

디지털 전환 시대, 통신 요금제 가치 탐색 :이동통신 부가 혜택을 중심으로

남상준·유현수·변재호

본 보고서는 ETRI ICT전략연구소 연구과제인
“디지털 대전환시대 통신규제정책 개선방안 연구”를 통해
작성된 결과물입니다.



목 차 C O N T E N T S

Executive Summary	1
I. 개요	1
1. 연구 배경	1
2. 주요 내용	2
II. 연구 방법 및 데이터	3
1. 이동통신서비스 요금제 부가 혜택 정의	3
2. 컨조인트 실험을 통한 부가 혜택 가치 탐색	3
3. 설문조사를 통한 데이터 수집	6
III. 분석 결과 및 해석	7
1. 설문조사 응답자 기초통계량	7
2. 컨조인트 실험 분석 결과	8
IV. 결론	11
참고문헌	12



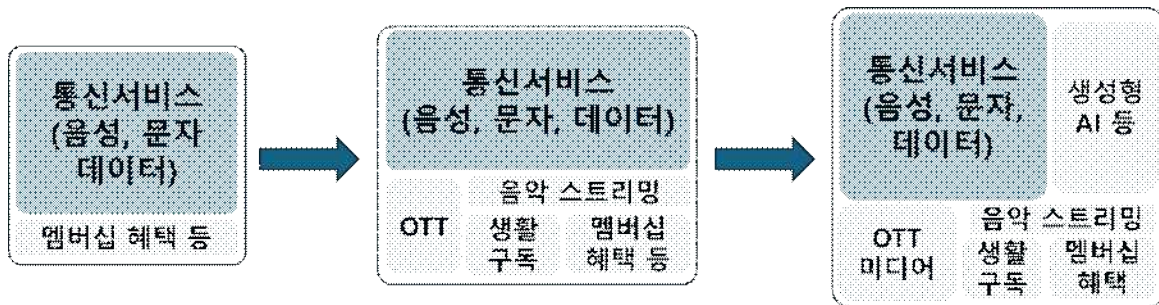
Executive Summary

📄 연구 개요

🕒 연구 배경 및 목적

- 디지털 전환 시대, 국내 통신사들은 전통적인 통신서비스 소매 시장의 한계를 극복하고 새로운 가치 창출을 위해 디지털 구독 서비스들을 중심으로 통신서비스 요금제의 부가 혜택들을 강화하고 있음
- 이러한 변화에 따라, 통신서비스 요금제에서 부가 혜택이 차지하는 비중이 증가하게 된다면 통신요금제가 포함하고 있는 가치의 성격에 대한 재검토가 필요할 수 있음
- 통신서비스 요금은 통신시장에서의 효율성 성과에 대한 지표로 인식되기 때문에, 이를 통해 얻을 수 있는 가치를 통신서비스에 한정하는 것은 성과에 대한 왜곡된 해석으로 이어질 수 있기 때문임
- 이러한 배경에서, 통신서비스 요금제에서 제공하는 부가 혜택들에 대해 소비자들이 인지하고 있는 가치를 탐색함으로써 통신요금제가 포함하고 있는 가치의 성격에 대한 시사점을 도출하고자 하였음

▶ 통신서비스 요금제가 포함하는 가치의 변화와 확장 ◀



📄 연구 방법 및 데이터

🕒 컨조인트 실험을 통한 이동통신 요금제에서의 부가 혜택 가치 탐색

- 컨조인트 실험은 특정 재화에 대한 속성을 설정하고, 이를 바탕으로 가상의 선택지를 제시하고 응답을 받은 결과를 통해 각 속성에 대한 소비자 선호를 추정하는 방법론임
- 다양한 부가 혜택들을 제공하고 있는 데이터 완전 무제한 이동통신 요금제를 중심으로 컨조인트 실험을 설계하여 소비자들이 부가 혜택에 대해 어떻게 인지하고 있는지 탐색하고자 하였음

- 데이터 완전 무제한 요금제의 핵심 속성인 속도 제한 없는 데이터 무제한에 대한 선호를 기준으로 부가 혜택들에 대해 이용자들이 얼마나 중요하게 인식하고 있는지 추정하고자 하였음

