

KISDI

Premium Report

미국의 이동통신 단말기 판매 모델의 변화와 시사점

김민철

정보통신정책연구원 연구위원



정보통신정책연구원
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

미국의 이동통신 단말기 판매 모델의 변화와 시사점

김 민 철

정보통신정책연구원 연구위원

요약문	1
1. 서 론	2
2. 주요 내용 및 배경	3
3. 결론 및 시사점	10

미국의 이동통신 단말기 판매 모델의 변화와 시사점

김민철

정보통신정책연구원 연구위원

*minchul@kisdj.re.kr, 043-531-4361

*서울대학교 경제학 학사

*Yale University 경제학 석사박사

*현 정보통신정책연구원 통신전파연구실

요약문

최근에 미국을 중심으로 단말기 판매방식에 변화가 나타나고 있다. 미국 1위 이동통신 사업자인 Verizon은 2015년 8월에 약정 지원금 프로그램을 완전히 종료하여 T-mobile(2013년 종료)의 뒤를 따랐다. 한편 애플은 이동통신사와 연계하지 않은 자체 할부 프로그램을 도입('15년9월)하였는데 업그레이드 옵션을 포함한 것이 특징이다.

이러한 변화의 배경에는 이동통신 가입자 시장과 단말기 시장의 포화가 있다. 시장포화로 신규 가입자의 매력도가 떨어지고 혁신적 단말기의 출시도 한계에 부딪힌 상황으로 단말기 지원 약정모델의 필요성이 낮아졌다. 이에 이동통신사가 고가 단말기에 대해서는 할부 프로그램으로 지원하고 단말기 교체주기의 증가에 대해서는 단말기 업그레이드 프로그램으로 대응하는 전략을 취하기 시작한 것으로 보인다. 한편 스마트 기기의 종류가 늘어나는 상황에서 지원금 기반 약정 모델을 모든 기기마다 적용하기도 어렵다. Verizon의 Verizon Plan과 같이 데이터 요금제를 전면에 내세우거나 단말기와 요금제의 분리를 통해서 기기 추가에 따른 회선료를 받는 수익모델이 점차 설득력을 높여가고 있다.

우리나라에서 미국에서와 같이 약정 지원금의 종료와 연계하여 할부나 리스 프로그램, 제조사의 업그레이드 프로그램이 출시되기는 쉽지 않다. 우리의 경우 '약정 지원금'의 종료는 '할인'이 없어지는 것을 의미하므로 소비자들이 받아들이기 힘들다. 리스모델은 미국에서와는 달리 우리 소비자들에게 익숙한 모델이 아니다. 애플이 미국의 인접국인 캐나다에도 진출하지 않은 상황에서 단시일 내에 우리나라에 진출할 것으로 보기도 힘들다. 미국의 사례에서 관찰할 수 있는 중요한 시사점은 지원금 모델의 종료가 단말기를 선택한 뒤 요금제를 선택하는 단말기 중심의 구조에서, 요금제를 선택한 뒤 기기를 추가로 붙여가는 요금제 중심으로의 전환을 의미한다는 것이다. 우리도 요금제와 단말기의 분리를 촉진하고 요금제 중심의 선택이 이루어질 수 있도록 정책적 노력을 기울이는 것이 향후 스마트 생태계의 확산을 위해서 중요하다. 다만 우리의 경우 단말기 지원금이 '할인'과 연계된 상태로, 좀처럼 단말기 지원금의 프레임(단말기 지원금 관찰→ 단말기 선택→ 요금제 선택)에서 벗어나지 못하고 있다는 것이 넘어야 할 큰 장애물이다.

1. 서론

- 최근 미국을 중심으로, 단말기 지원금과 약정을 활용해오던 이동통신 단말기 판매방식에 변화가 나타나기 시작
 - (단말기 약정 지원금 폐지) 미국 1위 이동통신 사업자인 Verizon은 신규 데이터 요금제 도입을 계기로 약정 지원금 프로그램을 완전히 폐지('15.8.13)¹⁾
 - 2013년 미국의 T-Mobile이 약정 지원 프로그램을 전면 폐지한 바 있음
 - AT&T와 Sprint는 여전히 지원금 프로그램을 유지하고 있으나 Sprint의 CEO가 연말까지 약정모델을 중단하겠다는 인터뷰(8.18, CNBC)를 하는 등 곧 뒤따를 가능성이 높음
 - (단말기 제조사의 할부 업그레이드 프로그램 도입) 애플은 아이폰 6S의 출시와 더불어 업그레이드 옵션을 포함하는, 이통사와 연계하지 않은 자체 할부 프로그램을 도입('15.9.9)
 - 기존의 이동통신사들도 할부구매 프로그램을 제공하고 있었으나 애플의 할부프로그램이 출시되자 이에 상응하는 보다 공격적인 할부 프로그램으로 즉각적으로 대응하는 등 경쟁이 활발
- 본 보고서에서는 이러한 변화가 나타난 배경과 그 내용을 소개하고 이의 확산 가능성과 이러한 변화가 주는 시사점을 분석하고자 함
 - 먼저 단말기 판매모델 변화의 주요내용과 그 배경을 이동통신시장의 포화 등 시장환경 변화와 연계하여 고찰
 - 이러한 새로운 유형의 단말기 판매 프로그램의 확산 가능성과 국내 이동통신시장에 주는 시사점을 도출

