데이터융복합/소비자리서치 전문 연구기관

컨슈머인사이트 보도자료

(Telecom Report `21-5)

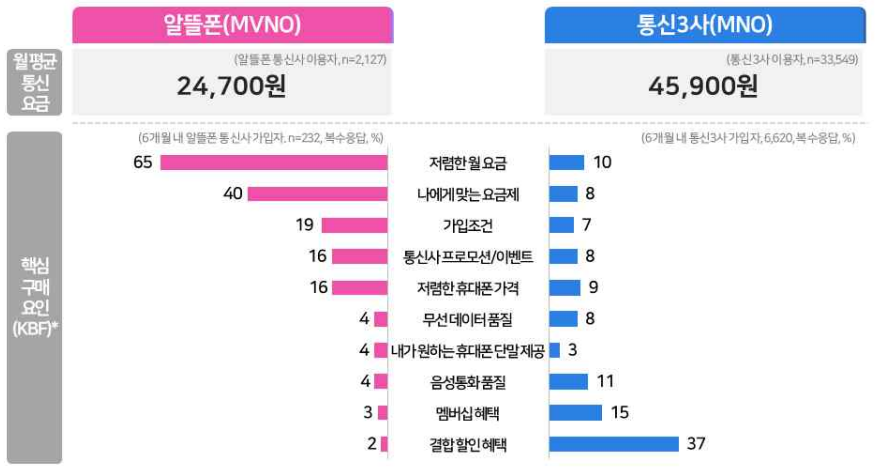
기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	parkkh@consumerinsight.kr
문 의	박경희 본부장	연 락 처	02) 6004-7619
배 포 일	2021년 4월 7일(수) 배포	매 수	4매

알뜰폰, 갓성비로 상승세 지속...이용층도 젊어져

컨슈머인사이트, 알뜰폰 구매행태-이용현황 비교

- **월 통신료 2만4700원으로 이통3사 평균 4만5900원의 54%**
- **5G 등장에 따른 통신비 증가 대안으로 자급제+알뜰폰 각광**
- **작년 10-20대 가입자 비중 22%로 3년전 12%서 크게 늘어**

[그림1] 알뜰폰과 통신3사 월 통신 요금 및 핵심구입요인(KBF)



Q. 전체 휴대폰 요금에서 단말 할부금을 제외한 월 통신요금은 얼마입니까? * 알뜰폰 통신사 핵심 구입 요인(KBF) 상위 10개 항목을 통신 3사와 비교함

Q. 이번에 휴대폰 구입 시, OO통신사(알뜰폰)를 선택한 이유를 모두 선택해 주십시오.

Consumer Insight Date of Issue: Apr. 7, 2021

알뜰폰(MVNO) 이용자들이 실제 지출하는 통신요금이 이통3사(MNO) 평균의 절반 수준으로 조사됐다. 압도적인 요금 경쟁력에 힘입어 알뜰폰을 외면하던 20대 이하 젊은층의 이용이 늘고 있어 시장 점유율은 꾸준히 증가 추세다.

이동통신 조사 전문기관 컨슈머인사이트가 매년 2회(3~4월/9~10월, 회당 표본규모 약 4만명) 실시하는 '이동통신 기획조사'에서 나타난 알뜰폰 이용자들의 구매 행태와 요금을 통신3사와 비교했다.

■ 알뜰폰 통신사 가입 이유는 65%가 '저렴한 요금'

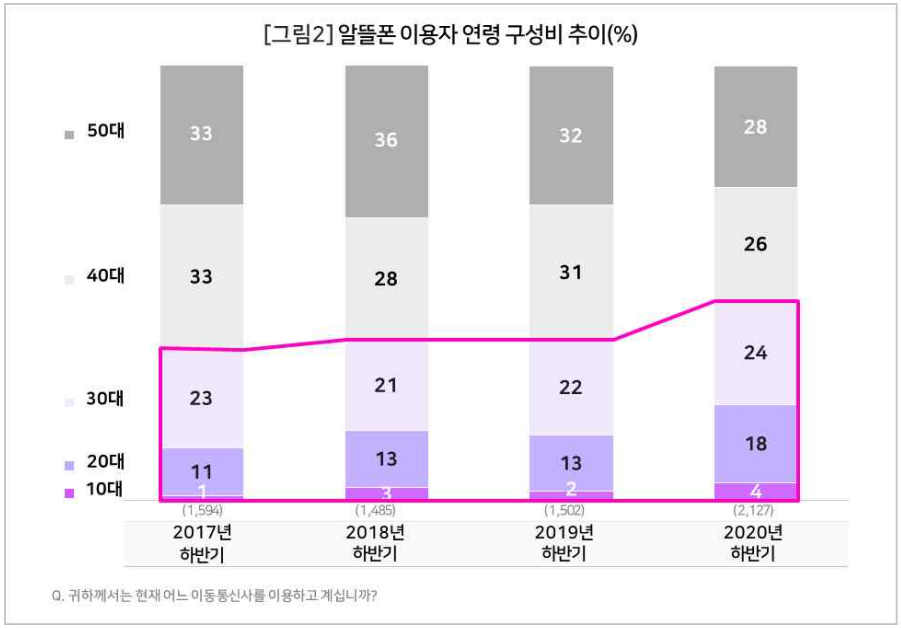
2020년 하반기 조사에서 알뜰폰 이용자들의 월 이용요금(단말기 할부금 제외)은 2만4700원이었다. 이통3사 평균 4만5900의 절반 수준(54%)이다**[그림1]**.

