

컨슈머인사이트 보도자료
(Telecom Report '26-06)

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	parkkh@consumerinsight.kr
문 의	박경희 본부장	연 락 처	02) 6004-7619
배 포 일	2026년 8월 11일(화) 배포	매 수	총6매

Copyright © ConsumerInsight. All rights reserved. 이 자료의 모든 콘텐츠(문서, 분석 내용, 도표 등)에 대한 저작권은 (주)컨슈머인사이트에 있으며, 언론사의 기사 작성 목적에 한하여 인용 또는 보도할 수 있습니다. 그 외 모든 형태의 복제, 배포, 게시, 전시, 전송, 2차적 활용 등은 사전 서면 동의를 받은 경우에 한해 허용됩니다. 무단 사용 시 저작권법 등에 따른 법적 책임이 따를 수 있습니다.

■ '26년 상반기 '이동통신 기획조사' 리포트 ④ 해외 데이터·음성통화 이용
해외 데이터 이용 방식, '이심'이 '로밍' 앞질렀다

- 이심(eSIM) 이용률 36%로 통신사 로밍(34%) 제치고 1위
- 선택 이유는 저렴한 요금·간편한 개통...만족률(79%)도 1위
- 유료 데이터 94%가 이용...음성통화는 44%가 이용 안 해
- 음성통화는 63%가 앱 기반...통신사 로밍 통화(36%) 압도
- 통신사, 앱 기반 무료통화 서비스 잇따라...효과에 관심

○ 해외 체류 중 데이터 이용 방식에서 이심(eSIM, 36%)이 통신사 로밍(34%)을 제치고 선두로 올라섰다. 음성통화는 해외 방문자의 44%가 한 번도 하지 않았고, 이용자 중에서도 63%가 카카오톡 등 데이터 기반 앱 전화를 사용했다.

□ 이 리포트는 이동통신 전문 조사기관 컨슈머인사이트가 매년 2회(상·하반기 각 1회, 회당 표본규모 약 3만명) 실시하는 '이동통신 기획조사'의 제43차('26년 상반기) 조사 결과다. 최근 1년 내 해외 방문 경험자 1497명을 대상으로 해외 체류 중 데이터와 음성통화 이용행태를 묻고 결과를 분석했다.

■ 이심, 1년 만에 8%p 급증

○ '26년 상반기 조사에서 해외 체류 중 데이터 이용 방식은 해외 현지 이심 구입이 36%로 가장 많았고, 통신사 데이터 로밍(34%)이 뒤를 이었다[표1]. 이어 현지 유심 구입 16%, 와이파이 라우터(포켓 와이파이) 9% 순이었으며, 유료 데이터를 쓰지 않은 사람(무료 와이파이만 이용)은 6%였다. ▶[표1] 차트 이미지 바로 가기

[표 1] 해외 데이터 이용 방식 비교

[BASE: 최근 1년 내 해외 방문자, 단위: %]

데이터 이용 방법	'26년 상반기 (n=1,497)	'25년 상반기 (n=1,383)	'26-'25 증감(%p)
해외 현지 이심(eSIM) 구입	36	28	+8
통신사 데이터 로밍 요금제 가입 (일일, 기간)	34	32	+2
해외 현지 유심(USIM) 구입	16	20	-4
와이파이 라우터 (포켓 와이파이 임대)	9	12	-3
유료 데이터 서비스 이용 안 함 (무료 와이파이만 이용)	6	8	-2

Q. 가장 최근에 방문하신 ○○○에 머무실 때, 휴대폰에서 데이터 이용은 어떻게 하셨습니까?

* 모든 수치는 소수점 이하를 반올림한 것으로 합계 값이 일치하지 않을 수 있음

○ 이심은 전년 동기 28%에서 8%p 오르며 선두로 올라섰다. 통신사 로밍(32%→34%)은 2%p 상승에 그쳤고, 현지 유심(20%→16%)과 와이파이 라우터(12%→9%)는 하락했다.

□ 이심은 최근 세 차례 조사에서 28%('25년 상반기)→32%(하반기)→36%('26년 상반기)로 반기마다 4%p씩 올랐다. 같은 기간 30%대 초반(32%→31%→34%)에 머문 로밍을 '25년 하반기 미세한 차이(소수점 포함 시 이심 31.9%, 통신사 로밍 31.4%)로 따라잡은 데 이어 이번에는 격차를 2%p로 벌렸다. 이같은 추이를 고려하면 이심의 우세는 앞으로 더욱 커질 가능성이 높다.

■ 2030은 이심, 5060 이상은 로밍 이용률 높아

○ 이용 방식은 연령대별로 뚜렷하게 갈렸다. 30대(53%)와 20대(50%)는 이심이 절반 수준으로 가장 높았던 반면, 60대 이상(48%)과 50대(46%)에서는 통신사 로밍이 가장 높았다[표 2]. 40대는 이심과 로밍이 35%로 같았다. 연령이 높아질수록 이심은 낮아지고 로밍은 높아져, 40대를 경계로 주된 이용 방식이 갈렸다.