1) 미국의 대형유통체인점인 Best Buy는 '15년 연말을 맞아 수일간 아이폰 6S(16G모델)를 Verizon 혹은 Sprint와의 2년 약정기준 \$1에 판매하기도 하였으나 외견상으로는 Verizon 자체 프로모션은 아니므로 약정 지원금 모델의 부활로 해석하기는 힘들

2. 주요 내용 및 배경

가. 주요 내용

◆ Verizon의 약정 지원금 폐지

- Verizon은 '15년 8월에 단말기 지원금 신규 지원을 종료
 - Verizon의 단말기 보조금 지원은 종전 More Everything Plan 요금제 가입과 연계하여 이루어졌는데 '15년 8월 13일 신규 데이터 요금제가 출시되면서 More Everything Plan 요금제로의 신규가입을 중단하여 보조금 신규 지원을 종료
 - 2013년 3월에는 미국의 T-mobile이 보조금 지원을 중단하였고 Sprint도 폐지를 선언한 상태이나 아직은 보조금 모델을 유지 중임
 - ※ 미국이외의 경우 일본의 Softbank('06년 9월)와 KDDI('09년 12월), 스페인의 Movistar('12년 3월)가 보조금 지급을 중단
- 보조금 중단은 종전 데이터 요금제를 대폭 단순화한 Verizon Plan의 출시와 함께 이루어짐
 - Verizon Plan은 데이터 이용구간을 옷 치수와 유사하게 S-M-L-XL의 4단계로 나누어 단순화한 데이터 요금제('15.8.13)
 - 9월 9일부터는 XXL구간(18GB)을 추가하고 \$100에 제공하기 시작
 - Verizon Plan은 과거 지원금을 받지 않는 것을 전제로 한 Edge라는 할부프로그램 요금제가 개편된 형태임
 - 데이터 이용구간을 단순화하면서 종전에는 이용량에 따라서 차등화하던 회선료(기기별)를 데이터 기본제공량과 무관하게 일률적으로 부과
 - ※ 회선료(기기별): Verizon의 경우 비용을 추가하면 추가 기기에 데이터를 나누어서 사용할 수 있도록 허용하고 있는데 이 비용을 일괄음

※ 월 회선료: 4G 이하시 \$25, 6G이상 시 \$15 → \$20 (데이터 기본제공량 무관)

- Edge요금제 대비 데이터 이용요금은 다량이용자에 대한 회선료 증가를 감쇄할 수 있도록 데이터 기본제공량이 커질수록 인하되도록 설정하고 12GB구간, 18GB를 신설(〈표1〉 참조)

〈표 1〉 미국 Verizon의 신규 요금제 Verizon Plan

(2015년 12월 기준, 단위: USD, 부가가치세 별도)

월 회선료 (Monthly Line Fee)		기본제공		이용요금		총 요금
		음성/SMS	데이터			
전화기 \$20 (Edge프로그램에서는 4GB 이하 \$25, 6GB 이상 \$15) ※테블릿/핫스팟: \$10 기타 연결기기: \$5	+	무제한	S(1GB)	\$30 (\$30)	=	\$50 (\$55)
			M(3GB)	\$45 (\$50)		\$65 (\$75)
			L(6GB)	\$60 (\$70)		\$80 (\$85)
			XL(12GB)	\$80		\$100 (-)
			XXL(18GB)	\$100		\$120 (-)

