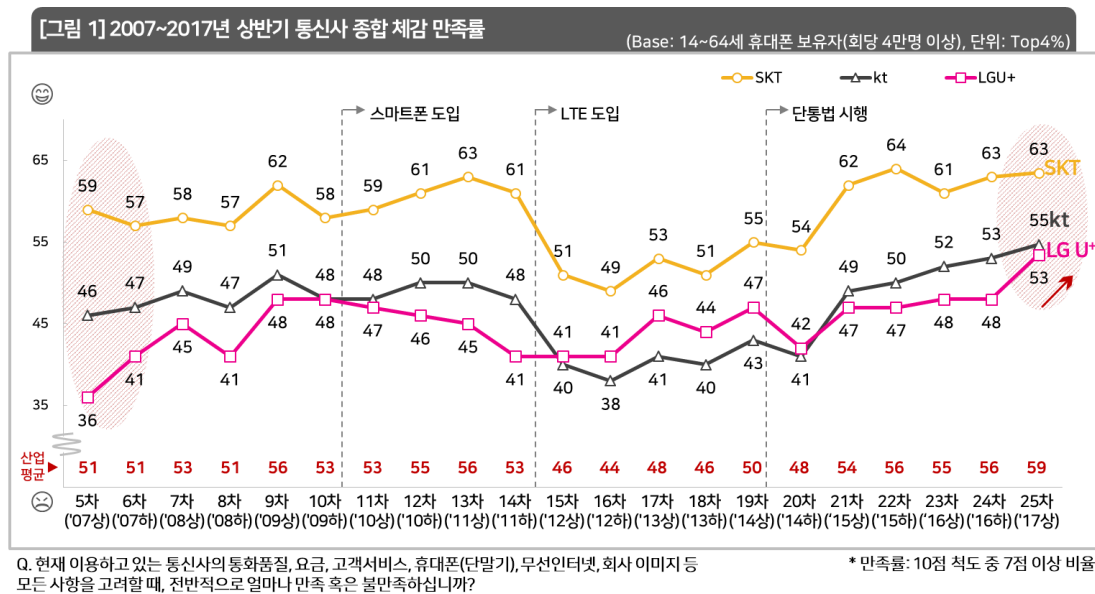


이동통신 고객 만족도, LTE 이전 수준 회복

- LTE 도입 후 하락했던 통신사 만족률 단통법 이후 회복
- SKT는 10년 이상 압도적 1위 유지
- LG U+는 KT 에 재역전 노려

LTE 도입 전 통신 3사의 고객 체감 만족률의 산업평균은 50%를 겨우 넘는 수준에 불과했다. LTE 도입 후 전체적으로 40% 중반대로 하락했으나 단통법 시행 이후 다시 이전 수준 이상으로 좋아질 조짐이 있다. SKT는 3사 중 최고 성적으로 부동의 1위를 굳건하게 지키고 있으며, KT와 LG U+ 역시 역대 최고의 성적을 나타냈다. 이 둘은 엇치락뒤치락 하며 2위 자리를 놓고 다투고 있다.

이동통신전문 리서치기관인 컨슈머인사이트(대표 김진국)가 2005년 이래 연 2회 실시해 온 이동통신 기획조사의 제 25차 조사(2017년 4월 실시, 표본 규모 40,189명)에서 각 통신사 가입자가 체감하는 만족도를 조사했다. 종합 만족률은 SKT가 63%로 가장 높았으며, 뒤를 이어 KT(55%), LGU+(53%) 순으로 나타났다. SKT는 2위 회사를 최소 7%p(17차, 18차) 이상의 차이로 앞서는 독주를 계속해 왔다.



10년 간 종합 만족률의 산업평균 추이를 보면 2007년 상반기 이동 3사 전체의 만족률은 51%였으나 현재는 59%로 8%p 상승하며 역대 최고의 만족률을 보였다. 시기별로 살펴 보면 10년 전 1위인 SKT와 3위인 LG U+의 격차가 최고 23%p까지 벌어지는 등 통신 3사간 만족률 차이가 뚜렷했다. 스마트폰 도입 전후로는 2위 KT와 3위 LG U+간의 차이가 잠시 줄어드는 양상을 보이기도 했으나 얼마 못 가 다시 벌

For more Information

문의: 박경희 수석부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@consumerinsight.kr

서울시 강남구 봉은사로 129 거평타운 19F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr

어졌다. LTE 도입 이후에는 SKT와 KT가 동반 하락하며, 만년 3위 LG U+가 KT를 제치고 2위 자리를 차지했다. 단통법 시행 후 다시 SKT - KT - LG U+의 순으로 복귀했으나, 최근 LG U+의 상승세가 KT를 위협하고 있다. 통신 3사의 만족률은 매년 변화하고 있으나 부동의 1위인 SKT가 선두를 유지하고 KT와 LG U+가 동반 상승하며 역대 최고 성적을 기록했다는 것만큼은 분명하다.