[표 2] 연령대별 해외 데이터 이용 방식 비교 ('26년 상반기)

[BASE: 최근 1년 내 해외 방문자 1,497명, 단위: %]

연령대	사례수 (n)	해외 현지 이심 구입	통신사 로밍	해외 현지 유심 구입	와이파이 라우터	유료 데이터 이용 안 함
10대	(79)	31	23	13	15	18
20대	(225)	50	19	16	11	5
30대	(346)	53	25	14	8	0
40대	(345)	35	35	20	7	3
50대	(322)	23	46	14	10	7
60대 이상	(181)	14	48	15	7	16

Q. 가장 최근에 방문하신 ○○○에 머무실 때, 휴대폰에서 데이터 이용은 어떻게 하셨습니까?

* 모든 수치는 소수점 이하를 반올림한 것으로 합계 값이 일치하지 않을 수 있음

■ 이심 이용자, 만족률도 가장 높아

○ 이심 선택 이유는 '저렴한 요금'이 64%로 가장 많았고, '가격 대비 많은 데이터 용량'(43%), '간편한 신청·개통 절차'(41%)가 뒤를 이었다. 반면 통신사 로밍은 '국내 통화·문자 이용 편의성'(45%)을 주된 이유로 꼽았다.

○ 이용자 만족률에서도 이심이 79%로 가장 높았다. 현지 유심은 64%, 통신사 로밍과 와이파이 라우터는 각각 58% 수준에 그쳤다. 이심은 이용률에서 통신사 로밍을 근소한 차이(2%p)로 앞섰지만 만족률에서는 21%p 차이로 압도적 우위를 보였다.

■ 데이터는 필수...음성통화는 선택

○ 해외 방문자의 94%가 로밍, 유심, 이심, 포켓 와이파이 중 하나를 썼을 정도로 유료 데이터 이용은 보편적이었다. 반면, 음성통화는 56%에 그쳤다. 전화를 걸고 받은 사람이 35%, 받기만 한 사람이 21%였으며, 나머지 44%는 걸지도 받지도 않아 가장 큰 비중을 차지했다[표3]. 해외에서 지도·검색·메신저 등을 위한 데이터 연결은 사실상 필수가 된 반면, 음성통화는 선택 사항이 된 셈이다. ▶[표3] 차트 이미지 바로 가기

[표 3] 해외 휴대폰 음성통화 이용 방식 비교

[BASE: 최근 1년 내 해외 방문자, 단위: %]

구분	해외 방문자 전체 (n=1,497)	음성통화 이용자 (n=835)
이용 여부 - 이용	56	100
↳ 오는 전화를 받기만 했다	21	37
↳ 전화를 걸기도 하고, 받기도 했다	35	63
- 비이용 (전화를 받지도 걸지도 않았다)	44	-
이용 방식		
데이터 기반 앱 통화(카카오톡 등)	35	63
통신사 로밍 음성 통화	20	36

Q. 000에 머무실 때 음성 통화를 어떤 방식으로 하셨습니까?

Q. (이용자만) 000에 머무실 때 음성통화 서비스를 이용하셨습니까? 하셨다면 어떤 방법으로 하셨습니까?

* 이용 방식: 복수응답, 주요 응답 값만 제시

* 모든 수치는 소수점 이하를 반올림한 것으로 합계 값이 일치하지 않을 수 있음

○ 음성통화를 한 경우에도 63%는 카카오톡·페이스타임·왓츠앱 등 데이터 기반 앱 통화를 이용해 통신사의 로밍 음성통화(36%)를 크게 앞섰다. 해외 방문자 전체를 기준으로 환산하면 앱 통화는 약 35%, 로밍 음성통화는 약 20% 수준이다.

■ 통신사 '앱 기반 무료통화' 고객 유인 효과는 미지수

○ 주목할 부분은 앱 기반 무료통화 서비스인 '바로(baro)통화'를 제공하고 있는 SKT 이용자의 반응이다. 해외에서 음성통화를 이용한 SKT 로밍 요금제 가입자의 46%가 바로통화를 이용해, 전체 로밍 음성통화 이용률(36%)을 크게 앞섰다. 또 이들의 로밍 서비스 만족률은 65%로, 바로통화 비이용자의 만족률(56%)을 웃돌았다. 향후 1년 내 해외여행을 계획 중인 SKT 고객의 55%가 바로통화 이용 의향을 비친 것도 긍정적 요소다.

○ 반면 이 의향은 기존 이심 이용자의 경우 38%에 그쳤다. 통신사의 앱 기반 무료통화가 로밍의 장점을 강화할 수는 있어도, 이심의 가격 경쟁력에 대응하는 혜택은 아니기 때문으로 보인다. 바로통화 이용자의 로밍 만족률(65%)이 이심(79%)에 크게 미치지 못한 것도 한계다.

