

# MVNO 제도 및 주요 사업자 현황

최 아 름\*

## 1. 개요

우리나라 이동통신시장은 지난 10년간 SK텔레콤, KT, LGU+의 3사 위주로 유지되어 왔다. 그러나 이동통신시장의 고착화는 이동통신 사업자에게 충분한 경쟁 유인을 제공하지 못했고, 따라서 경쟁을 통한 소비자의 후생 증가는 거의 나타나지 않았다.

방송통신위원회는 소비자 후생을 증가시키기 위해서 실질적인 경쟁을 활성화할 필요가 있다고 인식하고, 통신망이나 주파수가 없는 사업자도 다른 사업자로부터 전기통신설비를 임대하여 서비스 기반으로 시장에 진입할 수 있는 제도적 기반을 마련했다. 이와 관련하여 본고에서는 지금까지 추진된 MVNO 제도를 요약하고, 주요 사업자 현황을 살펴보고자 한다.<sup>1)</sup>

\* 정보통신정책연구원 통신전략연구실 연구원, (02)570-4206, archoi@kisdi.re.kr

1) 다른 전기통신 사업자로부터 전기통신설비를 임대하여 서비스를 제공할 수 있도록 한 제도를 도매 제공제도라 한다. 다른 기간통신 사업자로부터 전기통신설비를 임대하여 독자적인 이동통신 서비스를 제공하는 사업자를 가상이동망 사업자(MVNO: Mobile Virtual Network Operator)라고 하며, 전기통신설비를 임대해 주는 사업자를 이동통신 사업자(MNO: Mobile Network Operator)라고 한다.

## 2. MVNO 제도 현황

방송통신위원회는 2010년 3월 22일에 ‘전기통신사업법 제38조(전기통신서비스의 도매제공)’를 신설하여 전기통신서비스의 재판매 및 도매제공제도의 법적 기반을 마련하였다. 이에 따르면 기간통신사업자는 다른 전기통신사업자가 요청하면 자신의 전기통신서비스를 제공하거나, 전기통신서비스의 제공에 필요한 전기통신설비의 전부 또는 일부를 이용할 수 있도록 해야 한다. 개정된 전기통신사업법은 9월 23일부터 시행되었다.

전기통신사업법 개정에 따라 2010년 10월에는 ‘전기통신사업법 시행령’을 개정하였으며, 11월에는 ‘도매제공의무사업자의 도매제공의무서비스 대상과 도매 제공의 조건, 절차, 방법 및 대가의 산정에 관한 기준(이하, 도매제공고시)’을 제정하였다. 도매 제공고시는 ‘SK텔레콤’을 도매제공 의무사업자로, ‘SK텔레콤의 이동통신 서비스’를 도매제공 의무서비스로 지정하였다. 도매제공고시는 ① 도매제공대가를 Retail-minus 방식으로 산정하고<sup>2)</sup>, ② MVNO의 시장진입 또는 경쟁촉진 효과가 미흡한 경우 방송통신위원회가 도매대가 산정에 다량구매할인율을 반영할 수 있으며, ③ MVNO가 자신 또는 구성원들의 통신비 절감을 주목적으로 하는 경우에는 SK텔레콤이 도매제공을 거부할 수 있으며, ④ SK텔레콤은 도매제공과 관련한 약관을 마련하여 MVNO 사업자에게 공개하여야 하며, ⑤ MVNO 사업자가 해당 서비스를 재제공하는 것은 제한한다는 내용을 포함한다.<sup>3)</sup>

2011년 5월 16일에는 MVNO 전담반의 운영을 통해 ① MVNO의 단말수급 방안, ② 부가 서비스 제공 방안, ③ MVNO와 도매제공 의무사업자 간 설비연동, ④ 설비 설치비용 부담 주체 등 사업자 간 주요 이슈에 대한 합의안을 도출하였다.<sup>4)</sup> 그리고

2) Retail-minus 방식은 도매제공대가를 산정할 때 도매제공 의무사업자의 소매요금을 기준으로 소매 서비스를 제공하지 않음으로써 회피할 수 있는 비용을 차감하여 산정하는 방법이다.

3) 도매제공고시에 따라 방송통신위원회는 2011년 3월 9일에 SK텔레콤의 도매제공 표준이용약관을 신고 수리하였다.

