



유선전화 인식 및 이용행태 조사

- 결과보고서 요약본 -

※ ㈜ 애틀라스 리서치앤컨설팅은 통신·IT·방송 분야를 리딩하는 전문 리서치 및 컨설팅 기관으로 창립 20주년을 맞아 국내 통신시장을 진단하고 향후 발전방향을 진단하고자 본 조사를 시행



목차

1. 조사 개요

2. 주요 결과

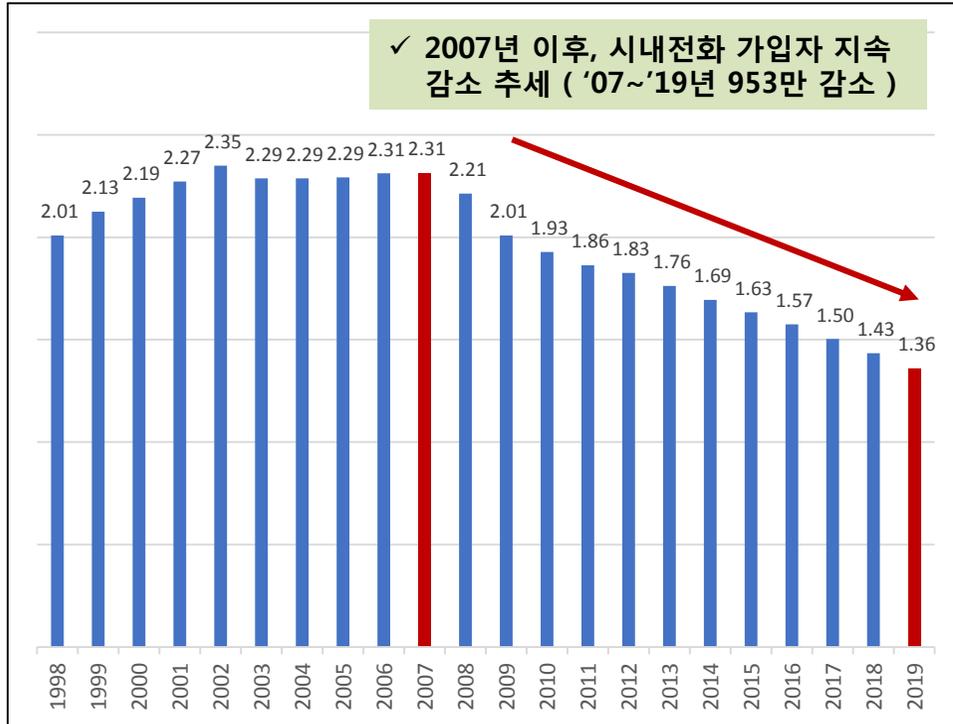
- 1) 이용률
- 2) 통화 수단으로서 지위
- 3) 필요성 인식
- 4) 고유 기능의 유효성(정전, 긴급)
- 5) 요금 인식
- 6) 해지 의향
- 7) 지속가능성

3. 결론 및 시사점

1. 조사 개요

- 사양화되고 있는 집전화 서비스 시장현황을 파악하기 위해 전 국민을 대상으로 **집전화(PSTN)에 대한 인식 및 이용행태에 관한 설문조사 시행**

시내전화 가입자 수 추이 (단위: 천만)



출처: e-나라지표

조사 개요

- 조사 대상: 전국 17개 광역시도 거주자
- 조사 규모: ① 전국 17개 광역시도 거주자 3,000명
② 집전화 이용자 1,500명
(기본 조사자 3,000명 내 집전화 이용자 포함)
- 조사 방법: 구조화된 설문지를 활용한 온라인 조사
- 조사 기간: 2020년 9월22일 ~ 2020년 9월 28일
- 조사 기관: (주) 마크로밀 엠브레인
- 표본 설계: 20년 8월 행정안전부 주민등록인구 비율을 바탕으로 성별/연령별/지역별 할당.
- 표본오차: 95% 신뢰수준에서 표본오차 ±1.79%

