

유무선 대체 확산에 따른 시장획정 이슈와 시사점

FMS: fixed- mobile substitution





Contents

- I. 유무선 대체 시장획정
- II. 유럽지역 유무선 대체 추세
- III. 국내 유무선 대체 현황
- IV. 결론 및 시사점



I. 유무선 대체 시장획정

- 시장획정?

실질적인 경쟁관계에 놓인 상품군과 거래지역 등의 범위를 규정 하는 것

- 목적

지배력의 유무를 판단 하기 위한 것으로서,
관련시장이 너무 넓게 획정되어 실질적 경쟁관계에 놓여
있지 않은 기업들까지 포함한다면 해당 기업의 시장지배
력은 과소평가될 것



I. 유무선 대체 시장획정

- 최근

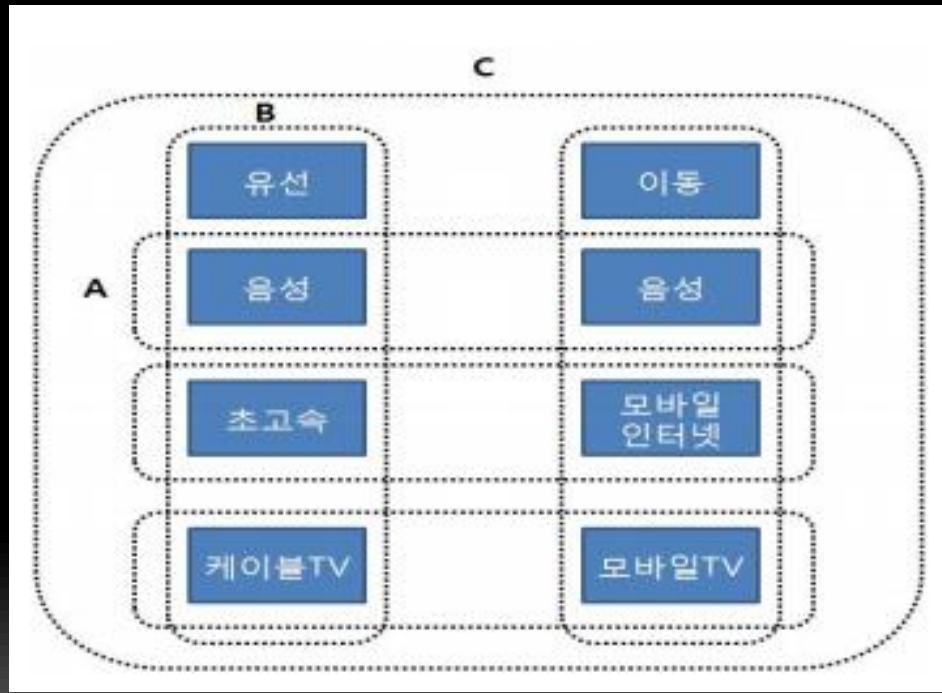
통신 서비스는 제공 네트워크, 이용자 특성, 이용 단말장치 등의 각각 독립적인 서비스의 개별 망을 기반으로 개별 시장으로 획정

- But

지속적인 기술발전, 융합 서비스에 대한 수요확대 등으로 인해 ICT생태계에서 네트워크, 서비스, 단말장치 간의 융합 추세 진전, 이에 따라 유무선 대체가 점차 확산



