

새정부에 바란다!

소비자선택권 강화를 위한 정책제안 세미나

3.28 (월) 오전 10시
산림비전센터 열림홀

사회

양준모
(컨슈머워치 대표)

발제

◇단통법 폐지:
신민수
(한양대 교수)

◇도서정가제 폐지:
곽은경
(컨슈머워치 사무총장)

◇복합쇼핑몰 및 대형
마트 규제 폐지:
김영갑
(한양사이버대 교수)

주최·주관

컨슈머 워치



<컨슈머워치 세미나>

새정부에 바란다!

소비자 선택권 강화를 위한 정책 제안

□ 세미나 개요

- 일 시: 2022년 3월 28일 (월) 오전 10시
- 장 소: 산림비전센터 열림홀
- 주 최: 컨슈머워치
- 사 회: 양준모 컨슈머워치 대표 / 연세대학교 경제대학원 교수

□ 프로그램

구 분	시 간	내 용
개 회	10:00-10:15	- 내빈 소개 및 개회 선언 : 양준모 컨슈머워치 대표
발제1	10:15-10:30	- 단통법 폐지: 신민수 한양대학교 교수 「단말기 유통법상 유통규제의 문제점과 개선방안」
발제2	10:30-10:45	- 도서정가제 폐지: 곽은경 컨슈머워치 사무총장 「소비자선택권 제한하는 도서정가제 폐지해야」
발제3	10:45-11:00	- 복합쇼핑몰 및 대형마트 규제 폐지: 김영갑 한양사이버대 교수 「복합쇼핑몰이 주변상권에 미치는 영향」
종합 정리 및 폐회	11:00-11:20	- 종합정리 및 폐회 : 양준모 컨슈머워치 대표

※ 상기 프로그램은 상황에 따라 변경될 수 있습니다.

단말기 유통법상 유통규제의 문제점과 개선 방안

신민수
한양대학교
minsooshin@hanyang.ac.kr

2022. 3. 28.

정부의 문제 제기와 제안

- 이동통신사가 단말기와 서비스를 묶어 일정기간 동안 서비스 사용을 계약하는 결합 판매 유통구조
- 단말기 유통구조(대리점 및 판매점 등)에 대한 소비자 불만
- 마케팅의 지렛대로서의 단말기 역할
- 이용자 간의 차별은 잘못된 경쟁이라는 시각과 경쟁 양상을 단말기 보조금 외의 영역으로 이전

→ 한정된 방식과 범위 내에서의 이용자 간 차별 허용

© 신민수, 한양대학교

몇 가지 고민 거리

© 신민수, 한양대학교

- 단말기 유통점: 2만 5,724개 (2018년 기준, 과기부 단말기 유통망 실태조사2019)
 - 이통사 중심 공급 채널, 제조사 직접 소매 채널, 제조사 직접 대리점 공급 채널

- 단말기 유통법에 의한 유통점 수의 변화는 크지 않음
 - 유통점 최초 영업 시작 시기는 2015년 이후가 35.7%로 가장 많았고, 2010~2014년이 30.8%임

- 유통점 유형별로 이통사 직영점이 위탁대리점·판매점에 비해 숫자는 적지만 월 평균 매출 등에 있어 규모 차이
 - 점포 임대료와 인건비 등 비용 지출 측면에서 규모 차이

- 유통 참여 사업자 간의 경쟁력 차이
 - 직영·위탁 대리점은 요금 수납, 고객 서비스 등 업무 대리하며, 요금 판매 수익
 - 판매점은 단말 판매와 판매 장려금 수익

- 중소기업 유통점의 애로와 대형 양판점과 온라인 판매 등에 대한 데이터는 보완이 필요한 상황

© 신민수, 한양대학교

- 단통법 제정의 이유 중 하나였던 과도한 마케팅 경쟁은 완화
 - 2001년 ~ 2013년 마케팅비의 연평균 증가율: 10.64%
 - 2015년 ~ 2019년 마케팅비의 연평균 증가율: -0.45%
 - 2015년 이후 이동통신 3사의 마케팅비 총액은 7조6천억원 ~ 7조9천억원대 유지

- 투자비 증대
 - 2001년 ~ 2013년 투자비의 연평균 증가율: 7.27%
 - 2015년 ~ 2019년 투자비의 연평균 증가율: 9.03%

- 선택약정할인 요금 감면 가입자의 증대
 - 2017년 12월 560여만명, 2018년말 2천77만여명, 2019년 8월 2천511만여명 (연합뉴스, 2019. 8. 25)
 - 제도 시행(14.10.1), 20% 상향(15.4.24), 25% 상향(17.9.15)