○ 설문조사를 통한 데이터 수집

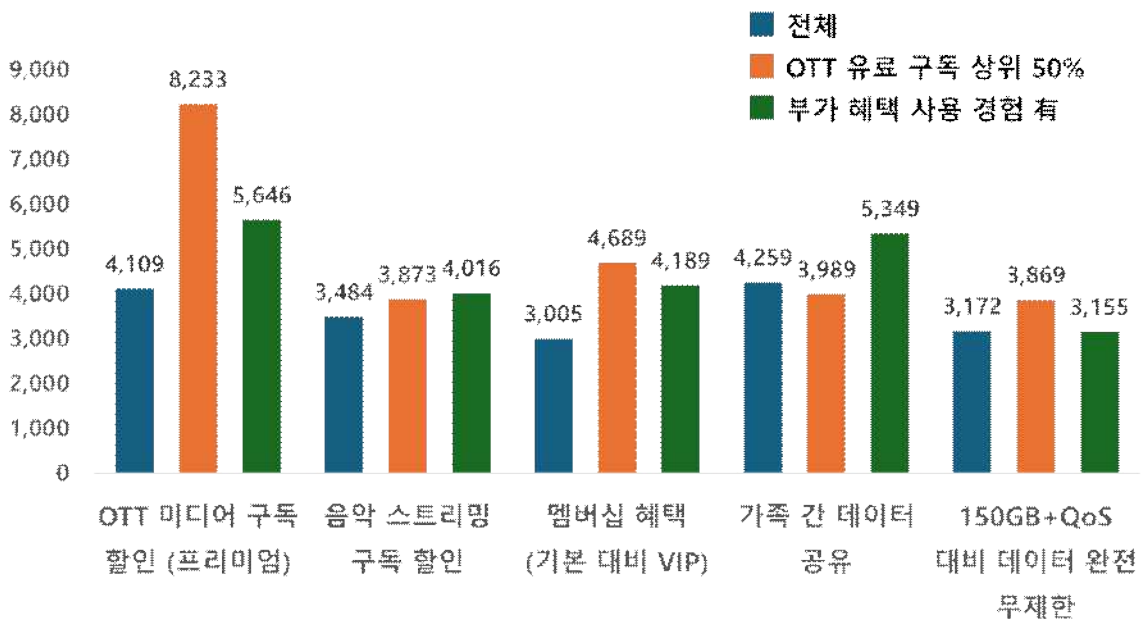
- 부가 혜택에 대한 경험 및 데이터 완전 무제한 요금제에 대한 실제 수요가 있을 것으로 예상되는 고가 요금제(6만원 이상) 이용자 500명을 대상으로 응답을 받았음

📊 분석 결과 및 해석

○ 컨조인트 실험 분석 결과

- 분석 결과, 응답자들은 속도 제한 없는 데이터 무제한 속성만큼 OTT 구독 할인, 음악 스트리밍, 멤버십 혜택, 가족 간 데이터 공유 등의 부가 혜택들을 중요하게 고려하고 있음을 확인하였음
- OTT 유료 구독 금액이 높고, 부가 혜택에 대한 사용 빈도가 높을수록 이러한 경향성이 더 크게 나타났는데, 이는 특정 소비자들에게는 통신서비스 요금제의 가치가 연결성에 국한되지 않음을 시사함

▶ 이동통신서비스 요금제 속성별 지불의사금액 추정 결과 (단위: 원) ◀



결론

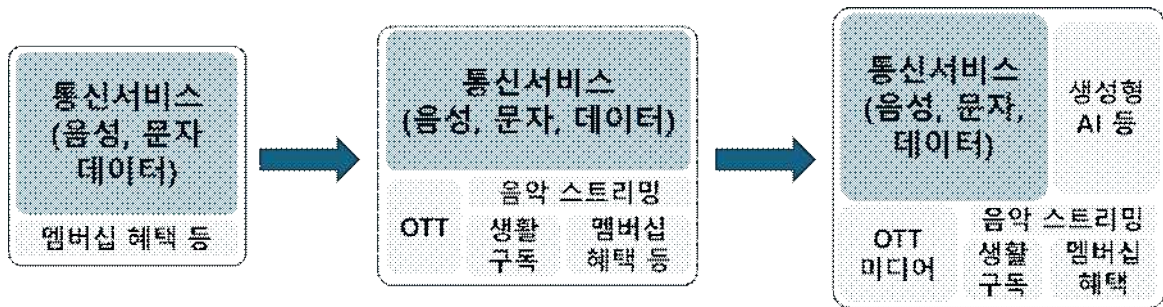
- 컨조인트 실험을 통해 실증적으로, 통신서비스 요금제의 가치가 통신서비스 영역을 넘어서 문화·소비 등 디지털 서비스 관련 영역으로 확장되고 있음을 확인하였음
- 이러한 변화에 따라, 통신서비스 요금제의 가치 상승에 따른 요금 수준이 높아지는 현상을 단순 통신서비스 지출 상승으로 해석할 경우 통신시장에서의 효율성 성과가 왜곡될 우려가 있음
- 디지털 전환 시대 통신서비스 요금제를 통해 제공되는 가치가 확장됨에 따라 나타나는 변화를 관련 정책에 어떻게 반영할지 고민이 필요한 시점임

I 서론

1 연구 배경

- 디지털 전환 시대, 국내 통신사들은 전통적인 음성·데이터 서비스 시장의 성장 한계를 극복하고 새로운 가치 창출을 위해 디지털 구독 서비스들을 중심으로 통신서비스 요금제의 부가 혜택들을 강화하고 있음
 - 전통적으로 이동통신서비스에 가입하여 요금을 지불하면 요금제 수준에 따라 멤버십 혜택을 제공해왔는데, 이는 제휴사 상품이나 서비스 구매 시 추가 적립이나 할인을 해주는 개념으로 일종의 통신서비스 구독에 따른 부가 혜택이라고 말할 수 있음
 - 최근 통신사들은 T우주패스, KT OTT 구독, 유독 등 여러 구독 서비스들을 통합·관리할 수 있는 자체 구독 플랫폼 또는 상품을 개발하여 이를 자사 요금제와 연계하거나 외부 구독 서비스들을 별도로 결합한 통신 요금제들을 출시하고 있음
 - 이러한 흐름은 쿠팡·네이버 등 이커머스 플랫폼이 자사 멤버십 혜택을 확장하는 것과 유사하며, 통신사업자들도 이용자 선호가 높은 디지털 구독 서비스들을 중심으로 자사 요금제 구독에 대한 부가 혜택을 강화해 나가고 있다고 볼 수 있음

