

SKT, KT, LGU+ 이동통신 3사의 자사 및 계열사 콘텐츠 제로레이팅 및 같은 KT, SK그룹, LGU+ 3개 기업그룹의 유선인터넷사업자로서 의 과도한 전용회선료 부과와 상호접속료 부과에 대한 신고서

사단법인 오픈넷은 이동통신 3사(SKT, KT, LGU+)를 자사 및 계열사 콘텐츠에 대해서만 배타적이고 차별적으로 소위 “제로레이팅”을 하는 행위에 대하여 그리고 유선인터넷사업자 3사(KT, SKT와 SK브로드밴드를 포함하는 ‘SK그룹’, LGU+)가 과도한 가격의 전용회선료와 상호접속료를 부과하는 행위에 대해 공정거래위원회(이하 “공정위”)에 시장지배적지위 남용 행위로 다음과 같이 신고한다.

1. 자사 및 계열사 콘텐츠 제로레이팅

가. 사실관계

SKT, KT, LGU+ 등의 이동통신 사업자들은 개인 이용자에게 대해 데이터상한제를 운영하면서 소위 “제로레이팅”이라는 이름 하에 자사 및 계열사 콘텐츠에 대해서만 데이터상한제에서 면제하고 있다. 인터넷에서는 모든 단말이 모든 다른 단말들의 통신에 상호 기여함으로써 모든 단말들이 다른 모든 단말들과 무료로 소통할 수 있다. 여기서 “무료”란 각자의 단말을 인터넷에 연결하는 데이터전송선의 용량에 비례하여 정해지는 인터넷접속료 외에 실제 데이터이동량에 비례하여 부과되는 비용이 없다는 의미이다. 이에 따라 인

터넷에서는 데이터상한제나 종량제가 존재하지 않으며 통신을 위한 물리적 접속을 유지하기 위한 접속료(주로 transit fee에 해당됨) 만이 접속용량에 비례하여 책정된다. 단말들로부터 인터넷접속료를 받는 각 망사업자가 실제로 전 세계 다른 모든 단말들과 적절한 속도로 통신할 수 있도록 상위계위 망사업자와의 접속용량을 확보한다면 상한제나 종량제가 없이도 혼잡이 발생하지 않는다. 그런데 예외적으로 상한제와 종량제가 모바일인터넷망에만 허용되는데 기본적으로 모바일인터넷망의 특성상 한정된 주파수를 불특정 다수가 공동으로 이용하면서 1인의 대량이용이 타 이용자들에게 혼잡을 초래할 수 있다는 점, 모든 이용자들이 항상 넓은 지역을 예측불가능하게 이동하기 때문에 이 혼잡을 예방하기 위한 적절한 데이터전송선의 배치가 불가능하다는 점 등이 고려된다.

데이터상한제로부터의 면제 즉 “제로레이팅”은 이동통신고객들이 제로레이팅되는 콘텐츠에 접속할 때만 데이터상한제의 영향에서 자유롭게 면제되므로 콘텐츠 선택에 긍정적 영향을 주게 되어 해당 콘텐츠가 콘텐츠시장에서 경쟁상의 이점을 갖게 된다. 망사업자가 이용자와의 관계에 있어서 특정 콘텐츠에 대해서만 제로레이팅을 해주면 다른 콘텐츠사업자의 매출에 악영향을 주어 인터넷접속료 차별 때문에 원가에서 차별을 당하는 것과 비슷한 효과가 나며, 결국 다른 콘텐츠사업자는 이동통신망에 대한 접근에 있어서 차별을 받는 것과 마찬가지이다. 이에 따라 위 3사가 확보한 이동통신시장점유율로 상징되는 시장지배력이 콘텐츠시장으로 이전된다. 이는 독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하, “독점규제법”) 제3조의2(시장지배적지위의 남용금지)의 3호 ‘다른 사업자의 사업활동을 부당하게 방해하는 행위’에 해당한다. 2018년 정보통신정책연구원의 통신시장 경쟁상황평가에 따르면 SKT, KT, LGU+는 2017년말 기준 각각 42.4%, 25.9%, 19.8%의 이동통신시장점유율을 기록하고 있고 총 88.1%의 합계점유율을 보이고 있어 시장지배적사업자로 추정된다.

각 사의 제로레이팅 서비스는 다음과 같다.

국내 사례

사업자	상품명	대상 서비스 (제공량 제한)	부가요금	자사여부	출시시기
SKT (9+5)	모바일 T월드	모바일 T월드	무료	자사	11. 11
	데이터 프리존	11번가, 쇼킹딜 11번가	무료	계열사	14. 5 (현재 중단)
	T-map	T-map	무료	자사	16. 5
	포켓몬고	포켓몬고	무료	타사	17. 3
	부산시 재난현장영상전송	부산시 재난현장영상전송	무료	타기관	17. 5
	스마트조이스	스마트조이스	무료	타기관	17. 5
	삼성화재 보험	삼성화재 보험	무료	타사	17. 6
	T 가족모아	뮤직메이트 (300곡의 Data 통화료)	무료	계열사	18. 7
	데이터 슈퍼패스	모두의 마블 등 19종	무료	일부계열사	18. 9
	멜론 스트리밍	멜론 (3GB/월, 초과시 속도제어)	7,000원	타사	12. 3 (현재 중단)
	oksusu 데이터프리	oksusu (2GB/일, 초과시 속도제어)	9,000원	계열사	13. 9
	oksusu & 안심팩	oksusu (1GB/일, 초과시 속도제어)	8,000원	계열사	16. 2
	벅스 스트리밍	벅스 (3GB/월, 초과시 속도제어)	6,000원	타사	16. 9
NHN코미코 웹툰 프리	NHN코미코 (3GB/월+웹툰무료이용)	6,000원	타사	17. 9	
KT (7+3)	KT고객센터	KT고객센터 앱	무료	자사	13. 4
	카카오택시	카카오택시	무료	타사	15. 5
	부산시 재난현장영상전송	부산시 재난현장영상전송	무료	타사	16. 8
	원내비	원내비	무료	자사	17. 3
	데이터프리존	올레TV 모바일	무료	자사	17. 3
	스마트조이스	스마트조이스	무료	타기관	17. 5
	삼성화재 모바일 계약서 뷰	삼성화재 모바일 계약서 앱	무료	타사	17. 6
	지니팩	지니뮤직 데이터 이용한도 內	6,000원	계열사	12. 4
	올레TV 모바일팩	올레TV 모바일 (10GB/월)	5,000원	자사	12. 6
	EBS데일리팩	EBS데일리 앱 (1GB/일)	5,000원	타사	16. 8
LGU+ (5+7)	U+ 고객센터	U+ 고객센터	무료	자사	11. 1
	U+보관함	U+ 보관함	무료	자사	17. 4
	원내비	원내비	무료	자사	17. 7
	스마트조이스	스마트조이스	무료	타기관	17. 11
	U+ 멤버스	U+ 멤버스	무료	자사	18. 1
	U+영화월정액 데이터팩	비디오포털 (5GB/일)	9,900원	자사	15. 6
	U+ 데이터 비디오 안심읍션	비디오포털 (3GB/일, 초과시 속도제어)	8,800원	자사	16. 4
	뮤직 마음껏팩/달콤팩	Mnet	8,800원	타사	16. 7
	지니 뮤직 마음껏 듣기	지니뮤직	7,700원	타사	16. 10
	U+데이터 뮤직 안심읍션	지니뮤직	8,800원	타사	17. 4
	U+뮤직별링	지니뮤직	8,800원	타사	17. 4
	HD스트리밍프리	Mnet	7,590원	타사	17. 10

자료 : 각 사 제공 (18. 10월 기준)

Figure 1 제로레이팅 사례(2019년 5월 5G통신정책협의회 결과보고서 15쪽)

국내 이동통신 소비자 2명 중 1명은 다른 이동사에서 동영상 제로레이팅 서비스를 제공할 경우 이동사를 바꿀 의향이 있는 것으로 나타났다. 2018년 4월 5일 정보통신정책연

구원(KISDI)이 발간한 '2017년 통신시장 경쟁상황평가' 보고서에 따르면, 타 통신사에서 동영상 데이터 무료 서비스를 제공할 경우 통신사를 전환할 의향이 있다고 밝힌 응답자가 59.7%에 이르는 것으로 나타났다. 전자상거래의 경우도 36.4%로 나타났다. 논리적으로 동영상 데이터 무료 서비스를 위해 '통신사를 전환할 의향'은 콘텐츠서비스를 전환할 의향과 등가이다. 이와 같은 성향이 각 이동통신사의 시장지배력과 합쳐질 경우 콘텐츠시장에서의 경쟁에서 비계열사 콘텐츠사들은 배제될 수밖에 없다.