- 선택약정할인, 결합 할인, 카드 할인 등

© 신민수, 한양대학교

- **심결 내용을 통해본 위반 사례**

- '14년: 공시 지원금 초과 지급 1건
- '15년: 공시 지원금 초과 지급 1건, 중고폰 선보상 1건 등
- '16년: 과다 지원금 지급(부당 차별 지원금 지급) 1건
- '17년: 과다 지원금 지급(부당 차별 지원금 지급) 1건
- '18년: 과다 지원금 지급(부당 차별 지원금 지급) 2건 등
- '19년: 과다 지원금 지급(부당 차별 지원금 지급) 2건 등

- **가입자 확보 유인 존재**

- (과징금 규모 기반의 단순 비교에 한계가 있으나) 이동통신사의 위법 수준과 관련된 제재 수위 자체는 낮아지는 추세

© 신민수, 한양대학교

- **영업 이익률(연결 기준)**

- **ARPU**

- 14년 4분기 약 37,000원 → 15년 4Q 약 36,000원 → 16년 4Q 약 35,400원
→ 17년 4분기 약 34,500원 → 18년 4Q 약 31,400원 → 9년 4Q 약 31,000원

- **가입자 증가**

- 1998 ~ 2002 연평균 증가율: 18.26%
 - (1997. 10: PCS 3사 서비스 개시, 2002. 1: 3G 서비스 개시)
- 2003 ~ 2012 연평균 증가율: 4.79%
 - (2011. 7월 4G 서비스 개시, 2012년 8월 음성 LTE서비스 개시)
- 2013 ~ 2019 연평균 증가율: 3.36%
 - (2019년 4월 5G 서비스 개시)

- **번호이동 가입자**

- 2015년: 6,933,874, 2016년: 7,049,902, 2019년: 5,768,357

- 소비자에 대한 표면적 요금 부담 감소 및 단말기 가격 부담 감소 vs. 완전 경쟁에 가까운 가격 구조 형성을 위한 가격 혹은 요금 인하가 중요
- 소비자의 저렴한 요금 선택 가능 vs. 단말기 가격이 낮아졌다는 실증 자료가 없음
- 단통법에 의한 통신비 절감 정책 효과 vs. 이중 마진 방지로 인한 판매 가격 하락 유도 가능 (이용자 가격 차별로 인한 소비자 상호 보조 발생)
- 단통법의 목표 범위: 단말기 가격 인하, 통신서비스 요금 인하, 가계 통신비 절감,
- 단말기와 서비스 결합구조의 분리를 통한 시장의 투명성 강화를 위한 완전자급제 vs. 서비스시장과 단말시장의 구조 가정에 따른 효과에 대한 이견
- 투명한 비용 정보 제공을 위한 분리공시제 vs. 정부의 요금 결정 개입으로 인한 경쟁 왜곡 가능성
- 소위 '흔탁한 양상' 이 지속적 가격 경쟁의 결과 vs. 간헐적 국지적 경쟁의 결과

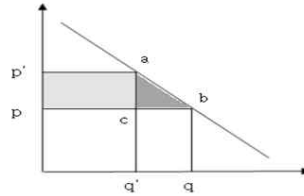
© 신민수, 한양대학교

개선을 위한 고려 사항

© 신민수, 한양대학교

- 단말기 유통법이 의도한 바대로 시장이 작동하여, 소비자의 단말기 구매 가격 등이 인하 되었다면

➤ 단순 수요 곡선



➤ 단말기 수요 함수를 통한 소비자 효용 추정

$$U_{ij} = \alpha_j \beta - \alpha_i P_j + \xi_j + \epsilon_j = \delta_j + \epsilon_j$$

α_j

- 소비자 후생 증가: 가격할인에 따른 소비자 i 후생의 증가분 추정. 즉, 가격이 p'에서 p로 하락하였을 경우의 소비자 후생의 변동

$$CV = \frac{\ln \left[\sum_{j=1}^n \exp(\delta_j(p)) \right] - \ln \left[\sum_{j=1}^n \exp(\delta_j(p')) \right]}{\alpha}$$

