

**보도자료**

2010년 5월 13일(목) 배포 시점부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의 : 통신정책국 통신경쟁정책과 최영진 과장(☎750-2530)  
통신경쟁정책과 김남철 사무관(☎750-2536) nck04@kcc.go.kr**방송통신위원회, 통신사업자 마케팅비 가이드라인 마련**

- ‘10년 마케팅비는 유무선을 구분하여 각각 매출액 대비 22% 이내 -
- 단, 마케팅비 총액 한도 내에서, 최대 1,000억원까지 유무선 구분 없이 사용 허용 -

방송통신위원회는 5월 13일(목) KT, SKT, LGT, SKB 등 주요 통신사업자를 대상으로 하는 마케팅비 가이드라인을 마련하여 발표하였다.

마케팅비 가이드라인은 지난 3월 5일 “무선인터넷 활성화를 위한 CEO 간담회”에서 KT(이석채 회장), SKT(정만원 사장), LGT(이상철 부회장) 등 통신3사 CEO들이 소모적인 마케팅비를 절감하여 콘텐츠·기술개발에 투자하기로 합의한 것에 따른 후속조치로 마련된 것이다. 통신3사 CEO들은 2010년 마케팅비를 유무선을 구분하여 각각 매출액 대비 22% 수준으로 절감하기로 합의한 바 있다.

그 동안 통신사업자들은 마케팅 경쟁 자제를 약속해 왔으나 마케팅비는 계속 증가하는 악순환이 반복되었다. 2009년 7월 간담회에서는 통신사 CEO들이 방통위에서 통신사간 마케팅 경쟁을 자제시켜줄 것을 요청하기도 했다.

국내 통신사업자의 마케팅비는 최근 몇 년간 지속적으로 증가하여 왔다. 특히, 이동통신사의 마케팅 비용은 2005년 총 3.26조원에서 2009년 6.19조원으로 약 2.93조원이 증가하였는데, 같은 기간 이통3사의 가입자 점유율에는 거의 변화가 없었다.

※ 시장점유율 변화('05→'09년) : SKT 50.9% → 50.6%, KT 32.1% → 31.3%, LGT 17.0% → 18.1%

방통위와 통신사업자들은 지난 3월 이후 임원급 회의, 실무회의를 수 차례 진행하며 합의안 도출을 위해 노력해왔다. 그러나 일부 사안에 대해서 사업자간에 이견이 좁혀지지 않았고, 방통위는 더 이상 가이드라인 시행을 늦출 수 없다는 판단하에 당초 CEO 합의사항의 취지를 최대한 반영하여 가이드라인을 마련하였다.

2010년 마케팅비 가이드라인의 주요 내용은,

첫째, 통신사업자들은 유·무선을 분리하여 각각 매출액 대비 22%를 넘지 않는 범위에서 마케팅비를 지출하여야 한다.

둘째, 마케팅비 총액 한도내에서, 1,000억원 까지는 유무선을 이동하여 지출할 수 있도록 하였다. 1,000억원 범위내에서 유무선 구분 없이 사용할 수 있도록 한 이유는, 와이브로, IPTV 등 신성장 분야의 활성화를 고려했고, 일반적으로 후발사업자의 마케팅 비율이 지배적 사업자보다 높다는 점을 고려한 결과이다.

셋째, 매출액은 단말기 매출액을 제외한 금액을 기준으로 하고, 광고선전비는 마케팅비에서 제외한다.

넷째, 유무선 분리는 회계분리기준 등 합리적인 배부기준을 적용하도록 하였으며, 회계분리의 적정성 여부에 대해서도 점검할 계획이다.

방통위는 통신사업자들이 가이드라인을 준수하도록 하기 위해, 매 분기별로 통신사업자별 마케팅비 집행 실적을 공표할 계획이다.

6월 중에는 통신사업자를 대상으로 실태점검을 실시하고, 필요한 경우 하반기 중 대대적인 사실조사를 실시하여, 과도한 단말기 보조금 및 경품 등 불법 마케팅을 조장한 사업자에 대해 엄정 대응해 나갈 계획이다.

이번에 마련된 가이드라인은 5월부터 시행되며, 7월말 상반기 집행 실적 점검 결과, 시장상황에 급격한 변화가 생기는 등 필요한 경우에는 가이드라인을 재조정하기로 하였다.

방통위는 통신사업자들이 이번 가이드라인에 대해 일부 이견이 있을 수 있지만, 마케팅비를 줄여 적극적인 투자를 해야한다는 CEO 합의 정신에 따라 마케팅비 절감을 위해 노력해 줄 것으로 기대하고 있다. 끝

별첨 : 1사분기 통신사업자 마케팅비 지출현황 및 마케팅비 절감 효과

## 참고

## 2010년 1사분기 마케팅비 지출 동향

### □ 무선

(단위 : 억원)

| 구 분       | KT     |         | SKT    |        | LGT    |        |
|-----------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|
|           | '09.1Q | '10. 1Q | '09.1Q | '10.1Q | '09.1Q | '10.1Q |
| 매출액       | 15,289 | 16,834  | 28,765 | 29,909 | 8,537  | 8,667  |
| 1사분기 마케팅비 | 4,208  | 5,021   | 6,168  | 8,029  | 2,085  | 2,852  |
| 마케팅비/매출액  | 27.5%  | 29.8%   | 21.4%  | 26.8%  | 24.4%  | 32.9%  |

### □ 유선

(단위 : 억원)

| 구 분       | KT     |        | SKB    |        | LGT    |        |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|           | '09.1Q | '10.1Q | '09.1Q | '10.1Q | '09.1Q | '10.1Q |
| 매출액       | 22,588 | 21,528 | 4,382  | 5,176  | 7,814  | 6,754  |
| 1사분기 마케팅비 | 1,183  | 1,709  | 1,271  | 983    | 2,068  | 908    |
| 마케팅비/매출액  | 5.2%   | 7.9%   | 29.0%  | 19.0%  | 26.5%  | 13.4%  |

## 참고2

## 2010년 마케팅비 절감 규모(추정)

- '10년 마케팅비는 약 7.03조원으로 '09년 8.02조원 대비 0.99조원 절감
  - 무선은 5.04조원으로 '09년 5.85조원 대비 0.81조원 절감되고, 유선은 1.99조원으로 '09년 2.17조원 대비 0.18조원 절감

| 구분       | 무선    |      |      |       | 유선   |       |      |       | 합계    |
|----------|-------|------|------|-------|------|-------|------|-------|-------|
|          | SKT   | KT   | LGT  | 계     | SKB  | KT    | LGT  | 계     |       |
| '10년 매출액 | 12.08 | 6.69 | 4.13 | 22.90 | 2.18 | 8.65  | 2.90 | 13.73 | 36.63 |
| 09년 마케팅비 | 2.98  | 1.83 | 1.04 | 5.85  | 0.57 | 0.72  | 0.88 | 2.17  | 8.02  |
| 10년 마케팅비 | 2.66  | 1.47 | 0.91 | 5.04  | 0.48 | 0.87  | 0.64 | 1.99  | 7.03  |
| 마케팅비 절감액 | 0.32  | 0.36 | 0.13 | 0.81  | 0.09 | +0.15 | 0.24 | 0.18  | 0.99  |

※ '10년 매출액은 통신사업자 제출 자료('10. 4월)

※ 단말기 매출액, 광고선전비 제외

※ KT 유선에 22%를 적용할 경우, KT 유선 마케팅비는 1.9조원이나 '10년 경영계획 (0.82조원)과 1사분기 지출(7.9%)를 고려, '09년 지출(0.87조원) 수준인 10%로 가정하여 계산