I. 유무선 대체 시장획정



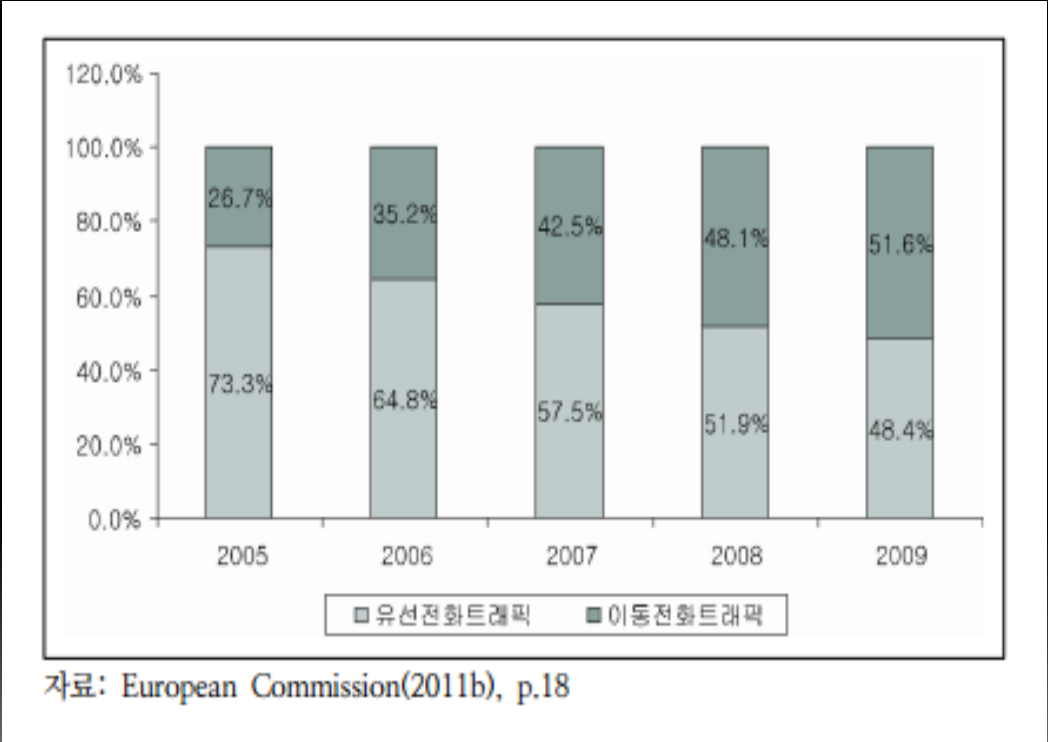
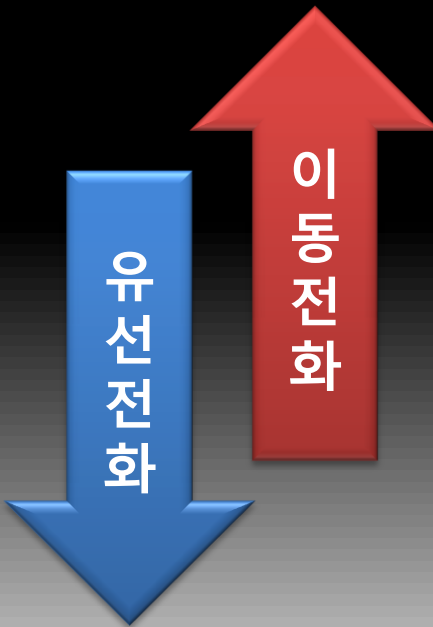
(그림) 유무선 대체에 따른 시장획정 가능성

