심층분석보고서

LG유플러스-NW기술(유·무선)

2026.03.31

| 노영우 컨설턴트

1 장. 산업 분석

1.1 산업 개요 및 시장 구조

대한민국 통신 산업은 **이동통신(무선)**과 **유선통신**으로 양분되며, SK 텔레콤·KT·LG 유플러스 3 개사가 과점하는 구조입니다. 이동통신은 스마트폰 등을 통한 음성·데이터 서비스를 제공하며 5G 상용화(2019 년) 이후 **초고속 데이터 서비스** 중심으로 재편되었습니다. 유선통신은 초고속인터넷, IPTV, 전화 등을 포함하며 과거에 비해 성장세는 둔화됐지만 여전히 **안정적 수익원**으로 기능합니다. 전반적으로 통신 시장은 **포화 상태**로 가입자 증가 여력이 제한적이고, 정부의 요금 인하 압박 등 규제가 강한 편입니다[1]. 이에 따라 통신사들은 **가입자당평균매출(ARPU)** 방어나 **신규 서비스 개발**을 통해 성장 모멘텀을 찾는 상황입니다.

시장 규모 측면에서 국내 통신 3 사 합산 매출은 2025 년에 약 **60 조 9 천억원**으로 추정되며 전년 대비 3% 성장하였습니다[2]. 이는 통신업이 연 1~3%대의 안정적이고 낮은 성장률을 보이고 있음을 나타냅니다. 합산 영업이익은 해킹 사고 등의 악재에도 불구하고 2025 년에 약 **4 조 4 천억원**으로 회복되었는데, 이는 전년 대비 28% 증가한 수치입니다[2]. 5G 보급으로 인한 프리미엄 요금제 확산과 기업용 신규 사업이 수익 개선을 견인한 덕분입니다. 다만 **모바일 가입자 수**는 국민 인구수를 넘어서 더 이상 크게 늘기 어렵고, 정부의 통신비 인하 정책으로 매출이 정체되는 구조적 한계가 있습니다[1]. 대신 사물인터넷(IoT) 기기 회선 등 **비인간 가입자** 증가나, 고가치 서비스 가입 증가로 미미한 성장이 이어지고 있습니다.

통신 산업의 **가치사슬(Value Chain)**은 크게 세 단계로 볼 수 있습니다. **상류 단계**에서는 통신망 구축을 위한 장비 및 솔루션을 공급하는 사업자들이 있습니다. 예를 들어 5G 기지국 장비의 삼성전자·노키아, 전송망 장비의 시스코 등이 해당됩니다. **중류 단계**에서는 이동통신 3 사가 주도하여 광범위한 네트워크 인프라를 구축·운영하고 음성통화, 데이터, 인터넷, IPTV 등의 서비스를 제공합니다. 이들은 전국적인 **기지국·광케이블·데이터센터** 인프라와 대리점/온라인 채널을 통해 서비스 가입자와 연결됩니다. **하류 단계**에서는 스마트폰 제조사(삼성, 애플 등)나 OTT 콘텐츠 사업자(넷플릭스 등)가 통신망을 통해 고객에게 부가서비스를 제공합니다. 통신사들은 이들을 제휴 파트너로 두거나 직접 플랫폼 사업에 진출하면서 가치사슬을 확장하고 있습니다. 최근 통신사들은 **AI 데이터센터(AIDC)** 사업처럼 기존 통신망 운영 역량을 살려 **기업 대상 인프라 임대 및 솔루션 서비스**로 밸류체인을 아래로 넓히고 있는 추세입니다[3][4]. 요약하면, 통신산업은 인프라 투자→망 운영→서비스 제공→콘텐츠 전달로 이어지는 가치사슬을 갖추고 있으며 핵심 **수익원**은 가입자들의 **정기 요금 수입**과 단말기 판매 수익 등입니다.

1.2 최근 3~5 년 주요 트렌드

지난 5 년간 통신업계의 키워드는 단연 **5 세대 이동통신(5G) 도입과 디지털 전환**입니다. 대한민국은 2019 년 세계 최초로 5G 서비스를 상용화한 이후 5G 가입자가 빠르게 늘어 2025 년에는 각 통신사 스마트폰 가입자의 80% 이상이 5G 요금을 쓰는 수준에 이르렀습니다[5]. 5G 는 초저지연·초고속을 바탕으로 **초연결 사회**의 인프라 역할을 하며, 통신사들은 이에 맞춰 네트워크 고도화에 막대한 투자를 집행했습니다. 다만 28GHz 대역 5G 투자가 지연되어 정부가 주파수 할당을 취소하는 등 시행착오도 있었습니다. **6G 이동통신**에 대한 선행 연구도 이미 시작되어, 한국은 2028 년경 6G 시범서비스를 목표로 준비 중입니다[6].