통신 3사의 만족률 상승이 이뤄진 것은 이들이 제공하는 서비스가 대체로 상향평준화 됐기 때문이다. 현재 통신 3사는 통화 및 데이터 품질뿐 아니라 요금제 구성, 멤버십 제도, 부가콘텐츠 제공 등 전반에 걸쳐 유사한 수준의 서비스를 제공하고 있다. 더 이상 통화가 터지지 않아, 혹은 멤버십 혜택이 좋지 않아 특정 통신사를 기피하는 일은 많이 없어졌다는 것을 뜻한다. LG U+의 상승이 이를 반증한다고 볼 수 있다. 10년 전 LG U+의 만족률은 36%였으나 최근 조사에서는 53%로 17%p나 상승했다. 10년간 1위를 지켜온 SKT가 4%p의 만족률 상승에 그친 것과는 대조적이다.

그럼에도 SKT는 지난 10년 간 2위와의 높은 격차를 유지한 채 사실상 이통 산업의 평균 만족률을 리드하고 있다. 실제로 세부 속성별 만족률을 보면 SKT는 '요금'을 제외한 모든 부분에서 KT, LG U+ 대비 압도적으로 높은 만족률을 기록하고 있다.

[표 1] '17년 상반기 통신사 세부 속성별 만족률

(Base: 14~64세 휴대폰 보유자, 단위: Top2%)

만족도 영향력* 순위	17년 상반기 통신사 세부 속성별 체감 만족률						
	(사례수)	SKT (18,862)	16下 대비 GAP	KT (11,188)	16下 대비 GAP	LG U+ (8,531)	16下 대비 GAP
1위	요금	35	0	37	+1	39	+4
2위	데이터	54	+2	47	+2	44	+4
3위	이미지	64	+1	50	+3	46	+5
4위	음성통품	65	+1	55	+3	51	+3
5위	부가서비스 및 혜택**	47	0	40	+1	40	+7
6위	고객응대 서비스	65	+1	53	+1	54	+3
7위	프로모션/이벤트	37	-1	33	+1	32	+6
8위	단말	58	+1	50	+1	45	+5
9위	광고	40	0	35	+3	32	+3

* 영향력: 종합체감만족률(종속변수)에 각 세부속성(독립변수)이 미치는 영향력 순위 (회귀분석으로 산출)

** 부가서비스 및 혜택 (멤버십, 로밍, 특화콘텐츠, 장기/우수고객 등)

*만족률: 5점 척도 중 4점 이상 비율

Q. 현재 이용 중인 통신사가 제공하는 각 항목에 대해 얼마나 만족 혹은 불만족 하시는지 응답해 주시기 바랍니다.

Q. 귀하는 현 이용 중인 통신사의 멤버십 서비스 전반에 대해 얼마나 만족 혹은 불만족하십니까?

고객이 직접 체감하는 만족 경험은 향후에도 통신사 이용을 유지할 것인지 결정하는 데 매우 중요한 영향을 미친다. 단통법 시행 이후 무리한 출혈 경쟁 대신 기존 고객 지키기에 나선 통신 3사는 그 어느 때보다 고객의 만족률에 민감하게 반응할 수 밖에 없을 것이다. 최근 급격히 상승한 LG U+와 불안한 2위를 유지하고 있는 KT, 흔들리지 않는 1위를 지키고 있는 SKT는 어떤 기업이 고객의 지속적인 선택을 받을 수 있을지 고객만족 측면에서 조금 더 고민해볼 필요가 있을 것이다.

For more Information

문의: 박경희 수석부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@consumerinsight.kr

서울시 강남구 봉은사로 129 거평타운 19F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr

=====

컨슈머인사이트는 2005년 상반기 이후 12년간 연2회 대규모 기획조사를 실시해 왔습니다.

위 결과는 '17년 상반기(25차) 이동통신 기획조사'로부터 발췌한 것입니다.

◆ 참고: 컨슈머인사이트 '이동통신 기획조사' 개요

응답대상자	전국 14세~64세 휴대폰 사용자	[누적 표본구성 현황] 총 1,816,801명			
표본프레임	컨슈머인사이트IBP (Invitation Based Panel)	차수	사례수	차수	사례수
표본추출방법	성별/연령 고려 할당 추출	25차	40,189	12차	87,426
자료수집방법	이메일 조사	24차	38,405	11차	88,876
표본 수	회당 4만명 (16차 부터) *15차까지 회당 8만명 이상	23차	39,355	10차	85,935
주요 정보	이동통신 이해 및 시장 Trend 파악 이동통신 서비스 및 단말기 품질 경쟁력 파악	22차	40,172	9차	74,893
조사 주기	년 2회 (Bi-annual)수행 상반기: 3~4월, 하반기: 9~10월 자료 수집	21차	20,461	8차	76,469
		20차	41,874	7차	92,210
		19차	41,390	6차	100,615
		18차	42,195	5차	100,752
		17차	44,168	4차	100,901
		16차	73,365	3차	100,000
		15차	88,967	2차	110,455
		14차	81,344	1차	100,779
		13차	85,605		

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

문의: 박경희 수석부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984

E-mail: parkkh@consumerinsight.kr, Homepage: www.consumerinsight.co.kr

For more Information

문의: 박경희 수석부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@consumerinsight.kr

서울시 강남구 봉은사로 129 거평타운 19F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr