

# 호주의 이동시장 구조와 경쟁활성화 방안분석

조은진

한국전자통신연구원

## An Analysis on Mobile Market Structures and Implementations for Increasing Competition In Australia

Eun-jin Cho

ETRI

E-mail: ejcho@etri.re.kr

### 요 약

호주의 이동통신시장은 1999년~2000년 수입규모는 MM, LM, ML 서비스를 포함하여 약 \$50억에 달한다. 호주의 이동통신시장은 크게 도매시장, 소매시장, 상호접속시장으로 나뉘며, 도매시장에는 Telstra, Cable & Wireless Optus, Vodafone 3개의 사업자, 소매시장에는 도매사업자들, 재판매사업자, MVNO를 포함하여 9개 사업자가 경쟁하고 있다. 상호접속시장부문에는 1999년 7월 LM서비스 사전선택제가 도입이 되어 경쟁이 활발하게 진행되고 있다.

### I. 서 론

호주의 이동통신시장은 1999년~2000년 수입규모는 MM, LM, ML 서비스를 포함하여 약 \$50억에 달한다. 호주의 이동통신시장은 크게 도매시장, 소매시장, 상호접속시장으로 나뉘며, 도매시장에는 Telstra, Cable & Wireless Optus, Vodafone 3개의 사업자, 소매시장에는 도매사업자들, 재판매사업자, MVNO를 포함하여 9개 사업자가 경쟁하고 있다. 호주 이동통신시장은 다른 나라와 비교해 가입자 보급율에 비해 많은 사업자들이 경쟁하고 있다. 또한 상호접속시장부문에는 1999년 7월 LM서비스 사전선택제가 도입이 되어 경쟁이 활발하게 진행되고 있다. 본 원고에서는 3개 부문 이동통신시장의 경쟁구도 및 개방정책에 대해 살펴보고자 한다.

[표] 유선과 이동전화 시장(도매시장, 2001년 초 단위:%)

	Call origination	Call termination
<b>Fixed-to-fixed calls</b>		
Telstra	95	95
Cable & Wireless Optus	4	4
<b>Fixed-to-mobile calls<sup>1)</sup></b>		
Telstra	95	46
Cable & Wireless Optus	4	33
Vodafone	.	19
Others	.	2
<b>Mobile-to-fixed calls</b>		
Telstra	48	95
Cable & Wireless Optus	33	4
Vodafone	19	.
Others	2	.
<b>Mobile-to-mobile calls</b>		
Telstra	46	46
Cable & Wireless Optus	33	33
Vodafone	19	19
Others	2	2

<sup>1)</sup> For the fixed network, units are terminating shares of funds across lines, while for the mobile network the units are per-minute shares of subscribers. <sup>2)</sup> At the retail level, customers who provide a provider for fixed-to-fixed national long distance calls automatically have their fixed-to-mobile calls provided by the same provider. However, the alternate provision of call origination is the same as for fixed-to-fixed calls.

### II. 호주 이동시장 구조

호주의 이동시장수입규모는 1999-2000년에 MM, LM, ML를 포함하여 약 \$50억에 달한다. 호주의 이동 가입자 수에 비해 많은 사업자들이 시장에 참여하여 경쟁하고 있다.

Telstra는 유선과 이동전화 시장부분에서 가장 많은 점유율을 차지하고 있다.

호주의 이동시장은 크게 소매시장, 도매시장으로 나눌 수 있다. 이동시장은 기술관점에서 스펙트럼 자원 부족으로 인하여 신규사업자들이 이동시장 진입에 장애가 되고 있다. 스펙트럼 면허를 가진 제한된 사업자만이 도매서비스를 제공할 수 있기 때문에 시장을 도매와 소매 부문으로 분리시키는 것이 의미가 있다. 비록 소매시장에서 사업자들이 도매시장에 의존하더라도 기술적인 제약으로 인한 시장진입장벽을 해소할 수

있다.

[표] 도매시장 가입자 부문 시장점유율

[표] 호주 이동사업자현황

도매사업자	재판매사업자	MVNO
Telstra(GSM/CDMA)	RSL Com	Virgin
Cable & Wireless Optus(GSM)	New Tel	
Vodafone(GSM)	Hutchison	
One.Tel(CDMA)		
Hutchison(CDMA)		

Mobile carrier	Subscribers			Market share		
	Sept 2000	Dec 2000	March 2001	Sept 2000	Dec 2000	March 2001
	'000	'000	'000	%	%	%
Telstra	4 482	4 728	5 058	47.8	45.9	45.5
Cable & Wireless Optus	3 085	3 423	3 682	32.9	33.3	33.1
Vodafone	1 734	1 964	2 110	18.5	19.1	19.0
One.Tel*	40	102	171	0.4	1.0	1.5
Hutchison (Orange)	39	75	102	0.4	0.7	0.9
Total	9 380	10 292	11 123	100.0	100.0	100.0

\* Placed in administration in late May 2001.

Sources: Cable & Wireless Optus 2000d, 2001a, Lacy 2001a, Telstra 2001a, Hutchison 2001, ABN AMRO 2001.

■ 이동망 사업자(도매시장)

이동사업 면허를 가진 망사업자로 Telstra, Cable & Wireless Optus, Vodafone 3개 사가 경쟁하고 있다. 2000년 5월 One.Tel과 2000년 6월에는 Hutchison이 차례로 진출하였으나 One.Tel 2001년 5월 법정관리(in administration) 상태이다.

■ 재판매 사업자(소매시장)

RSL Com과 New Tel은 Cable&Wireless Optus GSM망을 임대하여 재판매사업을 하고 있으며, Hutchison은 Cable & Wireless Optus GSM과 Telstra CDMA서비스의 재판매사업자 이다.

■ MVNO(소매시장)

새로운 형태의 이동사업자가 등장하게 되었는데, 스펙트럼을 보유하고 있지 않지만 MSC를 가지고 가입자에게 SIM 카드를 발급하여 망 번호를 부여하는 MVNO 사업자가 등장하게 되었다. 2000년말 Virgin은 Cable & Wireless Optus와 조인트 벤처 협정을 맺고 여행정보와 고유 빌링시스템 SMH2000과 같은 부가서비스를 추가하여 이동서비스 제공하고 있다.

III. 도매이동시장 경쟁 분석

호주의 이동도매시장은 4개의 사업자로 구성되어 있다. 호주 이동도매시장의 시장점유율을 나타내는 그림으로 최근에 주목할 만한 점들을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, Vodafone은 이동시장에 3번째 참여사업자로 1997년에 비해 2배 성장하였고, 주로 Telstra의 시장점유율 잠식하고 있다. 둘째, Cable & Wireless Optus은 1990년대 중반이후부터 약 30% 시장점유율을 안정적으로 유지하고 있다. 1997년 7월 이후에 33%로 서서히 성장하고 추세를 보이고 있다.

[그림] 이동도매시장 가입자부문 시장점유율

호주의 이동전화 보급율은 60%로 반해 다른 나라와 비교해볼 때 많은 망사업자들이 경쟁하고 있다. 2001년 3월말 GSM/CDMA 사업자는 5개로 (2001년 중 AAPT 진입예정) 다른 나라와 비교해 상대적으로 많은 편이다. 예를 들면, 미국은 7개 사업자, 일본, 한국, 네덜란드는 5개 사업자, 영국, 독일은 4개 사업자 프랑스, 3개 사업자가 경쟁을 하고 있다.

IV. 소매이동시장 경쟁분석

호주는 4개의 도매사업자 모두 소매서비스를 동시에 제공하고 있다. 2000년 ACCC에서 발표한 자료에 의하면 7개 사업자가 소매서비스만을 제공하고 있다.

또한 Mobile Innovations, Dingo Blue(AGL이 Cable & Wireless 자회사 인수), B Digital(Seven Network의 mobile phone company)에서 소매 이동서비스 제공을 제공하고 있다.

ACCC에서는 1999년말에 재판매사업자가 이동소매시장의 약 15%를 차지한다고 예측하였으나 현재의 시장점유율과 다소 차이를 보이고 있다. 왜냐

하면 이동시장의 수직통합도(vertical integration)가 높기 때문이다. 이동망사업자의 소매시장의 가입자 점유율은 전체 시장의 약 85%정도이다.

이동소매사업자들은 서비스 다양화를 무기로 삼아 이동시장에서 경쟁하고 있다. 예를 들면 계약기간, 단말기 가격, 접속요금, 매월기본요금, 호 요금, 기타 부과서비스형태로 차별화 전략을 펴고 있다. 특히 Hutchision은 차별화된 서비스를 제공하고 있는데, "Orange One"라 불리는 이 서비스는 하나의 단말기로 이동전화와 유선전화 특성을 혼합한 형태이다. 발신자가 LocalZone에 있으면 유선요금으로, LocalZone 밖에 있으면 이동요금을 부과하게 된다.

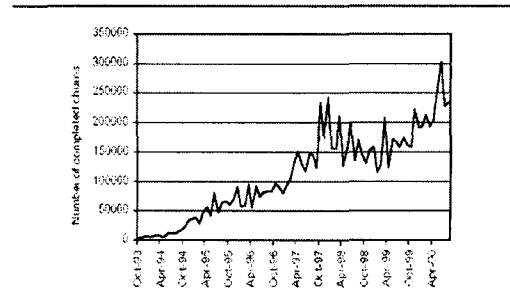
V. 상호접속시장 경쟁분석

호주는 1997년 7월부터 고정망으로부터 발신된 국내 장거리, 국제호의 사전선택제가 의무가 시행되었다. 이후 1999년 7월부터 LM사전선택제(fixed-to-mobile pre-selection)가 도입되어 이동시장 경쟁이 활성화되는 계기가 되고 있다. 그러나 이동망으로부터 발신된 호는 사전선택제 의무 범위에 포함되지 않는다. 1999년 7월 이전에는 LM서비스는 Telstra와 Cable & Wireless Optus 2개의 local access 서비스 제공사업자만 가능하였다.