4) 방송통신위원회 보도자료(2011. 5. 16)

7월 20일에는 ‘도매제공 가이드라인’을 제정하여 MVNO 경쟁여건 개선을 위한 정책적 방안을 완성하였다. 가이드라인은 ① 가입자가 20만 명 증가할 때마다 도매대가를 1%씩 추가로 할인하여 최대 6%까지 할인하며, ② 데이터전용 도매대가는 기존 도매대가 대비 50% 할인하며, ③ 자가소비 규모는 MVNO 전체 가입자의 20%를 초과하지 않도록 하며, ④ 재제공은 MVNO로 등록한 사업자에게만 가능하며, 재제공 받는 사업자의 소비자 피해 발생시 재제공하는 MVNO의 연대책임 의무를 부과하는 것을 주요 내용으로 한다.<sup>5)</sup>

〈표 1〉 MVNO 제도 추진 일정

일 정	제도 추진 내용
2010년 3월 22일	전기통신사업법 제38조 신설
2010년 9월 23일	전기통신사업법 개정 및 시행
2010년 10월 1일	전기통신사업법 시행령 개정 및 시행
2010년 11월 15일	‘도매제공의무사업자의 도매제공의무서비스 대상과 도매 제공의 조건, 절차, 방법 및 대가의 산정에 관한 기준’ 제정
2011년 3월 9일	SK텔레콤의 도매제공 표준이용약관 신고수리
2011년 5월 16일	MVNO 조속한 서비스 개시를 위한 지원방안 마련
2011년 7월 20일	도매제공 가이드라인 제정

### 3. 주요 사업자 현황

#### (1) MVNO 도입 현황

2011년 8월을 기준으로 국내에서 실제로 서비스를 제공하고 있는 MVNO는 SK텔레콤, KT, LGU+의 MVNO를 모두 합하여 총 18개이다.<sup>6)</sup> 18개 MVNO의 총 매출액

5) 방송통신위원회 보도자료(2011. 7. 20)

6) SK텔레콤의 MVNO는 아이즈비전, KCT, 한국정보통신 3개사, KT의 MVNO는 에넥스텔레콤, 에버그린모바일, KT파워텔, 프리텔레콤, 씨엔커뮤니케이션, 위너스텔, S로밍, 인스프리트의 8개사, LGU+의 MVNO는 몬티스타텔레콤, 씨엔엠브이엔오, 비앤에스솔루션, 자티전자, 에프아이텔,

은 588억 원, 가입자 수는 33.6만 명으로, 2011년 8월 기준 우리나라 전체 이동통신 서비스 가입자 수(5,196만 명)를 고려할 때, MVNO의 시장점유율은 0.6%로 아직까지는 그 규모가 미미한 수준이다.

그러나 2010년 이후 MVNO를 위한 각종 제도적 지원이 뒷받침되면서 MVNO에 대한 관심이 많아지고 있다. 2011년에는 KCT, 아이즈비전, 한국정보통신이 SK텔레콤과 협력하여 MVNO 사업을 시작했으며,<sup>7)</sup> 2012년 1월에는 CJ헬로비전이 KT와 손을 잡고 합리적인 요금체계와 CJ만의 차별화된 서비스를 제공하기 위해 ‘헬로 모바일’을 설립하여 MVNO 사업을 시작하였다. 대형 유통업체인 홈플러스도 2012년 중에 MVNO 사업에 진출할 것이라는 전망도 나오고 있다.<sup>8)</sup>

## (2) 주요 요금제

MVNO는 기존의 MNO와 비교하여 사업의 규모 및 사업 노하우 측면에서 열세일 수밖에 없다. 따라서 MVNO는 사업 초기부터 대중을 공략하기보다는 자사의 강점을 최대한 활용할 수 있는 시장을 발굴하여 니치마켓을 공략하는 경우가 많다. 이러한 전략 중 소량이용자를 대상으로 선불시장을 공략하는 경우가 가장 일반적이다.

2011년 7월부터 서비스를 개시한 KCT와 아이즈비전은 선불요금제를 먼저 제공하였다. KCT의 선불요금제는 기본료가 0원에서부터 10,000원까지 4단계로 구성되어 있으며, 기본료가 비싸질 때마다 초당 음성요금은 4.0원에서 1.6원으로 단계적으로 낮아진다. SMS 요금은 건당 18원이다. 아이즈비전의 선불요금제 역시 기본료는 0원에서 8,182원까지 4단계이며, 기본료가 비싸질수록 음성요금이 낮아진다. SMS 요금은 기본료에 상관없이 건당 20원으로 동일하다. KCT의 PPS플러스 요금제나 아이즈

리더스텔레콤, 인터파크의 7개사이다.

