

보도자료

2011년 10월 24일(월) 배포 시점부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의 : 통신정책국 통신이용제도과 최성호 과장(750-2550)
통신이용제도과 이정순 사무관(750-2558) anidia1027@kcc.go.kr**“선불요금제 활성화로 소량이용자 등의 요금절감에 기여”
- 방통위, 이동전화 선불요금제 활성화 방안 마련 -**

방송통신위원회(위원장 최시중)는 이동전화 소량이용자의 요금 절감에 기여하고 계획적인 통신 소비를 유도할 수 있는 선불요금제를 활성화하기 위한 방안을 마련하여 '11.10.24(월) 발표하였다.

선불요금제는 이용자가 전화요금을 미리 지불한 후 통화할 때 마다 사용요금이 지불된 금액에서 차감되는 요금제를 의미한다. 선불요금제는 기본료가 없거나 저렴해 소량 이용자에게 유리하나 국내 가입자는 '11.9월말 기준 82.4만 명으로 전체 이동전화 가입자(5,212만 명)의 1.6%에 불과하다.

2010년 기준 OECD 국가의 선불요금제 이용률은 평균 47%로 해외와 달리 국내에서 선불요금제가 활성화되지 못한 것은 다양한 요인에 기인한다. 우선 단말기와 SIM 카드가 분리되지 않는 CDMA(2G) 방식을 적용함으로써 이동사가 단말기를 판매하면서 보조금을 지급하는 유통구조가 형성되었고 이용자는 고가 단말기를 선호하여 단말기 보조금을 지급하지 않는 선불요금제에 가입할 유인이 적었다. MVNO가 미활성화된 점, 선불요금제 가입충전 불편, 무선인터넷 등 이용 가능한 서비스 제한, 선후불간 번호이동 제약 등 불편함도 있다. 또한 국민 대다수가 선불요금제를 잘 알지 못하는 경우가 많다는 점도 활성화되지 못한 요인 중 하나이다.

방통위는 대국민 설문조사(11.3월, KAIT), 방통위 트위터를 통한 의견 수렴(11.7월) 등을 바탕으로 관련 사업자(이통사, MVNO 사업자)와의 협의를 거쳐 선불요금제 활성화 방안을 마련하였다.

< 이동전화 선불요금제 활성화 방안 주요 내용 >

- 이통사-MVNO 사업자간 경쟁 촉진
 - ※ 적정 도매제공 대가 산정 지원, 단말기 인증방식 개선, 번호이동성 도입 추진
- 선불요금제 가입 및 충전 편리성 제고
- 선불요금제 제공 서비스 확대(음성→데이터) 및 다양한 요금제 출시
- 선불요금제 홍보 및 부당영업행위 방지

① 이통사와 MVNO 사업자간 경쟁 촉진

국내 선불요금제 시장은 활성화되지 못한 단계로 MVNO 사업자의 시장 개척만으로는 한계가 있어 이통사와 MVNO 사업자간 공동의 노력으로 시장의 규모를 키울 수 있도록 노력이 필요하다. 방통위는 이통사와 MVNO 사업자간 차별화된 전략으로 공정하게 경쟁할 수 있도록 제도적 기반을 조성해 나갈 것이다.

우선 이통사와 MVNO 사업자간 적정 도매제공 대가가 산정되어 MVNO 사업자가 경쟁력 있는 선불요금제를 출시할 수 있는 기반을 마련하였고, 이통사의 단말기 인증 방식을 개선(“IMEI 블랙리스트 도입”, ‘12년 상반기내)함으로써 MVNO, 제조업체, 유통업체 등 다양한 주체가 가격이 저렴한 선불폰을 직접 유통할 수 있는 기반을 조성할 계획이다. 아울러 선불↔후불간 또는 선불↔선불간 번호이동이 가능하도록 함으로써 사업자간 경쟁을 촉진하고 이용자 선택권을 확대할 수 있도록 번호이동성 도입 방안을 마련(~12년 3월)할 계획이다.

② 선불요금제 가입 및 충전 편리성 제고

선불요금제의 경우 이통사 대리점에 직접 방문해야만 가입이 가능하다는 불편함이 있어 후불요금제와 같이 온라인 고객센터를 통해 가입이 가능하도록 하고, USIM 구입만으로도 선불요금제 가입이 가능하도록 개선할 예정이다. 아울러 선불요금제 가입 회선을 1인 1회선으로 제한한 것을 내국인에 한해 1인당 전체 가입 가능 회선수에서 선·후불 요금제를 자유롭게 선택할 수 있도록 회선 수 제한을 완화한다.

선불요금제의 잦은 충전 주기로 인한 불편함을 해소하기 위해 선불 충전카드 구입 방식 이외에도 온라인 충전, 은행이체 등 다양한 방식을 활성화 나갈 계획이다. 또한 SKT의 경우 KT, LGU+처럼 현금 충전에 있어 최소 충전금액을 1만원에서 5천원으로 인하하여 소량 충전이 가능하도록 개선(11.12월)할 예정이다. 충전카드 판매 장소도 편의점 등으로 확대하고, 선불 충전방식을 잘 모르는 이용자들을 위해 선불요금제 가입 시 이용자에게 충전방식에 대한 안내 SMS를 송부하도록 할 예정이다.

③ 선불요금제 제공 서비스 확대 및 다양한 요금제 출시

선불요금제로 이용 가능한 서비스를 기존 음성, SMS 이외 무선 인터넷, MMS 등으로 확대하고, 스마트폰 이용 고객을 위해 선불 데이터 정액요금제를 출시함으로써 이용자가 선택적으로 가입 가능하도록 할 예정이다. 또한 선불요금제 가입자 등이 중고폰을 구매하기 편리하도록 온라인 중고폰 거래* 서비스를 확대해 나갈 계획이다.

* SKT의 경우 “T에코폰”서비스를 7월부터 제공 중이며, KT는 10월 말 도입 예정

④ 선불요금제 홍보 및 부당영업행위 방지

선불요금제에 대해 잘 모르고 있는 국민이 대다수*로서 이용자 인식 제고를 위해 언론, SNS, 반상회지, 요금고지서 배너 등 다양한 방식의 홍보를 지속적으로 추진해 나갈 계획이다.

*'11.3월 방통위가 정보통신진흥협회와 전국 성인남녀 1,000명을 대상으로 설문조사한 결과 응답자의 약 78%가 선불요금제를 잘 모르고 있다고 대답

아울러 선불요금제 가입 거부 등 부당한 영업행위가 발생하지 않도록 통신사의 영업실태에 대해 지속적인 점검을 추진할 계획이다. 이통사가 가입자 실적 관리를 위해 일시적으로 선불요금제에 마케팅비를 과도하게 지급하는 행위를 막기 위해 방통위 홈페이지상 공개하는 이동전화 가입자수를 선·후불 요금제 가입자수로 분리하여 공표하여 MVNO 사업자와 공정한 경쟁이 가능하도록 유도할 계획이다.

이번 선불요금제 활성화 방안으로 선불요금제의 이용 편리성이 제고됨에 따라 이용자가 자신의 이용 패턴에 맞게 선·후불 요금제를 자유롭게 선택할 수 있도록 소비자 선택권이 강화되고, 소량이용자 등의 요금 절감에도 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

※ 선불요금제 활성화로 선불요금제 가입자가 전체 가입자의 5% 확대될 경우 연간 1,076억 원, 미국의 가입률 수준인 전체 가입자의 20%로 증가할 경우 연간 4,304억 원의 요금 절감 효과가 발생할 것으로 추정(*1인당 月 3,445원, 年 41,334원을 절감)

방통위는 앞으로도 선불요금제 활성화로 소량이용자의 요금 부담을 완화할 수 있도록 지속적인 제도 개선과 이용자에 대한 홍보를 추진해 나갈 예정이다.

붙임 : 선불요금제 활성화 방안 과제별 추진일정. 끝.