- 문제는 이 부분에 쟁점이 있다는 것임 → 폐지 혹은 점진적 개선과 그 다음 단계에 대한 고려

© 신민수, 한양대학교

지원금의 확대 및 차별화

- 공시 지원금의 차별 강화

- + 사업자 간 경쟁 강도를 높일 수 있음
- 단말기 유통법 제정 취지와 부합되지 않음
- 합리적 차별 기준의 모호함
- 한계(marginal) 소비자에 집중된 우대 가능성
- △ 이용자 차별 확대가 가져올 후생 증대/감소에 대한 평가 필요

- 추가 지원금 확대

- + 사업자 간 경쟁 강도를 높일 수 있음
- 정보 비대칭에 따른 이용자간 차별 심화
- 현재 대리점과 판매점의 주요 수익원으로 볼 때 유통망 양극화 가능
- △ 이용자 차별 확대에 따른 후생 증대/감소 평가와 유통망을 통한 포획 가능성에 대한 평가 필요

© 신민수, 한양대학교

지원금의 확대 및 차별화

- 공시 지원금의 차별 강화
 - + 사업자 간 경쟁 강도를 높일 수 있음
 - 단말기 유통법 제정 취지와 부합되지 않음
 - 합리적 차별 기준의 모호함
 - 한계(marginal) 소비자에 집중된 우대 가능성
 - △ 이용자 차별 확대가 가져올 후생 증대/감소에 대한 평가 필요

- 추가 지원금 확대
 - + 사업자 간 경쟁 강도를 높일 수 있음
 - 정보 비대칭에 따른 이용자간 차별 심화
 - 현재 대리점과 판매점의 주요 수익원으로 볼 때 유통망 양극화 가능
 - △ 이용자 차별 확대에 따른 후생 증대/감소 평가와 유통망을 통한 포획 가능성에 대한 평가 필요

© 신민수, 한양대학교

장려금 규제

- 유통망에 대한 장려금 규제
 - + 합리적인 규제가 이루어질 경우 이용자 차별 완화 및 공정한 유통 질서 수립 가능
 - 이용자에 대한 지원금과 장려금 간의 연계 산식 모호(차별적 지원금+ α)
 - 유통 채널 별 차등 기준이 모호하여 규제의 작동 가능성에 대한 의문
 - 유통망에서의 경쟁 약화 가능성
 - △ 초과지원금 유도 방지 등에 관련된 장려금 가이드 등과의 연동 시 효과에 대한 평가 필요

- 분리 공시제
 - + 장려금의 구분에 따른 보조금의 투명성 강화와 소비자 선택권 보장 강화
 - 이중 마진 발생 가능
 - 제조사와 이통산 간 협상력 재배분에 머물 가능성이 있음
 - △ 출고가와 제조사 지원금, 이통사 지원금이 유통 과정에 미치는 영향력(활용 방법 과 배분 비율 등)에 대한 평가 필요

© 신민수, 한양대학교

위약금 제도

- 위약금 산정 방식의 변경
 - + 소비자 선택권 강화 (가입 유지 기간 단축 혹은 가입 기간과 비례/반비례/혼합하여 감액 등의 경우)
 - 비정상적인 이용자가 발생할 경우 비용 증가
산정 방식에 따라 약정 제도의 장점 약화 가능
- △ 폰테크 및 사기 판매 등에 대한 실태 조사와 정상적인 서비스 이용 기간 및 약정 제도에 따른 소비자 혜택에 대한 평가 필요

© 신민수, 한양대학교

완전자급제도 도입

- 소비자가 단말기를 독자적으로 구입한 뒤 이동사로부터 서비스로 별도로 구매
- +
 - 투명한 단말 유통 구조 정착 가능
 - 이동사의 단말기 보조금 경쟁 차단
 - 외산 단말기와 저렴한 단말기 보급 확산
- - 중복적 상품 차별화 등에 따른 소비자 효용 증대 불확실
 - 현재 유통망의 급격한 변화와 대형유통점 중심의 재편 등에 따른 시장 충격 발생
 - 국내 단말기 제조사의 규모의 경제 약화 가능성
 - 선택적 요금 할인(단말기 보조금에 상응하는 수준)에 대한 근거 상실
 - 단말기 보조금 경쟁의 차단을 통한 품질 및 요금 경쟁 전환 연계성 모호와 경쟁 약화 가능성