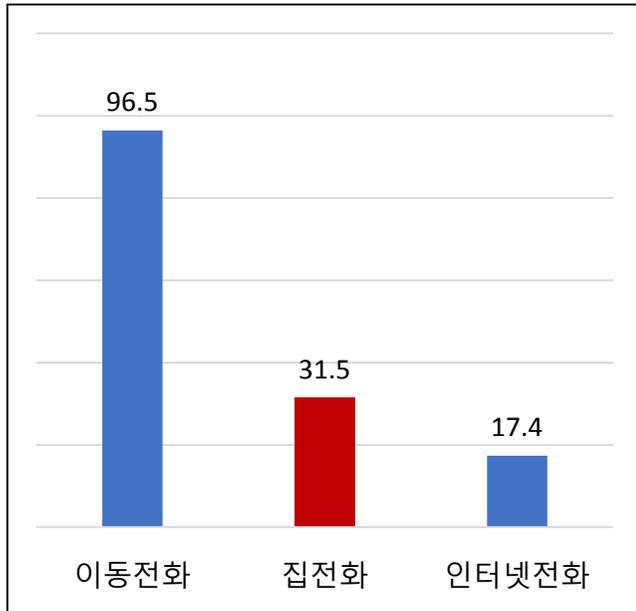
※ 집전화: 구리선을 이용해 02, 031, 055처럼 지역번호가 부여되는 일반 구형 유선전화를 의미

2. 주요 결과 : 1) 이용률

• 이동전화는 전 국민 대부분 이용, 반면 집전화는 3명 중 1명(31.5%) 이용

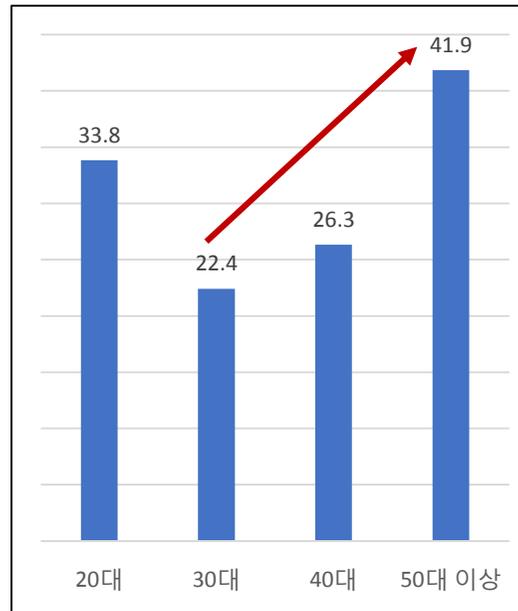
✓ 집전화는 연령대가 낮을수록, 가족 구성원 수가 적을수록 이용률이 낮음

주요 통신서비스 이용률(%)

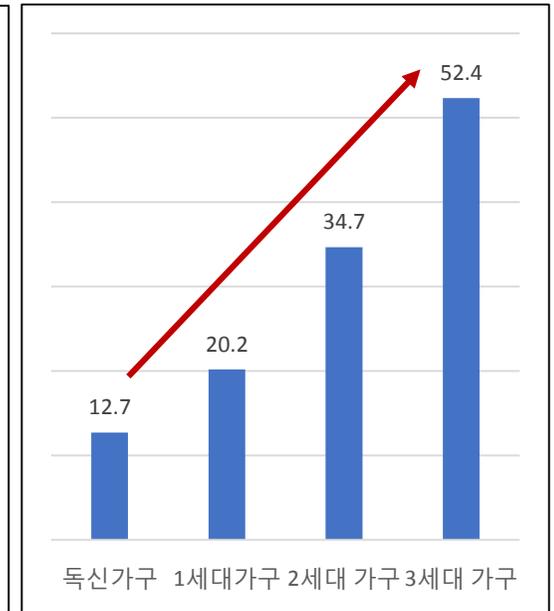


특성별 집전화 이용률

연령별(단위: %)



거주형태별(단위:%)