주: ()안의 수치는 종전 Edge 요금제 이용 시 부과되던 요금

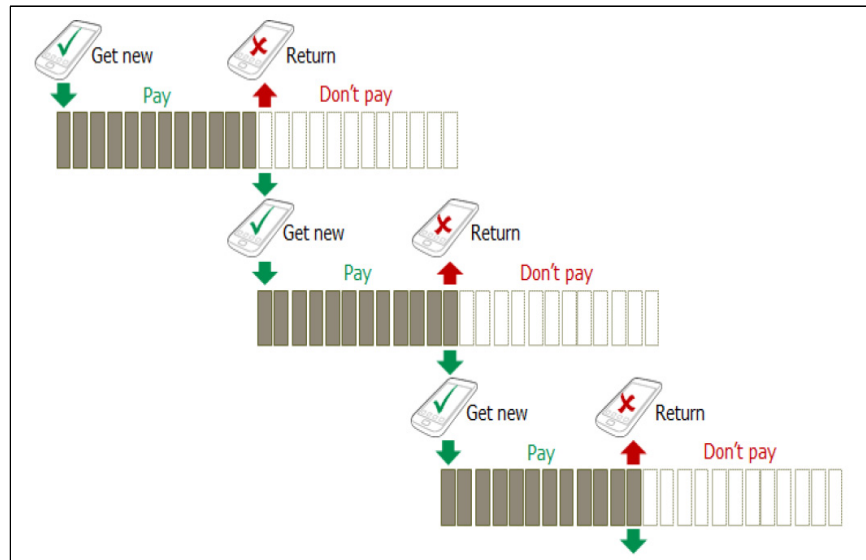
자료: Verizon Wireless 보도자료/홈페이지 참조

- 요금제를 데이터 중심으로 단순화하고 요금수준을 소폭 인하하면서 단말기 지원금 프로그램을 종료
 - 2년 총통신비 합계비교 시 종전의 지원금 프로그램보다 대체로 저렴한 편
 - Verizon의 경우 단말기 지원을 받는 경우 회선료로 \$40을 부과하고 있었고 요금도 다소 높게 책정되어 있었으므로 회선료만 해도 2년간 \$480(월 \$20)가 낮아지는 효과가 발생

◆ 애플의 할부 업그레이드 프로그램 도입

- 애플은 아이폰 6S 신제품 발표('15.9.6)와 함께 '아이폰 업그레이드 프로그램(iPhone Upgrade Program)'을 출시('15.9.9)
 - 이용자가 통신사 선택이 자유로운 언락폰(unlock phone) 형태의 아이폰 6S나 6S Plus를 구매한 뒤 1년이 지나면 새로운 아이폰으로 업그레이드 할 수 있고 사용하던 아이폰을 반납하면 잔여 할부금을 납부할 필요가 없음
 - 이 프로그램은 \$129 상당의 AppleCare+로 불리는 보증연장 및 보험 서비스가 결합되어 판매됨
 - 아이폰 6S (16GB)모델의 경우 AppleCare+를 포함하여 월 \$32.41, 24개월 납부 시 총비용은 \$777.84로, 출시 당시 이통사의 할부 프로그램보다 \$100 이상 더 지불하게 되나 타 사의 경우 보험이 포함되어 있지 않아 직접적 비교는 어려움
 - 애플의 업그레이드 프로그램은 18세 이상, 미국발급 신용카드 보유자에 한해서만 구입이 가능하며 애플의 제휴은행인 Citizens Bank, N.A.로부터 대출금을 받아 구입하는 것으로 매월 신용카드로 할부금액이 청구되는 형태임
 - ※ 일부 언론보도에서 애플의 할부 프로그램을 리스로 간주하기도 하는데, 애플의 계약조건에 리스라는 표현은 등장하지 않으며 24개월 경과 후 소유권, 처분권이 전적으로 계약자에게 있어 통상적인 리스와는 다름
 - 업그레이드는 12개월 경과 혹은 6개월 경과 후 12개월분까지 선납하는 경우 가능하며, 이 때 양호한 작동상태의 단말기를 반환해야 하고 새 단말기 가격을 기준으로 새로운 할부가 24개월간 진행([그림1]참조)

〔그림 1〕 조기 업그레이드 프로그램의 작동원리



자료: tefficient(2014), 강인규(2015)에서 재인용

- 할부 업그레이드 프로그램은 이동통신사에 의해서 이미 제공되고 있었으나 제조사인 애플이 할부 업그레이드 프로그램을 직접 도입한 것이 특징적임
 - Verizon의 지원금 종료로 이통사가 제공하는 판매방식은 사실상 할부 및 리스만 남은 상태로 이를 제조사인 애플이 전략적으로 카피하는 것은 어렵지 않게 되었고 이를 실행에 옮김
 - 애플의 할부 업그레이드 프로그램 출시 후에 T-mobile을 비롯한 이동통신사들은 아이폰 6나 6 plus의 반납을 전제로 보다 더 공격적인 업그레이드 프로그램으로 프로모션을 개시하였음
- ※ T-mobile(9.23): JUMP! On Demand는 아이폰 6 혹은 6 Plus를 반납하면 아이폰 6S(16G)를 \$5/월, 6S plus(16G)모델을 \$9/월에 이용할 수 있도록 하며 6S(16G) 신규구입은 \$20에 이용

