

# 電話番號 案内서비스의 現況과 改善方向

責任研究員 鄭 信 亮

전화번호 안내서비스는 국민의 일상 생활에서 매우 유용한 정보서비스로서 오랫동안 통화에 대하여 직접 요금이 부과되고 있지 않다. 전화번호 안내서비스가 무료로 인식되고 있기 때문에 자연스럽게 초과 수요와 공급부족이라는 현상이 나타나고 있다. 따라서 이용자는 서비스의 품질에 대하여 불만을 가지고 있고, 사업자는 서비스 제공에 필요한 막대한 비용에 대하여 큰 부담을 느끼고 있다.

본고는 전화번호 안내서비스의 이용 행태, 서비스 제공, 전기통신 요금정책 방향을 외국의 사례와 비교하여 검토함으로써 현 상황의 문제점을 인식하고, 그 개선방향을 모색해 보고자 한다.

## 目 次

- |  |  |
|--|--|
| <p>I. 問題의 提起</p> <p>II. 우리나라 電話番號 案内서비스의 現況</p> <p>1. 電話番號 案内서비스의 利用 現況</p> <p>2. 電話番號 案内서비스의 提供 現況</p> <p>3. 電氣通信 料金政策 方向과 電話番號 案内서비스</p> <p>III. 主要國의 電話番號 案内서비스의 現況</p> <p>1. 主要國의 電話番號 案内서비스의 料金과 利用 現況</p> <p>2. 美國 通信事業者의 電話番號 案内서비스의 收支와 서비스 現況</p> | <p>3. 프랑스의 電子電話番號簿 서비스를 통한 미니텔 擴散</p> <p>4. 日本 電話番號 案内서비스의 有料化와 補完措置</p> <p>IV. 우리나라 電話番號 案内서비스의 改善方向</p> <p>1. 電話番號 案内서비스의 問題點</p> <p>2. 電話番號 案内서비스의 改善方向</p> |
|--|--|

## I. 問題의 提起

전화번호 안내서비스(directory assistance service)는 전화를 이용하는 사람들이 통화상대의 전화번호를 파악하고 있지 못할 경우, 그에 대한 정보를 가장 손쉽게 얻을 수 있도록 해주는 매우 유용한 정보서비스이다.

우리나라의 경우 가입전화의 신장률이 높고 주택과 사무실의 이동이 잦기 때문

에 매년 발행되는 전화번호부를 이용하는 데는 한계가 있을 수 밖에 없다.<sup>1)</sup> 이에 따라 전화번호 안내서비스의 이용 기회가 상대적으로 많을 수 밖에 없다. 특히, 우리나라는 전화번호 안내서비스의 이용에 대해 요금을 부과하고 있지 않기 때문에 전화번호 안내서비스에 대한 초과수요는 당연히 나타날 수 밖에 없다. 3-4회의 다이얼링을 통하여 원하는 정보를 무료로 얻을 수 있는 전화번호 안내서비스는 다른 대체수단에 비하여 매우 우월한 정보획득 수단이 아닐 수 없다.

그러나 이러한 전화번호 안내서비스의 이용자들은 접속상 어려움, 불친절한 안내, 틀린 정보의 제공으로 인하여 많은 불만을 가지고 있다. 반면 공기업인 한국통신은 수익이 전혀 없는 전화번호 안내서비스를 위하여 연간 약 1,100억원의 비용을 투입하면서도 이 서비스로 인하여 오히려 기업의 이미지를 손상받고 있다. 즉, 이용자들은 서비스의 질에 대한 불만이 크고, 사업자는 수익성이 없는 사업에 지속적으로 많은 비용을 투입해야 하는 어려움이 있다.

본고는 이러한 전화번호 안내서비스의 개선방향을 제시하기 위하여 현재 이 서비스의 이용과 제공 현황을 먼저 파악하고자 하며, 주요국의 전화번호 안내서비스의 실태를 비교 대상으로 살펴본다. 그리고 우리나라의 전화번호 안내서비스를 둘러싼 이용자, 사업자, 그리고 규제당국 모두가 현실적으로 선택 가능한 개선방향을 살펴봄으로써 전화번호 안내서비스의 개선방향을 살펴보고자 한다.

## II. 우리나라 電話番號 案内서비스의 現況

### 1. 電話番號 案内서비스의 利用 現況

우리나라의 전화 이용자들은 통화상대의 전화번호를 파악하고 있지 못할 경우 전화번호 안내서비스를 대부분 이용하고 있다. 다음 <表 1>과 같이 통화 상대가 개인일 경우 개인의 수첩이나 명함을 많이 이용하지만, 공공기관이나 업체의 전화번호를 모르고 있을 경우 대부분 전화번호 안내서비스에 의존하고 있다.

1) 1991년 6월부터 12월까지 서울 전화번호부의 정보(전화번호, 주소, 가입자명 등) 변경 건수는 월평균 약 240,000건으로 연간 약 68%에 해당하는 가입자의 정보가 변경되었다.

<表 1> 우리나라 전화이용자들의 전화번호 탐지경로

(%)

탐지방법 \ 통신상대	개인전화번호	공공기관/업체 전화번호
한국통신 발행 전화번호부 이용	9.0	20.0
114 문의	29.0	71.7
개인 수첩/명함 이용	55.1	3.5
주위 사람의 문의	4.2	1.7
개인/단체 발행 전화번호부 이용	2.5	2.9
모름	-	0.2
계	100.0	100.0

資料 : 대륙연구소, 『전기통신 이용자 만족도 조사(결과 집계표)』, 1991.6, p.152, p.157

실제의 이용형태를 살펴보면, 1991년 4/4분기를 기준으로 할 때 일평균 303만의 전화번호 문의호가 전화번호 안내대에 접수되며, 그 처리율이 약 78.8%이므로 이용자가 서비스를 받은 것은 일평균 236만호이다. 따라서 이용자가 전화번호 안내서비스를 받은 총건수는 연간 8.7억회이며, 가입자당 월4.8회, 국민 1인당 월1.6회의 전화번호 안내서비스를 받은 셈이 된다.

한국통신이 4개 지역(서울 186,533 가입자, 춘천 65,177 가입자, 청송 및 무주 24,035 가입자, 총 275,735 가입자)을 대상으로 1991년 4월 1일-4월 30일간의 전화번호 안내서비스 이용실태를 조사한 결과에 나타난 가입자별 이용 성향을 살펴보면 다음 <表 2>와 같다. (단, 이 결과는 안내원(operator)이 접수한 통화에 한한다.)