의무화된 사전선택제 유형은 고객이 사전선택 가능한 모든 서비스를 제공하는 한 사업자를 선택할 수 있는 형태이다. 이를 단일 바스켓 사전선택제(single-basket pre-selection)이라고 한다. Multi-basket pre-selection은 사전선택 가능한 서비스 개별로 사업자를 선택할 수 있는 형태로 기술적으로 가능하게 되는데 시간이 소요되며, 요금구조가 복잡해지고 여러 사업자와 계약을 해야하므로 고객이 불편함을 느낄 수 있다.

호주는 단일바스켓 사전선택제를 채택하고 있어서 최종이용자가 장거리와 국제호를 이용하기 위해 서로 다른 사업자를 사전선택할 수 없지만 call-by-call로 추가 다이얼번호를 사업자를 선택할 수 있다. LM 서비스가 장거리서비스 사전선택 바스켓에 포함되는 있어서 Telstra의 LM 서비스 점유율이 감소하게 되었다. LM 서비스 사전선택제 도입 후 이동망 착신부문의 경쟁으로 인한 마진이 감소되었다.

1993년 이후 Cable & Wireless Optus와 Telstra 간의 사전선택제가 도입이 되어 2000년 8월까지 가입자 churn은 증가하고 있다. 2000년 6월 최고 300,000명에 달한다.



Data source: Telstra, including sub 24 p. 12

(그림) 사전선택제 churn

1996-97년과 1999-00년 사이 장거리 호 요금은 23.5% 인하, 국제호는 53% 인하, LM호는 1996-97년과 1997-98년 사이 5.9% 인상, 1997-98년과 1998-99년 사이 5.3% 인하, 1998-99년과 1999-99년 사이 8.1% 인하되었다.

사전선택제로 도입 시기이후 장거리호와 국제호 서비스 시장에 경쟁이 활성화됨을 알 수 있으나 그 요인이 사전선택제로 인한 것인지 또 다른 경쟁요인이 있었는지는 판단하기 어려운 일이다.

VI. 결론

호주의 이동시장은 면허를 가진 도매사업자 뿐만 아니라 시장에 참여하고자 하는 사업자들에게 쉽게 진입할 수 있도록 장벽을 제거하고 시장의 경쟁 활성화를 위한 개방정책들을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 호주의 이동도매시장과 소매시장이 확실히 분리되어 있다는 것은 망보유 사업자뿐만 아니라 재판매형태나 일부 MSC 설비를 보유한 사업자들이 자유롭게 시장에 진출할 수 있도록 이동망이 개방되어 있음을 의미한다.

둘째, 호주의 이동소매시장은 도매사업자와 다양한 형태의 소매사업자들이 경쟁하고 있기 때문에 새로운 형태의 서비스를 창출하는 경쟁전략을 펴고 있다. 예를 들면 Hutchision의 유무선 통합서비스인 "Orange One"이 있다.

셋째, 호주의 통신시장은 현재까지 유선시장과 이동시장을 구분하고 있지만, LM, ML 서비스와 같은 통합서비스가 등장으로 시장통합 움직임을 보이고 있다.

넷째, 호주의 통신시장은 CPS제도를 1997년 7월부터 의무화되어 있다. 1999년 7월 LM서비스를 포함하는 CPS제도 개정이 있었다. 호주 CPS 제도의 특징은 유선에서 발신하는 호, 국제호, 장거리호, LM호에 대해 단일 바스켓으로 취급하기 때문에 LM서비

스를 제공하던 Telstra의 점유율이 감소하게 되었다.

우리나라의 이동시장의 경우 후발사업자와 선발사업자간 시장점유율 격차가 지속적으로 확대되는 상황에서 경쟁을 활성화하기 위해 이동시장이 빠른 시일내에 개방이 되어야 할 것이다. 또한 이동망을 보유한 도매사업자들과 경쟁을 위해 소매사업자들은 새로운 형태의 서비스를 개발해야 한다. 마지막으로 CPS 제도를 도입하는데 있어서 여러 서비스를 단일 바스켓 또는 멀티 바스켓으로 규제할지를 결정하느냐가 중요한 이슈가 될 것으로 본다.

#### 참고문헌

- [1] Productivity Commission, Telecommunications Competition Regulation, Reprot No. 16, AusInfo, Canberra, 2001.9.
- [2] Productivity Commission, Annual Report 2000-01, AusInfo, Canberra. 2001.
- [3] Cribbitt, P., Population Distribution and Telecommunication Costs, Productivity Commission Staff Research Paper, AusInfo, Canberra, 2000. 8.
- [4] 변재호, 정충영, 이동망 경쟁활성화 및 접속료 규제대안 분석, 한국전자통신연구원, 2002.