- 제조사와 이통사간 단말기 공급경쟁이 일어난 특이한 현상이나, 애플은 애플이 애플인 경쟁임
- 애플의 경우 자체 유통망을 통하든 이동통신사의 유통망을 통하든 신규 폰의 판매를 크게 늘릴 수 있는 상황임
- 아이폰의 경우 중고가치가 잘 유지되는 편이므로 반납된 아이폰을 리퍼 폰의 형태로 재판매하거나 중고폰으로 신흥시장 등에 판매하는 것이 가능하나, 중고가치가 낮은 단말기의 경우 이러한 판매방식은 큰 손해를 초래할 수 있음

나. 배경

● 이동통신 가입자 및 단말기 시장 포화

- 이동통신 서비스 시장과 단말기 시장이 포화되기 시작한 것이 새로운 유형의 판매 모델 확대를 유발
- 단말기 지원금 모델은 이동통신 서비스 시장 초기에 단말기가 특정 이동통신사의 서비스와 묶인 상태에서 서비스 가입자의 확대와 이를 통한 서비스 수익의 확대를 노리면서 시작
- 시장이 포화되어 신규 가입자 모집을 위한 유인이 낮아진 상태이며 신규 단말기의 매력도가 예전만큼 크지 않아 단말기를 활용한 수익모델 창출이 쉽지 않은 상황
- 굳이 지원금 모델을 고수할 필요가 없으며, 높은 초기 단말기 가격이 가입자 유치에 문제가 된다면 할부 프로그램으로 충분히 고객유치 가능
- 단말기 시장의 경우도 스마트폰 시장의 성장이 둔화되고 혁신적인 상품의 출시에 한계가 나타나면서 교체주기가 확대되는 상황
- 업그레이드 프로그램을 통해서 교체주기 증가를 억제하고 단말기 판매 물량을 선확보하는 전략으로 선회

- 시장포화에 대응하여 단말기 매출과 비용지출을 안정적으로 스트리밍 하는 방향으로의 할부 및 리스 프로그램이 강화

● 중저가 스마트폰 vs 프리미엄 스마트폰 양극화

- 중국산 저가 스마트폰의 등장으로 단말기 가격의 양극화가 진행

- 저가폰의 경우 소비자들이 직접 언락폰을 구매하고 저렴한 요금제를 찾아가는 반면, 프리미엄 스마트폰의 경우 보조금을 지급해도 초기비용이 상당하므로 초기비용이 없는 할부 프로그램이 오히려 더 매력적일 수 있음

- 약정 지원이 매력적인 가격대의 단말기가 점차 사라지는 추세

● 스마트 기기 종류 증가와 데이터 소비 확대

- 스마트 기기의 종류가 태블릿, 스마트워치 등의 웨어러블 디바이스로 확산되는 상황에서 기기마다 스마트폰에서와 같은 약정 지원금 모델을 도입하기는 힘들

- 특히 기기의 수가 늘어나면서 기기간의 데이터 공유나 데이터 소비 증가 추세를 활용하는 수익 모델이 이동통신사에게 중요해짐

- 소비자가 단말기 지원금을 살핀 뒤 단말기를 선택하고 다음 단계에서 요금제를 선택하는 모델이 잘 맞지 않는 상황으로 진행되고 있음

- 데이터 요금제를 먼저 선택하고 기기들을 추가해 가는 방향으로의 전환이 이루어지고 있음

※ Verizon Plan은 데이터를 전면에 내세우기 위해서 요금제를 직관적으로 이해하기 쉽게 옷 사이즈에 비유하여 출시한 것으로 볼 수 있음

- 향후 이러한 데이터 공유 및 소비패턴이 강화될 것이고 단말기 중심의 약정 지원금 모델은 위축될 가능성이 높음

- 합리적 소비 강화와 요금과 단말기 구분
 - 약정에 따라 단말기를 저렴하게 구입하지만, 결국 요금 상승이나 위약금으로 회수된다는 점에 대한 소비자의 인식이 강화
 - 2013년 T-mobile은 약정 지원을 완전히 없애면서 기기와 요금제의 분리를 명시적으로 홍보하기 시작