※ 20대는 독립하지 않고 부모 및 조부모 세대와 동거비율이 높아 이용률이 높게 나타남

※ 2세대(부모+자녀), 3세대(조부+부모+자녀)

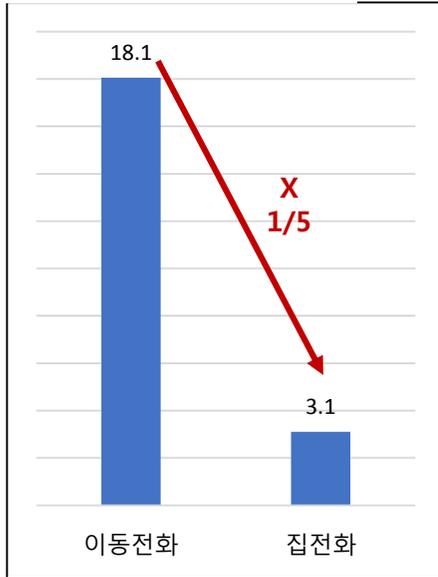
2. 주요 결과 : 2) 통화 수단으로써 지위

• 집전화는 주로 수신 용도로 이용하는 음성통화 보조 수단으로 위상 변화

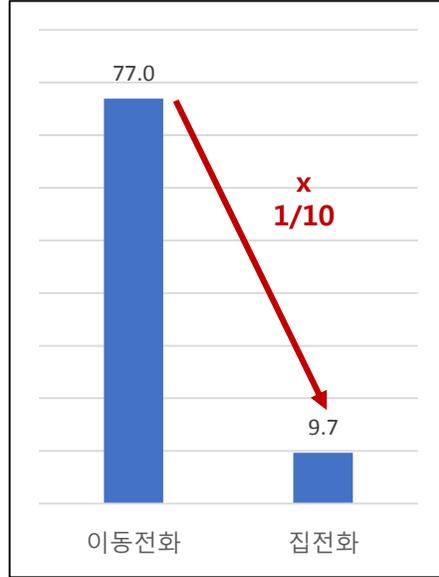
- ✓ 이동전화 대비 집전화는 통화 횟수 1/5, 통화시간 1/10 수준
- ✓ 대부분 이용자(70.3%)가 집전화를 주로 수신용으로 이용, 발신 용도는 3.6%에 불과

이용 행태 비교 (이동전화 vs. 집전화)

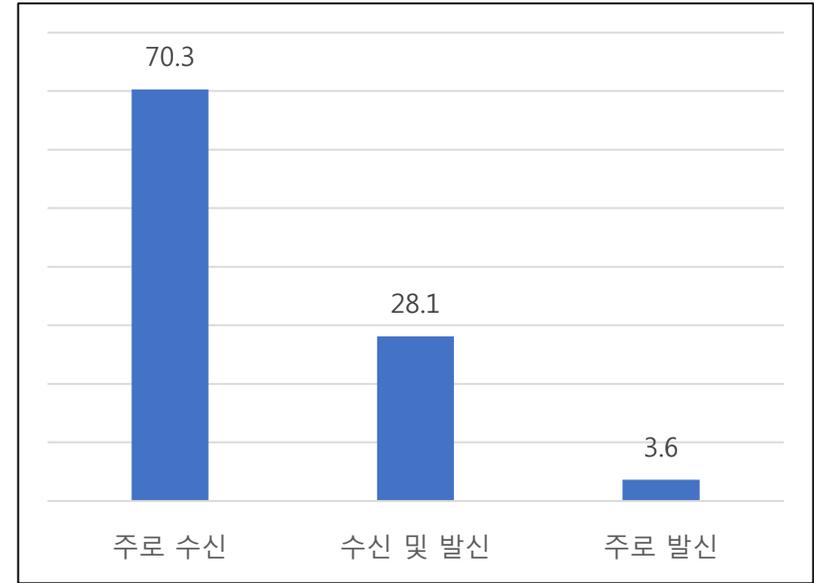
주당 통화횟수 (단위:번)



주당 통화시간: (단위:분)