© 신민수, 한양대학교

단통법의 효과 제고를 위한 고려 사항

© 신민수, 한양대학교

단통법의 궁극적 효과 제고를 위한 고려 사항

- 경쟁을 억제하는 규제와 감시의 부작용
- 경쟁 수단에 대한 투명성 강화는 경쟁 사업자간 동조적 행위 유발하고, 결국 경쟁 수단 특히 가격일 경우 가격 경쟁 유인 감소 가능
- 소비자의 선호도 변화에 부합되는지에 대한 검토
- 경쟁의 감소와 연결된 요금 규제에 의한 부작용
- 정책 목표의 세밀화/명확화와 영향의 범위에 대한 검토
- ICT 생태계의 역동성 유지 및 강화
 - 신규 단말 수요 증대와 콘텐츠 및 인터넷 서비스 확산 등 신규 수요의 창출 및 성장을 통해 시장의 규모를 확대함으로써 줄어드는 파이의 몫에 집중하는 부작용 해결도 검토 필요

© 신민수, 한양대학교

1 세미나 자료 1

소비자선택권 제한하는
도서정가제 폐지해야

발제

곽은경
컨슈머워치 사무총장

소비자 선택권 제한하는 도서정가제 폐지해야

곽은경 컨슈머워치 사무총장

도서정가제란 출판사에서 내놓은 정가대로 책을 팔도록 정부가 강제한 제도로서, 2003년 2월부터 출판 및 인쇄진흥법에 따라 시행되었으며, 특히 지난 2014년 11월 모든 도서를 종류에 관계없이 정가의 최대 15% 안에서만 할인이 가능하도록 개정되어 시행되어왔다.

도서정가제는 도서를 구입할 소비자에 대한 고려가 빠져 실패한 정책이다. 정부는 문화상품과 출판 생태계를 보호할 목적으로 도서정가제를 시행했지만 이것은 공급자의 입장만 고려한 것이다. 정부가 정책적으로 출판사와 서점의 가격 담합을 허용해준 셈이다. 소비자는 읽고 싶은 책을 가격비교를 통해 보다 저렴하게 구매하여 읽을 권리가 있는데, 선택할 권리를 보호받지 못했다.

도서정가제 이후 도서가격 상승률 더 높아져

도서정가제 실시 이후부터 2021년 현재까지 도서가격은 14,929원에서 17,116원으로 상승했다. 평균 상승률은 1.5%로 이는 같은 기간 물가상승률 1.2%를 웃도는 수치다. 반면 도서정가제 이전인 1995년~2004년의 평균 도서가격 상승률은 2.9%였고, 당시 물가 상승률은 3.8% 수준이었다. 도서정가제 전후를 비교해 보면, 제도시행 이후 도서가격 상승폭이 높아졌다는 것을 알 수 있다.

<표 1> 도서정가제 이후 도서가격 변화 추이

(단위: 원, %)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	평균
평균 가격	14,929	17,007	16,091	16,347	16,486	16,420	17,116	16,342
도서가격 상승률	-4.5	13.9	-5.4	1.6	0.9	-0.4	4.2	1.5
물가 상승률	0.7	1	1.9	1.5	0.4	0.5	2.5	1.2

* 자료: 대한출판문화협회, 통계청

<표2> 도서정가제 이전 도서가격 변화 추이

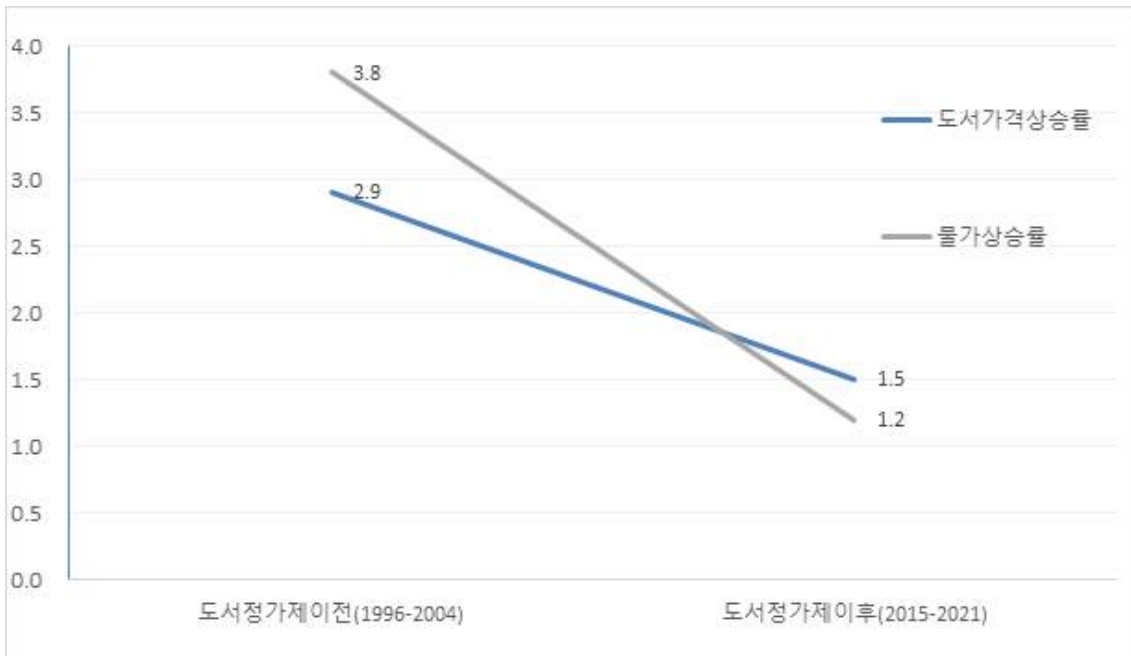
(단위: 원, %)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	평균
평균 가격	9,087	9,607	9,910	9,610	10,268	10,351	11,959	10,975	10,777	10,283
도서가격 상승률	7.0	5.7	3.2	-3.0	6.8	0.8	15.5	-8.2	-1.8	2.9
물가 상승률	4.9	4.4	7.5	0.8	2.3	4.1	2.8	3.5	3.6	3.8

