

해명자료

<http://www.kcc.go.kr>
<http://www.msip.go.kr>

2015. 3. 25(수) **배포 시점**부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의 : 방통위 통신시장조사과 최성호 과장(02-2110-1530), 백설영 사무관(02-2110-1533)
미래부 통신이용제도과장 류제명(02-2110-1930), 남영준 사무관(02-2110-1933)
단말기유통법홍보대책반 박민하 팀장(02-2110-1909), 최문석 사무관(02-2110-1931)

☐ **언론사명** : 한국경제

☐ **보도일** : 2015. 3. 25(수)

☐ **제 목** : 휴대폰 값만 올린 ‘단통법’ ... 소비자·제조사·판매자에게
‘團痛法(모두를 아프게 하는 법)’

☐ **보도요지 및 해명내용**

① 단말기유통법 시행으로 휴대폰 가격이 오름

○ ‘14년 4분기 통신3사 마케팅비용은 3분기 대비 소폭 증가(660억원, 기업공시 자료)한 상태에서, 수수료가 적은 기변이 늘고 수수료가 큰 번호이동이 감소해 유통점의 수수료 수익은 감소한 것으로 파악됨

○ 이는 마케팅비용 중 지원금이 줄지 않았으며, 공시된 지원금으로 많은 소비자에게 골고루 지급된 것을 의미하는 바,

－ 휴대폰 가격이 올랐다는 주장은 과거 일부 고액의 불법 지원금을 받았던 계층의 이야기를 일반화한 것으로 적절하지 않음

② 지난 달 번호이동 건수가 전년 같은 기간 대비 절반이상 급감하는 등 휴대폰 시장이 반토막남

- 시장 전체상황을 파악하기 위해서는 번호이동 통계만을 보는 것은 적절하지 않으며, 신규·기변·번호이동 전체 통계를 인용해야 함
 - 법 시행 이 후 개통건수를 볼 때, 번호이동이 감소한 것은 사실이나 기기변경은 오히려 늘어나 2월의 경우 일평균 개통건수(58,876건)는 법 시행 이전('14.1~9월 58,363건)을 초과하고 있으며,('14.12월 103.8%, '15.1월 115.7%)
 - 단말기 판매량의 경우에도 법 시행 직 후 판매량이 감소하였으나 '14. 11월부터는 법 시행 전 수준('14.1~9월 평균 143.2만대, Atlas survey)을 상회하고, 12월부터는 '13년 월평균(173만대, Atlas survey)을 상회하는 것으로 나타나고 있으므로, 휴대폰 시장이 반토막났다는 주장은 사실과 다름
- ③ 애초 법의 취지인 소비자 차별이 없어지지 않았으며,페이백 수법이 더 교묘해졌을 뿐임
- 과거 번호이동이나 고가요금제 위주로 지급되던 지원금이 신규가입·기기변경도 동일하게 지급되고 저가요금제 가입자도 의무적으로 지급받게 되는 등 이용자 차별도 크게 감소하였고, 일부 유통점에서 페이백 등 위법행위가 발생하고 있는 것으로 파악되나 그 규모나 빈도가 법 시행 전에 비해 감소하고 있음
- ④ 중고폰 선보상제 등 마케팅 수단을 우회 지원금이라는 이유로 금지시키는 등 규제를 더 강화하고 있음
- 중고폰 선보상제의 경우 우회 지원금의 성격도 일부 있지만, 고가요금제에게만 지원되는 등 이용자 차별 요소가 있고, 단말기 반납 조건이 명확하지 않는 등 소비자 피해 우려가 있었음. 이에 따라, 위법요인을 해소하여 서비스를 제공하도록 시정조치를 내린 것으로 동 제도를 금지하거나, 소비자 혜택을 주는 마케팅 수단을 제한한 것이 아님
- ⑤ 휴대폰 서비스 가입요금이 하락한 것은 스마트폰 가격이 비싸 요금이라도 줄이기 위한 것이었지 법 효과가 아님

- 법 시행 전 유통점에서 불법 고액 지원금을 미끼로 고가 요금제 가입을 권유당한 것은 소비자 누구나 한번쯤은 경험해 봤을 정도로 보편화되어 있었으나, 단말기유통법은 이러한 행위를 금지시킴으로써 소비자들의 불필요한 고가요금제 가입이 줄어들게 된 것임
- 또한, 소비자가 처음부터 자기에게 적합한 음성과 데이터량을 파악하여 적절한 요금제에 가입하는 것은 소비자의 합리적 선택 과정이라고 볼 수 있음