3. 결론 및 시사점

- 최근의 미국 사례를 살펴보면 약정 지원금을 통한 단말기 판매 모델이 크게 후퇴하고 업그레이드 옵션이 포함된 할부나 리스 프로그램이 확산
 - 미국의 제1 이동통신사인 Verizon이 T-mobile에 이어 약정 지원 판매 모델을 종료
 - 제조사인 애플이 아이폰 업그레이드 프로그램으로 직접 단말기 할부/리스 유통에 진입한 점도 특징적
- 국내 상황은 미국의 상황과는 상당히 달라 당장 미국에서와 같은 할부/리스 프로그램이 확산되거나 애플과 같은 제조사 중심의 업그레이드 할부/리스 프로그램이 나타나기는 쉽지 않음
 - 국내의 단말기 약정 지원모델은 단말기 가격자체에 대한 할인과 연계되어 있고 구입 초기비용은 할부로 납입하는 것이 보편적임
 - 즉, 과거보다는 많이 완화되었지만 지원금 경쟁이 여전히 남아 있는 상태에서 지원금 모델의 중단은 가격 할인의 종료를 의미하므로 소비자들의 저항이 나타날 수 있고 할부는 원래 가능한 상황임
 - 사용자가 단말기에 대한 소유권을 가지지 않는 리스/렌탈 모델은 향후 출현 가능하나 우리의 경우 리스경험이 적고 거부감이 큰데다 지원금 모델이 존재하는 한 가격경쟁력을 가지기 힘들
 - 애플의 업그레이드 프로그램은 아직 미국의 인접국가인 캐나다에서도 시행되지 않고 있는 상황이며 은행과의 제휴, 개인 신용도 평가 등 장애요인이 많아 국내 도입은 쉽지 않음
 - 다만 애플은 중장기적으로 애플 생태계내의 서비스 수입에 기기 판매 수입도 포함시켜 모든 매출을 스트리밍화하고 이를 애플페이 등을 활성화하는 촉매제로 활용할 수도 있음

- 미국의 사례가 주는 가장 중요한 시사점은 단말기 약정 지원을 통한 단말기 중심의 판매 구도가 요금제와 단말기의 분리를 통해서 데이터 중심의 요금제 경쟁으로 진행되고 있다는 점임
- 데이터의 공유 소비를 통해서 다양한 스마트 기기를 편입시키는 전략으로 전환
- 물론 지원금 모델이 없어졌다고 해서 단말기 판매경쟁이 없어진 것은 아니며, 업그레이드 제공 주기 경쟁 등 새로운 양상의 경쟁은 여전히 존재하며 단말기를 두고 제조사가 이동사와 함께 경쟁하는 구도도 나타나는 점은 특징적임
- 한편, 향후 출시가 예상되는 구글의 아라 프로젝트에서와 같은 모듈폰의 등장은 소비자가 저렴한 가격의 모듈만 구입하고 커스터마이징을 통해서 소비자가 원하는 모델을 만드는 것을 가능케 하므로, 완성폰의 유통을 중심으로 하는 이동통신사와 제조사 모두에게 영향을 미칠 수도 있음

※ 구글의 아라 프로젝트(Ara project): 여러 개의 모듈을 손쉽게 결합해서 휴대폰을 제작할 수 있도록 하는 프로젝트로 2013년 10월에 공개. 구글은 프아라 프로젝트를 통해서 모바일 앱의 생태계에 버금가는 모듈러 하드웨어 생태계를 구축하겠다는 목표를 천명. 푸에르토리코에서 시범운영 계획이었으나 현재 지연되고 있는 상태(The Verge(2015)). 3D프린팅의 활성화 등 전제조건이 충족되어야 활성화가 가능할 전망

- 우리나라도 점차 단말기 지원금의 프레임(단말기 지원금 관찰→단말기 선택→요금제 선택)에서 벗어나서 요금제와 단말기의 분리를 촉진하고 이동통신서비스 본연의 서비스인 데이터중심의 시장 확대를 지속적으로 추진할 필요가 있음

참 고 문 헌

- 강인규(2015), 단말기 보조금과 단말 할부 프로그램, 정보통신방송정책 27(5), p1~p18, 정보통신정책연구원
- CNBC, 'Sprint CEO escalates Twitter war with T-Mobile CEO', <http://www.cnn.com/2015/08/18/>
- tefficient(2014), "Early upgrade plans: Sweet now. Turns sour?". Industry analysis #5, 2014.
- The Verge(2015), 'Google delays its Project Ara modular smartphone until 2016'
<http://www.theverge.com/2015/8/17/9166667/google-project-ara-phone-delayed>
- Apple, Verizon, T-mobile 홈페이지 및 보도자료
- Wall Street Journal, Sprint to Abandon Two-Year Contracts, WSJ (2015.8.18.)
<http://www.wsj.com/articles/sprint-to-abandon-two-year-contracts-1439837235>