<表 2> 용도별 전화번호 안내서비스 이용 현황

구 분	업무용	주택용	공중전화	계
가입자수 (점유율)	95,889 (34.8)	173,534 (62.9)	6,312 (2.3)	275,735 (100)
문의호수 (점유율)	657,147 (42.4)	592,743 (38.1)	307,471 (19.7)	1,530,361 (100)
가입자당 월평균호	6.9	3.4	48.7	5.6

## 초점

먼저 용도별 이용성향을 살펴보면 업무용 가입자가 주택용 가입자보다 약 2배 이상 전화번호 안내서비스를 많이 이용하고 있으며, 불특정 다수의 이용자가 이동 중에 공중전화를 통하여 전화번호 안내서비스를 많이 이용하고 있음을 알 수 있다. 구체적으로 업무용 가입자와 공중전화가 차지하고 있는 가입회선 점유비는 37.1%이나 전화번호 안내서비스의 이용량은 전체의 52.2%를 차지하고 있다.

불특정 다수가 이용하는 공중전화를 제외하고 일반전화 가입자의 가입자당 전화번호 안내서비스의 이용량에 따라 분류해 보면 다음 <表 3>과 같다. 주목되는 것은 전화번호 안내서비스를 전혀 이용하지 않는 가입자가 전체의 40.6%이며, 월 1회 이하로 사용하는 가입자는 63.2%를 차지하고 있다. 또한 평균(가입자당 월 4.8회) 이하로 전화번호 안내서비스를 이용하는 가입자가 73% 이상을 차지하고 있다. 따라서 전화번호 안내서비스의 이용은 편중된 일부 가입자에 의하여 집중적으로 이용되어 있음을 알 수 있다. 즉, 2.9%의 가입자가 전체 이용량의 28.5%를 점유하고 있으며, 26.9%의 가입자가 전체 이용량의 85.6%를 차지하고 있다.

한편 전화번호 안내서비스의 시간대별 그리고 요일별 이용성향을 살펴보면 <表 4> 및 <表 5>에 나타난 바와 같이 업무시간과 밀접한 관련이 있음을 알 수 있다.

<表 3> 가입자당 전화번호 안내서비스의 이용량 분포

구분	1일1회이상	주 4-6회	주 1-3회	월 2-4회	월 1회	이용없음	계
이용자수 (점유율, 누적비)	7,669 (2.9, 2.9)	13,295 (4.9, 7.8)	51,410 (19.1, 26.9)	53,653 (19.9, 46.8)	33,927 (12.6, 59.4)	109,469 (40.6, 100)	269,423 -
문의호수 (점유율, 누적비)	365,267 (28.5, 28.5)	292,789 (22.9, 51.4)	437,971 (34.2, 85.6)	150,927 (11.8, 97.4)	33,927 (2.6, 100)	0 (0, 100)	1,280,890 -

<表 4> 시간대별 전화번호 안내서비스 이용 현황

시간대	01-05	05-09	09-13	13-17	17-21	21-01
점유율(%)	0.5	5.0	33.9	29.8	23.0	7.8

<表 5> 요일별 전화번호 안내서비스 이용 현황

요일	월	화	수	목	금	토	일
점유율(%)	19.8	18.4	14.1	14.2	12.1	13.6	8.0

그러나 위의 조사결과는 접속이 이루어진 통화에 한하기 때문에 접속이 이루어지지 않은 통화의 수요는 반영되어 있지 않다. 1991년 12월에 조사된 자료(성남 등 8개 도시 80만 가입자)에 의하면 전화번호 안내서비스의 소통률은 약 47%에 불과하여 다른 특수번호의<sup>2)</sup> 접속률보다 훨씬 떨어지고 있는 것으로 나타나고 있다. 따라서 전화번호 안내서비스에 대한 실수요는 위에서 나타난 결과보다 훨씬 크고, 이용자들은 전화번호 안내서비스에 대한 접속의 어려움이 가장 큰 불만이 될 수밖에 없을 것이다.

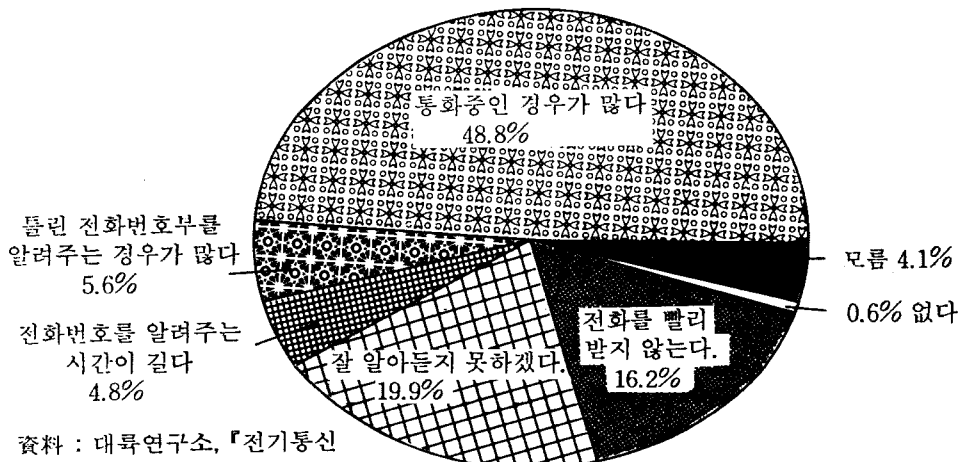
〈表 6〉 특수번호별 소통률

번 호	114	119	116*	123*	131*
소통률(%)	47	72	81	74	95

\*는 유료임 (116 : 표준시각 통보, 123 : 전자사고 신고, 131 : 날씨 안내).

실제로 전화번호 안내서비스의 이용시 가장 불편한 점은 다음 [圖 1]과 같이 응답자의 48.8%가 '통화중인 경우가 많다', 16.2%는 '전화를 빨리 받지 않는다'로 접속상의 어려움을 나타내고 있다.

[圖 1] 전화번호 안내서비스 이용시 불편사항



資料 : 대륙연구소, 『전기통신 사용자 만족도 조사 (결과집계표)』, 1991. 6, p. 97.

2) 특수번호란 국번없이 3자리의 번호로 통화가 이루어지는 번호로서 현재 22개의 특수번호가 운용되고 있으며, 이 중 12개의 특수번호는 요금이 부과되지 않으며, 나머지 10개의 특수번호는 유료이다. (『월간 전화정보』, 1991. 7, pp. 36-37을 참조할 것.)

이러한 이용 실태로 볼 때 이용자들에 대한 서비스의 개선(특히, 접속)이 시급히 요청된다. 또한 전화번호 안내서비스의 이용 계층은 소수의 이용자로 편중되어 있으며, 그 대상은 업무용 가입자가 주요 대상이므로 과연 타부문으로 부터의 횡적보조(cross-subsidization)를 받는 것이 바람직 할 것인지는 검토되어야 할 것이다.

한편, 전화번호 안내서비스의 요금부과에 대한 전화이용자들의 반응은 매우 부정적이다. 대륙연구소에서 조사한 결과에<sup>3)</sup> 따르면 유료화에 따른 관련 수입은 114 통화상태 개선과 다른 요금의 인하에 사용될 것이라는 전제하에서도 응답자의 76%가 전화번호 안내서비스의 요금 부과에 대하여 반대하고 있다.

