로 떨어지지만 여전히 평균 이상을 차지, 300만원대는 5.1%, 400만원이상은 3.6%로 급감하는 것을 보임

5. 정책 제언

1) 기본료폐지

- 현재 데이터중심요금제가 도입된 이후에도 개별 요금상품마다 평균 약 1만원의 기본요금이 포함돼 있음. 기본요금은 네트워크 유지 및 증설, 고객 관리, 착신통화 등 통화량과 직접적인 관련이 없는 고정비용을 회수하기 위해 부과함
- 그러나 통화량과 직접적인 관련이 없는 사업자가 당연히 영리목적을 위해 지불해야 할 고정비용 회수 및 투자재원 마련을 위해 이용자로부터 기본료를 강제 징수할 이유나 근거는 없음
- 각 통신사마다 판매하고 있는 요금상품들의 대부분은 정액요금인데, 요금제의 최저금액 자체가 높게 책정돼 있는 상황임(데이터중심요금제의 경우 이동통신 3사 모두 VAT포함 약 3만3천부터 시작함)
- 일본의 경우 2만7,000엔(우리 돈 약 2만5,400원)부터 책정됨
- 이와 관련해 업계에서는 정액요금 출시 이후 기본료 구분이 불필요하다고 주장하고 있지만, 현재 가입을 한 후 사용하지 않는 번호(휴면 가입)의 경우 월 약 4,000원의 기본요금을 부과하고 있는데, 이 금액이 기본료 존재를 입증한다 할 수 있음
- 이처럼 개별 요금제마다 숨겨져 있는 기본료가 없어지거나 현재의 50% 이하로 내려갈 경우 실질적 가계통신비 부담 완화가 현실화 될 것임
- 사업자는 기본료를 통한 수익보장을 강제할 것이 아니라 차별적인 비즈니스모델 개발을 통해 수익창출을 모색하는 것이 바람직함
- 과거의 잉여라고 할 수 있는 이동통신 3사 사내유보금이 27조원에 달하는 만큼 초기 시설 투자금 회수를 목적으로 통화량(데이터 소진량)과 무관한 기본료를 받을 이유는 없음
- 따라서 기본요금은 즉시 폐지돼야 함(우상호 의원 대표발의 「전기통신사업법 일부개정법률안」 제출)
- 다만, 사업자들의 부담을 감안, 일정 시한 내에서 점진적 폐지도 고려해 볼 수 있음

2) 고가단말기 가격 거품 제거 및 중저가 단말기 보급 확대

- IT리서치업체 가트너의 ‘국제단말기 가격조사’ (Gartner, “Forecast : Mobile Phones, Worldwide, 2012-2019, 1Q15 Update)에 따르면 우리나라 일반폰(Basic, 간단한 인터넷 사용이 가능한 음성중심 단말기)의 경우 2013년(USD 230.6), 2014년(USD 230.0)에 걸쳐 2년 연속 가격 1위를 기록
- 고급폰(Premium, 음성과 문자 외에 데이터서비스 중심의 고급 스마트폰)의 가격은 2012년부터 2014년까지 3년 연속 미국에 이어 2위를 차지. 2014년 3월 기준으로 고급폰 단말기 가격은 미국 556.0달러, 한국 546.2달러로 3년 연속 미국에 이어 2위였으며 일본은 2014년 고급폰 가격이 521.9달러로 29개국 중 13위를 기록
- 미래부의 ‘주요 10개국 프리미엄폰 판매가 비교’ (2015년 4월 30일 기준) 자료를 보면, 삼성전자가 지난 4월 출시한 갤럭시S6(32G)의 경우 미국, 일본 등 해외 9개국 평균 판매가는 82만5,254원인데 비해 국내 판매가는 85만8,000원으로 약 3만2,000원(4%)이 비싼 가격임
- 현재 100만원에 육박하는 프리미엄폰 중심의 단말기 시장에 중저가 단말기 보급을 확대해 소비자들의 선택폭을 넓히도록 해야 함
- 단말기 제조사가 이동통신사에 제공하는 판매 장려금과 이동통신사가 소비자들에게 주는 보조금의 규모를 투명하게 공개해 고가의 단말기 가격 안에 들어 있는 거품을 제거하도록 함