* 자료: 대한출판문화협회, 통계청

<그림 1> 도서정가제 전후 도서가격 비교

(단위: %)



‘책통법’, 외면하는 소비자, 위축되는 시장

이전보다 높아진 부담스러운 가격으로 인해 도서 구입비를 줄이고 도서정가제 적용을 받지 않는 중고거래를 늘렸다. 국민청원에서는 도서정가제를 폐지하자는 동의가 20만 명이 넘기도 하였다.

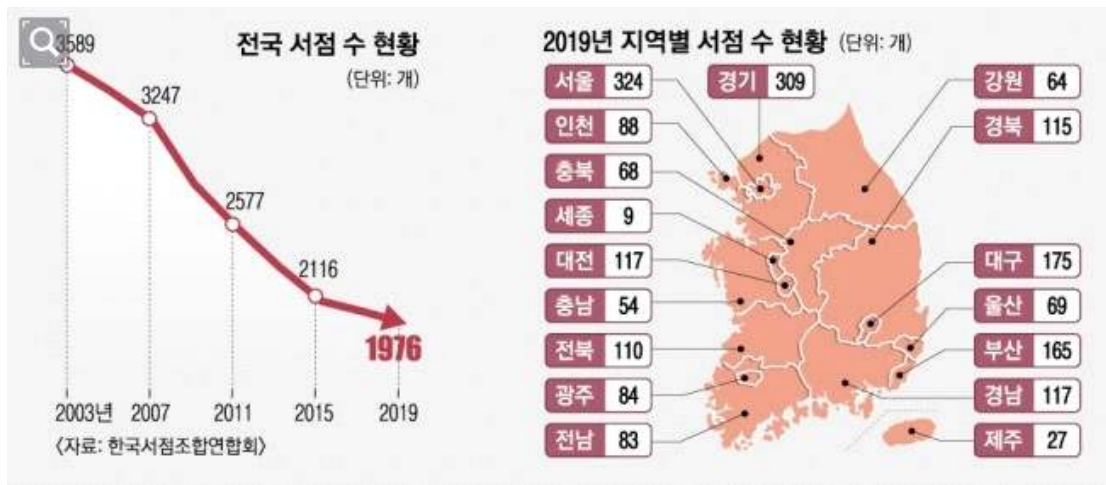
도서정가제로 출판사, 서점의 상황도 나빠졌다. 대한출판문화협회가 매년 발간하는 출판 시장 통계보고서에 따르면, 2014년 86개의 출판사가 5조 5,010억 원의 매출액을 기록했으나 제도 시행 직후인 2015년에는 73개, 5조 2,184억 원, 가장 최근 자료인 2020년

통계를 보면 78개 출판사가 약 4조 8,080억 원의 매출을 달성해 전체 시장 규모가 큰 폭으로 줄었다는 것을 알 수 있다.

정부는 도서정가제가 대형 출판사뿐 아니라 소형출판사의 활발한 출판 활성화로 경영이 더 개선될 것이라고 기대했으나, 출판초기 가격할인행사나 사은품 행사 등으로 소비자의 관심을 끄는 마케팅을 하기 어렵다 보니, 오히려 소형출판사들의 판매 부진으로 이어졌다.