## 2. 電話番號 案内서비스의 提供 現況

한국통신의 전화번호 안내현황은 다음 <表 7>과 같다. 1991년 말 현재 입증계회선, 안내좌석, 안내요원은 각각 자체 판단에 의한 소요의 77.6%, 76.2%, 81.5%만을 운용하고 있다. 전화안내국에 접수되는 통화의 처리율과 통화접수후 11초내 응답률은 각각 78.8%, 68.9%를 보이고 있다. 안내 개시후 건당 평균안내시간은 약 21.9초가 소요되고 있으며, 안내원당 일평균 560통화를 처리하고 있다.

<表 7> 한국통신의 전화번호 안내서비스 현황(1991년말)

안 내 시 설						안 내 요 원			호 량			안 내 서 비 스			통 화 완 료 율(%)	
입증계 회선			안 내 좌 석			소 요	정 원	현 원	일 평균 (천)	취 빈 시 (천)	100가 입 자 당 (천)	11초내 응 답 율 (%)	1 건 당 안 내 시 간			
소 요	시 설	운 용	소 요	시 설	운 용								응 답	취 급	계	
5,666	4,806	4,397	2,321	2,146	1,764	5,299	4,325	4,264	3,030	248	20.7	68.9	4.8	17.1	21.9	78.8

이러한 전화번호 안내서비스를 위한 한국통신의 총비용은 약 1,100억원으로 추정되고 있다. 전화번호 안내서비스의 원가 구성요소는 인건비 및 복리후생비가 약 91%를 차지하고 있으나, 통화당 원가는 1인당 처리량에 따라 지역별로 다소 차이가 있으나 서울 지역의 경우 113원으로 산정되고 있다. (<表 8> 참조)

3) 대륙연구소, 『전기통신 이용자 만족도 조사(결과집계표)』, 1991. 6, pp. 216-232을 참조할 것.

<表 8> 서울번호안내국의 원가계산서(1990. 1. 1 - 1990. 3. 31)

(단위 : 천원)

과 목	금 액		
	개 별 비	공통비 배부액	합 계
I. 노 무 비			
1. 급료와 임금	2,114,485		
2. 제 수 당	1,591,846		
3. 잡 급	11,636		
4. 퇴직급여충당금	270,633		
소 계	2,988,600	235,005	3,223,605
II. 경 비			
1. 복리후생비	375,422	134,023	509,445
2. 감가상각비	97,477	93,634	191,111
가. 전산안내시스템	(78,834)	(-)	
나. TDX-ACD	(18,406)	(-)	
다. 자동음향공급장치	(237)	(-)	
라. 공기구비품	(-)	(15,9250)	
마. 기타기계	(-)	(58,286)	
바. 건물 및 부속설비	(-)	(19,423)	
3. 안내시설유지보수비	49,500	-	49,500
4. 기타경비	-	129,072	129,072
소 계	522,399	356,729	879,128
III. 총 계	3,510,999	591,734	4,102,733
IV. 처리호량			36,354,510호
V. 호당원가			112.85원

資料 : 삼일회계법인, 『114문의호 원가조사보고서』, 1990. 12, p. 12.

이러한 원가에도 불구하고 무료로 서비스를 제공하고 있는 한국통신이 현재의 전화번호 안내서비스의 개선과 처리율을 제고시키기 위해서는 시설과 인원의 추가 투입이 불가피하다. 그를 위하여 투입되어야 하는 비용은 자체의 소요 판단에 의할 경우 약 257억원이나, 현재의 접속률이 47%임을 고려할 때 서비스의 개선을 위한 비용은 현재의 거의 두배에 달할 수도 있다.

한국통신은 수익이 없는 전화번호 안내서비스의 비용절감을 위해서는 문의호를 줄이는 것이 가장 상책일 것이다. 문의호를 줄일 수 있는 방법은 이용자들이 전화번호를 파악할 수 있는 대체수단을 보완하는 것과 요금을 부과함으로써 전화번호

안내서비스의 수요를 감소시키는 것이다.

전화번호를 파악할 수 있는 대체수단의 강구는 현재 전화번호부의 확대 보급과 전자전화번호부의 이용의 확산이 주요 수단이 될 수 있다. 그러나 전화번호부는 변경되는 전화번호가 많다는 점에서 난점이 있고, 전자전화번호부의 이용 확대는 아직은 검색용 단말기의 보급이 많지 않다는 점에서 어려움이 있다. 그러나 이러한 대체수단들은 모두 전화번호 안내서비스에 요금이 부과되지 않는 상황에서서는 전화번호 안내서비스의 적절한 대체수단이 될 수 없을 것이다.

또한 전화번호 안내서비스의 이용에 대하여 요금을 부과함으로써 통화수요를 감소시키는 것은 이용자의 요금부과에 대한 반발, 규제당국의 엄격한 규제에 의하여 제한을 받을 수 밖에 없다. 특히, 한국통신의 이익규모에 대한 소비자의 여론도 무시할 수 없는 상황이다.

한국통신은 1993년에는 전자전화번호부의 본격적인 상용화와 더불어 전화번호 안내서비스의 유료화를 추진할 방침이다.<sup>4)</sup> 그러나 전화번호 안내서비스의 유료화를 추진하기 위해서는 다각적인 검토와 이용자의 설득을 위한 충분한 노력이 선행되어야 할 것이다.

### 3. 電氣通信 料金政策 方向과 電話番號 案内서비스

우리나라의 전기통신 요금정책은 한국통신의 발족을 전후로 한 기간에는 도수료와 기본료의 조정을 통하여 만성적인 전화 적체의 해소를 위한 투자재원의 확보에 초점이 맞추어졌다. 즉, 보편적 서비스의 충족을 위하여 제반 노력이 강구되었고, 서비스간의 횡적보조는 불가피하게 나타나게 되었다.

그러나 한국통신의 재정적 기반이 확고해짐에 따라 제 요금간의 격차해소(시의 통화료의 단계축소와 인하, 시내통화 시분제의 도입 등), 할인제의 도입 및 확대, 복지 관련 요금의 도입 등을 통하여 요금구조의 개선과 함께 이용자의 부담을 경감시키도록 하고 있으며, 전국단일요금제의 추진을 위한 기반을 조성하고자 지속적인 노력을 펴하고 있다.

---

4) 한국통신, 『경쟁력 강화를 위한 중기경영계획』, 1991, p. 150을 참조할 것.



1990년대 초에는 통신사업에 경쟁체제가 도입됨에 따라 우리나라의 전기통신요금정책은 경쟁적 통신사업체제의 조기 정착이라는 대전제하에서 서비스원가주의에 입각한 요금구조의 합리화와 정보이용의 대중화 및 복지통신을 촉진하는 요금체제 확립이 주요 정책 기조를 이룰 것이다.<sup>5)</sup> 또한 이러한 정책 기조는 물가안정 차원의 공공요금 규제라는 틀속에서 이루어질 것이다.