망사업자들은 이에 대해 제로레이팅을 원하는 비계열사 콘텐츠사업자에게도 제로레이팅을 제공하였을 것이라고 반박할 수 있으나, 실제 협상을 경험했던 콘텐츠사업자들은 제로레이팅을 하기 위해 지불해야 하는 비용이 너무 비싸서 제로레이팅을 할 수 없었다고 토로하는 실정이다.

나. 법령

이와 같은 행위에 대해 시장지배적 지위 남용행위 심사기준(이하, “심사기준”)은 “3. 다른 사업자의 사업활동에 대한 부당한 방해행위(법 제3조의2제1항제3호)”에 대해 다음과 같이 정의하고 있다.

직접 또는 간접적으로 다음 각호의 1에 해당하는 행위를 함으로써 다른 사업자의 사업활동을 어렵게 하는 경우(영 제5조제3항). . . (2) 「다른 사업자의 사업활동을 어렵게 하는 경우」를 판단함에 있어서는 다른 사업자의 생산·재무·판매활동을 종합적으로 고려하되, 사업활동이 어려워질 우려가 있는 경우를 포함한다.

다음 각호의 행위들 중에서 이 사건에 적용되는 내용은 다음과 같다.

라. 이외에 다음과 같은 행위로서 다른 사업자의 사업활동을 어렵게 하는 행위(영 제5조제3항제4호)

(1) 부당하게 특정사업자에 대하여 거래를 거절하거나 거래하는 상품 또는 용역의 수량이나 내용을 현저히 제한하는 행위

다. 분석

위의 망사업자들이 자사 또는 계열사 콘텐츠를 제로레이팅하면서 그 경쟁콘텐츠를 제로레이팅하지 않는 것은 망사업자들이 다음 단계의 시장인 콘텐츠시장에서 비계열사콘텐츠사업자들에 대하여 ‘거래를 거절하거나 거래하는 상품 또는 용역의 수량이나 내용을 현저히 제한하는 행위’에 해당되어 콘텐츠시장에서 경쟁하는 비계열사콘텐츠사업자들이 경쟁상 불리한 상황에 처하게 만드는 시장봉쇄효과가 발생한다.

이를 판단하기 위해 고려할 사례로 미국연방통신위원회(FCC)는 2017년 1월 11일에 AT&T, Verizon, T-Mobile이 각각 제공하는 제로레이팅 프로그램들이 당시 미국의 망중립성 법규였던 2015 Open Internet Order를 위반하는가를 검토하면서 우리나라의 독점규제법에 해당하는 반독점법(antitrust)상의 검토를 하였다(Federal Communications Commission, “Wireless Telecommunications Bureau Report: Policy Review of Mobile Broadband Operators’ Sponsored Data Offerings for Zero-Rated Content and Services”, January 11, 2017). FCC는 AT&T가 자신이 제공하는 DirecTV를 제로레이팅하기 위해 들이는 비용은 “AT&T를 통해 제공되는 총 데이터량을 고려할 때 최대용량 가

용 시점에서 추가 데이터를 제공하는 기가바이트 당 비용은 영(0)은 아니지만 매우 낮을 것으로 여겨진다(FCC, 15쪽).” 이에 비해 제로레이팅에 참여하고자 하는 콘텐츠제공자에게 부과하려 했던 비용은 AT&T가 정보를 제공하지 않아 정확하지는 않지만 AT&T가 “도매(wholesale)가격을 언급한 것”과 AT&T가 “이동통신재판매자”들에게 제공하는 가격을 고려할 때 “\$5/GB”에 정도였을 것으로 보인다는 것이다. FCC는 이렇게 매우 적은 비용으로 DirecTV를 제로레이팅하면서 다른 콘텐츠제공자에게 높은 제로레이팅 참가비용을 제시하는 것은 반독점법에 기반한 연방통신법하의 2015 Open Internet Order를 위반하는 것이라고 판단하였다. 실제로 동시에 검토를 받고 합법적이라는 판단을 받은 T-Mobile의 제로레이팅 제도의 경우 제로레이팅 참여를 원하는 콘텐츠제공자에게 아무런 비용도 부과하지 않았다.