<붙임>

선불요금제 활성화방안 과제별 추진일정

	세부 과제	추진 일정
추진과제 (1) 선불 요금제 시장의 경쟁 촉진	① MVNO의 선불요금제 출시 확대 기반 조성 - MVNO-이통사간 적정 도매제공 대가 산정 지원	'11년 7월 ~
	② 저렴한 선불폰 유통 기반 조성 - 이통사의 단말기 인증방식 개선을 통해 MVNO, 제조사 직접 판매 등 단말기 유통방식을 다양화	'12년 상반기
	③ 선불요금제 가입자에 대한 번호이동성 도입 추진	도입방안 마련 ('12년 1/4분기)
추진과제 (2) 선불 요금제 이용 편리성 제고	세부 과제	추진 일정
	① 선불요금제 가입절차 개선 - 온라인을 통한 선불요금제 가입 절차 마련	'11년 4/4분기~
	- 가입회선 수 제한 완화	'11년 4/4분기~
	- 선불 USIM 단독 개통 활성화	'11년 10월~
	② 선불요금제 충전 편리성 제고 - 다양한 충전방식 활성화	'11년 4/4분기~
	- 충전카드 판매장소 확대	'12년 하반기~
- 충전방식 안내 강화	'11년 9월 ~	
추진과제 (3) 선불 요금제 적용 서비스 확대 및 다양한 요금제 출시	세부 과제	추진 일정
	① 선불요금제로 이용 가능한 서비스 확대	'11년 4/4분기~
② 다양한 선불요금제 출시 및 선불요금 인하 유도	'11년 4/4분기~	
추진과제 (4) 선불 요금제 관련 부당영업행위 방지	세부 과제	추진 일정
	① 선불요금제 운영실태 조사 및 시정	'12년 하반기
	② 선불요금제 취급률 개선	수시
③ 선후불 요금제 가입자 통계 분리·공표	'11년 4/4분기~	
추진과제 (5) 선불요금제 홍보	세부 과제	추진 일정
	① 이용자 인식 제고를 위한 홍보 추진	수시

<첨부>

이동전화 선불요금제 활성화 방안

2011. 10.

통신정책국

차 례

I. 이동전화 선불요금제의 개념 및 현황	1
II. 국내 선불요금제 미활성화 요인	4
III. 선불요금제 활성화 필요성	10
IV. 선불요금제 활성화 방안	11
1. 선불요금제 시장의 경쟁 촉진	12
① MVNO 선불요금제 출시 확대 기반 조성	12
② 저렴한 선불폰 유통 기반 조성	13
③ 선불요금제 가입자에 대한 번호이동성 도입 추진	13
2. 선불요금제 이용 편리성 제고	14
① 선불요금제 가입절차 개선	14
② 선불요금제 충전 편리성 제고	15
3. 적용 서비스 확대 및 다양한 요금제 출시	16
4. 선불요금제 관련 부당영업행위 방지	17
5. 선불요금제 홍보 추진	18
V. 기대효과	19
VI. 추진일정	20
※ 참고 : 선불요금제 관련 설문조사 결과	21

I 이동전화 선불요금제 개념 및 현황

1 선불요금제 개념 및 특징

- (개념) 선불요금제란 이용자가 전화요금을 미리 지불한 후 통화할 때 마다 사용요금이 지불된 금액에서 차감되는 요금제를 의미함
 - 기본료가 없거나 저렴하고 통화료를 주로 지불하는 형태로 소량 이용자나 외국인이 주로 사용하고 있음

※ 국내 이동전화 선불요금제는 1998년 LGU+(당시 LGT)가 최초로 도입함

< 국내 이동전화 선·후불 표준요금제 비교 >

구 분	선불요금제	후불요금제
가입비	없음	24,000원(KT), 30,000원(LGU+) 39,600원(SKT)
기본료	없음	11,000원
음성 통화료	▶ SKT: 4.5원/초 ▶KT : 4.8원/초 ▶ LGU+ : 4.9원/초	1.8원/초
SMS 요금	22원/건	20원/건

* 이통3사 이외 아이즈비전, KCT 등 MVNO 사업자도 저렴한 선불요금제 제공 중

- (특징) 선불요금제는 요금을 미리 선납하므로 후불제 대비 계획적 소비가 가능하고, 기본료가 없거나 저렴해 통화량이 적은 사람에게 유리
 - 미리 선납한 금액에 따라 사용기간이 정해져 있으며, 미리 선납(충전)한 금액이 소진된 경우 발신은 제한(긴급통화 제외)되지만 수신은 가능함

※ 충전금액에 따른 사용기간(예) : 5천원/1만원 30일, 2만원 60일, 3만원 90일, 5만원 150일

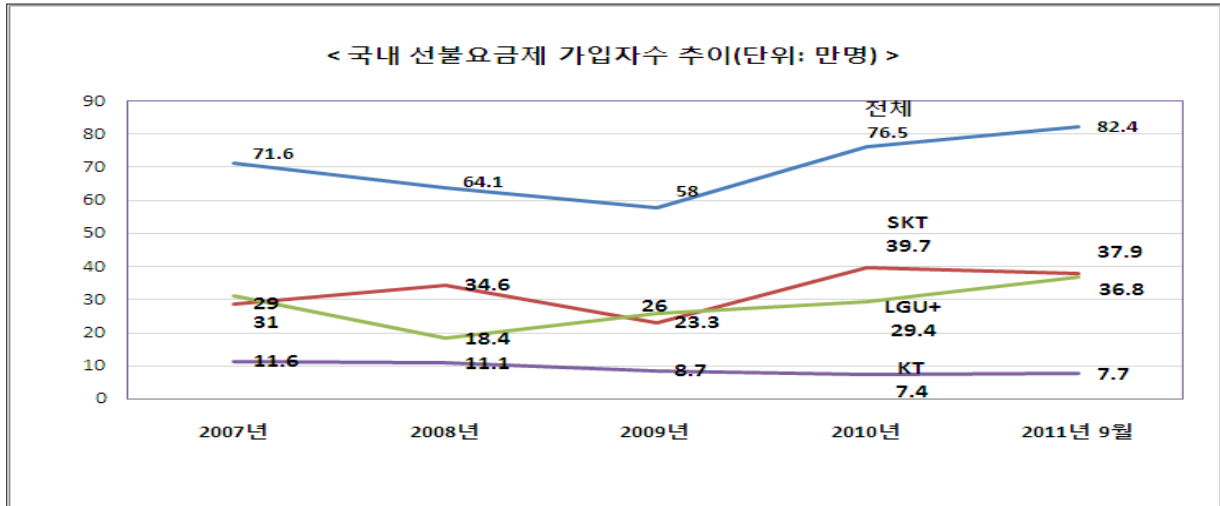
< 이동전화 선·후불요금제 장단점 비교 >

구 분	선불요금제	후불요금제
장점	○ 미리 선납한 금액 내에서 사용하므로 계획적 소비 가능 ○ 기본료가 없거나 저렴해 통화량이 적은 사람에게 유리	○ 단위당 통화료가 저렴하여 다량 이용자에게 유리 ○ 단말기 선택의 폭이 넓으며, 통신사의 단말기 보조금 혜택 ○ 일반적인 신용거래(후불제)의 편리성
단점	○ 단말기 선택이 제한적(중고폰 위주) ○ 요금을 미리 선납 또는 충전을 하기가 불편	○ 통화량에 상관없이 고정적인 비용(기본료)이 지출 ○ 추가적인 지출 발생 가능