이처럼 저렴한 요금은 알뜰폰을 선택하는 최대 이유다. 알뜰폰 이용자들은 핵심구매요소(복수응답)로 △저렴한 월 요금(65%) △나에게 맞는 요금제(40%)를 선택해 같은 항목에서 각각 10% 안팎에 그친 통신3사에 비해 훨씬 많았다. 반면 △결합할인 혜택 △멤버십 혜택 등에 대해서는 구매 결정시 거의 고려하지 않았다. 통신3사 최대 가입 이유가 △결합할인 혜택(37%)이었던 것과 비교된다.

■ 자급제폰에 알뜰폰 요금제... 가성비 조합에 눈길

알뜰폰 통신사 이용자는 통신3사 가입자 대비 자급제폰 구입 비율이 월등히 높은데 이 역시 실속을 챙기기 위한 선택으로 풀이된다. 통신사를 통해 휴대폰을 구입할 경우 지원금, 단말 할인 등을 받기 위해 특정 요금제 이상을 써야 하는 경우가 있는데, 고가 요금제의 경우 부담이 만만치 않기 때문이다. 게다가 알뜰폰 통신사는 비슷한 조건의 요금제라도 금액이 통신3사의 절반 수준으로 저렴하다.

가성비를 중시하는 소비자들이 단말 할인과 저렴한 요금제를 저울질한 결과, 자급제폰을 구입해 저렴한 요금제를 이용하는 것이 더 합리적이라고 판단하고 있는 것이다. 특히 5G 요금제는 금액대가 더욱 높아, 5G폰 구매자에게는 처음부터 자유롭게 LTE 요금제에 가입할 수 있는 자급제폰+알뜰폰 통신사 조합이 더욱 각광받고 있다.



■ 젊어지는 알뜰폰 이용층, 20대 비중 18%로 껑충

알뜰폰의 인기가 높아지며 이용자 연령대도 젊어지고 있다. 10대, 20대 이용자가 크게 늘면서 2017년 12%에서 지난해 22%로 성장했다. 특히 20대 가입자 비중은 같은 기간 11%에서 18%로 크게 늘었다**[그림2]**.

알뜰폰은 휴대폰 이용량이 적은 고연령층을 위한 통신사라는 인식이 강했던 게 사실이다. 그러나 단말기 가격의 지속적 상승과 통신3사의 5G 요금제 위주 마케팅으로 통신비 부담이 증가하자, 젊은 층에게 알뜰폰이 합리적 대안으로 떠오른 것으로 해석된다. 코로나 시대에 판매사원과 대면할 필요 없이 온라인에서 어렵지 않게 가입할 수 있다는 장점도 한몫 했을 것으로 보인다. 가성비와 실속을 중시하는 젊은 층으로 저변이 넓어지는 이유다.

컨슈머인사이트는 **비대면조사**에 **효율적**인 대규모 온라인패널을 통해 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행, 금융 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있습니다. 특히, 최근에는 **다양한 빅데이터**를 **패널 리서치 데이터**와 **융복합 연계**하여 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있습니다.

이 리포트는 컨슈머인사이트가 2005년부터 수행한 '이동통신 기획 조사'를 바탕으로 한다. 조사는 컨슈머인사이트의 80만 IBP(Invitation Based Panel)를 표본틀로 연 2회(매년 3~4월/9~10월, 회당 표본 규모 약 4만명-17차부터) 실시하며 이동통신 사용 행태 전반을 조사 범위로 한다. 2020년 9월에는 3만 5676명을 조사했으며, 표본추출은 인구구성비에 따라 성·연령·지역을 비례 할당했다. 자료 수집은 모바일과 PC를 이용한 온라인 조사로 진행됐다.

<참고. 컨슈머인사이트 이동통신 기획조사 개요>

응답 대상자	전국 14세~64세 휴대폰 사용자
표본프레임	컨슈머인사이트 IBP(Invitation Based Panel)
표본추출방법	성별/연령/지역 고려 할당 추출
자료수집방법	모바일, PC를 이용한 온라인 조사
표본 수	회당 약 4만명 (17차부터)
조사 주기	연 2회, 상반기 4월, 하반기 10월
보유 데이터	2005년~2020년, 총 32차수 데이터 확보

[누적 표본구성 현황] 총 2,065,606명

차수		사례수	차수		사례수
32차	2020년 하반기	35,676	16차	2020년 하반기	73,365
31차	2020년 상반기	34,682	15차	2020년 상반기	88,967
30차	2019년 하반기	33,274	14차	2019년 하반기	81,344
29차	2019년 상반기	34,571	13차	2019년 상반기	85,605
28차	2018년 하반기	36,079	12차	2018년 하반기	87,426
27차	2018년 상반기	37,349	11차	2018년 상반기	88,876
26차	2017년 하반기	37,174	10차	2017년 하반기	85,935
25차	2017년 상반기	40,189	9차	2017년 상반기	74,893
24차	2016년 하반기	38,405	8차	2016년 하반기	76,469
23차	2016년 상반기	39,355	7차	2016년 상반기	92,210
22차	2015년 하반기	40,172	6차	2015년 하반기	100,615
21차	2015년 상반기	40,461	5차	2015년 상반기	100,752
20차	2014년 하반기	41,874	4차	2014년 하반기	100,901
19차	2014년 상반기	41,390	3차	2014년 상반기	100,000
18차	2013년 하반기	42,195	2차	2013년 하반기	110,455
17차	2013년 상반기	44,168	1차	2013년 상반기	100,779

Copyright ⓒ Consumer Insight. All rights reserved. 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

For-more-Information

박경희 본부장 parkkh@consumerinsight.kr 02)6004-7619