

컨슈머인사이트 보도자료 (Telecom Report '25-15)

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	parkkh@consumerinsight.kr
문 의	박경희 본부장	연 락 처	02) 6004-7619
배 포 일	2025년 12월 1일(월) 배포	매 수	총4매

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.

LG U+ 이용자 만족도, 상-하반기 연속 통신3사 중 1위

컨슈머인사이트 '25년 하반기 이동통신 기획조사...통신사 체감 만족도

- SKT, '25년 4월 해킹 사건 후 20년 독주 깨져...3위로 급락
- LG U+는 '21년 KT 장애로 2위 오른 후 '25년 상반기 첫 1위
- 경쟁사 사건·사고와 LG U+ 요금·이미지 만족도 상승 효과 겹쳐
- 'LG U+ 품질 개선 vs SKT 신뢰 회복'이 향후 경쟁의 핵심 변수

○ 이동통신 시장의 고객만족 경쟁 구도가 재편되고 있다. '21년 KT의 통신망 장애를 기점으로 흔들리기 시작해 '25년 상반기 SKT 해킹 사건 이후 다시 한번 순위가 급변했다. 지난 상반기 처음으로 통신3사 중 체감만족도 1위에 오른 LG U+가 하반기에도 선두를 지켰고, 해킹 사건 직후 만족도 최하위로 떨어졌던 SKT는 2위로 반등했다.

□ 이동통신 전문 조사기관 컨슈머인사이트가 매년 2회(상·하반기 각 1회, 회당 표본규모 약 3만명) 실시하는 '이동통신 기획조사'의 제42차('25년 하반기) 조사에서 14세 이상 통신3사 이용자 2만5679명에게 현 통신사에 대한 체감 만족도를 묻고 이전과의 추이를 비교했다.

□ 체감 만족도 점수는 10개 평가 세부 항목 전반에 대한 만족도를 10점 척도(1~10점)로 묻고 그 결과를 1000점 만점으로 환산해 산출했다. 10개 세부 항목은 △광고 △프로모션·이벤트 △이미지 △개통 가능한 휴대폰 △요금 △데이터 서비스 △음성통화 품질 △부가서비스 및 혜택 △장기고객 혜택 △고객 응대 서비스이며, 별도로 △보안(통신 생활 보호, 개인 정보 보호 등) 항목도 조사했다.

■ LG U+, '반사이익' 넘어선 꾸준한 상승 주효

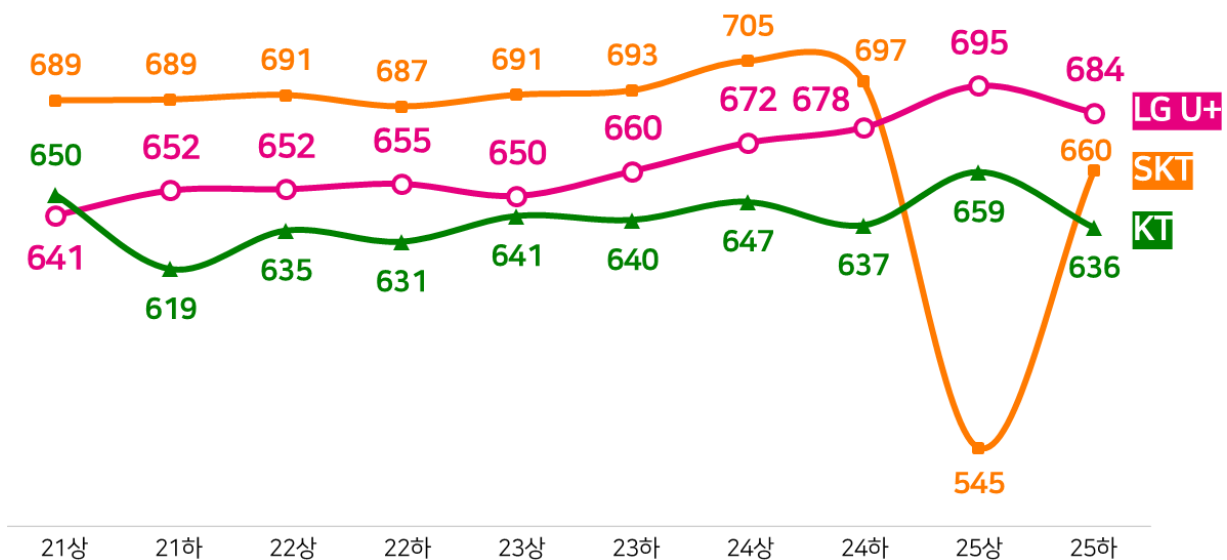
○ '25년 하반기 LG U+의 체감 만족도는 684점으로 통신3사 중 가장 높았다. SKT(660점)

와 KT(636점)를 각각 24점, 48점 차이로 앞서며 상반기에 이어 연속 1위를 차지했다. LG U+는 만족도 평가 10개 세부 항목 중 '데이터 서비스', '통화 품질'(두 항목 모두 SKT 1위)을 제외한 8개 항목에서 가장 높은 평가를 받았다. 특히 '이미지'(51%)와 '요금'(46%) 만족률에서는 타사 대비 8~10%p 앞서 확실한 우위를 확보했다.