그림 1 통신서비스 요금제의 변화와 확장 전망



* 출처: 저자 작성

- 이러한 변화에 따라, 통신서비스 요금제에서 부가 혜택이 차지하는 비중이 증가하게 된다면, 통신 요금제가 포함하고 있는 가치의 성격에 대한 재검토가 필요할 수 있음
 - 통신서비스 소매 요금은 통신시장에서의 효율성 성과를 측정하는 주요 지표로써 그 의미를 해석하는 것은 정책적 관점에서 중요함
 - 그림 1과 같이 통신서비스 요금제가 포함하는 가치가 확장되는 경우에도, 이러한 요금제를 통해 얻을 수 있는 가치를 통신서비스에 한정하여 해석하는 것은 왜곡된 판단으로 이어질 가능성이 존재함
- 이러한 배경에서, 본 연구는 소비자 인식 관점에서 통신서비스 요금제에서 제공하는

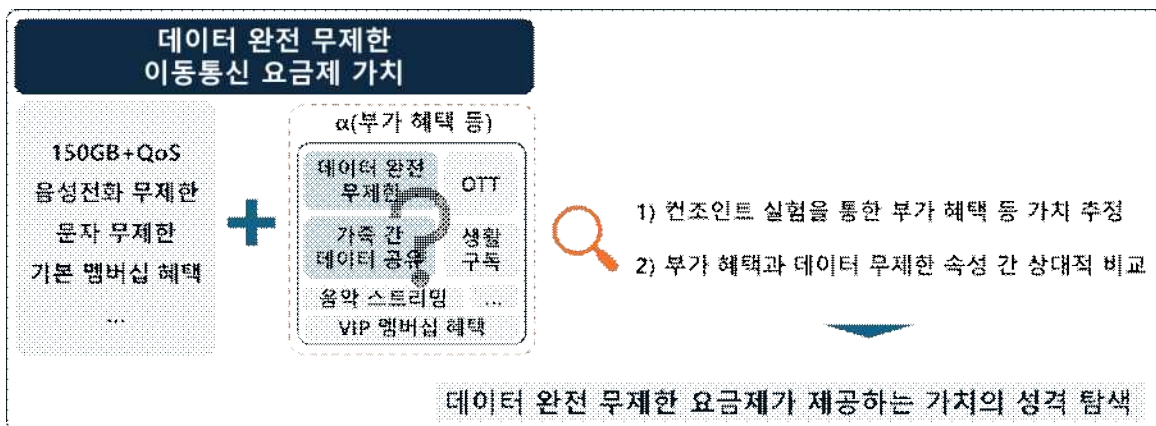
부가 혜택들의 상대적 가치를 탐색함으로써 디지털 전환 시대 통신 요금제가 포함하고 있는 가치의 성격에 대한 시사점을 도출하고자 하였음

- 이동통신 데이터 완전 무제한 요금제를 중심으로¹⁾ 여러 성격의 부가 혜택들이 이용자들에게 얼마나 중요하게 인식되고 있는지 분석함으로써 어떠한 가치를 얻기 위해 부가 혜택이 포함된 요금제를 선택하는지 파악하고자 하였음
- 이를 통해, 디지털 전환 시대 통신서비스 요금제에서 제공하는 가치의 성격을 어떻게 해석하고 앞으로는 어떻게 변화할 것인지에 대한 시사점을 도출하고자 하였음

2 주요 내용

- 본 연구에서는, 데이터 무제한 이동통신서비스 요금제를 중심으로 이용자들이 부가 혜택이 포함된 요금제를 선택할 때, 부가 혜택들에 대한 상대적 중요도를 파악하기 위해 컨조인트 실험을 설계하였음
 - QoS가 제한된 무제한 데이터 대비 완전 무제한 데이터에 대한 이용자들의 선호를 다른 부가 혜택들에 대한 선호와 비교함으로써 부가 혜택들에 대한 이용자들의 상대적 중요도를 추정할 수 있도록 컨조인트 속성을 설계하였음
- 컨조인트 실험 기반 분석 결과를 바탕으로, 통신서비스 요금제가 포함하고 있는 가치의 성격을 어떻게 해석하는 것이 적절할지에 대한 시사점을 제시하였음
 - 부가 혜택들과 완전 무제한 데이터 속성에 대한 소비자들의 지불의사를 도출하여, 이용자들이 데이터 무제한 요금제 선택 시 어떤 가치를 중요하게 여기는지 살펴보았음