도서유통시장의 상황도 비슷하다. 전국 서점조합연합회의 자료를 보면 2011년 2,577개였던 전국 서점의 숫자는 2019년 기준 1,976개로 계속 해서 줄고 있는 추세다.

<그림 2> 전국 서점 수 현황



*자료: 서울신문

도서출판 시장에도 소비자 중심 정책 필요해

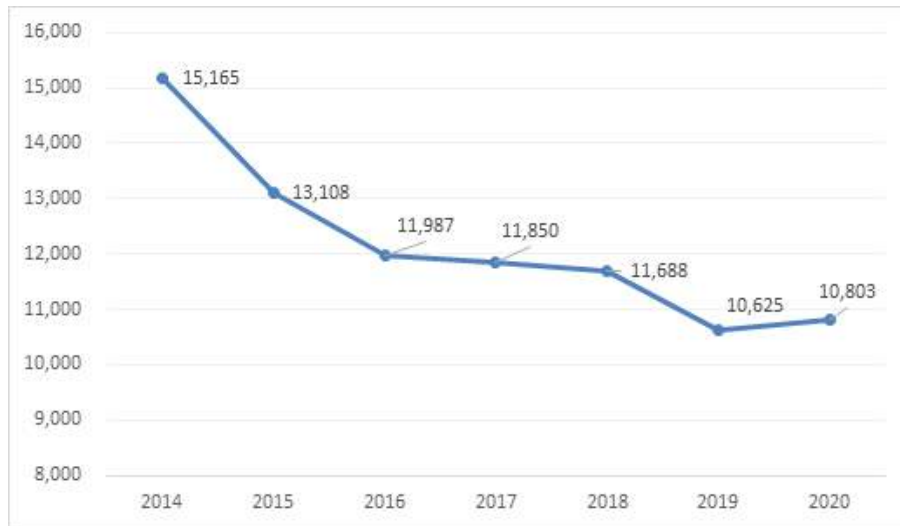
도서정가제는 도서시장에 대한 잘못된 이해로 시작되었기 때문에 실패할 수밖에 없다. 대형출판사 때문에 소형출판사가 어렵고, 대형서점, 온라인 서점 때문에 동네서점, 골목상권이 위축된다는 전제하에 설계된 제도다. 출판시장, 도서유통시장 내에서의 경쟁만 고려한 결과다.

소비자들이 더 이상 책을 사보지 않는다. 소비자가 줄고 있는 시장이라는 의미이다. 가구당 월평균 도서구입비를 보면 2014년 1만 5,165원이었으나, 2020년에는 1만 808원으로 큰폭 하락했다. 독서 외에도 여러 가지 즐길거리가 생겼기 때문에 소비자들이 책을 사보는 횟수도, 비용도 줄어들고 있는 것이다.

가구당 문화지출오락비 통계를 봐도 마찬가지로 결과다. 문화오락비가 가계 소비지출에서 차지하는 절대금액과 비중은 점차 늘고 있다. 2010년 가구당 문화오락비는 11만 427원이었고, 전체 가계지출에서 차지하는 비중은 4.3%였다. 도서정가제 시행 이후인 2017년에는 17만 4,693원을 기록해 큰폭으로 증가했으나, 도서지출 구입비의 경우 2만 1,902원에서 11,850원으로 크게 줄었다.

<그림 2> 가구당 월평균 도서구입비 추이

(단위: 원)



* 자료: 대한출판문화협회

<표 3> 가구당 문화오락 지출

(단위: 원, %)

연도	문화오락비	문화오락비 비중	월평균 서적구입비
2010	110,427	4.3	21,902
2011	113,174	4.1	19,893
2012	118,631	4.2	17,768
2013	121,720	4.3	16,878
2014	126,351	4.4	15,165
2015	128,260	4.4	13,108
2016	129,494	4.5	11,987
2017	174,693	5.3	11,850
2018	191,772	5.8	11,688
2019	180,301	5.4	10,625
2020	139,539	4.3	10,803

즉, 출판사와 서점의 경쟁상대는 경쟁 출판사, 경쟁 서점만이 아니었다. 넷플릭스, 게임, 유튜브, TV프로그램, 복합쇼핑몰 등등 소비자들의 여가시간을 차지하는 모든 것들이 경쟁 상대라고 봐야 한다. 그런 의미에서 도서가격을 상승시킨 '책통법' 도서정가제는 오히려 출판사, 서점의 경쟁력을 떨어뜨리는 결과만 초래했다고 볼 수 있다.