이와 함께 **디지털 전환(DX)**과 **AI 기술**의 발전이 통신 산업에 변화를 주도하고 있습니다. 통신사들은 과거 연결망 제공자 역할을 넘어 **AI 플랫폼 기업**으로 변모를 모색하고 있습니다. 특히 2023~2025 년 사이 각 사에 대형 **해킹·정보유출 사고**가 발생하면서 **보안**이 화두가 되었고[7], 이를 만회할 새로운 성장동력으로 **AI 사업**에 주목하게 되었습니다. 실제로 2025 년 통신 시장은 "해킹으로 시작해 해킹으로 끝났다" 할 만큼 보안 이슈로 흔들렸지만, 동시에 **AI 데이터센터 사업에서 성과의 조짐을 보인 해**로 평가됩니다[7]. 통신 3 사는 AI 전용 데이터센터(AIDC)를 앞다투어 확충하며 이 분야를 **조 단위 신규 캐시카우**로 키우려는 전략을 내세웠습니다[8][3]. 예컨대 SK 텔레콤·KT·LG 유플러스 3 사의 2025 년 AIDC 합산 매출은 약 1 조 9,300 억원으로 전년 대비 27% 성장하며 통신 본업 대비 높은 성장률을 보였습니다[3]. **클라우드 컴퓨팅**과 **AI 연산 수요 폭증**에 힘입어 데이터센터 임대사업, GPU 인프라 제공, AI 솔루션 개발 등으로 사업영역을 넓히고 있는 것입니다.

또 다른 트렌드는 **융합 서비스**와 **플랫폼화 전략**입니다. 이동통신사는 IPTV, 스마트홈, IoT, 클라우드, 핀테크 등 인접 분야로 사업 다각화를 추진해왔습니다. 예를 들어 **콘텐츠 플랫폼** 분야에서 SK 텔레콤은 OTT 서비스 '웨이브(Wavve)'를 운영하고 메타버스 플랫폼을 시도했으며, KT 는 디지털 미디어·금융과 연계 사업을 펼쳤습니다. LG 유플러스도 자체 **캐릭터 IP(무너)**를 활용한 키즈폰 출시, AR/VR 콘텐츠 제공 등 *差*별화된 **서비스**를 발굴하며 통신 이상의 경험을 팔고 있습니다[9]. 이러한 플랫폼 전략은 **가입자당 수익 증대**와 **고객 락인(lock-in)** 효과를 노리는 것으로, 통신사들의 신사업 투자 방향을 결정짓는 요인이 되고 있습니다.

정부 규제 변화도 중요한 흐름입니다. 정부는 가계 통신비 부담 경감을 위해 저가 요금제 확대, 알뜰폰(MVNO) 활성화 정책을 꾸준히 추진했습니다. 그 결과 알뜰폰 시장이 빠르게 성장하여 2025 년 MVNO 가입자가 900 만 회선을 돌파하며 7 년 연속 두 자릿수 성장률을 기록했습니다[10]. MVNO 는 통신 3 사의 망을 임차해 저렴한 요금으로 제공하는데, 이들이 전체 시장에서 차지하는 비중이 높아지며 **통신 3 사의 가입자 순증세가 둔화**되고 경쟁 압력이 상승했습니다[11]. 또한 정부는 **제 4 이동통신사**를 꾸준히 언급하며 시장 경쟁 활성화를

모색해왔지만, 높은 진입장벽으로 아직 현실화되지는 않은 상황입니다. 이처럼 규제 환경은 통신사들에 **요금 인하 압박**과 **경쟁 구도 변화**를 가져와 수익성에 영향을 미치고 있습니다.

1.3 주요 플레이어와 경쟁 구도

국내 이동통신 시장의 주요 플레이어는 **SK 텔레콤, KT, LG 유플러스** 3 사입니다. 2025 년 기준 이동통신(MNO) 가입자 점유율은 SK 텔레콤이 약 40% 중반으로 1 위, KT 와 LG 유플러스가 각각 20%대 후반과 20%대 초중반으로 2~3 위를 이루는 것으로 추정됩니다. SK 텔레콤은 과거 국영 기업의 역사를 이어받은 업계 최강자로, 방대한 가입자 기반과 프리미엄 브랜드 파워를 갖고 있습니다. KT 는 유선통신의 압도적 1 위 사업자로서 기업통신 및 인터넷 분야 강자가 되었고, 모바일에서는 SKT 다음가는 규모를 유지해왔습니다. LG 유플러스는 후발주자로 출발해 공격적 마케팅과 차별화 서비스로 시장점유율을 높여왔으며 현재 **3 강 체제**를 굳히는 데 성공했습니다. 한편 알뜰폰 사업자들은 단일 기업으로는 규모가 작지만 전체를 합치면 4 위 사업자급의 가입자 풀을 확보하여 **저가 시장**에서 무시 못 할 존재가 되었습니다. 이로써 국내 통신시장은 사실상 **3+MVNO** 의 경쟁 구도가 형성되어 있습니다.