FMS: fixed- mobile substitution



프.유럽지역 유무선 대체 추세

1) 유무선 대체 현황



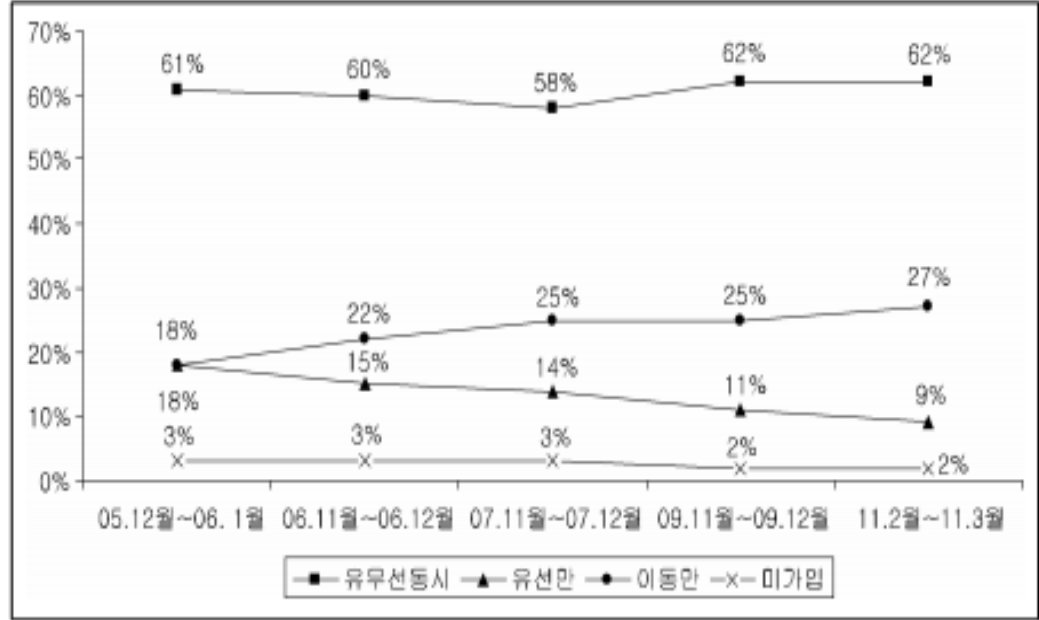
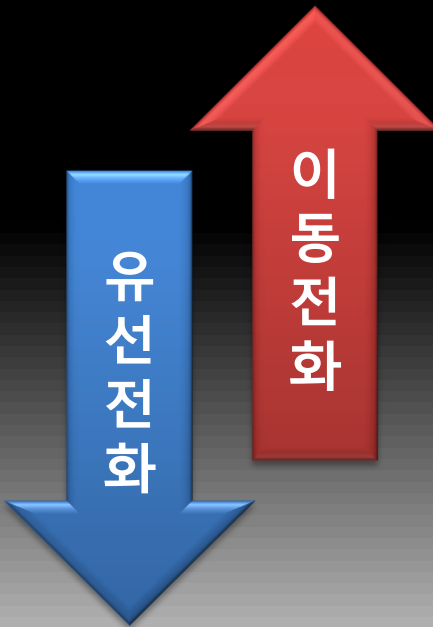
(그림) 유럽지역의 음성 트래픽 점유율 추이

FMS: fixed- mobile substitution



Ⅱ. 유럽지역 유무선 대체 추세

1) 유무선 대체 현황



자료: European Commission(2011a), p.13

(그림) 유럽가구의 유무선 가입자 비율

FMS: fixed- mobile substitution



유럽전자통신규제기구

- 보급률

유선전화

이동전화 단독가입
자 수의 증가가 가
입측면에서 유무선
대체 추세

유선전화

유무선 동시 가입
보완재 성격

❖ 따라서, 해당 국가의 시장상황 면밀한 검토 필요

II. 유럽지역 유무선 대체 추세

1) 유무선 대체 현황



II. 유럽지역 유무선 대체 추세

2) 시장획정 분석 현황

소매 시장

- 서비스 특성이 상이
- 요금 수준이 상이
- 유선은 이동성을 제공하지 못함
- 이용자들의 선호와 이용 패턴이 상이

도매 시장

- 서비스 특성이 상이
- 불충분한 간접적 경쟁제한
- 도매단계에서의 직접적 대체 부재



II. 유럽지역 유무선 대체 추세

3) 시장획정 분석 시
주요 고려 사항

1. 유무선 가입자 수 비교

- 유무선 동시 가입 및 개별 가입 추이(특히 이동단독)
- 이동단독 가입이 증가할수록 대체성 증가

2. 유무선 서비스 간 대체 추이 분석(가격 영향 포함)