2 국내 현황

- (가입자수) '11년 9월 말 기준 국내 이동전화 가입자(5,212만 명)의 1.6%에 해당하는 82.4만 명이 선불요금제를 이용

※ '07년 ~ '10년 간 국내 선불 가입자 수는 전체 가입자의 1~2% 수준을 유지

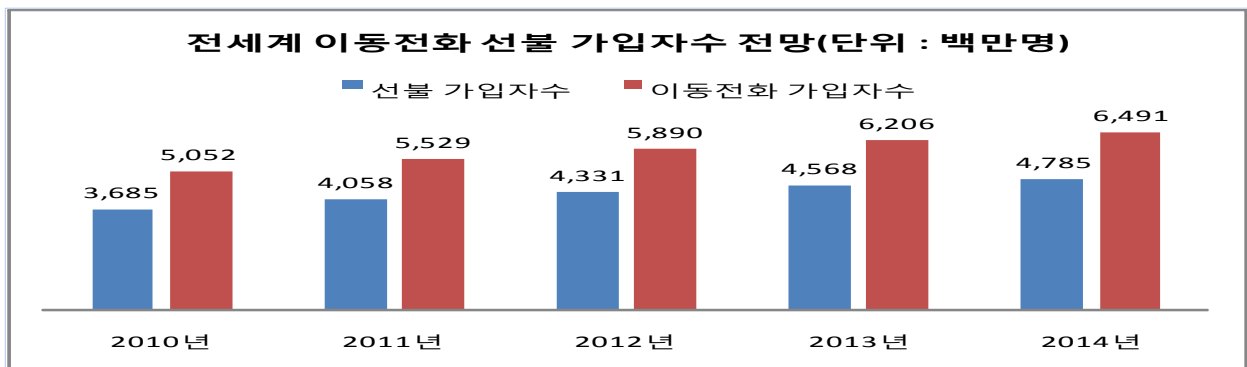


- (매출액) 이통3사의 선불요금제 매출액은 '10년 기준 504억 원 수준임(출처: 이통3사 제출자료)

※ 별정사업자 매출액은 '10년 기준 7.4억 원 수준임

3 해외 현황

- (전세계) 이동전화 선불요금제 가입자 수는 '10년 기준 36.9억 명으로 전체 이동전화 가입자(50.5억 명)의 73%를 차지하고 있음



※ 출처 : ovum(2010)

- (OECD 국가) 선불요금제 이용률은 평균 47%(ovum, '10년 기준)이며,
 - 유럽 및 남미 지역의 이용률이 높은 반면 아시아 및 북미 지역의 경우 이용률이 낮은 편임
- ※ 선불요금제 이용률('10년 기준) : 멕시코 91%, 이탈리아 80%, 포르투갈 67%, 독일 60%, 영국 56%, 프랑스 27%, 스페인 36%, 미국 23%, 캐나다 22%, 호주 44%, 일본 2%

◆ 해외에서 선불요금제 이용이 활성화된 이유

- 단말기와 SIM카드가 분리되는 GSM 기술 방식 적용
 - 단말기 구입과 서비스 가입(SIM 카드 구입 등)이 분리
- 이동전화 재판매(MVNO) 시장 활성화(영국, 미국 등 선진국)
- 이동전화 보급률이 정체되자 새로운 수익원으로 선불 요금제가 활성화(유럽지역)
- 중위 소득계층이 적어 일반적인 후불 요금제로는 시장 확대에 한계(남미지역) 등

- (글로벌 통신사들의 전략변화) 글로벌 통신사들은 후불제와 비교하여 전통적으로 저가에 기능을 낮춘 선불 요금제를 제공해 왔으나,
 - 후불요금제의 장기 약정 의무를 꺼리면서도 후불요금제가 제공하는 기능을 선불요금제에서도 이용하려고 하는 수요를 반영하여 데이터 등 고기능 서비스와 단말기를 제공하는 전략으로 전환하는 추세임
 - 특히 미국을 중심으로 월정액에 음성, SMS, 데이터 등을 이용할 수 있는 “하이브리드 선불요금제”가 확산되고 있음
- ※ '10년 기준 미국 전체 선불 요금제 가입자 중 월정액형 하이브리드 요금제 가입자가 45%를 차지(출처: J.D. Power and Associate)

◆ 미국의 하이브리드 선불요금제 사례

- AT&T : 월 75\$에 음성통화와 문자 무제한, 데이터 250MB 제공
- T-Mobile : 월 50\$에 음성통화와 문자 무제한, 데이터 100MB 제공
- Verizon : 450분 음성통화(월 45\$) + 1GB 데이터 요금제(월 50\$)
- Leapwireless(MVNO) : 월 35\$ 음성통화와 문자 무제한 등

Ⅲ 국내 선불요금제 미활성화 요인

1 이통사의 활성화 유인 부족 및 MVNO 미활성화 등 역사적 요인

□ 이통사는 낮은 수익, 높은 가입 전환율 등의 특징을 갖는 선불요금제를 활성화할 유인이 부족

□ 이통사의 소극적 대응과 함께 재판매 사업자(MVNO)가 활성화되지 못해 선불 시장의 경쟁이 촉발될 수 있는 계기가 마련되지 못하였음

※ 미국, 영국 등 주요 선진국은 '80~'90년대에 신규서비스의 조기 안착, 지배적 사업자의 지배력 억제 차원에서 재판매 의무를 도입, 국내는 '10.3월 의무 도입

< 미국의 선불요금제 사례 >

- 트랙폰(Tracfone), 메트로PCS 등 MVNO 사업자가 선불요금제 시장을 적극 공략
 - T-Mobile, Sprint 등 MNO도 다양한 선불요금제를 출시하며 대응
- 선불요금제 가입자는 '09년 기준 전체 이동전화 가입자의 20%(5,440만 명)
 - '08년 대비 '09년 선불가입자가 17% 증가, 같은 기간 후불요금 가입자는 3% 증가

□ 유럽, 남미 등은 이동전화 전송방식을 GSM 방식으로 채택하고 SIM 카드를 활용하여 단말기 하나로 복수의 전화번호(사업자)에 가입 가능

○ 이용자는 쓰던 단말기 교체 없이 SIM 카드 교체를 통해 선불요금 상품으로 손쉽게 이동 가능

○ 국내의 경우 단말기 구매와 SIM 카드 구입(서비스 가입)이 분리 되지 않는 CDMA 방식을 채택하여 선불요금제가 발달하기에 제약이 있었음

2 상대적으로 비싼 선불 통화료

□ 국내 선불요금제의 음성 통화료는 후불요금제와 비교 시 약 2.5배 이상 비싼 수준임

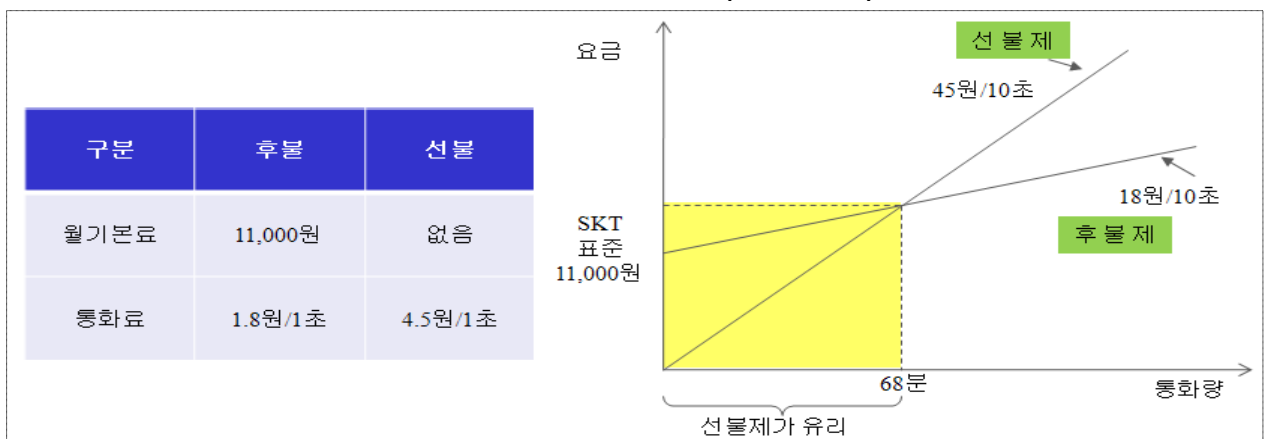
○ '09년 11월 이통3사는 선불요금제의 음성 통화료를 약 20% 인하 하였으나 여전히 비싼 수준임