미국의 사례에 우리나라 상황을 비춰볼 경우, SKT 등의 통신3사는 위의 표와 같은 광범위한 자사 및 계열사 콘텐츠 제로레이팅을 하면서 이에 경쟁하는 비계열사 콘텐츠 제로레이팅은 거의 없다. 이에 대해 통신3사는 제로레이팅을 비계열사 콘텐츠제공사에도 제공하였지만 비용협상이 결렬되었을 뿐이라고 반론할 수 있으나, 방송통신위원회 인터넷상생발전협의회의 2018년 12월 13일 결과보고서에서 콘텐츠제공사에게 부과할 제로레이팅 책정안이 “이용자요금, 도매요금” 등으로 분리되고 있어(59쪽) 실제 월가에 따른 제로레이팅 제공은 이루어지지 않았음을 알 수 있다. 또 인터넷상생발전협의회가 2018년 6월 21일에 관계자 설문조사를 위해 배포한 “망중립성 및 제로레이팅 정책 재정립 방안 정리”에서도 콘텐츠제공사에게 부과할 제로레이팅 책정안이 “월가”와 “이용자요금”으로 나뉘고 통신사의 입장이 “이용자요금”을 ‘통신사는 그만큼의 데이터 이용료 수입을 포기함으로써 그 비용을 스스로 부담한 것으로 볼 수 있으므로, 경쟁 CP의 제로레이팅 요청 시 데이터 이용료 이내에서 비용 청구 허용(4쪽)’이었던 것으로 보아 지금까지 통신3사가 비

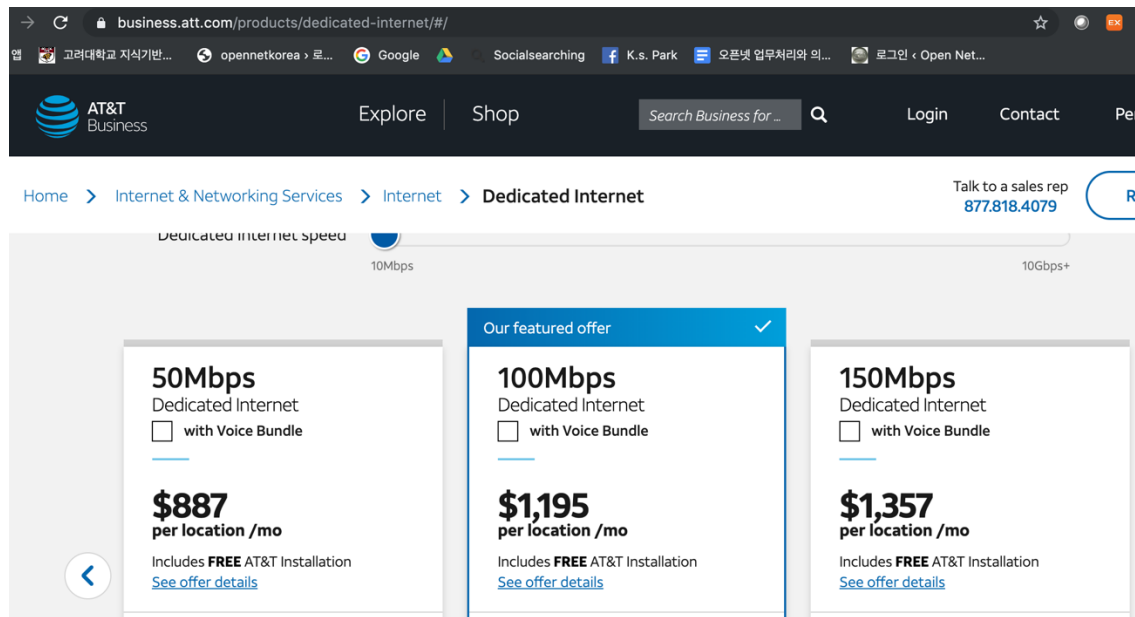
차별적인 조건으로 제로레이팅을 콘텐츠사들에게 제공했던 것으로 보이지 않는다.