7) 도매제공제도의 기반이 마련된 이후 현재까지 총 15개의 사업자가 SK텔레콤의 MVNO로 사업자 등록을 하였다. 그러나 실제로 SK텔레콤과 협정을 체결하여 서비스를 제공하고 있는 사업자는 한국케이بل텔레콤(KCT), 아이즈비전, 한국정보통신 3사뿐이다.

8) 《동아 economy》(2012. 1. 4)

비전의 PPS90 요금제를 MNO의 표준요금제(기본료 11,000원, 음성통화 1.8원/초, SMS 20원/건)와 비교해 보면, 음성통화 요금과 SMS 요금은 비슷하지만, 기본료는 MVNO의 선불요금제가 2,000원~3,000원 정도 낮은 편이다. KT의 MVNO인 프리텔레콤과 에버그린모바일의 선불요금제도 KCT 및 아이즈비전과 유사한 수준이다.

<표 2> MVNO 선불요금제

사업자	요금제	기본료(원)	음성(원/초)	영상(원/초)	SMS(원/건)
KCT	PPS일반	0	4.0	6	18
	PPS라이트	5,000	2.2		
	PPS플러스	9,000	1.8		
	PPS프리미엄	10,000	1.6	5	20
아이즈비전	PPS일반	0	3.45		
	PPS50	4,546	2.19		
	PPS70	6,364	2.00		
	PPS90	8,182	1.82		
프리텔레콤	Slim	4,500	2.0	3	20
	Lite	6,000	1.8		
	Plus	9,000	1.5		
	Save	12,000	1.2		
에버그린 모바일	PPS일반	0	할인: 3.9 / 비할인 4.3 (할인시간: 18:00~06:00)		20
	PPS플러스	4,909	2.8	2.9	
	PPS에이스	7,091	2.8	2.8	
	PPS라이트	9,000	1.5	1.5	

주: KCT는 VAT 포함, 그 외는 VAT 제외

자료: 각사 홈페이지

MVNO 사업자들은 선불요금제 외에도 이용자들의 다양한 요구를 충족시켜 줄 수 있는 요금제도 출시하고 있다. 에버그린모바일은 2011년 11월에 기본료가 없는 대신, 본인이 쓴 만큼만 요금을 지불하는 ‘제로요금제’를 출시하였다. 제로요금제는 음성통화 1.8원/초, SMS 20원/건이며, 서비스 이용료 10,000원(16,500원)을 내면 무료 음성통화를 100분(200분) 제공한다. 음성통화를 100분 사용할 경우 MNO의 표준요금

제에 따르면 요금이 약 17,480원(기본료 11,000원 + 음성통화료 6,480원)이지만, 에버그린모바일의 제로요금제에 따르면 요금이 10,000원이므로, 에버그린모바일의 요금이 약 40% 정도 저렴한 셈이다.

〈표 3〉 에버그린모바일 제로요금제

요금제	기본료	서비스 이용료	무료통화	음성통화	SMS
제로	0원	0원	0분	1.8원/초	20원/건
제로100		10,000원	100분		
제로200		16,500원	200분		

주: VAT 제외

자료: 에버그린모바일 홈페이지

에버그린모바일은 2012년 1월에는 스마트폰 사용자를 대상으로 이용자가 각자의 이용패턴에 맞추어 음성 통화량과 데이터 통화량을 선택할 수 있는 ‘스마트제로’ 요금제를 출시했다. ‘스마트제로’ 요금제는 통합형 정액요금제로 묶여 사용하지 않는 데이터까지 제공받아야 하는 타 통신사의 요금제에 비해 상당한 요금할인 효과가 있을 것으로 기대된다.

〈표 4〉 에버그린모바일 스마트제로 요금제

데이터선택 / 음성선택	100MB	500MB	1GB	SMS 무료 제공
0분	5,000원	10,000원	15,000원	-
150분	16,500원	21,500원	25,500원	월 300건
250분	23,000원	28,000원	30,000원	
350분	29,000원	33,000원	35,000원	
500분	36,000원	38,000원	40,000원	

주: VAT 제외

자료: 에버그린모바일 홈페이지

최근에는 CJ헬로비전이 MVNO 사업에 진출하여 ‘헬로스마트 요금제’를 출시하였다. 헬로스마트 요금제의 구성은 기존 이통 3사의 스마트폰 요금제와 거의 유사하지만, 가격이 저렴하거나 기본적으로 제공하는 음성, 문자, 데이터가 더 많다. ‘헬로스마트28’ 요금제는 SK텔레콤의 올인원34(기본료 월 34,000원)와 음성과 데이터 제공량은 동일하지만, 기본요금은 28,000원으로 올인원34에 비해 6,000원이 더 저렴하다.