※ SKT(1초당 6.2원→4.8원), KT(1초당 5.8원→4.8원), LGU+(1초당 6.5원→4.9원)

※ SKT는 '11.7월말 1초당 4.8원에서 4.5원으로 추가 인하

○ 현재 요율(1초당 4.5원, SKT)을 적용했을 때 음성 통화량이 68분을 초과할 경우 후불요금제가 더 저렴하게 설정되어 있어 가입자 확대에 한계

< 선·후불 표준요금제 비교(SKT 기준) >



□ 국내 선불요금 수준은 해외(OECD 회원국)에 비해서도 비싼 편임

○ OECD 국가간 선불 요금수준을 비교한 결과 OECD 34개국 중 우리나라가 26위(저렴한 순위)로, OECD 평균에 비해 1.2배 비싼 편으로 나타남

< 2011년 OECD 국가의 선불요금 수준 비교 >

구분	순위(요금)	OECD 평균	평균 대비
선불(40통화(75분))	26위 (26.8\$)	21.7(\$)	123.4%

* 1위 덴마크, 2위 아이슬란드, 3위 핀란드, 4위 폴란드, 5위 노르웨이, 6위 스웨덴 등

* 출처 : 2011 OECD Communications Outlook('11.6월)

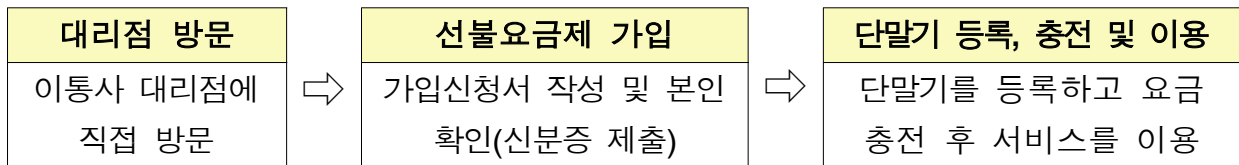
3 선불요금제 이용 불편

① 선불요금제 가입 불편

- (국내) 이통사 대리점에 직접 방문하여야만 가입이 가능하며 동일 명의자 1인 1회선으로 개통을 제한

※ 선불폰을 이용한 불법행위 등 부정사용을 우려하여 '07년부터 본인 확인 강화 등 엄격한 가입 절차를 적용하고 있음

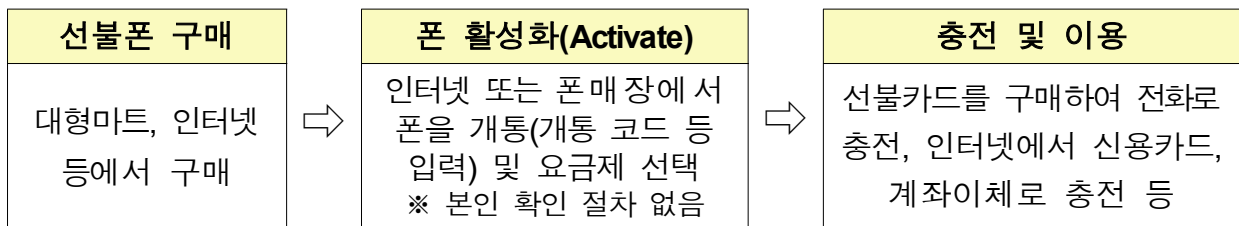
< 국내의 선불요금제 이용 절차 >



- (해외) 미국 등의 경우 대형마트, 편의점, 온라인 등 다양한 유통 채널에서 선불폰을 구매하여 별도 가입 절차 없이 즉시 사용 가능

※ 가입 절차가 있는 국가(호주, 프랑스, 독일 등)도 가입자 신분 정도만 확인한 후 사용 가능

< 미국의 선불요금제 이용 절차 >



② 제한된 충전 방식 및 장소

- (국내) 선불카드 구입을 통해 충전하는 방식이 일반적이거나 이통사는 선불 충전카드 유통에 적극적이지 않음

- 신용카드가 없는 경우 현금 충전을 위해서 대리점에 직접 방문해야 하며, 5천원 또는 5천원 미만의 소액 충전이 어려움

< 국내 이동사의 선불요금제 충전방식 >

구분	충전 방법	최소 충전 금액
SKT	○ 대리점에서 현금/신용카드로 요금 선납, 선불카드 구입 ○ ARS 서비스를 통한 신용카드 충전 ○ 홈페이지 내 온라인 서비스, 카드 자동 결제 방식	1만원
KT	○ 대리점에서 현금/신용카드로 요금 선납, 선불카드 구입 ○ ARS 서비스를 통한 신용카드 충전	현금 : 5천원 신용/선불카드 : 1만원
LGU+	○ 대리점에서 현금/신용카드로 요금 선납, 선불카드 구입 ○ ARS 서비스를 통한 신용카드 충전 ○ 홈페이지 내 온라인 서비스, 카드 자동 결제 방식 ○ 은행 자동이체, 가상계좌로 송금	현금/신용카드 : 5천원 선불카드 : 1만원 은행 이체 : 5천원 미만 소액도 가능

- (해외) 선불 충전카드 이외 은행 ATM 및 온라인 banking, 이동사 충전 플랫폼을 통해 즉시 충전하는 방식 등 다양한 방식이 활성화
- 특히 이동사 충전 플랫폼을 통한 방식(Direct top-up)은 이동사의 대리점 및 은행 수수료 절감, 이용자의 충전 편리성 제고 측면에서 점차 확대되는 추세

< 선불요금제의 요금 충전 방식 >

구분	충전 방식
소매 충전(Retail top-up)	대리점, 편의점 등에서 바우처 및 스크래치 카드를 구입하여 충전
은행 충전(Bank top-up)	은행 ATM 및 온라인 banking을 통해 충전
직접 충전(Direct top-up)	이동사 모바일 및 온라인 충전 플랫폼을 활용하여 신용카드/직불카드/계좌이체를 통해 필요한 경우 즉시 충전

③ 선·후불 요금제간 번호이동 제한

- (국내) 후불제 가입자가 선불요금제로 변경하려는 경우 기존의 번호를 유지하지 못하고 신규 번호를 부여받아야 함
 - ※ 선불요금제 가입자가 소액결제, 수신자 부담전화, 국제전화 이용 시 사후 정산의 어려움이 있어 선불 가입자의 同 서비스 이용을 제한하기 위해 번호대역을 후불제와 별도로 지정하고 있기 때문
- (해외) 영국('99년), 호주('01년), 홍콩('99년), 인도('11년) 등의 국가에서 선·후불 요금제간 번호이동이 가능
 - ※ 미국의 경우 AT&T, 버라이즌, 트랙폰(MVNO) 등이 번호이동을 시행하고 있음

4

이통사의 보조금 지급과 이통사 중심의 단말유통 구조

- 국내의 경우 단말기 구매와 서비스 가입(SIM카드 구입)이 분리되지 않는 CDMA(2G) 방식이 도입되어,
 - 이통사가 단말기를 판매하면서 가입자 유치를 위해 높은 수준의 보조금을 지급하는 단말기 유통구조가 형성되었음
 - '06년 단말기와 SIM 카드가 분리되는 3G(WCDMA) 방식이 도입된 이후에도 이러한 단말기 유통 구조에 변화가 없었음
- 특히 현행 이통사의 단말기 인증방식은 이통사 이외 제조사, MVNO, 유통업체 등 단말기 유통 경로가 다양화되기 어려운 요소로 작용

< 이통사의 단말기 인증 방식 비교 >

구 분	화이트리스트 방식(국내)	블랙리스트 방식(해외)
내 용	○ 이통사에 단말기 고유번호(IMEI)가 등록된 단말기만 통화를 허용	○ 이통사에 등록되지 않은 단말기도 통화를 허용, 분실·도난·밀수입 단말기만 통화를 차단