이를 위해서는 무엇보다도 공정하고 적정한 사업자 보수수준과 원가배분기준이 확립되고 그 결과에 따라 지속적인 요금구조의 개편작업이 이루어져야 할 것이다. 그러나 공공요금의 하나인 전기통신요금은 물가안정 차원의 공공요금 규제정책의 틀속에서 조정되게 됨으로써 탄력적으로 요금구조를 합리화하기에는 다소 한계가 있을 수 밖에 없다. 그럼에도 불구하고 제한된 범위내에서나마 원가주의 개념에 입각한 서비스별 요금구조의 합리화는 수익자부담의 원칙에 따름으로써 경제적 공평성을 실현하고, 원가절감 경쟁을 유도하여 사업자간의 경쟁을 가속화시키고 통신이용의 증대를 가져올 수 있으며, 요금규제기준의 확립에 유효한 정책수단이 될 것이다.

수익자부담의 원칙에 입각한 전화번호 안내서비스의 유료화는 원가주의 요금정책 방향과 일치하는 사안이며, 한국통신의 수입증대 목적이 아닐 경우 지금까지의 요금격차 해소와 요금구조의 합리화를 위한 노력보다 훨씬 적극적인 수단이 될 것이다. 즉, 한국통신의 수입확대가 전제가 아닌 전화번호 안내서비스의 요금적정화는 새로운 수입원을 개발하여 원가 이상의 수익을 올리고 있는 서비스(시외전화 및 국제전화)의 요금인하 재원으로 이용할 수 있기 때문이다.

그러나 이용자의 요금부담 구조가 변화되기 때문에 효율성과 공평성 그리고 요금정책 방향과의 일관성 유지 등의 장점을 갖는다 하더라도 전화번호 안내서비스의 유료화를 위해서는 많은 보완 대책이 요구될 것이다.<sup>6)</sup>

5) 체신부·정보통신부문계획위원회, 『제7차 경제사회발전5개년계획 정보·통신부문계획시안』, 1991. 6, pp. 45-46.

6) 원가지향 요금체제의 장점과 이의 지향을 위한 전략은 최선규·정태철, 『21세기를 향한 종합요금전략과 중장기 전기통신요금 발전계획』, 통신개발연구원, 1991, pp. 125-138을 참조할 것.

### Ⅲ. 主要國의 電話番號 案内서비스의 現況

#### 1. 主要國의 電話番號 案内서비스의 料金과 利用 現況

우리나라와는 달리 주요국에서는 전화번호 안내서비스에 요금을 부과하고 있다. 경쟁이 도입된 3개국과 경쟁이 도입되지 않은 3개국의 전화번호 안내서비스의 요금과 그 도입시기는 다음 <表 9>와 같다.

<表 9> 주요국의 전화번호 안내서비스의 요금

구분	미 국		영 국		일본	프랑스	독일	대만
	AT&T	NYT	BT	Mercury	NTT	FT	DBP	DGT
번호안내 요금 (원)	65¢ / 번호 (330)	43¢ / 번호 (330)	44.5p /회 (589)	50p / 회 (662)	30¥ / 회 (174)	3.08Fr 회 (419)	.25M / 회 (116)	1.1NT\$ / 회 (28)
시내통화 요금	-	8.01¢ / 5분	4.2p / 1분	-	10¥ / 3분	.615Fr / 6분	.25M / /5분	1.1NT\$ / 3분
실시년도	'84	'75	'91	'90	'90	'64	'75	'74

1\$ = 768원, 1파운드=1,324원, 100¥=583원, 1프랑=136원, 1마르크=462원, 1대만\$ = 25원  
 資料 : 日本電氣通信協會, 『電氣通信』, 1990. 10, p. 91., 한국전기통신연구소, 『전국균일요금제의 도입타당성 연구』, 1991, p. 35.

<表 9>에 따르면 독일, 프랑스, 대만 등 오히려 경쟁이 도입되지 않은 국가에서 전화번호 안내서비스의 유료화를 훨씬 먼저 추진하였다. 그러나 미국, 일본, 영국에서는 통신사업의 경쟁 도입이 안내서비스의 유료화를 촉진시킨 것을 알 수 있다.

독일과 대만은 전화번호 안내서비스의 요금수준을 시내통화요금과 같도록 책정하여 안내에 따르는 비용을 충분히 회수할 수 없는 수준이나, 미국, 영국<sup>7)</sup>, 프랑스는 전화번호 안내서비스에 투입된 비용의 상당부분을 회수할 수 있는 요금수준으로 사료된다. 최근에 전화번호 안내서비스에 요금을 부과하기 시작한 일본의 경우 전화번호 안내통화당 비용은 190¥으로 산정하고 있으나 요금을 비용에 훨씬 미

7) 영국의 BT는 1991년 4월 부터 전화번호 안내서비스의 유료화를 실시한 바, 통화량이 약 25%정도 감소되어 안내요원을 약 1천명 정도 삭감할 계획이다. (한국통신, 『World Telecom News』, 1991. 9. 2. )

달하는 수준으로 책정하고 있으며 점진적으로 인상할 방침이다.<sup>8)</sup> 프랑스의 전화 번호 안내서비스의 요금은 미니텔을 통한 전자전화번호부 검색시 11분 사용요금과 동일한 수준으로 부과하여 미니텔의 이용을 유도하고 있다.

한편 각국의 전화번호 안내서비스의 이용량을 살펴보면, 미국 65억회(국민 1인당 월 2.2통화, 가입자당 월 4.5통화), 영국 8억회(국민 1인당 월 1.2통화, 가입자당 월 2.8통화), 일본 12.5억회(국민 1인당 월 0.8통화, 가입자당 월 2.2통화)로 나타나고 있어 우리나라의 8.5억회(국민 1인당 월 1.6통화, 가입자당 월 4.8통화)에 비하면 상대적으로 적은 수준이라 할 수 있다.<sup>9)</sup>

## 2. 美國 通信事業者의 電話番號 案内서비스의 收支와 서비스 現況

미국에서 전화안내서비스 지역통신사업자가 전화번호 안내서비스를 제공하기 위한 D/B를 가지고 있으므로 대부분 지역통신사업자에 의하여 서비스가 제공된다. 그러나 전화번호 D/B의 equal access를 인정하고 있기 때문에 이 부문에서도 경쟁이 이루어지고 있다.<sup>10)</sup> 장거리사업자가 자사의 고객을 위하여 일부 안내서비스를 제공하고 있으나, 장거리사업자에 의하여 이루어지는 전화번호 안내서비스는 AT&T가 제공하는 800 서비스의 번호안내가 주종을 이루고 있다.<sup>11)</sup>

미국에서 전화번호 안내서비스는 전화서비스로부터 분리시킬 수 없는 서비스로 인식되어 유료화 초기에는 전화회사들은 자사의 고객에 대하여 몇회의 무료 안내 서비스를 제공하였다. 이 당시의 유료화의 목적은 통화수요를 억제하여 안내에 따

8) 『日經データプロ. コミュニケーショ速報版』, 1992. 2, p. 3.