2. 과도한 인터넷접속료

가. 사실관계

KT, SK그룹(SK브로드밴드, SKT), LGU+는 유선인터넷시장에서 과도한 인터넷접속료, 더욱 정확히는 과도한 전용회선료와 과도한 상호접속료를 받고 있다. 위 3사가 제공하는 유선인터넷은 (1) 주로 개인들에게 제공하는 초고속인터넷, (2) 주로 기업들에게 제공하는 인터넷전용회선, (3) 다른 망사업자들에게 제공하는 인터넷상호접속으로 나뉘는데 이 중의 (2)와 (3)에서 과도한 가격을 받고 있다는 말이다.

주로 기업들에게 제공되는 소위 “전용회선”에 대한 요금 즉 전용회선료의 경우 대표적인 국내 CP인 네이버와 카카오는 2016년도 기준 전용회선료로 각각 734억원, 300억원을 지급한 것으로 알려져 있다. 주로 개인들에게 제공되는 초고속인터넷은 OECD대비 높지 않지만 기업들에게 제공되는 전용회선료는 매우 높다. KT는 1 Mbps 월 85만원, SK브로드밴드는 10 Mbps 월 363만원, LGU+는 10 Mbps 월 419만원으로 약관상 나타나고 있는데 (권오상 외, 인터넷전용회선 및 IDC 요금에 대한 사후규제 방안 연구, (사)미래연구소 수행, 방송통신위원회 발주 연구보고서, 2018년 12월) AT&T가 100 Mbps 전용회선을 월 1,195불에 제공하고 있는 것과 비교하면 엄청나게 높은 금액이다 (www.business.att.com/products/dedicated-interent/#/)



상호접속의 경우 상호접속방식은 직접접속과 중계접속으로 나뉘는데 직접접속은 거의 모두 무정산이므로 상호접속료의 대부분은 중계접속료(transit fee)로 이루어지는데 2018년 6월 30일 Telegeography 자료(첨부: KISDI가 2019년 2월경 발췌하여 비공식적으로 제공한 자료)에 따르면 중계접속료는 평균 미화 월 9.22달러/Mbps으로서 미국과 유럽의 각각 4.3배, 7.2배에 달한다.

□ TeleGeography ('18.06.30. 기준)

- 영국의 IT 시장조사업체인 TeleGeography가 각국의 망 이용료 현황을 비교하여 유료 판매
 - CloudFlare 자료보다 객관적인 것으로 평가되며, 통신사, CDN 업체 등이 주로 참고하는 자료임
- 포트용량 10GE와 CDR 2,000을 기준으로 한국의 평균 망 이용료는 \$9.22/Mbps로, 미국과 유럽의 각각 4.3배, 7.2배 정도임

(10GE, USD/Mbps)	평균	중앙값	최대값	최소값
한국	9.22	6.3	21.77	2.32
아시아	23.54	22.62	36.44	14.04
유럽	1.28	1.17	2.20	0.63
북미	2.16	1.76	4.49	1.28

아시아 내에서도 비교대상으로 볼 수 있는 싱가포르(\$1.79), 홍콩(\$1.83), 동경(\$2.24)에 비해서도 중앙값을 비교해볼 경우 1.5배 내지 2배 이상 차이(서울 \$3.77)가 난다 (TeleGeography 자료 2017년 Q2).