집전화 용도(단위:%)



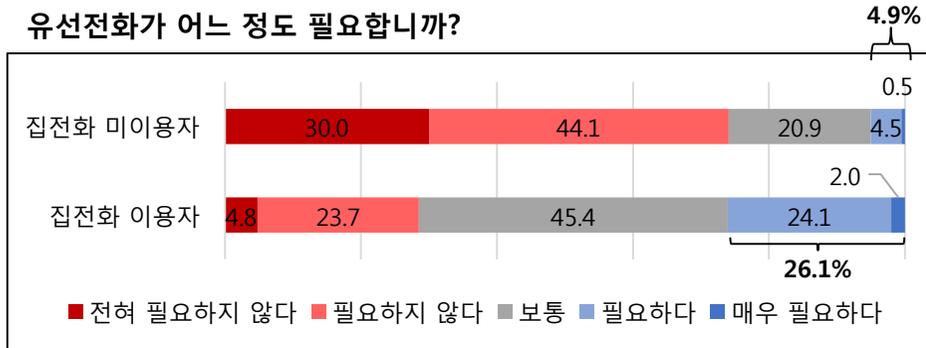
※ 집전화 이용자들 대상 조사

2. 주요 결과 : 3) 필요성 인식

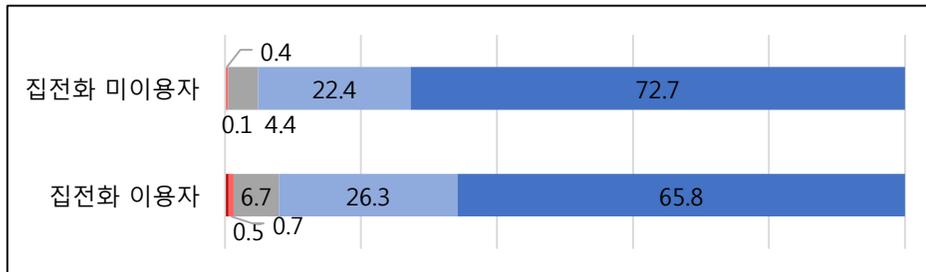
• 집전화 필요성은 크게 감소하였으며, 보조 통화, 번호, 결합 등 외적 요인으로 유지

- ✓ 집전화 이용자의 경우에도 집전화가 필요하다는 응답은 26.1%(집전화 미이용자는 4.9%)
- ✓ 집전화 유지 이유(1순위 응답기준)는 보조통화 수단(30.1%), 예전 번호 유지(23.8%), 다른 가족 구성원 이용(19.3%), 결합상품(13.1%) 때문

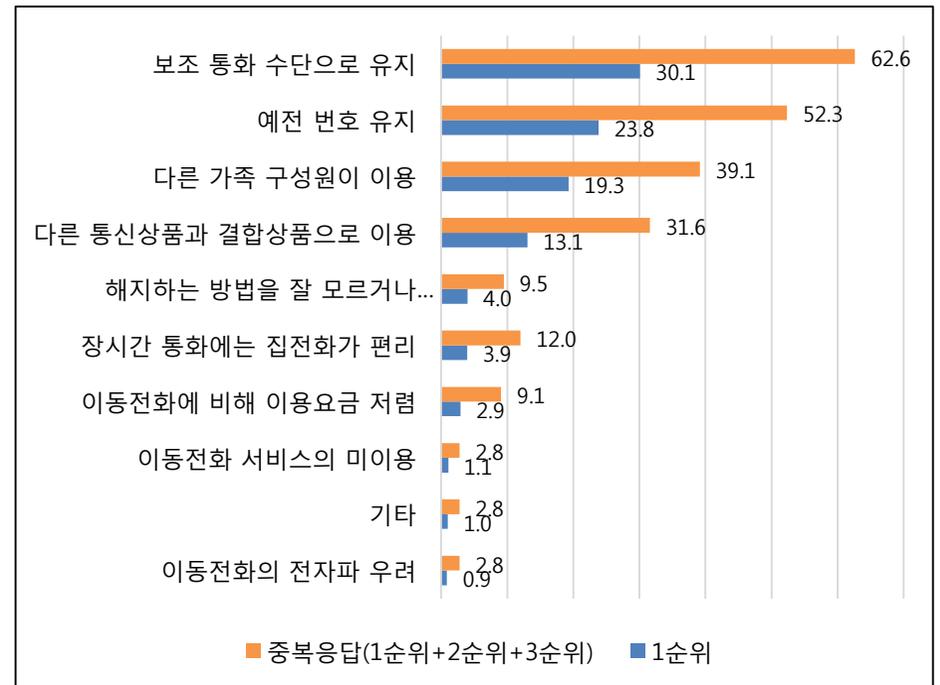
각 서비스 필요성 인식 정도 (단위: %)