9) 미국은 1988년, 영국은 1990년, 일본은 1989년 기준임. (한국통신, 『World Telecom News』, 1991. 9. 2., 日本電氣通信協會, 『電氣通信』, 1990. 10, p. 91., (株)情報通信總合研究所, 『美國におけるオペレータ・サービスの動向に関する調査報告書』, 1989. 10, p. 17을 참조)

10) LATA간의 시외전화번호안내를 위하여 장거리통신사업자는 트래픽의 전송을 담당하고 지역통신사업자는 번호를 안내한다. 장거리사업자가 고객에게 요금을 징수하여, 안내요금을 지역통신사업자에게 지불한다. LA 지역의 경우 PacTel과 General Telephone이 경쟁을 하고 있다.

11) AT&T는 타사업자 800번 서비스의 번호도 등록료를 받고 안내하고 있다.

초 점

른 비용을 절감시키고자 하는 것이었으나 최근에는 전화번호 안내서비스의 수익성을 제고시키기 위하여 무료분의 통화수를 줄이고 있는 상황이다. 미국의 전화번호 안내서비스 요금은 각주의 공익사업위원회(Public Utility Commission)별로 규제의 엄격성에 따라 전화회사와 지역별로 많은 차이가 있으며, 각 사업자의 전화번호 안내서비스 수지에 큰 영향을 미치고 있다.

FCC에 보고된 각 전화회사의 전화번호 안내서비스의 수지상황은 다음 <表 10>와 같이 Bell South 휘하의 2개 지역회사와 NYNEX 산하의 1개 전화회사만이 이익을 올리고 있는 것으로 나타나고 있으며, 비용구조(인건비 비중)는 회사별로 큰 차이를 나타내고 있다.<sup>12)</sup> 전화번호 안내서비스의 수지가 교차를 이루고 있는 NYNEX 휘하의 전화회사의 요금을 살펴보면 무료분의 통화가 서비스의 수지에 미치는 영향을 잘 파악할 수 있다. 즉, 전화번호 안내서비스의 적자를 나타내고 있

<表 10> 미국 통신사업자의 전화번호 안내서비스 수지와 비용 구조

( \$ 백만 )

구 분	전화번호 안내서비스의 수입			전화번호 안내서비스의 비용			인건비 비 율	순익 (손실)	
	지역	장거리	합 계	입 금	기 타	합 계			
Ameritech	65,520	(612)	64,908	123,226	45,408	168,634	73.1	(103,726)	
Bell Atlantic	79,194	6,040	85,234	182,236	299,213	481,449	37.9	(396,215)	
Bell South	140,184	25,400	165,584	138,316	12,603	150,919	91.7	14,665	
N Y N E X	뉴잉글랜드	9,660	5,400	15,060	59,618	3,183	62,801	94.9	(47,741)
	뉴욕	113,672	20,020	133,692	96,109	1,508	97,617	98.5	36,075
	소 계	123,332	25,420	148,752	155,727	4,691	160,418	97.1	(11,666)
Pacific Telesis	90,144	1,052	91,196	145,057	10,024	155,081	93.5	(11,666)	
Southwest Bell	72,292	3,384	75,676	111,606	51,696	163,302	68.3	(87,626)	
Us West	48,932	2,954	85,234	84,672	25,143	109,815	37.9	(58,029)	
GTE	60,352	11,264	71,616	63,479	50,471	160,418	67.1	(42,334)	
AT&T	0	0	0	18,361	8,050	26,411	69.5	(26,411)	
합 계	679,850	74,902	754,752	1,022,680	507,299	1,529,979	66.8	(775,227)	

資料 : FCC 및 NBI

12) 무료로 이용되는 전화번호 안내서비스에 의한 접속료 수입부분은 포함되어 있지 않기 때문에 적자를 나타내는 부분도 있을 수 있다.

는 뉴잉글랜드전화회사는 무료안내호를 3회까지 제공하고 있으나, 흑자를 보이고 있는 뉴욕전화회사는 주택용에 한해서만 월 2회까지 무료이다.<sup>13)</sup> Pacific Telesis의 경우 \$6,300백만의 적자로 나타나고 있으나, 통화당 12센트에서 25센트로 조정할 경우 약 \$2,700백만의 흑자를 기록하게 된다.<sup>14)</sup>

RBOC들은 지역별로 독점적 지위를 유지하고 있으나 사업자간의 간접적 경쟁 효과로 인하여, 전화번호 안내서비스의 개선<sup>15)</sup>과 인건비 절감을 통한 경영효율성을 제고시키기 위하여 자동화에 많은 투자를 하고 있으며, 서비스의 다양화와 고부가가치화에 주력하고 있다. 또한 규제기관은 요금 뿐만아니라 서비스의 기준(접속가능성)을 설정하여 사업자의 준수 여부를 감독하고 있다.<sup>16)</sup>

Bell Atlantic의 경우 다음 <表 11>와 같이 문의호가 지속적으로 증가하고 있으나, 자동안내시스템의 도입 등을 통하여 처리시간을 단축(약 20%)하고 고객의 만족도를 제고시키면서 안내요원은 오히려 줄여 나가고 있다.

<表 11> Bell Atlantic의 전화번호 안내서비스 현황

연도	'83	'84	'85	'86	'87	'88	'89	'90
문의호(천호/일)	455	435	455	-	-	475	-	555
안내요원(명)	1,320	1,140	1,100	-	-	1,080	-	1,100
일평균처리호/인	290	382	409	-	-	439	-	505
고객만족도(%)	-	92	93	94	94	94	95	95

資料 : 한국통신, 『공무여행귀국보고서(114운용의 합리화 및 새로운 서비스 협의)』, 1991.12, pp. 9-10.

13) 미국에서는 상대적으로 문의호가 많은 업무용 가입자에 대하여 무료호를 차등(적게) 적용하는 것이 일반적이다.

14) Pacific Telesis는 1989년 9월부터 통화당 25센트를 부과하고 있다. 이 수치는 무료분의 통화를 고려한 수치이다. ((株)情報通信總合研究所, 『美國におけるオペレータ・サービスの動向に関する調査報告書』, 1989. 10, p. 16)

15) Illinois Bell은 안내원의 6초 이내의 응답률이 90%이며, 문의호 처리시간은 평균 18-19초이다. Pacific Bell도 6-7초의 응답률을 90%이상 유지하고 있으며 평균 문의호 처리시간은 약 20초이다. 이러한 서비스 수준을 유지하기 위하여 자동호분배장치(Automatic Call Distributor)와 자동응답장치를 활용하고 있다.

16) 상계서, p. 13.