그림 2 연구 프레임워크



* 출처: 저자 작성

- 1) 이동통신서비스 데이터 완전 무제한 요금제의 경우에 OTT 미디어 구독 할인, 음악 스트리밍 구독 할인, VIP 멤버십 혜택 등 다양한 부가 혜택들을 제공하고 있기 때문에, 부가 혜택을 중심으로 통신서비스 요금제가 포함하고 있는 가치를 탐색하는 연구 목적에 있어서 적합하다고 판단하였음. 다만, 전체 이용자 시장의 가치 인식을 모두 대변하는 데에는 한계점이 존재할 수 있음

Ⅱ 연구 방법 및 데이터

1 이동통신서비스 요금제 부가 혜택 정의

- 본 연구에서는 이동통신서비스 요금제 중에서 완전 데이터 무제한 요금제에서 제공하고 있는 부가 혜택들을 중심으로 이동통신서비스 요금제 부가 혜택을 아래 표와 같이 정리하였음

표 1 이동통신서비스 요금제에서 제공하는 부가 혜택 요약

부가 혜택	설명
OTT 콘텐츠 유료 구독 결합 할인	넷플릭스, 유튜브 프리미엄, 디즈니 플러스, 웨이브, 티빙 등 OTT 콘텐츠 유료 구독 구독 할인
음악 스트리밍 서비스 할인	SKT FLO, KT 지니뮤직 등 음악 스트리밍 구독 할인
쇼핑 및 생활 구독 할인	이커머스 플랫폼, 편의점, 카페, 스마트폰 할부, 커피머신 구독 등 쇼핑 및 생활 구독 관련 할인
스마트기기 회선 추가(무료 또는 할인) 및 데이터 셰어링	셀룰러 기능을 제공하는 스마트기기에 대한 회선 추가에 대한 비용을 할인/무료 및 스마트기기에서도 데이터를 함께 사용할 수 있도록 허용
가족 간 데이터 공유	요금제에서 제한하는 범위 내에서 가족 간 데이터를 공유할 수 있도록 허용
멤버십 혜택	제휴사 상품이나 서비스 구매 시 일정 한도 내에서 무료 이용/할인 혜택 제공
기타 특화 혜택	단말 보험료, 주니어 회선 할인, 에이닷 통화 할인 등

- 이러한 부가 혜택들 중에서 사전 설문조사(pilot test)를 통해, 실제 응답자들의 다수가 인지하거나 사용하고 있는 부가 혜택들 4개를 분석에 활용하였음
 - 선정된 4개의 부가 혜택은 “OTT 미디어 구독 할인”, “음악 스트리밍 구독 할인”, “멤버십 혜택”, “가족 간 데이터 공유”임 (표 1에서 음영 및 굵은 글씨 표시)

2 컨조인트 실험을 통한 부가 혜택 가치 탐색

- 컨조인트 실험은 특정 재화나 서비스에 대한 속성을 설정하고 이를 바탕으로 가상의 선택지를 구성하여 응답자에게 제시한 뒤, 응답자가 선택한 결과를 바탕으로 속성들에 대한 응답자의 선호를 추정하는 방법임
- 본 연구에서는 이동통신 요금제에서의 부가 혜택 가치를 탐색하기 위해, 완전 데이터

무제한 요금제에서 제공하는 부가 혜택들을 바탕으로 가상의 요금제 선택 상황을 구성하여 응답자가 어떠한 부가 혜택들을 중요하게 고려하는지 알아보고자 하였음

- 완전 데이터 무제한 요금제와 같은 프리미엄 요금제에서는 일반적인 요금제 대비 복수의 부가 혜택들이 일괄적으로 제공되는 것이 일반적이며, 이용자들이 개별적으로 특정 조합을 선택하는 방식은 아님
- 하지만, 본 연구에서는 이러한 부가 혜택들 중에서 어떠한 속성을 더 선호하는지 파악하기 위해 가상의 부가 혜택 조합들을 구성하여 응답자에게 제시하는 방향으로 설문을 설계하였음
- 이러한 배경에서, 데이터 완전 무제한 이동통신서비스 요금제를 기준으로 대표적인 부가 혜택들과 데이터 제공량, 월 요금을 속성으로 선택지를 구성하여, 이용자들의 요금제 선택에 대한 진술선호(stated preference) 데이터를 수집했음
- 속성의 선택은 pilot test를 통해 실제 응답자들 다수가 인지하고 있거나 사용하고 있는 부가 혜택들을 중심으로 설정하였으며, 월 요금의 경우에도 pilot test에서 응답자들이 현재 사용하고 있는 요금제 가격을 기준으로 수준을 설정하였음 (표 2)

표 2 컨조인트 실험을 위한 이동통신서비스 요금제 속성 및 속성 수준 정의

속성	설명	속성 수준	
		단계	단계 수준
OTT 미디어 구독 할인	OTT 미디어 구독 결합 할인을 제공해주는 혜택*	3단계	0원(없음) 7,000원 상당 13,500원 상당
음악 스트리밍 서비스 구독 할인	현재 통신사에서 제공하는 음악 스트리밍 서비스 구독 할인 혜택	2단계	없음(0) 있음(1)
멤버십 혜택	제휴사 할인 및 이커머스 플랫폼 할인 혜택 등 통신사 멤버십 혜택	2단계	기본(0) VIP(1)**
가족 간 데이터 공유	데이터 제공량 안에서 같은 통신사를 쓰는 가족끼리 데이터를 공유할 수 있도록 하는 혜택	2단계	없음(0) 있음(1)
데이터 제공량	요금제에서 제공하는 데이터량	2단계	150GB+QoS(0)*** 완전 무제한(1)
월 요금	한 달에 지불하는 이동통신서비스 요금 금액	3단계	6만원, 8만원, 10만원