이동전화는 어느 정도 필요합니까?



집전화 유지 이유



2. 주요 결과 : 4) 고유 기능의 유효성 (정전, 긴급)

• 유무선 대체, 이용행태 변화로 정전/긴급전화 등 집 전화 고유의 기술적 기능 제공 역할 퇴색

- ✓ 정전 발생 시, 음성통화를 위해 집전화(9.1%)보다 이동전화 선택(90.9%)이 다수
- ✓ 긴급상황 발생 시, 긴급통화(112, 119)를 위해 집전화(7.7%)보다 이동전화 선택(92.3%)이 다수

※ 집전화의 경우, 구리선을 통해 미세전력을 전송해 비상 시 정전 상황에도 통화가 가능하고, 교환기를 통해 위치파악도 가능하여 긴급통화에 유용한 기술적 특성이 있음

상황별 우선 선택 서비스 (단위: %)



N=1,177

2. 주요 결과 : 5) 요금 인식

• 유선전화 요금 총액에 대해서는 잘 알고 있는 편이지만, **과금체계는 복잡하게 느끼고 있음**

✓ 요금에 대해 보통이나 저렴하다고 인식하는 비율(79.4%)이 비싸다고 인식하는 비율(20.6%)보다 높아 요금 수준에 대한 부정적 민감도는 낮은 것으로 나타남

비싸다고 인식하는 이유는 집전화를 주로 과금되지 않는 수신 용도로 사용(70.3%)하기 때문으로 추정

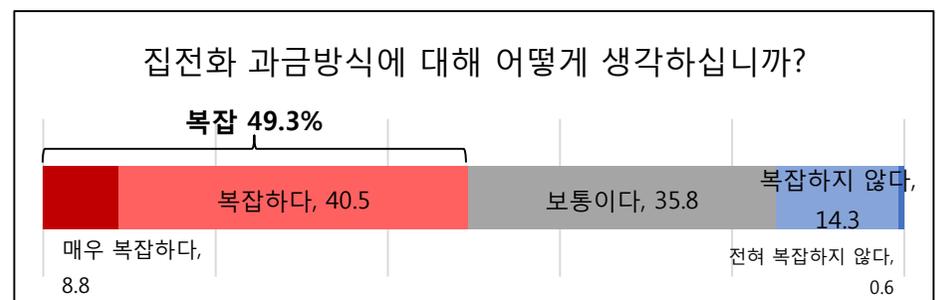
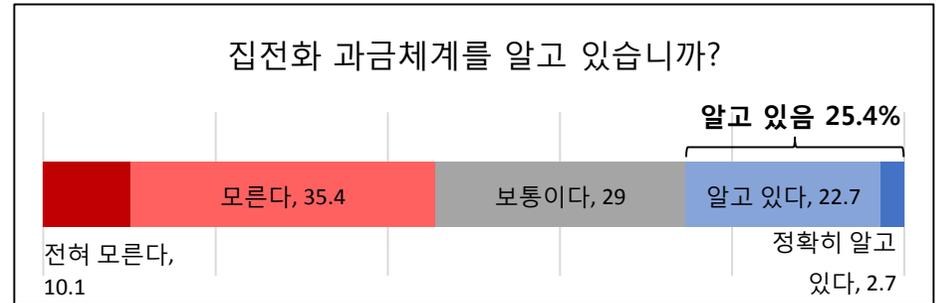
✓ 집전화 과금체계를 잘 알고 있는 이용자는 4명 중에 1명(25.4%)