*IMEI(International Mobile Equipment Identity) : 3G 단말기 식별을 위한 고유번호

- 이용자는 단말기 보조금이 지급되지 않는 선불요금제에 대한 선호가 낮은 편이며,
 - 인터넷, 대형마트 등 다양한 유통채널을 통해 국내·외의 저가 단말기 등이 판매되기 어려운 유통구조로 인해 선불폰 선택이 제한됨
 - 대부분 중고 단말기, 구형 단말기로 선불요금제를 이용함
- ※ 미국의 경우 인터넷, 대형마트, 편의점, 쇼핑센터, 통신사매장, 자판기 등에서 다양한 선불폰 구매 가능, 가격은 \$10~\$100대로 다양하며 평균 \$30~\$40 정도 수준임
- 스마트폰용 선불요금제 가입 시 \$100 ~ \$200대의 저가 스마트폰도 이용 가능
 - ***(사례)** 버라이즌 선불 스마트폰 : 모토로라 Citrus(\$195), Vortex(\$214), 삼성 Continuum(\$244), LG Ally(\$294), 삼성 Fascinate(\$294), 모토로라 Droid X(\$344)

5 음성 중심의 서비스로 다양한 이용자 수요 대응 미흡

- 스마트폰 보급 확대로 무선인터넷 등 다양한 부가서비스에 대한 수요가 증가하고 있으나, 국내 선불요금제는 음성통화 중심으로 제공
 - ※ SKT, LGU+의 경우 선불요금제 가입시 무선인터넷, MMS(Multi-Media Messaging Service) 등 서비스 이용이 불가능함, KT의 경우 서비스 이용이 가능하나 종량요율을 적용
- 일반 이용자의 선불요금제 이용 확대를 위해서는 무선인터넷, MMS 등 서비스 제공 범위를 확대하고, 월정액형 등 다양한 요금제 출시 필요

6 선불요금제에 대한 국민 인식 부족

- 선불요금제 자체에 대해 잘 알고 있지 못한 사람이 대다수이고,
 - 소량이용자에게 요금절감의 혜택이 있다는 장점보다는 충전 등 이용 불편, 단말기 선택 제한 등 단점이 부각되어 왔음
 - ※ 외국인, 신용불량자 등 후불제를 이용하기 어려운 이들이 활용하는 방식이라는 인식이 형성

< 이동전화 선불요금제에 대한 인식조사 결과(11.3월, 정보통신진흥협회) >

- 조사 대상 : 만19세 이상 성인 남녀 1,000명
- 조사 기간 및 방법 : '11.3.23~3.25, 전화 면접
- 조사 기관 : 한국리서치
- 주요 조사 결과

- ① 인지도 : 선불요금제에 대해 잘 알지 못함(78%), 잘 알고 있음(22%)
- ② 이용 의사 : 선불요금제를 이용할 의사가 있음(48.9%), 없음(45.4%), 무응답(5.7%)
- ③ 선불요금제를 사용하지 않는 이유(복수응답)
 - ⇒ 선불요금제가 있다는 것을 잘 몰라서(43%), 소진될 때마다 충전하는 것이 불편해서(22%), 통화량이 많아서 선불요금제가 이익이 되지 않으므로(18.3%), 현재 사용하는 번호를 그대로 사용할 수 없어서(14.3%), 단말기보조금을 받을 수 없어서(12.3%), 제공 서비스가 제한적이어서(12.2%) 등

II 이동전화 선불요금제의 활성화 필요성

◇ 가계통신비 부담 증가로 이동통신 요금인하 요구가 커지고 있는 상황에서, 소량 이용자의 요금 부담을 완화하고 이용자의 계획적인 통신 소비를 유도하기 위해 선불요금제 활성화 필요성이 증대

□ (소량 이용자의 요금부담 완화) 선불요금제는 기본료가 없거나 저렴해 소량 이용자에게 요금인하 효과가 발생

※ 일반적으로 음성을 68분 이하로 사용할 경우 후불제보다 선불요금제가 유리함 (SKT 총가입자 중 음성 68분 이하 사용자는 전체 가입자의 약 28%, '11년 1월 기준)

□ (소비자 선택권 강화 및 합리적 소비 유도) 소비자의 요금제 선택범위를 확대하고 통신 서비스의 계획적 사용을 가능하게 함

○ 선불요금제는 요금체계가 단순하며 소비자에게 요금의 예측 가능성을 제공하여 예상치 못한 과도한 요금 발생을 사전에 방지할 수 있음

○ 월 사용량이 일정치 않은 소비자의 경우 선불 충전금액에 따라 주어진 기간 내(30일~150일)에서 탄력적으로 서비스 이용이 가능

※ 충전금액에 따른 사용기간 : 1만원 30일, 2만원 60일, 3만원 90일, 5만원 150일

※ 사용기간 종료 후 잔액 발생 시 이월하여 사용 가능하며 사용기간 완료 이전 충전금을 모두 소진한 경우 남은 사용기간에 재충전에 따른 사용기간을 합산하여 사용 가능

□ (“Second Phone”의 활성화) 이동전화 시장이 포화됨에 따라 틈새시장으로서 선불의 가치가 재평가되고 있으며, 1인 多회선을 사용하고자 하는 이용자의 수요에도 부합

※ 선불요금제가 활성화되어 있는 유럽의 경우 이동전화 보급률도 이에 비례하여 높은 편

구 분	이탈리아	포르투갈	영국	스웨덴
이동전화 보급률('09년)	146%	150%	130%	125%
선불 이용률('09년)	85%	73%	59%	38%

* 출처 : 2011 OECD Communications Outlook('11.6월)

IV 선불요금제 활성화 방안

< 선불요금제 활성화 추진방안 >

□ MVNO-MNO 사업자간 선불활성화를 위한 공동의 노력 유도

- MNO의 선불요금제 활성화가 MVNO의 시장 확대 및 성장에 부정적인 영향을 줄 수 있다는 측면도 일부 존재
- 그러나 국내 선불요금제 시장은 전체 이동전화 시장 규모의 1%에 불과할 정도로 선불요금제 자체가 활성화되지 못한 단계이므로,
 - MVNO만의 시장 개척으로는 한계가 있어 활성화를 위해 MNO와 MVNO 공동의 노력으로 시장의 규모를 키우는 노력이 필요

□ 선불요금제 시장의 경쟁 촉진

- MNO-MVNO간 차별화된 전략으로 공정하게 경쟁할 수 있는 기반 조성
 - MNO-MVNO간 적정 도매제공대가 산정을 지원하여 MVNO가 저렴한 선불요금제를 출시할 수 있도록 하고, 단말기 인증방식 개선(블랙리스트 도입)을 통한 선불폰 유통 활성화, 선불요금제 번호이동성 도입 등으로 경쟁을 촉진

□ 선불요금제 이용 편리성 제고

- 선불요금제 가입절차, 충전 방식 및 장소 등 이용자 불편 사항을 개선
- 음성, SMS 이외 무선인터넷, MMS 등 이용가능한 서비스를 확대하고 선불 데이터 정액제 등 이용자 수요에 맞는 다양한 요금제 출시를 유도

□ 선불요금제 홍보 및 부당영업행위 방지

- 선불 활성화를 위해서는 이용자의 인식 제고가 중요하므로 정부, 사업자가 협력하여 다양한 방법을 통한 홍보를 적극적으로 추진
- MNO가 가입자 실적 관리를 위해 과도한 마케팅비를 지출하지 않도록 제한하여 공정한 경쟁 기반이 마련될 수 있도록 하고, 선불폰 개통거부 등 부당영업행위 방지를 위해 운영 실태를 지속적으로 점검