* 넷플릭스 및 유튜브 프리미엄 요금제 금액을 기준으로 속성 수준을 정의하였음

** VIP 멤버십 혜택은 기본 멤버십 혜택 대비 제휴사의 폭이 넓고 할인의 정도가 큼

*** QoS는 데이터 제공량 소진 후 일정 수준의 속도(보통 2~5Mbps)로 데이터를 무제한 제공하는 것을 의미

- 데이터 완전 무제한 요금제의 핵심 속성인 속도 제한 없는 데이터 완전 무제한에

대한 선호를 부가 혜택에 대한 중요도를 추정하기 위한 비교 기준으로 고려하였음

- 본 연구에서는 부가 혜택들에 이용자들이 인지하는 가치의 상대적 비교 기준으로 삼기 위해 데이터 제공량을 별도 속성으로 구성하고 속성 수준을 대용량에 해당하는 150GB+QoS²⁾와 속도 제한 없는 완전 무제한 데이터로 설정하였음
- 이를 바탕으로, 데이터 제공량 속성에 대해 이용자들이 인지하는 가치를 다른 부가 혜택들에 대한 가치와 비교함으로써 부가 혜택들에 대한 이용자들의 상대적 가치를 추정하고자 하였음
- 설정한 속성과 속성 수준에 따라, 직교계획을 통해 36개의 선택지를 구성하였고, 이를 응답자들에게 3개씩 12번 제시하여 매번 3개의 선택지 중 하나를 선택하도록 하여 총 12번의 응답을 받았음
- 속성 수준의 조합을 모두 반영한 선택지를 제시하기 위해서는 많은 수의 선택지를 구성해야 하지만, 이를 응답자들에게 모두 제시하는 것은 현실적으로 어렵기 때문에 이를 효율적으로 제시하기 위해 직교계획을 통해 선택지 개수를 36개로 구성하였음
- ※ 부분요인설계를 통해 응답자의 피로도를 줄이는 동시에, 직교설계를 통해 속성 간 상관관계가 최소화 되도록 구성하여 개별 속성이 상호 연관되어 선택에 미치는 영향을 피하고자 하였음
- 실제 응답자들에게 제시된 선택지는 아래 표 3과 같으며, 이러한 선택지 세트가 개별 응답자에게 총 12번 제시되었음

표 3 컨조인트 실험 선택지 세트 예시

속성	선택지 1	선택지 2	선택지 3
OTT 미디어 구독 할인	없음	7,000원 상당 (넷플릭스 광고형 요금제 수준)	13,500원 상당 (넷플릭스 스탠다드 / 유튜브 프리미엄 요금제 수준)
음악 스트리밍	있음	없음	있음
멤버십 혜택	기본	VIP	VIP
가족 간 데이터 공유	있음	없음	있음
데이터 제공량	완전 무제한	150GB+QoS	150GB+QoS
월 요금	60,000원	80,000원	100,000원
선택	()	()	()

- 컨조인트 실험을 통해 얻은 선택 데이터를 바탕으로 conditional logit 회귀분석을 수행하여 이동통신서비스 요금제 선택 시 각 속성에 대한 잠재 선호도를 추정하였음

2) 완전 데이터 무제한 요금제의 핵심 속성인 속도 제한 없는 데이터 무제한에 대한 선호를 추정하기 위해, 속도 제한이 있지만 충분한 데이터 제공량을 제공하는 150GB+QoS를 기준으로 설정하였음. 완전 무제한 요금제 아래 단계 요금제들의 데이터 제공량이 일반적으로 100 ~ 200GB 내외라는 점도 고려하였음.

- conditional logit 회귀분석을 통해 각 속성의 baseline³⁾이 되는 조건을 기준으로 각각의 부가 혜택들이 요금제 선택에 어떠한 영향을 미치는지를 확인할 수 있음
- 추가적으로, 부가 혜택 관련 사용 경험이 부가 혜택에 대한 가치 인식에 어떠한 영향을 미치는지 그룹 간 비교를 통해 확인하고자 하였음
- 부가 혜택 또는 이와 관련한 서비스를 실제로 자주 사용하며 이에 대한 편익을 충분히 인지하고 있는 응답자와 그렇지 않은 응답자 간에는 부가 혜택에 대한 가치 인식 차이가 존재할 수 있다고 보았음
- 이에 따라, OTT 유료 구독 금액 및 부가 혜택 사용 빈도를 기준으로 이용자 그룹을 나누어 그룹 간 비교를 수행하였음