이동전화, 인터넷전화는 단일요율을 적용하는 반면, 집전화는 발신서비스(인터넷전화, 이동전화) 및 거리(시내, 시외)에 따라 요율이 달라짐

요금 수준(단위:%)



과금 체계(단위:%)

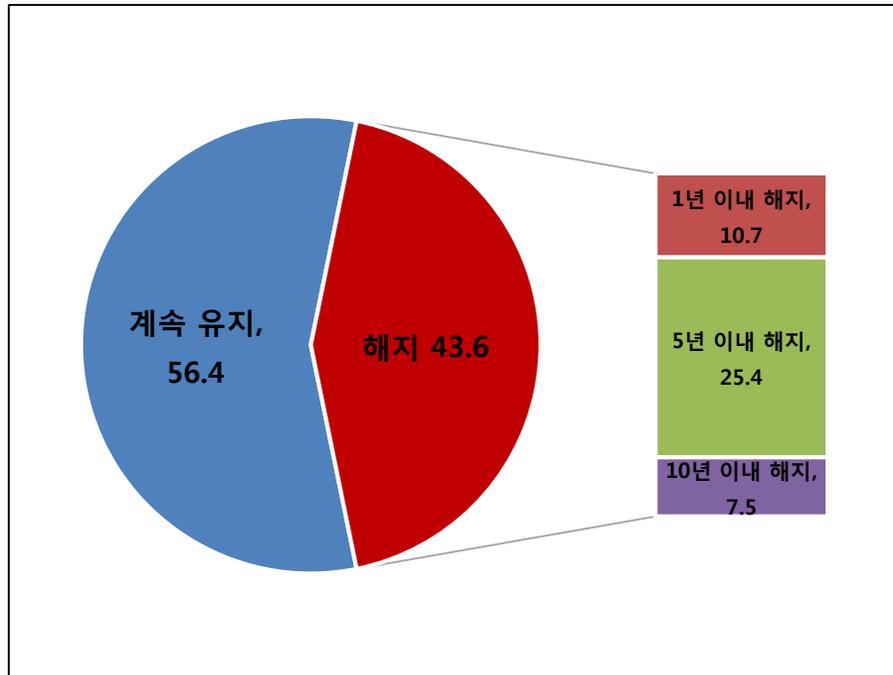


2. 주요 결과 : 6) 해지 의향

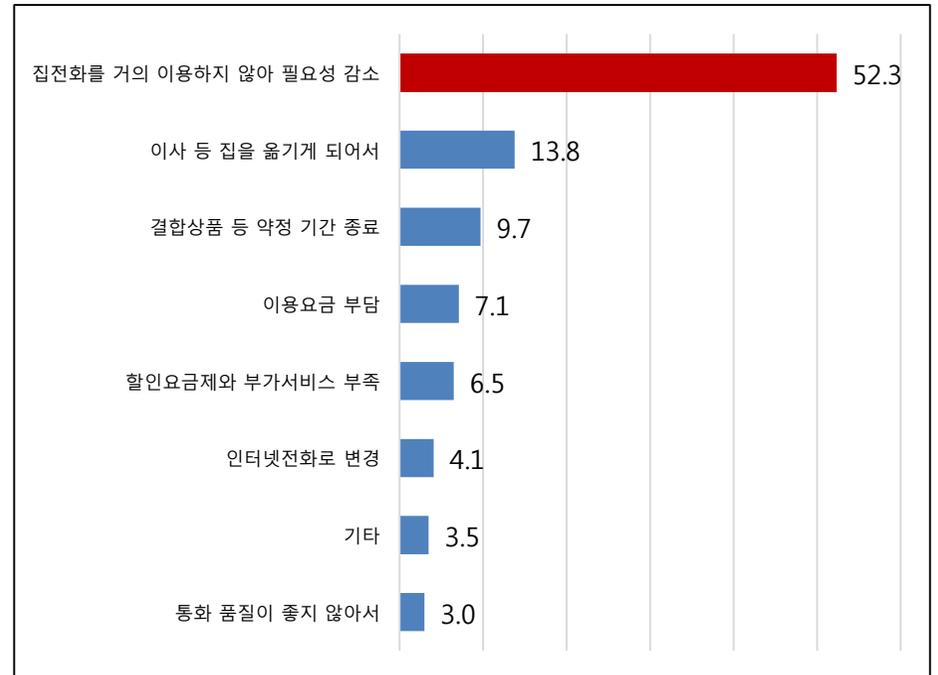
• 집전화 필요성 감소로 향후 서비스를 해지하겠다는 의향이 많음

- ✓ 집전화를 언젠가 해지하겠다는 응답이 43.6%, 전체 응답자 4명 중 1명(25.4%)은 5년 이내 해지 의향을 보임
- ✓ 집전화 해지 시 그 이유는 '집전화를 거의 이용하지 않아 필요성 감소(52.3%)'가 다수

집전화 이용자들의 향후 서비스 유지 의향 (단위: %)



집전화 해지하게 될 경우 그 이유 (단위: %)