경쟁의 양상은 주로 **서비스 품질과 요금제 경쟁**으로 나타납니다. 세 회사 모두 전국망 5G 커버리지와 품질을 중요시해 설비 투자를 지속하고 있으며, 5G 초기에는 가입자 유치를 위한 보조금 경쟁이 있었으나 최근에는 과열 마케팅을 자제하는 분위기입니다. 오히려 **신규 서비스**와 **콘텐츠**로 차별화를 꾀하는 추세입니다. 예를 들어 SK 텔레콤은 **AI 비서 서비스 'A.'(에이닷)**와 **메타버스 플랫폼**을 내세워 젊은 층 공략을 시도했고, KT 는 **AI 콜센터**나 **클라우드/IDC 사업**을 강화하며 B2B 영역에서 두각을 나타내고 있습니다. LG 유플러스는 **AR/VR 미디어**와 **키즈 콘텐츠**, **캐릭터 사업** 등에 공을 들여 **고객경험의 차별화**를 추구했습니다. 각사의 이러한 전략적 차이는 **포지셔닝**에서도 드러납니다. SK 텔레콤이 상대적으로 **프리미엄 브랜드**로서 안정성과 품질을 강조하고, KT 는 **B2B 솔루션 및 인프라** 강점을 내세우며, LG 유플러스는 **유연하고 혁신적인 이미지**로 **젊은 고객층**과 **가성비를 중시하는 고객**을 흡수하는 경향이 있습니다.

최근 3~6 개월 내 업계 주요 이슈로는 **해킹 보안사고와 경영진 교체, 그리고 AI 데이터센터 투자**를 꼽을 수 있습니다. 2025 년 한 해 동안 통신 3 사는 모두 대형 보안 사고를 겪었고, 이 여파로 **SK 텔레콤과 KT 는 CEO 교체** 등 위기수습에 나섰으며 LG 유플러스는 **경찰 수사** 등 불확실성에 직면했습니다*[12]*. 이는 통신서비스의 **신뢰성**이 사업에 치명적 영향을 준다는 점을 환기시켰고, 이후 각사는 보안 투자를 대폭 확대하고 재발 방지 대책을 세웠습니다. 한편, **AI 를 활용한 신사업**에서는 오히려 협력과 경쟁이 병존했습니다. 2025 년 말 SK 텔레콤은 **AWS 와 손잡고** 울산에 대규모 AI 데이터센터를 추진(7 조원 규모 투자)하며 글로벌 빅테크와의 협업을 이끌어냈고*[13]*, KT 는 **KT 클라우드**를 통해 마이크로소프트 등과 제휴하며 기업형 AI 인프라 시장을 공략했습니다*[14]*. LG 유플러스 역시 **파주 AI 데이터센터** 건설에 착수하고 부동산운용사와 함께 데이터센터 **DBO(설계·구축·운영) 사업**에 진출하는 등

관련 신사업에 박차를 가했습니다[15]. 이러한 움직임은 **통신 본업의 성장 정체**를 돌파하기 위한 공통된 전략으로서, 각 사 모두 **AI 와 클라우드**를 미래 성장축으로 선언한 상태입니다[1].

요약하면, 통신 산업은 **포화 시장에서 디지털 혁신으로 활로를 모색하는 과도기**에 있습니다. 핵심 인프라 사업자로서의 안정성은 유지되고 있으나, **AI·데이터 사업 등으로의 변신**을 통해 새로운 **부가가치 창출**에 사활을 거는 모습입니다. 지원자는 이러한 업계 변화를 이해하고 **보안의 중요성**, **신기술 트렌드(AI, 6G 등)**, **고객가치 중심의 서비스 혁신 노력** 등을 파악해두면 좋습니다. 이는 면접 시 "최근 통신업계의 변화에 대해 어떻게 생각하는가?" 같은 질문에 풍부한 답변을 하는 데 도움이 될 것입니다.