3 설문조사를 통한 데이터 수집

- 이동통신서비스 요금제에서 OTT 구독 결합을 포함한 부가 혜택에 대한 이용자 인식을 조사하기 위해 6만원 이상의 고가 요금제를 사용 중인 500명의 소비자들을 대상으로 설문조사를 시행하였음 (2025년 7월)
- 설문조사 대상자를 6만원 이상 고가의 이동통신서비스 요금제를 사용 중인 소비자로 한정하는 이유는 다음과 같음
- 먼저, 일반적으로 완전 데이터 무제한 요금제에서 제공하는 부가 혜택들에 대해 실제 이용 경험이 있거나 최소한 인지하고 있어야 분석 목적을 고려했을 때 의미가 있다고 보았음
- 다음으로, 완전 데이터 무제한 요금제에 대한 수요가 실제 존재할 수 있는 소비자들을 중심으로 응답을 받는 것이 분석 목적을 고려했을 때 의미가 있다고 판단했음
- 표본의 성별, 나이, 주거지역은 우리나라 평균치에 기반하여 비율을 조정하였음

3) 150GB+QoS, 기본 멤버십 혜택만을 제공하며 그 외 부가 혜택들은 없는 이동통신 요금제

Ⅲ 분석 결과 및 해석

1 설문조사 응답자 기초통계량

- 이동통신서비스 요금제의 부가 혜택에 대한 인식을 조사하기 위해 진행된 설문조사 응답자들의 기초통계량을 정리하면 아래 표 4와 같음
 - 월평균 가구 소득과 사용 요금제의 경우에는 응답자 편의를 위해 설문조사에서는 구간으로 응답을 받았고, 기초통계량 정리 시에는 해당 구간의 중간값을 적용하였음 (예를 들어, 월평균 가구 소득을 500-600만원 미만으로 선택한 응답자의 가구 소득은 550만원이라고 보았음)

표 4 설문조사 응답자 기초통계량 (n=500)

	평균	표준편차	최소값	최대값
성별 (남=1)	0.5	0.5	0	1
나이	44.67	11.83	20	69
월평균 가구 소득(만원)	581.8	267.94	50	1,050
사용 요금제(원)	81,531	19,958	60,000	180,000

		응답자 수	비율
통신사	SKT	235	47.0%
	KT	162	32.4%
	LGU+	103	20.6%
결합할인	유	406	81.2%
	무	94	18.8%
실제 데이터 사용량	5GB 미만	17	3.4%
	5-10GB 미만	62	12.4%
	10-20GB 미만	68	13.6%
	20-30GB 미만	52	10.4%
	30-50GB 미만	82	16.4%
	50-100GB 미만	111	22.2%
	100-150GB 미만	58	11.6%
	150GB 이상	50	10.0%

2 컨조인트 실험 분석 결과

- 컨조인트 실험을 통해 얻은 선택 데이터를 바탕으로 conditional logit 회귀분석을 수행한 결과, 응답자들은 데이터 무제한 속성만큼 부가 혜택들을 중요하게 인지하고 있는 것으로 나타났음
- conditional logit 회귀분석을 통해 얻은 값을 바탕으로 계산한 속성 변화에 따른 지불의사 금액(marginal willingness to pay)을 살펴보면 표 5, 6과 같이 전체 응답자들은 부가 혜택들에 대해 각각 약 3,000 ~ 4,000원 정도의 편익을 느끼는 것으로 나타났음

표 5 conditional logit 회귀분석 결과 (전체 응답자 기준)

변수(속성)	계수*	상대적 중요도(%)	지불의사금액
OTT 미디어 구독 할인	0.021	7.1	4,109원
음악 스트리밍 구독 할인	0.244	6.0	3,484원
멤버십 혜택	0.211	5.2	3,005원
가족 간 데이터 공유	0.299	7.3	4,259원
데이터 제공량	0.222	5.5	3,172원
월 요금	-0.701	68.9	-

* 속성별 계수는 모두 1% 수준에서 통계적으로 유의함

표 6 선택 기반 컨조인트 결과를 통해 추정한 이용자 그룹별 지불의사금액

속성	전체	OTT 유료 구독		부가 혜택 사용 경험	
		상위 50%	하위 50%	있음 (373명)	없음 (127명)
OTT 미디어 구독 할인 (프리미엄)	4,109원	8,233원	973원	5,646원	-261원*
음악 스트리밍 구독 할인	3,484원	3,873원	3,217원	4,016원	2,199원
기본 대비 MP 멤버십 혜택	3,005원	4,689원	1,718원	4,189원	-117원*
가족 간 데이터 공유	4,259원	3,989원	4,514원	5,349원	1,427원
150GB+QoS 대비 데이터 완전 무제한	3,172원	3,869원	2,676원	3,155원	3,402원

* 지불의사금액이 (-)로 나타난 것은 해당 속성에 대해 지불의사가 없는 것이라고 해석할 수 있음

- 전체 응답자 기준, 150GB+QoS 대비 속도 제한 없는 데이터 무제한에 대한 평균 지불의사 금액이 3,172원이라는 점을 고려하면, 여러 부가 혜택들의 효용이 데이터 무제한에 준하는 수준으로 고려되고 있다고 해석할 수 있음