1 선불요금제 시장의 경쟁 촉진

1-1 MVNO 사업자의 선불요금제 출시 확대 기반 조성

- MVNO와 이통사간 적정 도매제공 대가가 산정되어 MVNO가 경쟁력 있는 선불요금제를 출시할 수 있는 기반 마련
 - (SKT) 도매 제공 대가 기준 할인율(소매가 대비 31%~47%)에 추가하여 다량구매할인율(최대 6%) 기준에 대한 가이드라인 마련('11.7월)
 - ※ SKT의 MVNO 사업자(선불) : 아이즈비전, 한국케이بل텔레콤(KCT)
 - (KT) 도매 제공 대가 산정 시 회선 당 부과되는 기본료(3,000원)를 없애고 분당 요금으로 전환('11.7월~)
 - ※ [기본료+분당요금] ⇒ [분당 요금]로 전환함에 따라 최대 40% 정도의 비용 절감 효과 발생
 - ※ KT의 MVNO 사업자(선불) : 에버그린 모바일, 프리텔레콤, 위너스텔

< SKT MMNO 사업자의 선불요금제 출시 현황 >

- 아이즈비전, 한국케이بل텔레콤(KCT) 등 MVNO 사업자는 이통사보다 약 20% 정도 저렴한 통화료의 선불요금제를 출시('11.7월)

아이즈비전			한국케이بل텔레콤(KCT)		
구 분	기본료(월)	통화료(1초당)	구 분	기본료(월)	통화료(1초당)
PPS 일반	-	3.8원	PPS 일반	-	4.0원
PPS 50	5,000원	2.4원	PPS 라이트	5,000원	2.2원
PPS 70	7,000원	2.2원	PPS 플러스	9,000원	1.8원
PPS 90	9,000원	2.0원	PPS 프리미엄	10,000원	1.6원

- 선불 음성통화료가 1초당 3.8원인 요금제가 출시됨에 따라, 월 음성 사용량이 약 95분 이하인 이용자까지 선불요금제 가입이 유리해져 일반 이용자의 선불가입 유인이 확대됨

< 음성 사용량별 가입자 비율('11.1월, SKT 기준) >

구 분	음성사용량 68분 이하	음성사용량 95분 이하
전체 가입자 대비 비율	29%	49%

1-2 저렴한 선불폰 유통 기반 조성

- 이통사의 단말기 인증방식 개선을 통한 저렴한 선불폰 유통 확대
 - 이통사 중심의 단말기 유통구조에서 MVNO 사업자를 통한 저가 단말기 유통, 제조사 직접 판매 등 단말기 유통 구조를 다양화
 - 단말기 식별번호(IMEI)를 이통사에 등록하지 않더라도 이통사 망에 접속하여 서비스를 이용할 수 있도록 단말기 인증 방식을 개선 ('12년 상반기 내 시스템 개선 완료 예정)

< IMEI 화이트리스트 방식에서 블랙리스트 방식으로 전환 >

IMEI 화이트리스트 방식	IMEI 블랙리스트 방식 전환 시
○ 이통사 중심의 단말기 유통구조 - 이통사의 보조금 지급과 고가 단말기 중심의 시장 형성	○ 이통사 이외 MVNO, 제조사, 유통업체, 수입업체 등 다양한 주체가 가격이 저렴한 선불폰을 직접 유통

1-3 선불요금제 가입자에 대한 번호이동성 도입 추진

- 사업자간 경쟁 활성화, 이용자의 요금선택권 확대 등을 위해 선·후불 및 선불 요금제간 번호이동성 도입을 추진
 - 이용자가 후불요금제에서 선불요금제로 변경할 경우, 선불요금제 사업자간 변경 시 기존 휴대폰 번호를 유지할 수 있도록 개선
 - 번호이동 도입을 위해서는 이통사의 고객관리, 번호관리 등 전반적인 시스템 개선이 필요
 - 번호이동 기술방식, 전산시스템 및 교환설비 보강계획 등을 검토하여 추진 방안 마련(~'12.3월)
- ※ 「이동전화서비스 번호이동성 시행 등에 관한 기준」(고시) 개정과 연계

2 선불요금제 이용 편리성 제고

2-1 선불요금제 가입 절차 개선

□ 온라인을 통한 선불요금제 가입절차 마련

- 직접 대리점을 방문하지 않고 온라인 고객센터를 통해 선불요금제에 가입할 수 있도록 개선
 - 단, 대포폰 등 이동전화의 부정사용 방지 측면에서 본인확인 절차는 후불요금제와 동일하게 유지함
- ※ 후불요금제 온라인 가입의 경우 공인인증서, 신용카드 인증 등으로 본인 신분을 확인하고 있으며 이를 선불요금제에도 동일하게 적용함

□ 가입회선 수 제한 완화

- 내국인의 경우 1인당 가입가능 회선수를 선·후불 통합 적용
 - 선불요금제만 1인 1회선으로 제한할 실익이 없으므로 전체 가입 가능 회선 수의 범위 내에서 선·후불을 자유롭게 선택하도록 함
- ※ (예) 전체 가입가능 회선수가 3회선인 사람이 선·후불 요금제를 같이 사용할 경우

기 존	변 경 시
○ 선불 1회선+후불 2회선	○ 선불 1회선+후불 2회선 또는, ○ 선불 2회선+후불 1회선 또는, ○ 선불 3회선 등 선택 가능

□ 선불 USIM 단독 개통 활성화

- 기존에 보유하고 있는 단말기를 이용하여 선불 USIM 구입만으로도 선불 요금제 가입 및 서비스 이용이 가능하도록 개선
- ※ 하나의 단말기로 선·후불 USIM을 번갈아 끼워 사용하는 것도 가능

2-2 선불요금제 충전 편리성 제고

□ 다양한 충전 방식 활성화

- 선불요금제의 잦은 충전 주기로 인한 불편함을 해소하기 위해 선불카드 이외 은행 자동이체, 온라인 충전 방식 등 활성화 추진
- 모바일고객센터 등 휴대폰을 통해 필요할 경우 즉시 충전할 수 있는 방식을 도입하여 이용자 편리성 제고

< 이통사 충전 플랫폼을 통한 충전 방식(Direct top-up) >



- 특정한 시점에 자동으로 계약 연장을 원하는 이용자를 위해 은행 자동이체, 카드 자동결제 방식을 활성화
 - ※ 특정일을 지정하여 결제(이체)하는 방식(예: 매월 25일) 또는 잔액이 특정금액에 도달할 경우(예: 잔액이 1,000원이 될 경우) 자동 결제(이체)되는 방식 등
- 소액 충전(5천원 이하)이 가능한 은행 계좌이체 방식의 도입 확대 유도
- 아울러 SKT의 경우 현금 충전 방식의 경우 최소 충전 금액을 1만원에서 5천원으로 하향 조정토록 개선

□ 충전카드 판매 장소 확대

- 편의점에서 고객이 원할 때 종이로 출력하여 판매하는 바우처 방식의 충전카드 도입 등 충전카드 취급 장소를 확대

□ 충전방식에 대한 안내 강화

- 선불요금제 가입 시 충전을 위한 ARS 번호, 온라인 충전방법 등 관련 정보를 SMS로 제공

3 선불요금제 적용 서비스 확대 및 다양한 요금제 출시 등

3-1 선불요금제로 이용 가능한 서비스 확대

□ 선불요금제 적용 서비스 확대

- 음성, SMS 이외 무선인터넷, MMS(Multimedia Messaging Service) 등 선불요금제로 이용 가능한 서비스를 확대
 - ※ 선불요금제는 서비스의 성격상 실시간 사용량을 측정해야 하므로 적용서비스 확대에 따라 과금 시스템의 개선이 필요함

□ 무료 부가서비스 제공 확대

- 후불요금제에 무료로 제공하는 부가서비스를 선불요금제에도 제공하도록 하고, 제공되는 부가서비스를 약관상 명시하도록 개선
 - ※ 무료 부가서비스 사례(KT) : 발신번호표시서비스, 스팸차단서비스, 음성/영상사서함 서비스, 무선데이터차단서비스, 착신거절서비스, 정보보호알리미 서비스 등

