



## 커지는 자급제 폰 시장

작성자: 유현주 기자

작성일: 2025. 12. 31.

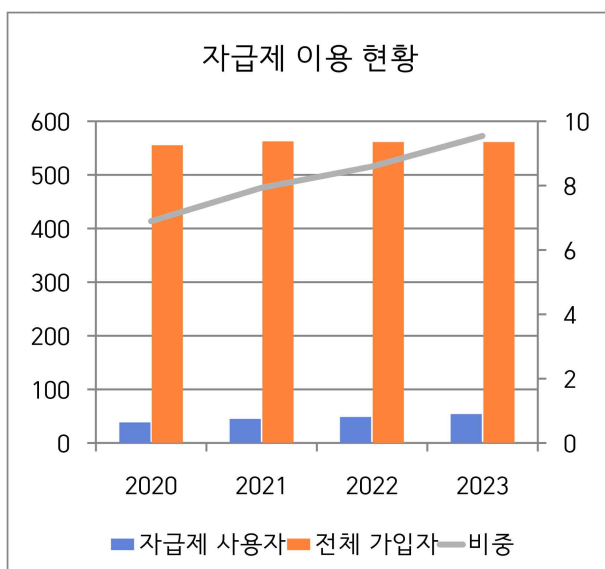
### 1. 개요

**최** 근 스마트폰을 별도로 구입하고 이동통신서비스(Mobile Communication Service) 가입을 개별로 하는 자급제 폰 시장이 급속히 커지는 추세이다. 통신업계에 따르면 최신 프리미엄(Premium) 스마트폰의 경우 지난해까지만 해도 10% 미만에 그쳤던 자급제(Self-Sufficiency System) 판매 비중이 20%를 넘어선 것으로 알려졌다. 소비자 5명 중 1명인 셈이다.

자급제 이용 현황<sup>1)</sup>

구분	자급제 사용자	전체 가입자	비중
2020	38.33	555	6.89
2021	44.58	562	7.93
2022	48.22	561.2	8.59
2023	53.49	560.7	9.54
합계	184.62	2,238.9	

표 1 (단위: 십만 대, %)



### 2. 가성비 원하는 소비자

가. 국내 휴대폰(Mobile Phone) 유통구조에 익숙한 소비자들에게 자급제폰 사용은 불편할

수 밖에 없다. 공기계(Unlocked Phone) 형태로 판매되는 단말기를 별도로 구입한 후 휴대폰 대리점(Agency)에서 이동통신 서비스를 따로 가입(Join)해야 하는 번거로움이 있기 때문이다.

나. 제조사(Manufacturer) 입장에서도 자급제폰 확산은 긍정적(Positive)이다. 통신사에게만 의존해왔던 단말기 유통채널(Distribution Channel)이 확대되기 때문이다. 또 자급제 폰 시장은 단말기 유통법에서도 제외되어 보다 자유로운 할인(Discount) 판매가 가능하다.

### 3. 서비스 경쟁으로 전환

가. 이동통신사에게 자급제폰 시장 확대(Extension)는 부담이다. 당장 단말기 판매 매출(Sale)이 줄어들 수 밖에 없는 데다, 이동통신시장의 주도권(Initiative)이 제조사에게 넘어갈 수 있다는 점에서 달갑지 않은 일이다.

나. 자급제폰 시장(Market)이 커지면 통신3사는 서비스나 요금으로 경쟁(Competition)해야 하는 상황에 처할 수 밖에 없다. 여기에 S사까지 스마트폰 시장에서 철수(Withdraw)하면서 통신사와 제조사 사이 '갑을관계'가 완전히 역전되는 상황도 배제(Exclusion)할 수 없는 형편이다.

다. 이동통신업계 관계자는 “젊은 층 중심으로 불편하더라도 저렴하면서 약정도 구매받지 않는 자급제 가입자(Member)가 빠르게 늘고 있다.”며 “이동통신사들은 단말 중심 경쟁에서 서비스 경쟁을 해야하는 상황에 놓이게 된 것”이라고 말했다.

#### ◆ Refernce

McLuhan. R., & Aydin, S. (2016). Mobile phone marketing. Marketer, 13(2). 74-76.

1) 자료: [경남대학교](#)