- 부가 혜택의 성격에 따라 구분해보면⁴⁾, 문화·소비 등 비통신 부가 혜택들에 대해서도 가족 간 데이터 공유나 데이터 무제한과 같은 데이터 관련 속성들과 비슷한 수준의 가치로 인식하고 있음을 확인하였음
- 이러한 이동통신서비스 요금제에 대한 응답자 인식은 데이터 제공량 속성과 그 외 부가 혜택들의 속성에 대한 상대적 중요도가 비슷하다는 것을 통해서도 확인할 수 있음
- 다만, 각 부가 혜택들이 지니는 잠재적인 경제적 가치⁵⁾와 이용자들이 느끼는 편익 간 차이가 존재하는데, 이는 이용자들이 이동통신요금제에서 제공하는 부가 혜택의 가치를 명확하게 구분하는데 어려움을 겪고 있음을 시사함
- OTT 유료 구독 금액 수준과 부가 혜택 사용 빈도에 따라 부가 혜택에 대한 지불의사금액이 높아지는 경향을 확인하였는데, 이는 특정 소비자들에게는 통신서비스 요금제의 가치가 통신서비스 영역에 국한되지 않을 수 있음을 시사함
 - OTT 유료 구독 금액대에 따라 두 그룹으로 나누어 분석한 결과, OTT 구독 금액대가 높은 그룹의 OTT 미디어 구독 할인 혜택에 대한 지불의사금액이 높은 것으로 나타났음 (표 6, OTT 유료 구독 상위 50% 그룹)
 - 또한, 부가 혜택을 주기적으로 활용한다고 응답한 그룹의 경우에는 전반적으로 부가 혜택에 대한 지불의사금액이 전체 응답자 그룹보다 높게 나타났음 (표 6, 부가 혜택 사용 경험 有 그룹)
 - 이러한 경향성은 부가 혜택의 경험재적 성격⁶⁾에 기인한다고 해석할 수 있는데, 관련 부가 혜택에 대해 정보와 경험이 많아질수록 소비자가 체감하는 편익이 커지고, 이러한 체감 편익 변화는 요금제 가치 인식에도 영향을 미칠 것으로 예상됨
 - 정리하면, 이용자들은 개인의 경험 등에 따라 부가 혜택들에 대해 서로 다르게 편익을 체감하고 있고, 이동통신사업자는 프리미엄 요금제에서 다양한 부가 혜택들을 함께 제공함으로써 이용자들이 자신이 선호하는 혜택을 얻기 위해 프리미엄 요금제를 선택할 수 있는 유인을 제공한다고 해석할 수 있음
 - ※ 실제 이동통신 3사는 다양한 부가 혜택들을 포함한 프리미엄 요금제(데이터 완전 무제한 요금제)와 부가 혜택들이 상대적으로 적은 무약정 요금제(데이터 완전 무제한 포함)를 함께 제공하고 있어, 프리미엄 요금제를 통해 부가 혜택들을 선호하는 이용자를 유인하고 있다고 해석할 수 있음
 - 이는 소비자들마다 개별적인 인식에 따라 프리미엄 요금제가 제공하는 가치의 성격이 달라질 수 있음을 의미하며, 특정 소비자들에게는 이동통신서비스 요금제의 가치가 통신서비스 영역에 국한되지 않는 것으로 인식될 수 있음을 시사함
- 또한, 본 연구에서 설정한 부가 혜택 5개에 대한 지불의사금액 총합은 평균 약 2만원 정도로 추정되었는데, 이는 부가 혜택들이 이용자들에게 유의미한 편익을 제공함으로써

4) OTT 미디어 구독 할인, 음악 스트리밍 구독 할인, 멤버십 혜택들은 문화, 소비 관련 비통신 부가 혜택으로, 가족 간 데이터 공유와 데이터 무제한은 통신 관련 혜택이라고 구분할 수 있음

5) 예를 들어, 멤버십 혜택을 통해 기대할 수 있는 월별 할인 금액의 총합을 멤버십 혜택이 지니는 잠재적인 경제적 가치라고 말할 수 있음

6) 제품이나 서비스를 소비자가 직접 경험해봐야만 그 진정한 가치나 속성을 알 수 있는 특성을 의미



프리미엄 요금제 선택에 영향을 미친다고 해석할 수 있음

- 본 연구에서 설정한 데이터 완전 무제한 이동통신 요금제에 대한 5개 부가 혜택의 총합은 전체 응답자 기준 18,029원, OTT 구독료 상위 50% 응답자 기준 24,653원, 부가 혜택 사용 경험 有 응답자 기준 22,255원으로 추정되었음
- 앞에서 언급한 것처럼 부가 혜택에 대해 소비자가 체감하는 편익이 관련 경험에 따라 달라질 수 있다는 점과 본 연구에서 반영하지 못한 부가 혜택들까지 고려한다면, 실제 프리미엄 요금제를 선택한 이용자들은 평균적으로 그 가치를 더 높게 받아들일 가능성이 존재함
- 일반적으로 데이터 완전 무제한 요금제와 그렇지 않은 요금제 간 금액 구분이 1~2만원 정도라는 점을 고려하면, 데이터 완전 무제한 요금제에서 제공하는 다양한 부가 혜택들은 이용자들이 해당 요금제를 선택하는데 영향을 미치는 중요한 요인 중 하나라고 해석할 수 있음