2 장. 경쟁사 및 회사 포지셔닝

2.1 주요 경쟁사 개요

SK 텔레콤 – 국내 1 위 이동통신사업자로, 5G 시대에도 시장 리더십을 유지하고 있습니다. 2025 년 기준 연결매출 약 17 조원을 기록할 것으로 추정되며[16], 방대한 가입자 기반을 바탕으로 **높은 수익성과 브랜드 충성도**를 보유하고 있습니다. SK 텔레콤은 최근 **"AI Company"**를 표방하며 통신사업을 AI 중심으로 재편하고 있습니다. 예를 들어 자체 개발한 한국어 대규모 AI 모델을 적용한 AI 비서 서비스 '에이닷(A.)'을 출시하고, 메타버스 플랫폼 **'이프랜드(ifland)'**를 운영하는 등 **신사업 혁신**에 적극적입니다. 또한 SKT 는 과거부터 뉴미디어와 투자 사업에 공세적이어서, 지상파 통합 OTT 인 **웨이브(Wavve)** 운영, 보안 자회사(SK 쉴더스, ADT 캡스)와 전자상거래(11 번가) 등에 투자해 **통신+α 포트폴리오**를 갖추고 있습니다. 경쟁상의 강점으로는 **압도적 시장점유율**과 **양질의 통화품질**, 풍부한 재원을 통한 기술 투자가 꼽힙니다. 특히 2025 년에는 AI 인프라 사업에서 전년 대비 34.9%의 높은 성장률을 보이며, 가산·양주 등 기존 IDC 에 더해 **울산에 하이퍼스케일 AI 센터**를 구축하는 등 공격적인 투자를 단행했습니다[17][3]. 약점으로는 최근 대규모 해킹 사고로 인한 **평판 및 비용 리스크**가 부각되었다는 점입니다. 2025 년 초 발생한 유심정보 유출사건으로 SKT 는 사상 최초의 분기 적자를 기록했고 막대한 보상 비용을 지출해야 했습니다[18][12]. 또한 신규 성장사업에서 확실한 수익모델을 아직 입증하지 못해, 통신 본업 외의 시도가 **단기 실적으로 연결되지 않은 점**도 도전과제입니다.

KT(주) – 과거 한국통신 공사를 전신으로 하는 종합 통신기업으로, **유선전화·초고속인터넷 1 위 사업자**이자 이동통신 2 위 사업자입니다. KT 는 특히 **B2B 통신 및 솔루션 시장**에서 독보적 지위를 가지고 있어, 정부·기업 대상 전용회선, 데이터센터, 클라우드, AI 컨택센터(AICC) 등 분야의 **매출 비중**이 높습니다. 2023 년 경영공백 사태(CEO 선임 지연 등)를 겪었으나 2024 년 새 대표 취임 이후 **조직 안정을 회복**하고 있습니다. 전략적으로 KT 는 자체 클라우드 자회사(**KT 클라우드**)를 통해 2030 년까지 500MW 규모의 데이터센터 용량 확보를 목표로 하는 등 **디지코(Digico) 전환**을 가속화하고 있습니다[14]. 또한 AI

분야에서 마이크로소프트와 협력해 엔터프라이즈 AI 인프라 시장을 선점하려는 등 **파트너십 전략**을 구사 중입니다[14]. KT 의 강점은 **폭넓은 유무선 인프라**와 **기업영업 역량**입니다. 전국의 전화 국사와 해저케이블, 인터넷 백본망을 보유하여 네트워크 커버리지와 품질 면에서 탄탄한 기반을 갖췄습니다. IPTV(올레 TV)와 인터넷전화 등 결합상품으로 **가입자 락인 효과**를 내고 있는 것도 경쟁사 대비 우위입니다. 2025 년에는 클라우드·IDC 사업 호황에 힘입어 KT 클라우드 매출이 전년비 27.4% 성장하여 AIDC 선두주자로 자리매김했습니다[19]. 약점으로는 보수적인 기업 문화와 정부 영향력에 취약한 지배구조가 흔히 지적됩니다. 실제로 2023 년 최고경영자 선임 과정에서 정치적 외압 논란이 불거져 수개월 간 리더십 공백이 발생했고, 이는 **신사업 추진의 민첩성 저하**로 이어졌습니다. 아울러 2025 년 발생한 **펨토셀 해킹 사건** 등으로 보안관리 부실 지적을 받았고, 이에 따른 고객 신뢰 훼손이 단기 과제로 대두되었습니다[20].