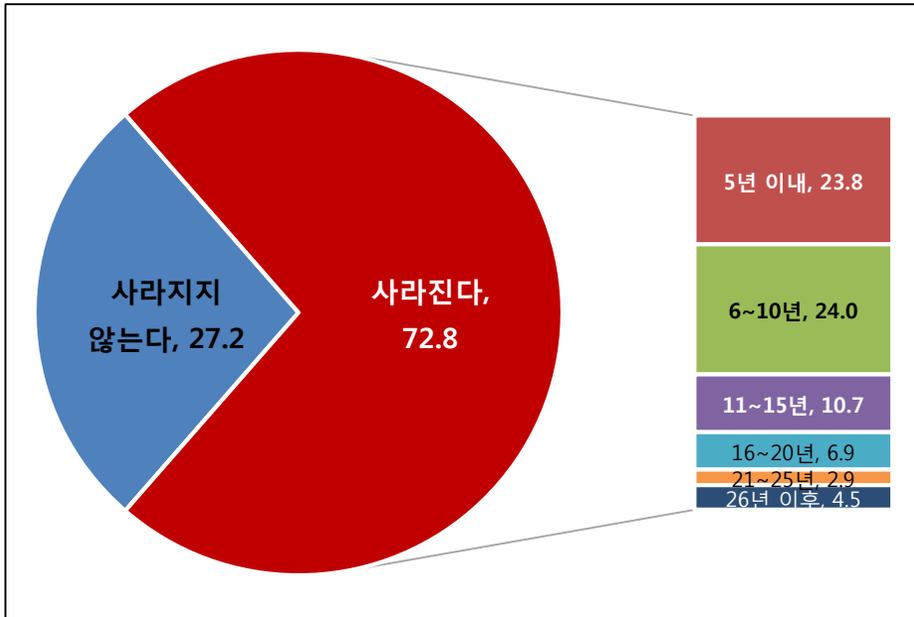


2. 주요 결과 : 7) 지속가능성

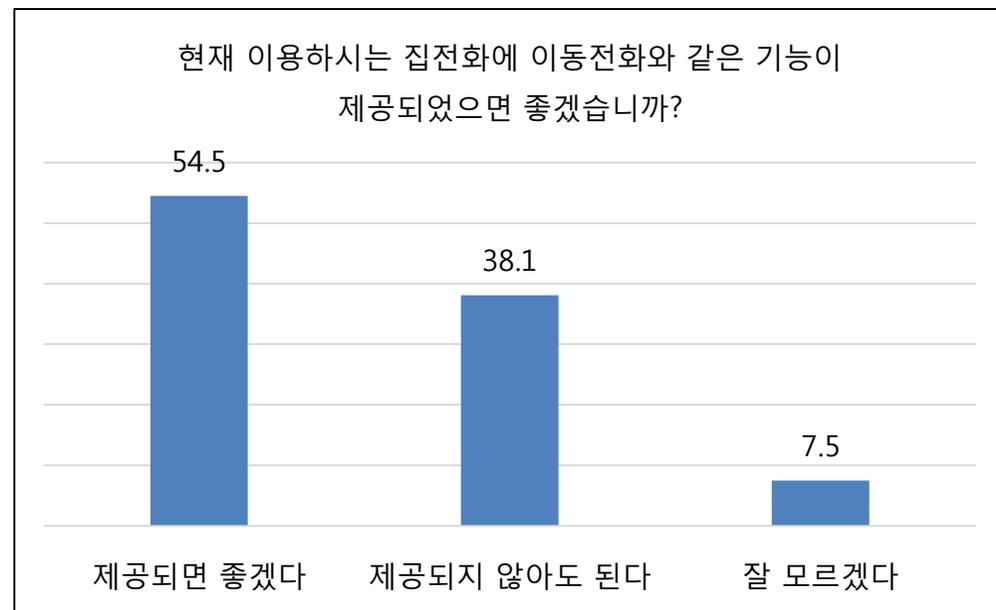
• 음성통화 서비스로서 유선전화의 지속가능성에 대해 부정적 견해가 다수이지만
화상통화/발신번호표시 등 이동전화와 같은 다양한 기능에 대한 Needs도 상당부분 존재

- ✓ 유선전화의 언젠가 사라질 것이라고 응답한 비중이 72.8%이며, 전체 응답자의 47.8%는 10년 이내로 응답
- ✓ 음성통화 이외 다양한 기능이 제공되면 좋겠다는 의견이 54.1%

집전화 이용자들의 유선전화 소멸 전망 (단위: %)



집전화 이용자들의 기능 도입 의향 (단위: %)



3. 결론 및 시사점

- 음성통화에서 데이터로, 유선에서 모바일로 시장환경이 변화함에 따라 가정의 기본 통신수단으로 자리매김했던 집전화에 대한 이용자들의 인식과 이용행태도 크게 변화

- ✓ 집전화 이용률 및 필요성 하락 : 3명 중 1명(31.5%)만 집전화 이용, 집전화를 이용하고 있더라도 집전화가 필요하다는 응답은 26.1% (집전화 미이용자들은 4.9%만 필요하다고 응답)