□ 중고단말기 구입 편의성 제고

- 선불요금제 이용자 수요에 맞춰 저렴한 가격의 중고 스마트폰 등을 편리하게 구매할 수 있도록 온라인 중고폰 거래 서비스 등을 확대
 - ※ SKT는 중고 스마트폰 시장 활성화와 선불요금제 수요 증가 등에 따라 '11.7월부터 중고폰 거래 서비스("T에코폰")를 개시하여 중고 단말기를 온/오프라인 채널에서 매입한 후 온라인으로 개인에게 판매하거나 MVNO 사업자에게 판매, KT는 '11.10월 말 도입 예정

3-2 다양한 선불요금제 출시 및 요율 인하 유도

□ 다양한 선불 요금제 출시 유도

- 스마트폰 이용 고객을 위한 선불 데이터 정액제 출시 유도
 - 음성과 별도로 데이터 정액제를 제공하여 이용자가 선택적으로 사용 가능
 - 기본료를 선불로 지불하면 일정기간 동안 사용할 수 있는 데이터량을 제공
- ※ 아이폰 등 태블릿 PC에 대해서도 선불 데이터 정액요금제 출시
- 월정액형으로 음성, SMS, 데이터 서비스를 이용할 수 있는 하이브리드(hybrid) 선불요금제 출시를 유도
 - ※ 하이브리드 선불요금제는 저가형 선불요금제에 비해 가입자당 매출액이 높고 가입 전환율이 낮아 성장 가능성이 높음

< 선후불 및 하이브리드 요금제의 특징 비교 >

구 분	주요 가입자	요금 구조	가입자당 매출액*	가입 전환율
선불제	틈새시장(저소득층, 신용불량자, 청소년층)	통화료	\$10(트랙 폰)	높음
하이브리드	틈새시장에서 일반 고객층으로 확대	정액형 통화료 (음성, SMS, 데이터)	\$42(Leap)	중간
후불제	일반 고객층	가입비, 기본료, 통화료	\$60(AT&T)	낮음

※ 출처 : Yankee Group('09)*요금제별 미국 대표 사업자의 가입자당 매출액을 비교함

□ 선불요금제 요율 인하 유도

- MVNO를 통한 저렴한 통화료의 선불요금제가 출시될 수 있도록 하고 경쟁 활성화를 통해 이통사의 요율도 인하될 수 있도록 유도
- ※ SKT는 선불요금제의 음성통화료를 1초당 4.8원에서 4.5원으로 인하('11.7월)

4 선불요금제 관련 부당영업행위 방지

□ 선불요금제 운영실태 조사 및 시정

- 선불폰 개통을 거부하는 행위, 일정금액 이상 충전을 강요하는 행위, 선불폰 개통 시 가입비를 요구하는 등 통신사의 부당 영업행위 방지를 위해 정기적인 운영 실태 점검 및 시정 추진

□ 대리점의 선불요금제 취급률 개선

- 이통사 자체적으로 대리점 대상 선불요금제에 대한 교육을 실시하고, 선불 취급률 개선에 대한 인센티브 부과 추진
 - ※ 선불요금제 개통경험이 없거나 선불요금제에 대해 잘 알지 못하는 일부 대리점에서 선불요금제 개통불가로 오안내하는 사례가 발생

□ 선·후불 요금제 가입자 통계 분리·공표

- 방통위 홈페이지상 공지하고 있는 이동전화 가입자 통계를 선·후불 요금제별 가입자로 분리하여 공표 추진
 - 이통사가 가입자 점유율 실적관리를 위해 일시적으로 선불요금제에 과도한 마케팅비를 지출하는 행위를 억제하여,
 - MVNO 사업자와의 공정한 경쟁구도가 형성될 수 있을 것으로 기대

5 선불요금제 홍보

□ 이용자의 인식 제고를 위한 홍보 추진

- 통신요금 절감 방안으로서 선불요금제에 대한 대국민 홍보 캠페인 추진
 - 언론, SNS, 반상회지 등으로 선불요금제 홍보
 - 이동전화 요금고지서(이메일고지서 배너 등)를 활용한 선불요금제 홍보
- 통신사 홈페이지상 선불요금제 정보 제공 강화

V 기대효과

- 선불요금제 이용 편리성이 제고됨에 따라 이용자가 자신의 이용 패턴에 맞게 선후불 요금제를 자유롭게 선택할 수 있도록 소비자 선택권이 강화

< 선불요금제 사용에 적합한 이용자 >

- (1) 통화량이 적은 일반 이용자
- (2) 미리 계획된 금액 내에서 요금 지출을 원하는 이용자
- (3) 1인 2회선 이상 多회선 이용으로 요금이 부담스러운 이용자
- (4) 사용량이 일정치 않거나 대부분 수신 용도로만 사용하는 이용자
- (5) 청소년의 불필요한 요금 지출을 억제하고자 하는 부모 등

- 선불요금제 활성화로 선불요금제 가입자가 전체 가입자의 5%로 증가할 경우 연간 1,076억 원의 요금 절감 효과가 발생할 것으로 추정
- 선불요금제 가입자가 미국의 가입률 수준인 전체 가입자의 20%로 증가할 경우 연간 4,304억 원의 요금 절감 효과 발생 추정

※ 1인당 月 3,445원, 年 41,334원을 절감할 수 있음

< 요금절감 효과 분석 방법 >

- 요금절감효과 산출식

= 1인당 연간 요금 절감액 × 전체 이동전화 가입자 수 × 선불요금제 가입비율

- 1인당 요금 절감액은 후불에서 선불로 전환 시 1인당 年 ARPU 감소액으로 산정함
 - 후불 대비 선불요금제의 경우 13%의 요금 절감 효과가 있다고 분석
 - 13%의 요금 절감으로 1인당 年 41,334원의 ARPU가 감소가 되는 것으로 나타남

ARPU(이통3사 가중치)		MOU(1인당 월통화량)		ARPU/MOU
후불 ARPU	25,753	후불 MOU	200	129
선불 ARPU	7,211	선불 MOU	65	112
	28%* 반영		32%** 반영	13% 인하

* 해외 주요 사업자의 후불 ARPU 대비 선불 ARPU의 평균 비율인 28%를 반영

** OECD 국가 평균 후불 MOU 대비 선불 MOU 비율인 32%를 반영

VI 추진 일정

	세부 과제	추진 일정
추진과제 (1) 선불 요금제 시장의 경쟁 촉진	① MVNO의 선불요금제 출시 확대 기반 조성 - MVNO-이통사간 적정 도매제공 대가 산정 지원 ② 저렴한 선불폰 유통 기반 조성 - 이통사의 단말기 인증방식 개선을 통해 MVNO, 제조사 직접 판매 등 단말기 유통방식을 다양화 ③ 선불요금제 가입자에 대한 번호이동성 도입 추진	'11년 7월 ~ '12년 상반기 도입방안 마련 ('12년 1/4분기)
추진과제 (2) 선불 요금제 이용 편리성 제고	세부 과제 ① 선불요금제 가입절차 개선 - 온라인을 통한 선불요금제 가입 절차 마련 - 가입회선 수 제한 완화 - 선불 USIM 단독 개통 활성화 ② 선불요금제 충전 편리성 제고 - 다양한 충전방식 활성화 - 충전카드 판매장소 확대 - 충전방식 안내 강화	추진 일정 '11년 4/4분기~ '11년 4/4분기~ '11년 10월~ '11년 4/4분기~ '12년 하반기~ '11년 9월 ~
추진과제 (3) 선불 요금제 적용 서비스 확대 및 다양한 요금제 출시	세부 과제 ① 선불요금제로 이용 가능한 서비스 확대 ② 다양한 선불요금제 출시 및 선불요율 인하 유도	추진 일정 '11년 4/4분기~ '11년 4/4분기~
추진과제 (4) 선불 요금제 관련 부당영업행위 방지	세부 과제 ① 선불요금제 운영실태 조사 및 시정 ② 선불요금제 취급률 개선 ③ 선후불 요금제 가입자 통계 분리·공표	추진 일정 '12년 하반기 수시 '11년 4/4분기~
추진과제 (5) 선불요금제 홍보	세부 과제 ① 이용자 인식 제고를 위한 홍보 추진	추진 일정 수시