<표 5> CJ헬로비전 헬로스마트 요금제

요금제	기본료 (원)	기본 제공량			요금 (초과요금 포함)				Wifi (원)
		음성 (분)	SMS (건)	데이터 (MB)	음성 (원/초)	영상 (원/초)	SMS (원/건)	데이터 (원/MB)	
헬로스마트28	28,000	150	250	100	1.8	3	20	51	2,000
헬로스마트37	37,000	200	350	500					무료
헬로스마트47	47,000	330	350	1,000					
헬로스마트57	57,000	440	450						
헬로스마트77	77,000	660	650						
헬로스마트87	87,000	1,100	1,050						

주: VAT 제외

자료: CJ헬로비전 홈페이지

## 4. 결 어

국내에서는 도매제공제도가 마련되기 전인 2000년부터 별정2호로 MVNO 사업자가 등장하였으나, 제도 도입 초기의 정책적·사업적 환경의 미성숙으로 MVNO 서비스가 큰 성공을 거두지 못하였다. 그러나 최근 방송통신위원회는 MVNO를 통한 통신시장의 경쟁 활성화를 위해 각종 제도적 기반을 마련하는 등 MVNO를 적극적으로 지원하고 있다. 그 결과 KCT, 아이즈비전, 한국정보통신, CJ헬로비전 등 다양한 사업자가 시장에 진입하였으며, MVNO 시장에 관심을 보이는 사업자가 늘어나고 있다.

지금까지 MVNO 시장에 진입한 사업자는 대부분 저렴한 선불 서비스를 제공하는

것으로 사업을 시작하였다. 이는 방송통신위원회가 2011년 10월에 발표한 ‘선불요금제 활성화 방안’에 따라 국내 이동통신시장에서 선불요금제가 더욱 활성화되면, 선불 서비스를 주요 서비스로 하는 MVNO가 더욱 활성화될 것으로 기대된다.

또한 MVNO 사업자들은 선불요금제 외에도 다양한 요금제를 출시하여 소비자들의 요구를 충족시키고 있으며, 이러한 추세는 MVNO 시장이 성숙함에 따라 더욱 가속화될 것으로 예상된다. 특히 방송통신위원회가 11월에 발표한 ‘이동전화 식별번호 제도 개선’ 방안에 따라 개방형 단말기 식별제도가 시행되면, MVNO는 단말기 제조사로부터 독자적인 단말기 공급이 가능해지기 때문에 더욱 다양한 모델로 시장에 진입할 것으로 예상된다.

## 참고문헌

- 《동아 economy》(2012. 1. 4), “홈플러스, MVNO 사업 진출 검토 중”.
- 방송통신위원회 보도자료 (2011. 4. 4), “방통위, 조속한 MVNO 서비스 개시 위해 전담반 구성”.
- \_\_\_\_\_ (2011. 5. 16), “방통위, MVNO의 조속한 서비스 개시를 위한 지원방안 마련”.
- \_\_\_\_\_ (2011. 7. 20), “방통위, 도매제공 가이드라인 제정”.
- \_\_\_\_\_ (2011. 10. 24), “선불요금제 활성화로 소량이용자 등의 요금절감에 기여”.
- \_\_\_\_\_ (2011. 11. 14), “이동전화 단말기 식별번호(IMEI) 제도 개선 계획 발표”.
- 변정욱 외 (2011), 『도매제공 도입에 따른 MNO·MVNO 상생 협력 방안 마련』, 방송통신정책연구 11-진흥-가-10, 방송통신위원회.
- 《전자신문》(2012. 1. 15), “에버그린모바일, 선택형 MVNO 스마트폰 요금제 출시”.
- \_\_\_\_\_ (2012. 1. 30), “MVNO업계, 가입자 확보전 스타트... 저가격·후불서비



스 등 전략적 드라이브 총공세 예고”.

통신정책연구실 요금회계연구그룹 (2011), 『2010년도 통신시장 경쟁상황 평가』,  
정책연구 11-07, 정보통신정책연구원.