IV 결론

- 본 연구에서는 이용자들이 이동통신 요금제 선택 시 문화·소비와 관련된 부가 혜택들도 중요 요소로 고려하고 있음을 컨조인트 실험을 통해 실증적으로 확인하였으며, 이러한 경향은 특정 집단에서 더 강하게 나타날 수 있음을 확인하였음
 - OTT 서비스 등 부가 혜택들에 대해 대체로 3,000 ~ 4,000원 정도의 편익을 느끼고 있는 것으로 나타났으며, 부가 혜택을 활용하는 집단의 경우에는 부가 혜택에 대한 편익이 전체 집단보다 약 1,000원 정도 더 높게 나타나는 것을 확인하였음
- 이는 이동통신 요금제가 제공하는 가치가 연결성을 넘어 디지털 문화·소비에 대한 영역으로 점차 확장되고 있음을 시사함
 - 부가 혜택의 경험재적 특성을 고려하면, 부가 혜택과 관련한 경험이 늘어날수록 이러한 혜택을 활용하려는 소비자들이 늘어날 수 있기 때문에 부가 혜택을 위한 지출 경향이 강화될 것으로 전망됨
- 통신서비스 요금제가 여러 디지털 구독 서비스와 부가 혜택들을 포함하는 디지털 구독 플랫폼의 형태로 확장된다면, 요금 지출 증가도 예상되나, 소비자 후생 측면에서 다양한 부가 혜택으로 인한 소비자 편익 확대 측면도 기대할 수 있을 것임
- 이러한 양면적 특성을 고려할 때, 통신서비스 요금에 대한 관점의 변화가 필요할 수도 있음
 - 통신서비스를 포함하여 다양한 형태의 편익을 제공하는 요금제에 대한 지출을 통신서비스에 대한 지출 중심으로만 해석한다면, 소비지출에 대한 해석이 왜곡될 가능성도 존재
 - 통계청도 '25년부터 통신비를 정보통신비로 변경하고, 통신비와 함께 OTT 구독료, TV 시청료 등을 정보통신비로 분류하고 있는 등, 관점의 변화가 조금씩 이루어지고 있음
 - 다만, 아직까지는 통신요금제에 포함된 디지털 구독 서비스 관련 지출이 모두 통신비로 분류되는 구조로 현실과 괴리가 존재하는 상황임
- 디지털 전환 시대에 통신서비스 요금제를 통해 제공되는 가치의 영역이 확장되는 과정에서 나타나는 변화를 관련 정책에 어떻게 반영할지 고민이 필요한 시점임

참고문헌

국내자료

통신 3사(SK텔레콤, KT, LGU+) 홈페이지 요금제 설명 자료 참고

저자 소개

남상준 ETRI ICT전략연구소 기술정책연구본부 통신정책연구실 선임연구원
e-mail: sjnam@etri.re.kr Tel. 042-860-5209

유현수 ETRI ICT전략연구소 기술정책연구본부 통신정책연구실 박사후연수연구원
e-mail: hyunsooyoo@etri.re.kr Tel. 042-860-6481

변재호 ETRI ICT전략연구소 기술정책연구본부 통신정책연구실 연구전문위원
e-mail: jhbyun@etri.re.kr Tel. 042-860-5265

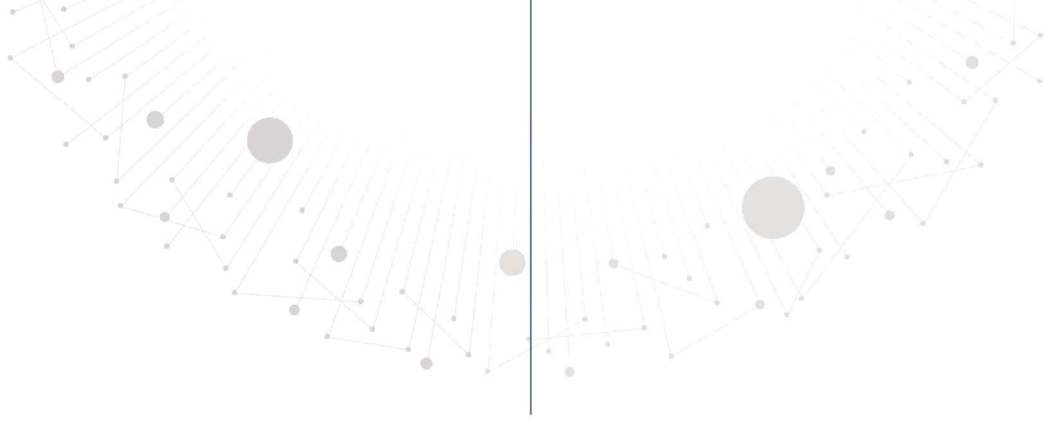
디지털 전환 시대, 통신 요금제 가치 탐색 이동통신 부가 혜택을 중심으로

발행인 한 성 수

발행처 한국전자통신연구원 ICT전략연구소

발행일 2025년 12월 15일





www.etri.re.kr

본 저작물은 공공누리 제4유형:

출처표시+상업적이용금지+변경금지 조건에 따라 이용할 수 있습니다.



ETRI Electronics and Telecommunications
Research Institute

34129 대전광역시 유성구 가정로 218
TEL.(042) 860-6114 FAX.(042) 860-6504