3) 공시지원금 분리공시제 시행

- 단말기유통법 시행령에 공시지원금 분리공시제가 담겨있었으나, 규제개혁위원회의 결정으로 삭제되었음
- 분리공시제는 단말기의 가격 거품이 어느 정도인지 가늠할 수 있는 제도로써, 단말기 가격 거품 제거 여론을 도모할 수 있음
- 또한, 현재 단말기 구입과 통신사 가입을 조건으로 공시지원금을 받았는데, 중간 해지할 경우 공시지원금 전액을 통신사에 위약금으로 반환하고 있음
- 그러나 공시지원금의 일부는 통신사가 약정 기간 가입 유지를 조건(계속적 조건)으로, 일부는 제조사가 단말기 구매 유도를 위하여(1회성 조건) 지급하는 금액임
- 그렇다면 위약금을 반환하는 소비자는 통신사 약정 기간 가입을 하지 못한 것을 이유로 통신사 지급분만을 반환하면 되는데, 공시지원금 전액을 반환하는 것은 옳지 않음
- 이러한 점에서 분리공시제도 시행을 위한 단통법 개정이 이뤄져야 할 것임

4) 소비자들이 유리한 서비스 고지를 받을 수 있도록 통신사에 고지 의무화 부여

- 정부가 스마트 초이스 사이트를 운영하고 있지만, 여전히 이용자의 실제 핸드폰 사용량에 비하여 고가의 요금제를 선택하고 있음
- 통신사가 이용자들의 평균 사용량을 계산하여 적정 요금제를 추천해주는 서비스가 필요함
- 특히 잔여 미납 할부금, 잔여 약정 기간 등을 고지하지 않아서 이용자가 추가 할인 기회를 놓치는 경우가 있음
- 요금고지서(이메일 포함)에 잔여할부금, 잔여약정기간을 고지해야 할 필요성이 있음

5) 이용자 중심 통신비 인하 제도 활성화

- mno와 mvno의 도매대가 산정방식을 변경하여 mvno가 더욱 저렴한 요금제를 출시할 수 있도록 하고, mno와 경쟁할 수 있는 환경을 제공해 알뜰폰 시장을 활성화시킴
- 다양한 선불요금제 활성화 및 홍보 강화
- 음성통화량과 데이터통화량을 분리하지 않고 통합요금제를 만들어 둘 중에 어느 쪽을 많이 사용하던지 사용한 만큼 통화량에 해당하는 요금을 공제시키고, 남은 요금은 이월시켜 사용

6) 이용약관심의위원회 설치

- 현재 이동통신요금은 시장지배적사업자인 SKT의 경우 사전인가를 받게 하고 있으며, 나머지 두 사업자에 대해서는 신고제로 운영되고 있는바, 신고제로 모두 전환하고 대신 민간전문가가 참여하는 이용약관심의위원회를 설치해 요금상품들에 대한 검증을 실시

7) 와이파이 상호접속 허용 및 공공와이파이 확대

- 공공장소에 한해 이동통신 3사 보유 와이파이를 가입자 구분 없이 모두 접속할 수 있도록 허용
- 공공와이파이 확대 위해 지자체와 정부 협력 강화

더미래연구소 IF REPORT 2015-03

데이터중심요금제 출시 이후 통신비절감 정책제언

발행일 2015. 09. 02

발행처 (재)더미래연구소(이사장: 최병모)

Copyright ©더미래연구소, 2015 ※본 자료는 더미래연구소 웹사이트에서 다시 볼 수 있습니다.



더미래연구소는 대한민국의 ‘더 좋은 미래’를 만들어 가는 ‘민간 독립 싱크탱크’입니다.
더미래연구소의 성장은 ‘후원회원’의 힘과 꿈으로 가능합니다.

150-871 서울특별시 영등포구 국회대로68길 23, 902호(여의도동, 정원빌딩)

T: 02-785-2030, F: 02-786-2017, E: themirae2030@gmail.com

웹사이트: themirae.org

페이스북: www.facebook.com/themirae

블로그: blog.daum.net/themirae2030