○ LG U+는 '21년 10월 'KT 인터넷 장애' 사건 이후 만년 3위에서 2위로, '25년 상반기에는 'SKT 유심 해킹' 여파로 1위로 올라섰다. 그때그때 경쟁사 악재를 계기로 올라서긴 했지만 '23년 이후 3사 중 유일하게 상승세를 유지하는 것을 보면 단순한 반사효과만은 아니다. 그동안의 지속적인 노력과 투자가 빛을 발하고 있다고 볼 수 있다[그림].

[그림] 통신3사 이용자체감 만족도 연도별 추이

[Base: 각 통신사 이용자(14세 이상), 단위: 점]



Q. 현재 이용하고 있는 통신사의 통화품질, 요금, 고객센터, 휴대전화(단말기), 무선인터넷, 회사 이미지 등 모든 사항을 고려할 때, 전반적으로 얼마나 만족 혹은 불만족하십니까?

* 만족도는 10점 척도(1~10점) 점수를 1,000점 만점으로 등비 평행이동한 점수의 평균 값임

** 25상은 SKT 유심 해킹 사건 발생에 따라 기획조사 종료 후 진행된 추가조사(25.05.13~14) 결과를 기준으로 함

■ SKT, 급속 회복에도 이전 수준에는 미달

○ SKT는 조사가 시작된 2005년 상반기부터 '24년 하반기까지 20년 간 통신3사 중 만족도 1위로 독주 체제를 지켜왔다. 그러나 '25년 상반기 유심 해킹 사태 직후 만족도가 545점(전기 대비 -152점)으로 급락했다. 하반기 다시 115점 반등하며 회복세로 돌아섰지만 여전히 LG U+에 20점 이상 뒤지고 있다.

○ 세부 항목별로 보면 SKT는 '데이터 서비스'와 '통화 품질'에서는 여전히 1위를 유지해 품질 측면의 강점은 유지했다. 나머지 항목도 대체로 반등했지만 '이미지'와 '보안' 측면의 회복은 미흡했다. 이미지(43%)는 해킹 사태 이전인 '24년 하반기(61%) 대비 18%p 미달했고, 보안(24%)은 상반기 대비 10%p 상승했음에도 LG U+(48%)의 절반에 그쳤다. 해킹 사태의 단기 충격에서는 벗어나고 있으나 브랜드 이미지와 보안의 신뢰를 되찾는 데는 더 많은 시간과 노력이 필요할 것으로 보인다.







■ 과거 1위 vs 3위의 뒤바뀐 경쟁 구도

○ '25년 하반기 조사 결과는 이동통신 시장에 지금껏 없던 새로운 경쟁 구도가 자리잡고 있음을 보여준다. 이용자 만족도에서 부동의 1위였던 SKT와 한때 최하위였던 LG U+가 서로 다른 강점을 앞세워 치열한 선두 경쟁을 벌이고 있다. 한 브랜드에 닥친 악재와 다른 브랜드의 장기간에 걸친 노력이 맞물려 나타난 변화다.

○ 그러나 사건·사고는 시간과 대상을 가리지 않는다. 실제로 KT는 지난 9월 무단소액결제와 해킹 사건이 공식화됐고, LG U+에서도 10월 말 해킹 정황이 드러났다. LG U+의 품질 경쟁력 강화, SKT의 브랜드 신뢰 회복 속도가 일차적인 경쟁 구도를 좌우하겠지만 그 다음에는 각사의 리스크 예방·대응 역량이 또 하나의 변수가 될 수 있다.

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. 2025년 하반기에는 3만 1359명을 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~2025년, 총 42차수 데이터 확보

[누적 표본구성 현황] 총 2,402,010명

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

For-more-Information

박경희 본부장	parkkh@consumerinsight.kr	02-6004-7619
박지영 팀장	parkjy@consumerinsight.kr	02-6004-7629
전유진 대리	jeonyj@consumerinsight.kr	02-6004-7656