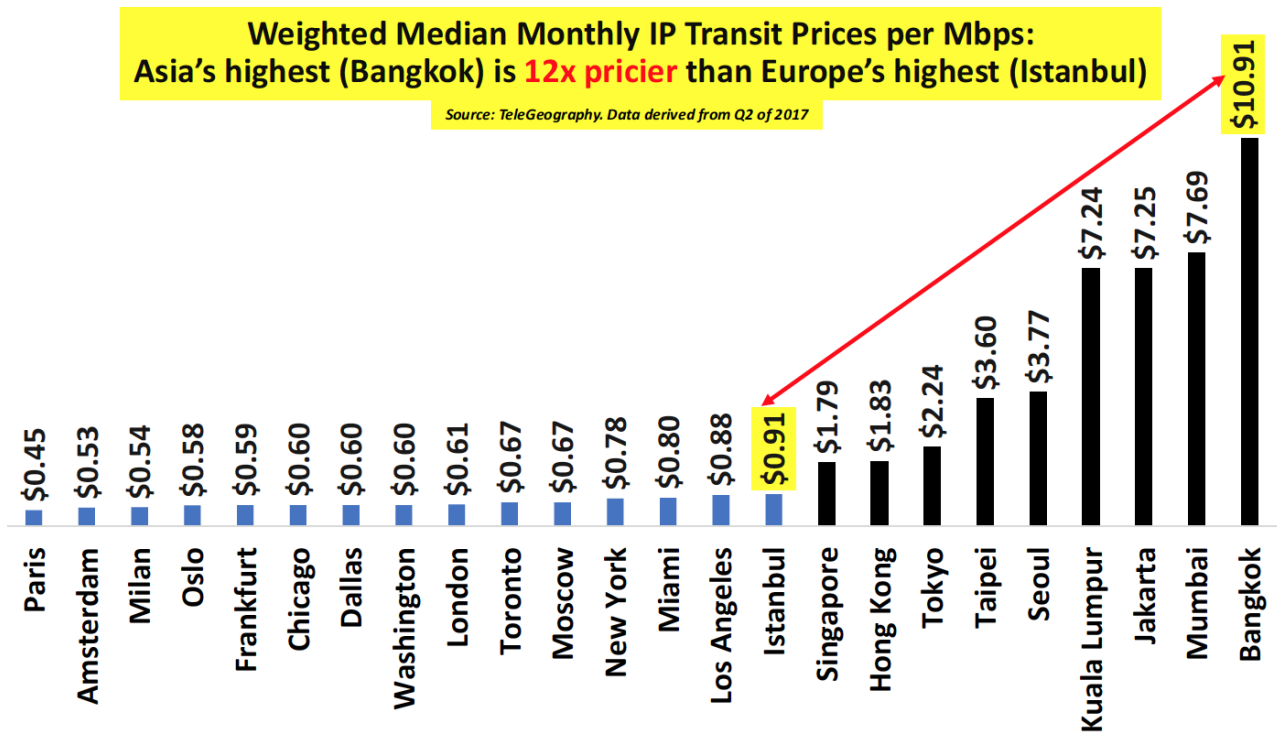


그림 1 Breaking the Barriers of Asian Pacific

전용회선과 상호접속에 있어서 이와 같이 과도한 가격책정은 독점규제법 제3조의2(시장지배적지위의 남용금지)의 1호 ‘상품의 가격이나 용역의 대가를 부당하게 결정 유지 또는 변경하는 행위’에 해당한다. 이와 같은 가격인상은 대략 2016년 하반기에 기간통신망

3사가 “60-70% 인상된 망비용을 요구”하면서 이루어진 것으로 보인다(이데일리, “통신3사 배만 불리는 미래부 접속고시 개정 문제 많다”, 2016년 10월 7일).

위 3사가 제공하는 유선인터넷을 (1) 초고속인터넷 (2) 인터넷전용회선 (3) 상호접속 각각의 시장을 살펴보면 초고속인터넷은 KT, SK그룹(SK텔레콤+SK브로드밴드), LGU+는 2019년 3월말 기준 41.2%, 25.6%, 19.2% 총 88.0%의 합계점유율을 유지하고 있어 시장 지배적 지위가 추정된다 (<https://www.msit.go.kr/web/msipContents/contents.do?mId=MTQ2>). 인터넷전용회선은 국내 전용회선과 같은 시장으로 구분되면서 통합된 통계가 마련되고 있는데 '16년 소매매출액 기준 1위 사업자는 KT로 38.8%의 시장점유율을 보이고 있으며, 이어서 LGU+ 24.7%, SK브로드밴드 18.0%, 삼성SDS 7.5%, SK텔레콤 5.1%의 순으로 시장을 점유하고 있어 상위 3개 업체(KT, SK그룹, LGU+)가 합계 86.6%의 점유율을 보이고 있어 (2017년 정보통신정책연구원 경쟁상황평가) 시장지배적사업자로 추정된다. 2016년 인터넷 망 상호접속시장의 매출액 기준 사업자 점유율은 KT 39.1%, SK브로드밴드 31.7%, LGU+ 27.3%를 기록하여 역시 합계 98.1%의 점유율을 보이고 있어 역시 시장지배적 사업자로 추정된다(2017년 정보통신정책연구원 경쟁상황평가). 즉 인터넷접속료를 이루는 3가지 상품시장 모두에서 3개 기업그룹은 모두 시장지배적 사업자로 보인다.