미국 통신사업자들은 전화번호 안내서비스의 고부가가치화를 위하여 Intercept Service,<sup>17)</sup> DA Call Completion Service,<sup>18)</sup> DAS(Direct Access Service), Reverse Service,<sup>19)</sup> 광디스크 전화번호부 판매, 전화번호부(White Page, Yellow Page)의 발행사업 등을 추진하고 있다. 또한 점차 전화번호 안내서비스의 요금이 원가를 보상함으로써 통신사업자들은 오히려 문의호의 증대를 위하여 노력하고 있다.

### 3. 프랑스의 電子電話番號簿 서비스를 통한 미니텔 擴散

프랑스의 미니텔 성공사례는 정보사회로 진입하고자 하는 많은 국가들과 비디오텍스 사업자들에게 많은 것을 시사해주는 모범적 사례가 되고 있다.

프랑스의 미니텔 사업의 성공에는 여러가지의 요소들이 복합적으로 작용하였다. 그 중에서 사업적 측면의 기본 전략중의 하나는 초기의 서비스 내용은 전화번호부에 집중하고 어느 정도 수준이 오른 후에는 서비스를 완전 개방하여 다양화를 유도한다는 것이었다. 특히, 미니텔에 의한 기존의 종이전화번호부의 대체는 초기의 주요 전략과제였다.

전화가입자에게 무료로 제공되는 전화번호부의 발행 비용은 가입자 증가율의 제곱에 비례하여 기하급수적으로 증가하며, 매년 비용이 투입되어야 하기 때문에 자원과 비용의 낭비가 큰 문제로 대두되었다. 이에 대한 근본적인 대책을 수립한다는 것이 미니텔의 전략적 서비스로서 전자전화번호부 서비스를 채택하게 된 가장 큰 목적이었다. 또한 일반 국민과 밀착된 전화번호부 서비스를 통하여 일반 대중에게 비디오텍스라는 새로운 매체에 대한 인식을 확산시키고, 이용자들에게 좀

---

17) Intercept Service는 안내원이 직접 취급하지는 않으나, 전화번호가 변경되었을 때 이전 번호로 전화가 걸려오면 도중에서 차단하여 표준 메시지에 의거하여 새로운 전화번호를 안내해 주는 서비스이다.

18) DA Call Completion는 전화번호를 문의한 고객에게 문의전화번호에 그대로 접속해주는 서비스이다.

19) Reverse Service는 전화번호를 통하여 소유자의 서명과 주소를 알려주는 서비스이다. Illinois Bell은 20년이상 이 서비스를 제공해 왔으며, 1989년에는 이 서비스를 주 전체로 확대하였다. 이 서비스는 주로 신용카드의 여신조사에 이용되고 있다.

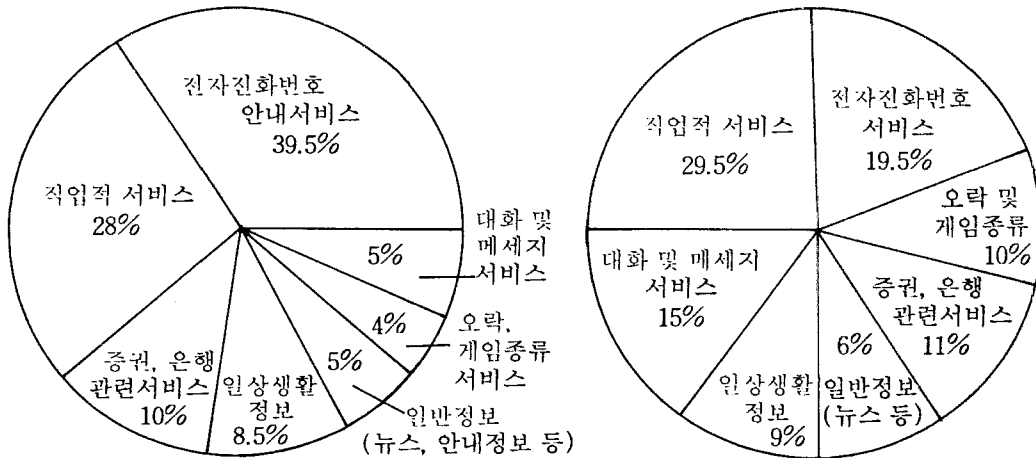
더 빠르고 신뢰성있는 정보를 제공하여 전화번호 문의체계의 효율을 향상시킨다는 것도 중요한 동기가 되었다.<sup>20)</sup>

초기의 실험에서는 전자전화번호부가 종이전화번호부보다 정보탐색에 3배 이상의 시간을 요하며, 약 40%의 이용자가 6주간의 사용후에도 전자전화번호부를 정확하고 효율적으로 사용하지 못하는 등 매우 실망적이었으며, 당시 종이전화번호부에 대하여 만족도도 매우 높았다.<sup>21)</sup>

그럼에도 불구하고 오늘날 프랑스의 전자전화번호부 서비스는 프랑스의 전역에서 이용할 수 있으며, 미니텔을 통하여 제공되는 서비스중에서 가장 많은 이용률을 보이고 있는 서비스로서<sup>22)</sup> 미니텔의 확산과 수지 균형을 이루는데도 기여를 하게 된다([圖 2] 참조).

[圖 2] 미니텔의 서비스분류별 호출수와 이용시간 분포(1990년 12월)

-이용호출수에 따른 분류(6억 2천 4백만회) -이용시간에 따른 분류(총 1억시간)



資料 : *International Journal of Information Management*, 1991. 3., 강민정 「프랑스 Minitel의 성장과 정책에 대하여」, 『격주간 통신정책동향』, 통신개발연구원, 1991. 8. 1, pp. 11-12에서 재인용.

20) 한국데이터통신주식회사, 『전자 전화번호부 서비스를 통한 프랑스의 비디오텍스 사업 성공사례 분석 보고서』, 1986. p. 6

21) 박성호, 『우리나라 비디오텍스사업의 발전방향에 관한 연구』, 1990, pp. 38-48을 참조할 것.

22) 박성호, 『우리나라 비디오텍스사업의 발전방향에 관한 연구』, 1990, pp. 57-70을 참조할 것.