<붙임>

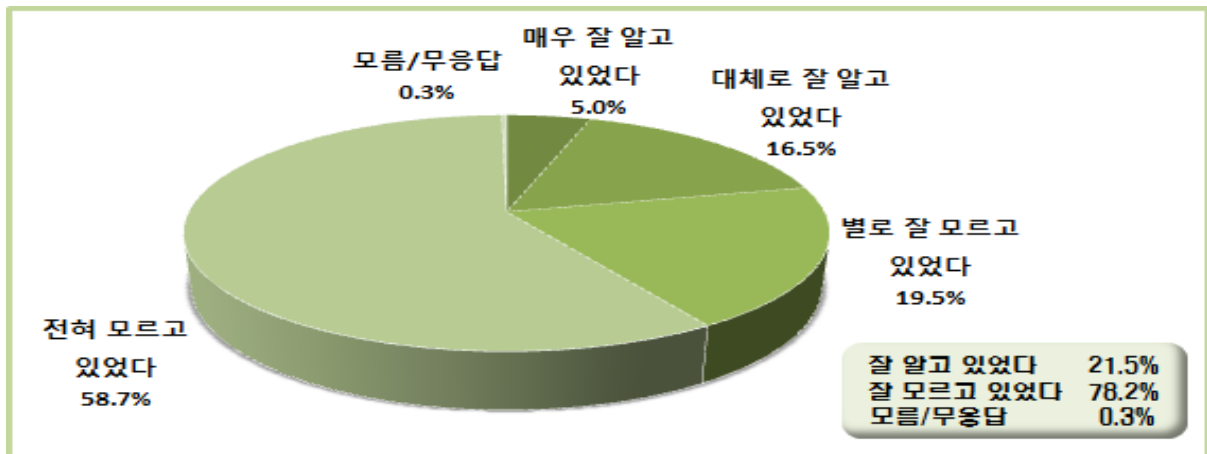
선불요금제 관련 설문조사 결과

□ 개 요

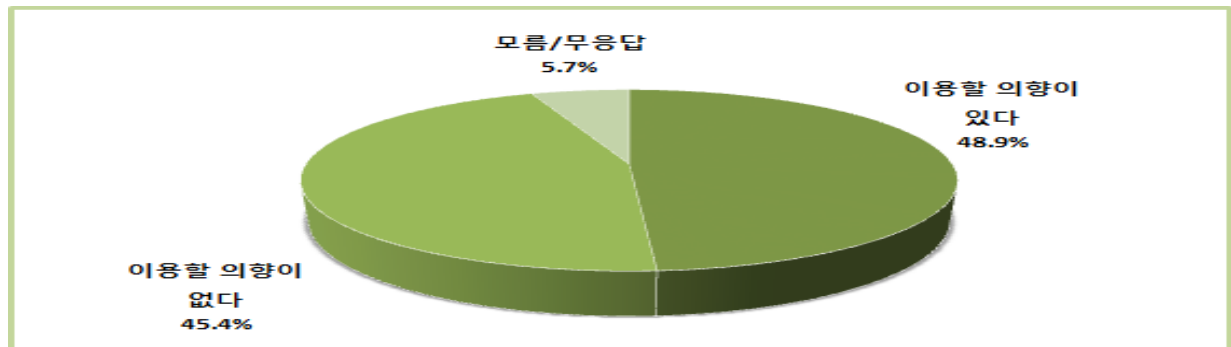
- 조사기간 및 조사기관 : '11. 3. 23 ~ 3.25 (3일간) / 한국리서치
- 조사대상 : 만 19세 이상 전국 성인남녀 1,000명
- 조사방법 : 전화면접
- 조사목적 : 선불요금제에 대한 이용자들의 인식을 확인하고, 활성화를 위해 고려해야 하는 수요를 파악함으로써 선불요금제 활성화의 기초 자료로 활용

□ 조사 결과

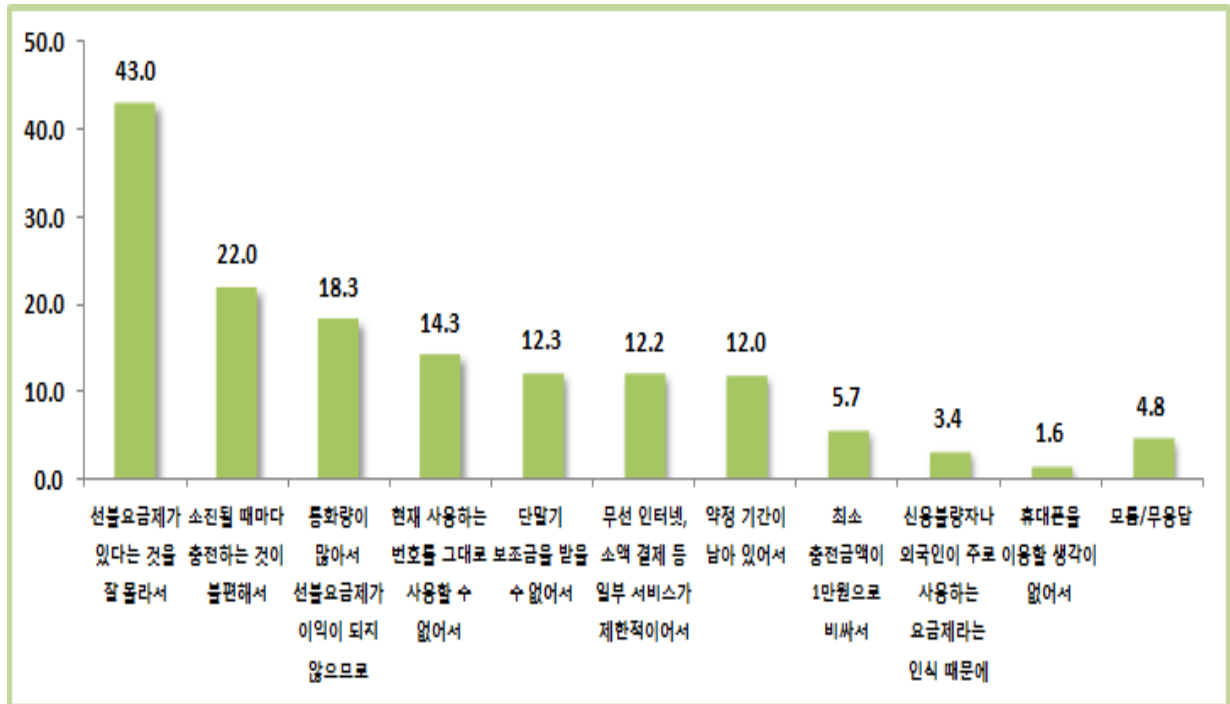
1. 이동전화 선불요금제에 대한 인식 정도



2. 선불요금제 향후 이용 의향 [선불요금제 비이용자, N = 976]



3. 선불요금제를 사용하지 않는 이유(복수 응답)



4. 선불요금제 향후 이용 의향

이동전화 선불요금제 향후 이용 의향	그렇다	그렇지 않다	모름/무응답	계
초중고 자녀의 휴대폰 과다 사용 방지를 위해 이용할 의향	75.2	23.5	0.3	100.0
통화량 적은 자녀, 부모님 등 주변 사람에게 추천할 의향	63.3	32.9	3.8	100.0
현재 번호를 그대로 사용할 수 있는 경우 이용 의향	57.9	38.1	4.0	100.0
충전장소가 다양해지고 충전방식이 편리해질 경우 이용 의향	67.2	29.8	3.0	100.0
후불요금제보다 저렴한 스마트폰용 선불요금제가 출시될 경우 이용 의향	73.4	23.1	3.5	100.0
새로운 이동통신사에서 저렴한 요금제 출시 시 이용 의향	55.5	41.1	3.4	100.0