○ SKT에 이어 LG U+도 지난 7월 AI 통화 앱 '익시오'를 활용한 '익시오 로밍콜'을 출시했다. U+ 로밍 요금제 가입자가 해외에서 국제 통화요금 부담 없이 이용할 수 있는 서비스다(조사 시점인 '26년 상반기 이후 출시돼 관련 조사 데이터는 없음). 통신사가 잇따라 선보인 앱 기반 무료통화가 로밍 고객 유지에는 일부 효과가 예상되나, 이심으로 옮겨간 이용자를 되돌리는 데까지 이어질 지는 미지수다.

[그림1] 해외 휴대폰 데이터 이용 방식 비교

[Base: 최근 1년 내 해외 방문자, 단위: %]



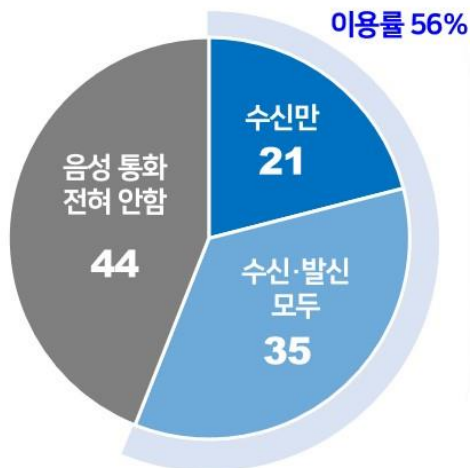
Q. 가장 최근에 방문하신 000에 머무실 때, 휴대폰에서 데이터 이용은 어떻게 하셨습니까?

* 모든 수치는 소수점 이하를 반올림한 것으로 합계 값이 일치하지 않을 수 있음

[그림2] 해외 휴대폰 음성통화 이용 방식 비교

음성통화 이용률

[Base: 최근 1년 내 해외 방문자, n=1,497, 단위: %]



음성통화 이용 방식

[Base: 최근 1년 내 해외 방문자 중 음성통화이용자, n=835, 복수응답, 단위: %]

데이터 기반 앱 통화 (카카오톡, 페이스타임, 왓츠앱 등)	63
로밍 음성 통화	36
SKT 에이닷 전화 앱 통화	16
음성 통화 지원 유심·이심 통화 (말톡, 도시락 등)	11

Q. 000에 머무실 때 음성 통화를 어떤 방식으로 하셨습니까?

Q. (이용자만) 000에 머무실 때 음성통화 서비스를 이용하셨습니까? 하셨다면 어떤 방법으로 하셨습니까?

* 모든 수치는 소수점 이하를 반올림한 것으로 합계 값이 일치하지 않을 수 있음

이 리포트는 컨슈머인사이트가 2005년부터 수행한 '이동통신 기획조사'를 바탕으로 한다. 조사는 컨슈머인사이트의 86만 IBP(Invitation Based Panel)를 표본틀로 연 2회(매년 3~4월/9~10월, 회당 표본 규모 약 3만명) 실시하며 이동통신 사용 행태 전반을 조사 범위로 한다. 2026년 상반기에는 3만 226명을 조사했으며, 표본추출은 인구구성비에 따라 성·연령·지역을 비례 할당하여, 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 3만명
 조사 주기	연 2회, 상반기 4월, 하반기 10월
 보유 데이터	2005년~2026년, 총 43차수 데이터 확보

[누적 표본구성 현황] 총 2,432,236명

차수		사례수	차수		사례수
43차	2026년 상반기	30,226	21차	2015년 상반기	40,461
42차	2025년 하반기	31,359	20차	2014년 하반기	41,874
41차	2025년 상반기	31,245	19차	2014년 상반기	41,390
40차	2024년 하반기	33,242	18차	2013년 하반기	42,195
39차	2024년 상반기	33,098	17차	2013년 상반기	44,168
38차	2023년 하반기	33,790	16차	2012년 하반기	73,365
37차	2023년 상반기	34,651	15차	2012년 상반기	88,967
36차	2022년 하반기	35,519	14차	2011년 하반기	81,344
35차	2022년 상반기	34,673	13차	2011년 상반기	85,605
34차	2021년 하반기	34,561	12차	2010년 하반기	87,426
33차	2021년 상반기	34,266	11차	2010년 상반기	88,876
32차	2020년 하반기	35,676	10차	2009년 하반기	85,935
31차	2020년 상반기	34,682	9차	2009년 상반기	74,893
30차	2019년 하반기	33,274	8차	2008년 하반기	76,469
29차	2019년 상반기	34,571	7차	2008년 상반기	92,210
28차	2018년 하반기	36,079	6차	2007년 하반기	100,615
27차	2018년 상반기	37,349	5차	2007년 상반기	100,752
26차	2017년 하반기	37,174	4차	2006년 하반기	100,901
25차	2017년 상반기	40,189	3차	2006년 상반기	100,000
24차	2016년 하반기	38,405	2차	2005년 하반기	110,455
23차	2016년 상반기	39,355	1차	2005년 상반기	100,779
22차	2015년 하반기	40,172			

For-more-Information

박경희 본부장	parkkh@consumerinsight.kr	02-6004-7619
박지영 팀장	parkjy@consumerinsight.kr	02-6004-7629
권민경 과장	kwonmk@consumerinsight.kr	02-6004-7699