미니텔의 성공요인에 대하여 단말기의 무료제공, 단말기의 다양화, 탄력적 요금, 유용성과 신뢰성 보장, 커뮤니케이션 서비스의 강조, 정보화에 대한 국민들의 대중심리 등을 꼽고 있다.<sup>23)</sup>

그러나 전자전화번호부의 사업적 측면에서만 보면 먼저 전화번호부 자체가 국민의 생활과 밀접한 관련이 있는 보편적 주제이며, 무료의 단말기를 대량으로 보급하여 이용자의 전자전화번호부에 접근이 용이하였다. 또한 전자전화번호부 이용자에게 전화번호 안내서비스를 이용하는 것보다 훨씬 저렴한 요금상의 유인(최초 3분은 무료이며, 그 이후에는 최빈시에 0.77프랑/2분, 그외의 시간대에는 시간에 관계없이 0.77프랑임.)을 제공해 주었고, 전자전화번호부를 통하여 정확하고 신속한 정보를 제공함으로써<sup>24)</sup> 기존의 종이전화번호부의 한계를 극복할 수 있는 장점이 있었던 것이다. 초기에는 단순한 기능을 가진 단말기를 통하여 확산시키고 이어 다기능의 단말기를 통하여 미충족 세분시장(unsatisfied market segment)을 충족시켰고, 모든 서비스에 대해서도 완전 개방하여 연쇄적 상승효과(synergy effect)를 가져왔으며, 서비스의 합리적인 확산과정 등 효율적인 사업관리 또한 이 서비스의 성공적 정착에 기여한 바가 컸다. 한편, 이해관계자간(특히, 기존의 전화번호부 제조기관)의 중재와 홍보등에 있어서 정부의 정책적 지원이 이 서비스의 성공에 크게 기여하였다.

이와 같은 전자전화번호부의 성공적 정착은 미니텔의 성공적인 사업성과와 직결되었으며, 전화번호부에 제작에 투입된 비용의 절감을 통하여 경영합리화를 꾀할 수 있었으며, 특히 이용자의 전화번호 안내서비스 체증에 대한 불만도 해소할 수 있었다.

23) 초기에는 정보의 변경이 발생한 시점으로부터 약 20일 이내에 완성되도록 하였으나, 기술축적으로 지금은 직업별 정보는 1일 이내 그리고 인명부는 2일 이내에 갱신이 완료되도록 노력하고 있다.

24) NTT의 안내요원당 일평균 안내통화수는 161통화로 근무형태나 근무시간에 따라 다소 차이가 있을 수 있겠으나 우리나라와 미국의 안내요원의 생산성과 현격한 차이가 있다고 할 수 있다.



## 4. 日本 電話番號 案内서비스의 有料化와 補完措置

일본의 NTT는 1990년 12월부터 전화번호 안내서비스의 유료화를 실시하였으며, 그 결과 이전보다 약 30%의 전화번호 문의통화가 감소한 것으로 알려져 있다. 그러나 NTT는 이러한 통화의 감소는 일시적인 것으로 분석하고 있으며, 전화번호 안내서비스의 필수성이나 현재의 요금수준을 고려할 때 시간이 경과하면 다시 전화번호 안내서비스의 수요는 증가할 것으로 예상하고 있다.

전화번호 안내서비스의 유료화를 추진하던 1989년 당시 NTT는 1일 평균 약 370만호의 문의호를 23,000명의 안내요원을 통하여 서비스하고 있었으며 그 비용은 약 2,350억쵸(통화당 190쵸)으로 파악되고 있었다.<sup>25)</sup>

이용자의 이용성향은 우리나라와 마찬가지로 이용자의 편중이 심하여 약 17%의 가입자가 전체 전화번호 안내서비스의 78%를 점유하고 있었다. 이용자들은 '안내원의 응대가 늦다' 라고 조사대상자의 22.4%( '빠르다' 라는 반응을 보인 조사대상자는 18.5%)가 불만을 표시하고 있었으나, 안내시간과 안내태도 등에 대한 불만을 나타낸 비율은 5%이내에 불과하여 전반적인 서비스 수준은 낮지 않았음을 알 수 있다. 한편 전화번호 안내서비스의 유료화시 '이용하지 않거나 이용을 삼가한다' 라는 반응을 주택용 가입자가 보다 많이 나타내고 있었다.

이러한 상황하에서 유료화를 추진한 NTT는 유료화를 비용부담의 적정화라 부르고, 20%의 가입자가 2,350억쵸의 비용을 대부분 발생시킴을 적극적으로 홍보하였다. 또한 유료화에 따른 서비스 이용자간의 공평성 확보 차원에서 장거리통화료와 전용회선요금의 인하를 전화번호 안내서비스의 유료화와 동시에 발표하였다.

한편, 신체장애자(시각장애자, 지체부자유자)와 전상병자(시각장애자, 팔의 장애자)에 대해서는 종전과 같이 무료로 하고, 경제 생략으로 인하여 안내가 불가능한 문의호, 긴급통보용 번호의 안내, 경계선언 발령시 특설공중전화로 부터의 문의호에 대해서는 과금대상에서 제외하였다.

NTT는 이러한 무료호에 대한 배려보다는 오히려 번호안내서비스의 대체수단

25) NTT, *Operator Service General Description*, 1991.

강구에 역점을 두어 전화번호 검색서비스를 도입하는 한편, 전화번호부의 편집과 배포방법을 개선하는데 역점을 두었다. 특히, 전화번호 검색서비스의 원활한 이용을 위하여 관련 S/W 10만대를 개인통신용 PC를 보유한 사람이 신청할 경우 무료로 지급하며, 직접검색용 단말기를 3년간에 걸쳐 25만대를 공급키로 하였다. 또한 전화번호부의 검색요금은 일반전화요금과 같은 3분당 10ㄴ으로 하여 전화번호 안내서비스보다 저렴하게 하였다. 이러한 대체수단의 강구로 인하여 전자전화번호부의 일평균 검색건수 4만건에 이르고 있다.<sup>26)</sup>

안내요원에 비하여 전화번호 문의호가 상대적으로 적고 성역화의 한계가 있는 상황에서 NTT의 전화번호 안내서비스 유료화는 수요의 억제보다는 서비스별 이용자간의 형평성 확보와 경쟁시장에서 유리한 요금구조로의 전환에 초점을 둔 것으로 보인다.

## IV. 우리나라 電話番號 案内서비스의 改善方向

### 1. 電話番號 案内서비스의 問題點

우리나라의 전화번호 안내서비스를 둘러싼 문제점들은 낮은 서비스의 질과 수익자부담의 원칙 결여, 그리고 자원의 비효율적 사용과 기술발전을 제대로 수용할 수 없다는 것으로 요약 할 수 있다.

현재 한국통신이 유지하고 있는 전화번호 안내서비스의 접속률은 미국과 일본의 통신사업자들의 그것보다 현격히 떨어지는 것으로서 시급히 개선되어야 할 것이다. 그러나 서비스 개선에 따른 비용은 결국 통신망을 이용하는 전체 이용자의 요금부담으로 처리하므로, 사업자는 적정 수준의 수요 충족과 서비스 개선을 위한 비용의 최소화 방안을 강구하여야 할 것이다. 규제기관은 독점적 내지는 지배적

26) 전화번호 안내서비스의 유료화의 사회후생에 미치는 효과에 대해서는 강국현, 「114안내 서비스 유료화가 사회후생에 미치는 영향」, 『한국통신 경영과 기술』, 1992. 1, pp. 28-33을 참조할 것.

사업자에 의하여 제공되는 서비스에 대한 품질의 규제방안도 강구하여 이용자를 보호해야 할 것이다.