변화하는 소비자에 대한 고려를 하지 않고, 공급자인 출판사와 서점의 생존권만 고려한다면 계속해서 소비자의 외면을 받을 수밖에 없다. 출판사, 서점이 소비자들의 선택을 받기 위해서는 모든 문화오락 분야의 업체들과 경쟁한다는 각오로, 변화하는 시장에 생존하기 위한 새로운 방식을 찾아야 한다. 새 정부에서는 소비자의 선택권을 해치는 도서정가제 꼭 폐지되길 기대한다.

상권분석

복합쇼핑몰이 주변 상권에 미치는 영향



>>>

...

목차

Contents

01

커피전문점
매출에 미치는 영향

02

분식 전문점
매출에 미치는 영향

03 참조

한식전문점
매출에 미치는 영향

04

양식전문점
매출에 미치는 영향



판교 현대백화점

주변 소상공인 점포 매출액에 어떤 영향을 미쳤을까?

2015년 7월

2015년 12월

6개월 동안 반경 500미터 이내에 위치한 소상공인 외식업체 매출액 추이를 분석해 보았습니다.



어떻게 분석했나요?

복합쇼핑몰이 어떤 영향을 미치는지 검증



상권 구분

경기도
분당구
백현동
반경 500미터 상권



매출액 변화 측정

복합쇼핑몰
개점 시점부터
6개월 동안
매출액 변화를 측정

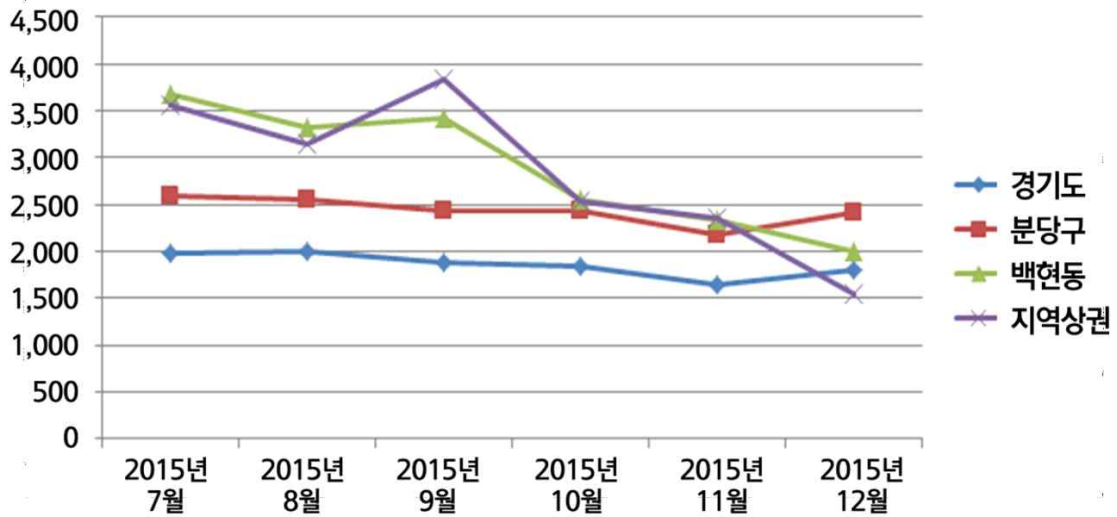


머천다이징 고려

복합쇼핑몰로 인해
혜택을 받는 업종
피해를 보는 업종
구분할 수 있는 기준

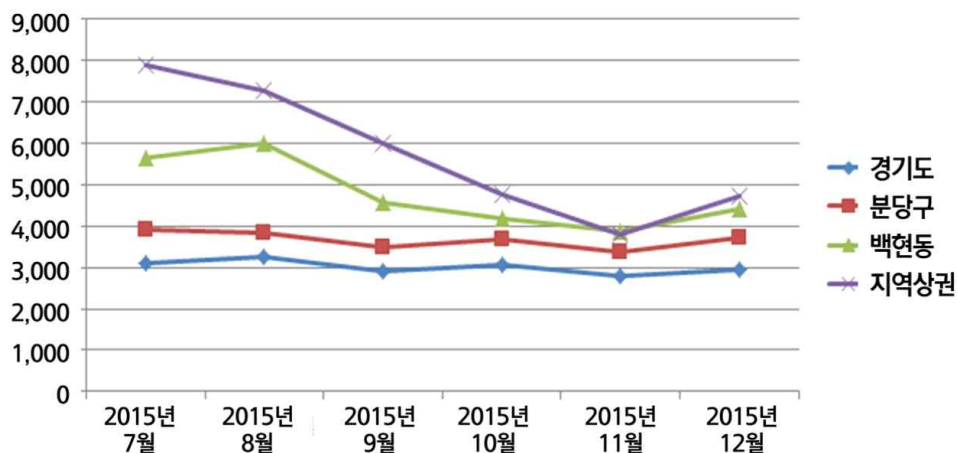
복합쇼핑몰(현대백화점 판교점)