각국의 통신사 경쟁상황과 GDP대비 상호접속료 가격의 상관관계는 이미 잘 밝혀진 바 있다(2013년 United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific 보고서 https://www.unescap.org/sites/default/files/Discussion%20Paper-Transit-Connectivity_0.pdf). 즉 통신시장의 경쟁도가 높지 않을수록 상대적 상호접속료는 높아진다는 것이다. 결국 우리나라의 높은 인터넷접속료는 우리나라의 시장독점상황에서 기인한 것으로 추측해볼 수 있다.

나. 법령

이와 같은 행위에 대해 시장지배적 지위 남용행위 심사기준(이하, “심사기준”)은 다음과 같이 “가격의 부당한 결정·유지·변경행위(법 제3조의2제1항제1호)”를 정의하고 있다.

정당한 이유없이 상품의 가격이나 용역의 대가를 수급의 변동이나 공급에 필요한 비용(동종 또는 유사업종의 통상적인 수준의 것에 한한다)의 변동에 비하여 현저하게 상승시키거나 근소하게 하락시키는 경우(영 제5조제1항)

(1) 「상품의 가격이나 용역의 대가」는 원칙적으로 현금결제에 적용되는 가격을 기준으로 하되, 거래관행상 다른 가격이 있는 경우에는 그 가격을 적용한다.

(2) 「수급의 변동」은 당해 품목의 가격에 영향을 미칠 수 있는 수급요인의 변동을 말한다. 이 경우 상당기간동안 당해 품목의 수요 및 공급이 안정적이었는지 여부를 고려한다.

(3) 「공급에 필요한 비용의 변동」은 가격결정과 상관관계가 있는 재료비, 노무비, 제조경비, 판매비와 일반관리비, 영업외비용 등의 변동을 말한다.

(4) 「동종 또는 유사업종」은 원칙적으로 당해 거래분야를 위주로 판단하되, 당해 거래분야 위주의 판단이 불합리하거나 곤란한 경우에는 유사시장이나 인접시장을 포함한다.

(5) 「통상적인 수준의 비용」인지 여부의 판단에는 각각의 비용항목과 전체 비용을 종합하여 판단하되, 당해 사업자의 재무상황, 비용의 변동추세, 다른 사업자의 유사항

목 비용지출상황 등을 종합적으로 고려한다.

(6) 「현저하게 상승시키거나 근소하게 하락시키는 경우」는 최근 당해 품목의 가격변동 및 수급상황, 당해 품목의 생산자물가지수, 당해 사업자의 수출시장에서의 가격인상을, 당해 사업자가 시장에서 가격인상을 선도할 수 있는 지위에 있는지 여부 등을 종합적으로 고려하여 판단한다.

다. 분석

위의 법령에서 핵심적인 요소는 ‘공급에 필요한 비용’이다. 망사업자들이 인터넷접속의 공급에 필요한 비용은 높지 않다. 우선 물리적 망이 만들어지면 망을 통해 신호가 지나가도록 하기 위해 발생하는 비용은 거의 존재하지 않는다. 국내 망사업자들이 인터넷접속이라는 용역을 국내에 공급하기 위해서는 국내 망사업자들이 위계가 더 높은 해외 망사업자에게 중계접속료(transit fee)를 지불해야 하는데 해외의 중계접속료는 위의 표에서 보듯이 매우 낮고 계속 낮아지고 있다. 세계 평균은 2015년부터 2018년 사이에 27% 떨어졌고 조금 비싼 싱가포르는 30% 떨어졌다. 상파울로처럼 비싼 곳은 45% 떨어졌다 (Outlook for IP Transit Prices in 2018) <https://blog.telegeography.com/outlook-for-ip-transit-prices-in-2018>). 그러나 한국은 같은 기간 동안 거의 떨어지지 않고 있으며 2016년 CDN업체의 분석에 따르면 한국이 전 세계에서 유일하게 중계접속료가 떨어지지 않고 있는 곳이라고 한다(<https://blog.cloudflare.com/bandwidth-costs-around-the-world/>).