또한 수익자부담의 원칙 결여로 인하여 발생하는 형평성 저하의 문제이다. 즉, 현재는 1)수익성 있는 서비스(시외통화와 국제통화)의 이용자그룹으로부터 전화번호 안내서비스를 이용하는 이용자그룹으로, 2)전화번호 안내서비스를 상대적으로 적게 이용하는 이용자그룹으로부터 상대적으로 많이 이용하는 그룹으로, 3)정보를 상대적으로 잘 관리하는 사람으로부터 그렇지 않은 사람으로 횡적보조가 이루어지고 있다. 또한 이미 통신사업에 경쟁이 도입되고 있기 때문에 수익자부담의 원칙이 지켜지지 않음으로써 수익성 있는 부문에서 경쟁사업자가 cream-skimming을 할 수 있는 가능성을 높혀 주게 된다. 전기통신사업에서 보편적 서비스(Universal Service) 제공의 의무는 부문간의 횡적보조 논리를 지지해 준다고 할 수 있다. 그러나 수요가 일부 계층(그것도 업무용)에 편중되어 있는 전화번호 안내서비스에 대한 위와 같은 횡적보조 형태는 재고되어야 할 것이다.

다른 한편으로 현재의 전화번호 안내서비스는 전자전화번호부 확산과 전화번호부의 활용에 저해요소가 됨으로써, 자원의 효율적 활용 측면과 전화번호의 안내와 관련한 새로운 서비스의 도입 측면에서도 문제가 되고 있다.

전화번호 안내서비스의 품질 개선과 형평성 확보를 위해서는 이용자그룹간의 이해 뿐만 아니라 이용자와 사업자간의 이해, 그리고 사업자간의 이해 조정도 요구되므로 규제기관의 역할은 매우 중요하다고 할 수 있다. 이러한 전화번호 안내서비스의 문제점들은 사회적 비용의 최소화와 형평성 및 효율성을 최대한 추구하면서, 일관성 있는 정책방향에 맞추어 대안이 강구되어야 할 것이다.

## 2. 電話番號 案内서비스의 改善方向

무료이며 초과수요를 나타내고 있는 전화번호 안내서비스의 품질 개선과 형평성 확보를 최소의 사회적 비용으로 이룩하기 위해서는 전화번호 안내서비스의 유료화는 기본적인 전제사항이라고 할 수 있을 것이다.

유료화에 따른 수입증가분을 시외전화나 국제통화료의 요금인하분으로 사용할 경우 이용자, 사업자, 그리고 규제기관이 얻을 수 있는 이점은 다음과 같이 요약할

수 있다.

이용자는 현재보다는 안내서비스의 이용을 다소 제한하게 되나, 서비스품질이 향상된 전화번호 안내서비스를 이용할 수 있다. 또한, 서비스 이용에 따른 수익자 부담의 원칙이 적용됨으로써 형평성이 확보되고, 직접적인 정보교환 수단인 시외 전화와 국제전화의 이용이 확대된다.

사업자는 수익구조의 변화만을 통해서도 서비스의 품질 및 기업 이미지의 제고, 새로운 수익원의 개발, 인건비 추가 부담의 압력 해소, 경쟁부문의 요금인하를 통한 경쟁력 제고, 시설의 효율성 제고, 전자전화번호부의 이용 확산, 번호안내와 관련한 새로운 사업 기회의 창출 등 매우 큰 실익을 얻을 수 있다.

한편, 규제기관은 원가에 기초한 요금구조의 합리화가 가능하며, 서비스 이용자간의 경제적 형평성을 제고시키게 된다. 또한, 다소간 물가에 긍정적 효과를 기대할 수도 있다.

이해 당사자의 이러한 긍정적 요소에도 불구하고 요금구조가 바뀔에 따라 이용자에 따라서는 추가비용을 부담하게 되거나 상대적인 박탈감을 느낄수 있으므로 신중하고 보다 완전한 보완조치가 요구된다 하겠다. 특히, 이를 추진할 한국통신은 다음의 고려사항을 충분히 고려해야 될 것으로 사료된다.

먼저, 전화번호 안내서비스의 유료화는 수익의 증대 수단이 아닌 서비스의 품질 제고와 각 서비스 이용자간의 형평성 확보 차원에서 이루어져야 할 것이다.

둘째, 충분한 연구와 검토를 통하여 적절한 요금수준을 설정함으로써 최적의 수요를 최소의 비용으로 충족시킬 수 있도록 하며, 유료화에 따른 수입증대분 이상을 이용자에게 환원해야 할 것이다. 요금인하 대상은 최대 다수의 이용자가 요금인하 효과를 명확하게 인식할 수 있는 대상을 선택하는 것이 바람직 할 것이다.

셋째, 기존 전화번호부의 확대 발행 및 배부방법 개선, 전자전화번호부의 검색이 가능한 단말기(Hi-TEL 서비스 관련) 내지는 S/W 무료 보급 등 전화번호 안내 서비스의 대체수단을 충분히 제공해야 할 것이다. 또한 대체수단은 실수요자를 정확히 파악하여 그 효과를 높히도록 하고, 요금상의 메리트를 충분히 가질수 있도록 해야 할 것이다.

넷째, 전화번호 안내서비스와 관련된 제반 생산성을 제고시켜 이용자의 요금부

답을 완화시키기 위한 노력이 경주되어야 할 것이다.

다섯째, 이용자들의 여론을 충분히 확인하고, 필요한 부문에 대해서는 충분한 설득과정을 거치며, 사회복지와 관련한 보완조치를 충분히 강구해야 할 것이다.

전기통신요금은 경쟁적 전기통신시장 환경하에서 원가에 기초한 요금구조로 전환하는 것은 불가피한 대세이다. 전화번호 안내서비스는 타부문의 횡적보조에 의하여 서비스가 되고는 있지만 현재의 서비스품질 수준은 시급한 개선이 요구된다. 또한 서비스의 필수적 성격이 있다고 할 수는 있으나, 일부 계층에 의하여 집중적으로 사용되고 있는 전화번호 안내서비스는 타부문으로부터 광범위하게 횡적보조를 받을 수 있는 성격의 서비스가 아니며 수익자부담의 원칙이 적용되는 것이 바람직하다. 이러한 서비스의 품질개선과 요금부담의 형평성 제고의 문제를 동시에 고려함으로써 사회적 비용을 극소화하고 사회적 후생을 확대할 수 있을 것이다.

전화번호 안내서비스는 국민생활과 밀접한 서비스이며, 오랫동안 무료로 인식되고 있던 서비스인 만큼 이의 유료화는 많은 장점과 편익이 있다하더라도 이용자의 반발이 클 수 있다. 따라서 신중하고 다각적인 유료화 추진전략이 강구되어야 할 것이며, 특히 최소의 비용으로 최대한의 공정성을 확보하고 후생을 확대할 수 있도록 해야 할 것이다.