01_주변 상권 커피점에 미친 영향



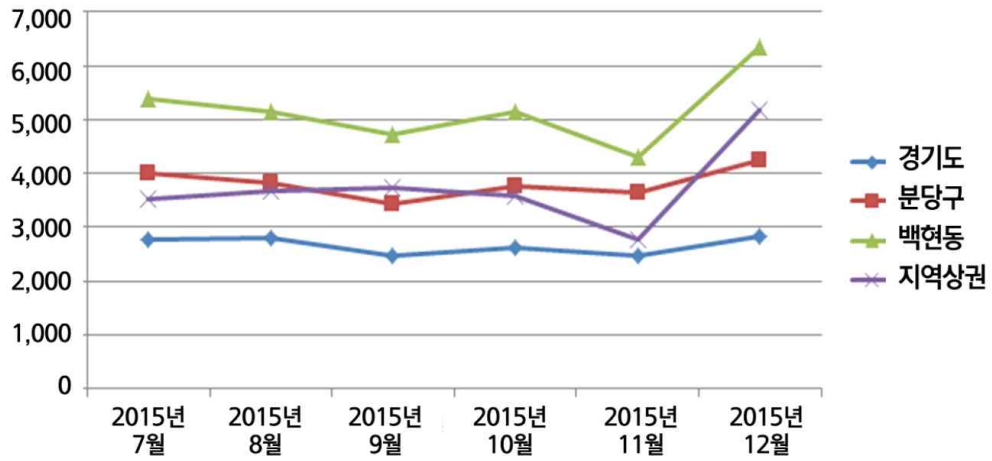
복합쇼핑몰(현대백화점 판교점)

02_주변 상권 분식점에 미친 영향



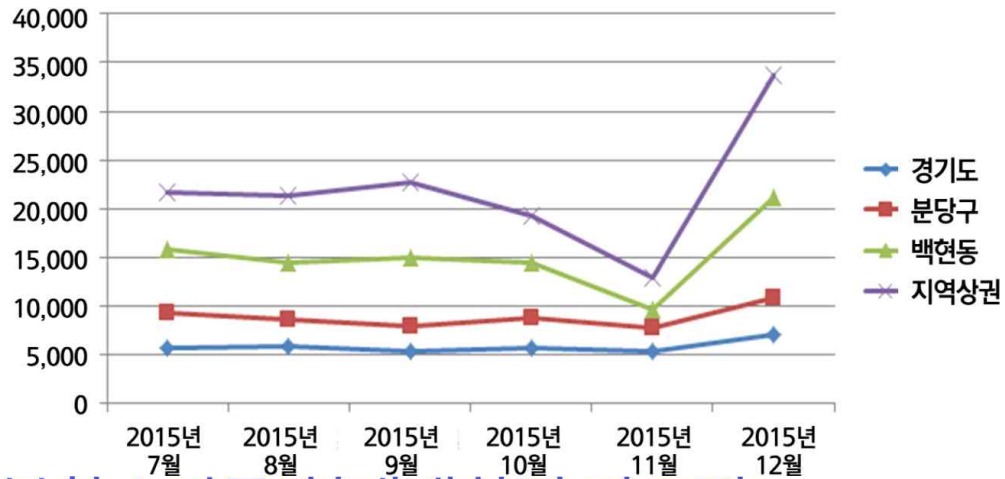
복합쇼핑몰(현대백화점 판교점)

03_주변 상권 한식점에 미친 영향



복합쇼핑몰(현대백화점 판교점)

04_주변 상권 양식점에 미친 영향



복합쇼핑몰(현대백화점 판교점)

05_업종별 특성

업종	주중(평일) 비율		주말 비율		주간(낮) 비율		야간 비율	
커피	63	고	37	저	83	고	17	저
분식	56	저	44	고	65	고	35	저
한식	64	고	36	저	40	저	60	고
양식	59	저	41	고	28	저	72	고
평균	60		40		54		46	

복합쇼핑몰(현대백화점 판교점)

06_주변 상권에 미친 영향 종합