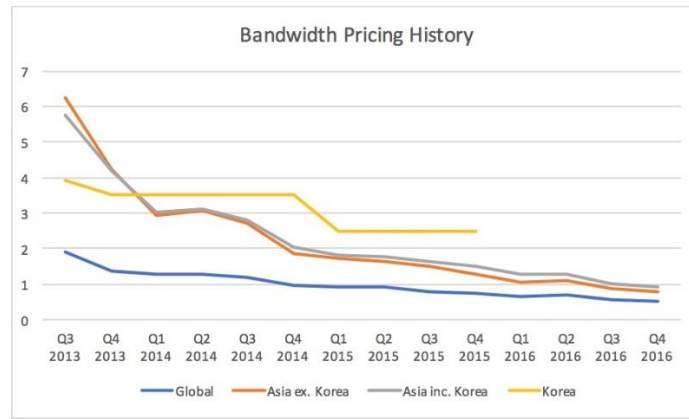


그림 2 CLOUDFLARE SUBMISSION TO MSIP REGARDING IX POLICY IN KOREA (2016)

그럼에도 불구하고 국내 망사업자들이 자신의 소비자들에게 요구하는 상호접속료와 인터넷전용회선료는 떨어지지 않고 있기 때문에 위와 같이 비슷한 시장에 비하여 가격이 매우 높은 상태가 된 것이다. 2019년 10월에 망사업자들이 스스로 밝힌 바로도 가장 인터넷접속료가 낮을 것으로 보이는 대형콘텐츠제공자 인터넷접속료도 2015년부터 2019년 사이에 15% 밖에 떨어지지 않았다(2019년 10월 9일 김성수 의원 국감자료).

위와 같은 독점가격은 중소콘텐츠제공자들에게 엄청난 부담이 되며 또 이들이 제공하는 플랫폼을 통해 표현의 자유를 행사하고자 하는 시민들에게 큰 부담이 된다. 결국 인터넷을 통해 힘없는 개인들도 매스커뮤니케이션에 포용하고자 하는 인터넷이라는 기획이 훼손되어 망중립성이 보호하려는 가치도 손실된다.

혹자는 국내 인터넷접속료의 가격이 높은 원인은 현재 국내망을 지나는 트래픽의 발신자인 해외 콘텐츠사업자들이 유선인터넷사업자에게 소위 ‘망이용대가’를 지불하지 않는 상황 즉 국내 사업자에 대한 ‘가격(역)차별’이라고 주장한다. 이와 같은 주장은 현재 국내 사업자들로부터 높은 인터넷접속료를 수령하는 것이 타당하다는 것을 전제로 해외 콘텐츠

츠사업자들로부터 ‘망이용대가’를 더 많이 받아야 한다는 주장으로 이어지는데 현재의 불공정한 가격을 정당화하는 논리로 기능한다(예를 들어, 중앙시사매거진 2018년10월15일 <https://jmagazine.joins.com/economist/view/323157>). 그러나 국내 콘텐츠사업자들이 국내 망사업자에게 지급하는 인터넷접속료는 인터넷과의 접속을 제공하는 대가로 지불하는 금액으로서 언론에서 해외 콘텐츠사업자들이 캐시서버를 국내 인터넷망에 접속시키는 대가로 지불하거나 지불해야 한다고 주장하는 ‘망이용대가’와는 다른 것이다. 인터넷접속료는 전 세계의 다른 단말들, 즉 국내의 다른 망사업자들의 단말들과 해외의 단말들 모두에 연결할 수 있도록 국내의 각 망사업자가 서로 그리고 해외의 망사업자들과 ‘상호접속’을 한 상태를 유지하는 것을 하나의 상품으로 보아 대가를 지불하는 것이다. 해외 콘텐츠사업자들은 캐시서버를 국내에 두면서 ‘망이용대가’를 지불하여 구매하는 상품은 국내의 각 망사업자들이 관장하는 단말들에 대한 접속이다. 즉 전자에서는 망사업자들이 전 세계 컴퓨터들과의 연결성(full connectivity)를 판매하는 것이고 후자에서는 망사업자들이 국내 컴퓨터들과의 연결성을 판매하는 것이다. 이 두 가지는 ‘가격(역)차별’을 논할 수 없는 서로 다른 상품인 것이다.

2019년 12월 9일

사단법인 오픈넷

신고인 박경신