- 가입자 수 및 통화량 추이, 요금 수준 및 요금구조
- SSNIP 검증을 유용한 수단으로 고려



II. 유럽지역 유무선 대체 추세

3) 시장획정 분석 시
주요 고려 사항

3. 결합상품

- 제공되는 유선 및 무선 결합상품 간의 차이 존재 유무
- 유선(음성+초고속), 무선(모바일+모바일 인터넷) 결합 상품 간에 차이 존재하는 경우 이들 간 대체 가능성이 낮아짐

4. 단말장치 차이

- 단말장비의 가격/기능/단말기 보조금 등은 잠재적 대체성에 영향을 미침



II. 유럽지역 유무선 대체 추세

3) 시장획정 분석 시
주요 고려 사항

5. 최종이용자 또는 서비스 이용의 차이

- 이용자별 수요(전송속도, 품질 등), 인식(보안 등), 이용행태 등의 차이가 영향을 미침

6. 최종이용자의 만족도

- 유무선 통신 서비스에 대한 이용자의 만족도에 영향을 미침
- 이용하고 있는 서비스에 대한 만족감이 높을수록 대체 가능성은 약화될 것임



II. 유럽지역 유무선 대체 추세

3) 시장획정 분석 시 주요 고려 사항

항목	시장 동향
유선 및 이동 서비스 제공에 있어 특성의 차이	- 동일한 수요 충족이 가능한지와 충분히 유사한 방식으로 이를 충족시키는지의 여부 - 특성 차이가 클수록 잠재적 대체성은 낮아짐
시장구조 및 전략	- 유무선 동일사업자 존재, 결합 전략 및 차별화 전략, 타사업자 전략에 대한 대응 - 유무선망 각각에서 단독사업자가 있는 경우 경쟁적 사업 전략으로 대체성이 크고, 유무선 통합사업자가 있는 경우 보완재적 특성이 클 것임
결합상품 분석	- 제공되는 유선 및 무선 결합상품 간의 차이 존재 유무 - 유선(음성+초고속), 무선(모바일+모바일인터넷) 결합 상품 간에 차이 존재하는 경우 이들 간 대체 가능성이 낮아짐
가입자 수 비교	- 유무선 동시 가입 및 개별 가입 추이(특히 이동단독) - 이동단독 가입이 증가할수록 대체성 증가
이동망에서 TV서비스 이용가능성 평가	- 유선결합(음성/초고속+TV)에 대응한 서비스 제공 가능성 - 제공 가능성이 높을수록 대체 가능성 증가
유무선 서비스 간 대체 추이 분석	- 가입자 수 및 통화량 추이, 요금 수준 및 요금구조 - SSNIP 검증에 유용한 수단으로 고려
단말장비 차이	- 단말장비의 가격/기능/단말기 보조금 등은 잠재적 대체성에 영향을 미침
최종이용자 또는 서비스 이용의 차이	- 이용자별 수요(전송속도, 품질 등), 인식(보안 등), 이용행태 등의 차이가 영향을 미침
특정 네트워크/서비스에 대한 판촉 프로그램 존재	- 특정 네트워크 및 서비스에 대한 판촉 프로그램의 존재 유무도 이용자의 선택에 영향을 미침
최종이용자의 만족도	- 유무선 통신 서비스에 대한 이용자의 만족도에 영향을 미침 - 이용하고 있는 서비스에 대한 만족감이 높을수록 대체 가능성은 약화될 것임
구체적인 공급 이슈	- 유효하고 즉시적인 공급대체성의 존재는 유무선 대체를 증진시키는 효과를 가져옴



II. 유럽지역 유무선 대체 추세

4) 유무선 대체 확산이 경쟁에 미치는 영향

소매 시장의 경쟁에 미치는 영향

- 1) 유무선 대체가 증가하여 동일시장으로 확정된 경우
 - 설비 기반의 경쟁으로 기존 유선전화사업자 지배력 약화
 - 기존 사전규제에 대한 재검토
- 2) 기존과 같이 개별 시장으로 확정되는 경우
 - EC는 회원국에 사전규제대상 시장 식별, SMP분석, 적절한 사전규제의무부과를 수행하도록 함.
 - 하지만, 유무선 대체 진전 고려 시 사전규제대상 시장에서 제외
 - SMP 분석에 반영하거나 상황에 따라 기존 규제개선의무가 완화되거나 필요하지 않을 수 있음