- ✓ 집전화는 주로 수신 용도의 음성통화 보조 수단으로 위상 변화: 이동전화 대비 집전화는 통화 횟수 1/5, 통화시간 1/10 수준, 집전화 이용자의 70.3%는 수신용도만으로 사용, 정전/긴급전화 시 약 90%가 이동전화를 선호
- ✓ 단일요율체계가 일반화(이동전화, 인터넷전화)된 가운데 집전화의 착신 및 거리(시내, 시외)별 요율차등로 인한 이용자들의 혼선 잠재

- 기술진화로 이용자의 서비스 이용행태가 변하는 것은 자연스러운 시장의 흐름, 시대 변화에 맞게 이용자의 수요를 충족시킬 수 있도록 집전화에 대한 개념 재정의 또는 Exit 전략 마련 필요

- ✓ 2G 방식 이동전화 서비스도 최근 서비스 종료(20년), 지상파 TV도 아날로그에서 디지털로 전환 완료(12년)
- ✓ 집전화의 미래에 대한 회의적 시각 다수: '유선전화가 사라질 것이다'고 응답한 비중이 72.8%, 집전화 해지 의향은 43.6%이며 집전화 이용자 4명 중 1명(25.4%)은 5년 이내 해지 의향을 보임
- ✓ 다만, 화상통화 등 추가 기능에 대한 Needs도 상당 부분 존재(54.5%)하여 집전화가 지속가능하려면 음성통화 외의 새로운 기술(예, IP 기반)에 기반한 추가 기능 제공 등 스마트 홈 환경에 부합한 역할 전환이 필요