II. 유럽지역 유무선 대체 추세

4) 유무선 대체 확산이 경쟁에 미치는 영향

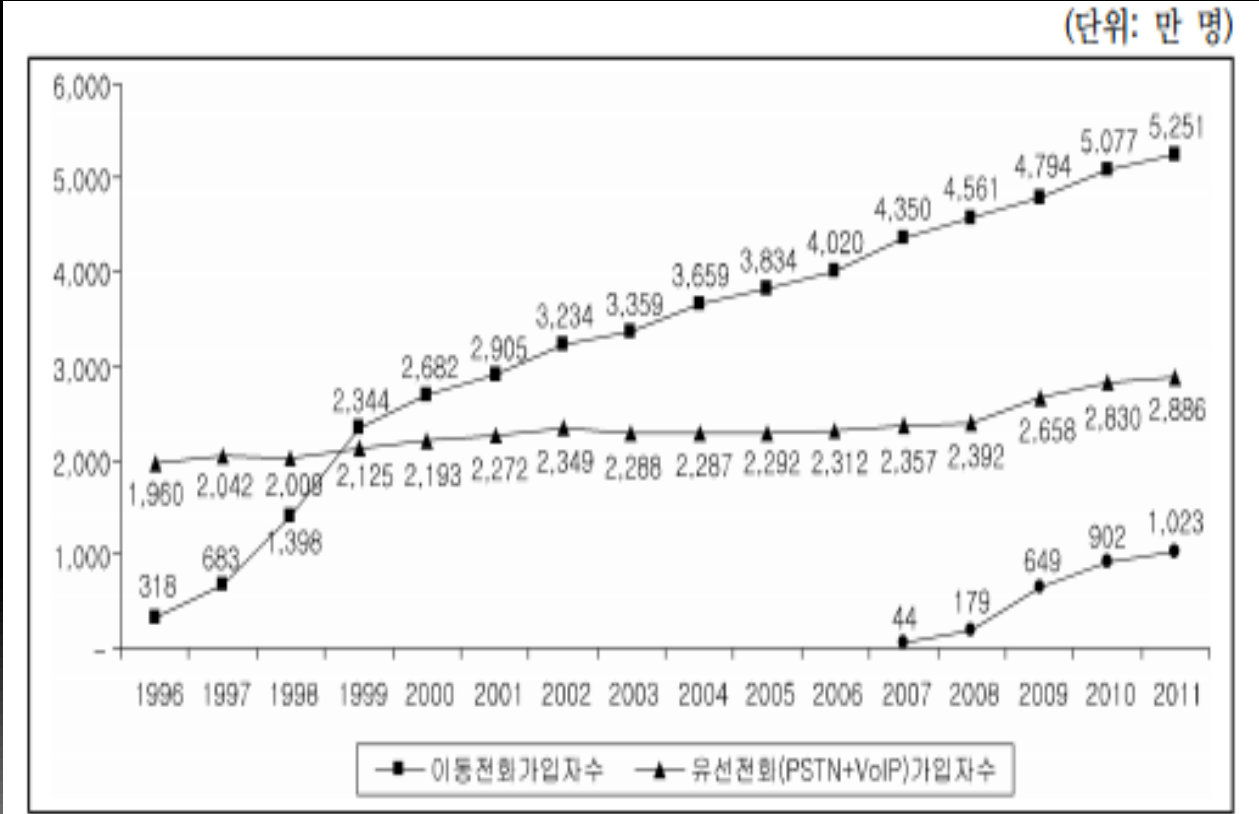
도매 시장의 경쟁에 미치는 영향

- 소매에서의 유무선 대체의 존재 가능성은 간접적 가격 제약을 통해 도매 시장 확장 및 도매 시장 경쟁상황에 영향
- 간접적 가격 제약은 소매 시장의 경쟁압력으로 인해 독점사업자 도매가격 설정 제한
- 시장범위 확대, 분석대상 사업자 증가, 시장을 상대적으로 경쟁적으로 평가



Ⅲ. 국내 유무선 대체 현황

1) 시장 동향



자료: 2010년 통신시장 경쟁평가(2011) 재구성

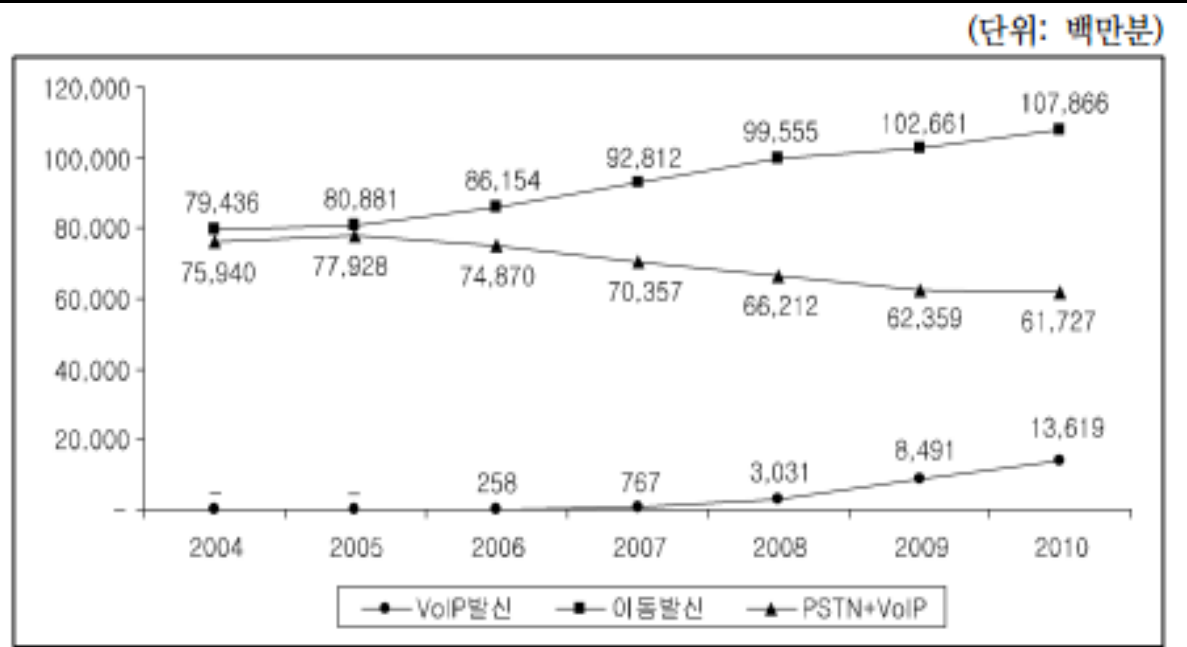
(그림) 국내 유선(PSTN, VOIP) 전화 및 이동전화 가입자 추이

FMS: fixed- mobile substitution



Ⅲ. 국내 유무선 대체 현황

1) 시장 동향



주: 발신통화량 기준

자료: 2010년 통신시장 경쟁평가(2011) 재구성

(그림) 국내 유선(PSTN, VOIP) 전화 및 이동전화 통화량 추이



가입(access)

- 유선전화/이동전화는 음성전화 서비스의 이용가능성을 제공→ 유사한 기능 제공
- 이동단독 가입자 수 미미한 수준- 가입 측면에서 유무선 대체보다 보완재적 관계
- 최근 국내 통신시장 유무선 부분 하나로 결합하여 유무선 서비스 제공
- But, 개별서비스로 인식- 서비스 제공 전략

가입(access)

통화(call)

Ⅲ. 국내 유무선 대체 현황
2) 유무선 대체 현황 분석



Ⅲ. 국내 유무선 대체 현황

2) 유무선 대체 현황 분석



- 유선전화/이동전화는 음성전화 서비스를 제공→ 유사 기능 제공
- 통화량 추이를 보면 통화 대체가 나타나고 있는 것으로 보임
- But, 대체보다 보완적 관계 현상 때문에 통화도 보완적





Ⅲ. 국내 유무선 대체 현황

2) 유무선 대체 현황 분석

항목	국내 현황	대체성 판단
유선 및 이동 서비스 제공에 있어 특성의 차이	- 음성전화 서비스 제공이라는 측면에서는 기능적으로 유사 - 이동성 등의 차이 존재	대체관계 추정하기에는 아직 미흡
시장구조 및 전략	- 유무선 서비스를 동일한 사업자가 제공하나. 유무선 서비스 각각을 개별 상품으로 인식하고 제공	대체관계 미미
결합상품 분석	- 유무선 각각이 개별 구성요소로서 결합상품을 구성 - 결합상품 순위(11년 12월 기준): 인터넷 + 전화(30.5%), 인터넷 + 전화 + IPTV(16.7%), 인터넷 + 전화 + 이동전화(14.3%), 인터넷 + 이동전화(12.0%)	대체관계 미미
가입자 수 비교	- 유선전화에서 이동전화로의 가입대체 현상 미흡 - 유무선 동시 가입 비율(88.5%)	대체관계 추정하기에는 아직 미흡
유무선망의 역사적/잠재적 대체성	- 통화량 대체가 지속적으로 나타남 - 요금 수준 및 구조의 차이가 존재하나 점차 약화될 것임	대체관계 추정하기에는 아직 미흡
단말장비 차이	- 단말장비의 가격/기능/단말기 보조금 등이 큰 차이	대체관계 추정하기에는 아직 미흡
특정 네트워크/서비스에 대한 판촉 프로그램 존재	- 이동망 위주의 판촉프로그램 존재	대체관계 미미
최종이용자의 만족도	- 유무선 각각 만족도 높은 수준임	대체관계 미미
구체적인 공급 이슈	- 특히 유선망에서 무선망으로의 공급대체 부재(도매제공제도로 일부 완화 가능성)	대체관계 미미

FMS: fixed- mobile substitution



IV. 결론 및 시사점

- ❖ 최근 통신 서비스 제공사업자 및 장비제조업체의 대응, 지속적인 기술발전, 융합 서비스에 대한 수요 확대 통해 ICT 생태계에서 네트워크, 서비스, 단말장치 간 융합 추세 진전
- ❖ 유무선 대체 확산, 유무선 서비스의 동일 시장획정 가능성 점차 대두
- ❖ 소매 시장 → 가입 대체보다 통화 대체 일부 나타남 → 음성전화는 각각 별도의 시장획정 되어야 함을 의미



IV. 결론 및 시사점

- ✓ 유무선망에서 제공하는 음성전화, 초고속/모바일인터넷, 케이블 TV/모바일 TV 등 동일시장 획정 이슈, 유무선망 관계없이 모든 서비스 이용가능
- ✓ 시장획정 검토 시 유무선 가입자 수, 통화량, 요금구조 및 수준의 동질화, 이용패턴 등에 대한 분석이 기본적
- ✓ 개별시장으로 획정된 경우 유무선 대체가 기존의 경쟁상황을 완화하는데 얼마나 영향 미치는 고려
- ✓ 동일시장으로 획정된 경우 사전규제의무부과에 대한 사전검토
- ✓ SMP 존재 유무 구분, 규제 의무부과/완화 위한 개선방향. 파급효과 분석 필요



Thank you

FMS: fixed- mobile substitution