LG 유플러스 – 업계 3 위 사업자로 LG 그룹 계열의 통신사입니다. 후발주자였던 LGU+는 한때 10%대였던 모바일 점유율을 공격적 마케팅과 가격경쟁으로 끌어올려 현재 **20%를 넘는 시장점유율**을 확보하였습니다. 다른 두 경쟁사와 달리 LG 유플러스는 이동통신만이 주력 사업이었던 시절이 길었고, IPTV 와 인터넷은 2010 년대 이후 본격 육성하여 현재는 고르게 포트폴리오를 갖추게 되었습니다. LG 유플러스의 포지셔닝은 **도전적이고 혁신적인 브랜드**로, "고객 일상의 즐거운 변화"라는 슬로건을 내걸고 **차별화된 고객경험**을 제공하는 데 집중하고 있습니다. 예를 들어 AR·VR 기반 **U+프로야구/아이돌 Live** 같은 전용 서비스나, **U+키즈폰**처럼 특정 타겟층(어린이 가족)을 겨냥한 상품을 내놓아 **틈새 수요**를 공략했습니다. 가격 측면에서도 SKT 보다 약간 저렴하고 실용적인 요금제 이미지를 구축하여 **가성비를 중시하는 소비자**를 흡수했습니다. 한편 B2B 시장에서는 그룹사 지원을 받아 스마트팩토리, IoT, 기업전용망 등 후발로 진출해 점유율을 서서히 늘리고 있으나, 아직 전체 매출에서 차지하는 비중은 SKT·KT 대비 작습니다. LG 유플러스의 강점은 **민첩한 의사결정과 젊은 조직문화**로 종종 거론됩니다. 내부 프로세스가 비교적 유연하여 신사업 추진 속도가 빠르다는 평가가 있으며, 실제로 IPTV **UI/UX 혁신**이나 **알뜰폰(MVNO) 활성화 협력** 등에서 선도적인 행보를 보인 바 있습니다. 또한 LG 그룹의 이미지인 **친근함**과 **정직함(정도경영)**을 바탕으로 고객만족도 지표를 끌어올리고 있습니다. 2025 년 한국능률협회컨설팅의 고객추천지수 조사에서 LG 유플러스는 이동전화·IPTV·초고속인터넷 **3 개 부문 1 위**를 달성했는데, AI 통화앱 '익시오' 출시 등 고객경험 개선 노력이 주효했다고 분석했습니다[21]. 약점으로는 역시 **규모의 경제 부족**을 들 수 있습니다. 경쟁사 대비 가입자 규모와 매출이 작기에 망 투자나 마케팅에서 투입할 자원이 상대적으로 제한적입니다. 또 2023~2025 년 연이어 발생한 **통신서비스 장애** 및 **해킹 사고**로 브랜드 신뢰도가 흔들린 점도 리스크입니다. 2023 년 초 대규모 유선 인터넷 장애와 2025 년 **서버 해킹 은폐 의혹** 등으로 LG 유플러스는 정부로부터 강한 질책과 조사를 받았고[22], 이러한 사건들은 **기술 역량과 윤리 경영** 측면에서 개선 과제를 남겼습니다.

2.2 LG 유플러스의 포지셔닝 및 경쟁 전략

위 경쟁사들과 대비되는 LG 유플러스만의 **포지셔닝**은 크게 세 가지로 요약됩니다. 첫째, **고객경험 혁신 선도자**로 자리매김하려는 노력입니다. LG 유플러스는 스스로를 통신사가 아닌 **"UX(Customer eXperience) 회사"** 혹은 최근에는 **"AX Company"**로 정의하면서, 통신망 그 자체보다 그 위에서 이루어지는 새로운 경험과 서비스를 강조하고 있습니다[23]. 이는 프리미엄 이미지를 내세우는 SKT 나 전통 인프라 강자인 KT 와 차별화되는 **브랜드 개성**입니다. 예를 들어, LG 유플러스는 **캐릭터 '무너'**를 활용한 굿즈 판매나 테마파크형 고객체험매장(U+로드숍) 운영 등 **감성 마케팅**을 통해 젊은 세대와의 접점을 넓혔습니다[9]. 둘째, **가성비와 실용성**입니다. 일반적으로 LGU+의 요금제와 프로모션은 동급 타사 대비 혜택을 강조하거나 가격을 약간 낮춰 **가격 민감층**을 공략해왔습니다. 이는 **시장 점유율을 높이는 데 주효한 전략**이었지만, 반대로 ARPU 측면에서는 도전 과제로 남아 있기도 합니다. 셋째, **B2B2C 협력 모델**입니다. LG 유플러스는 자체 한계를 극복하기 위해 LG 전자, LG CNS 등 그룹사와의 시너지를 추구하고, 또한 넷플릭스 등 외부 플랫폼과의 제휴에도 가장 개방적인 태도를 보여왔습니다. IPTV 셋톱박스에 **넷플릭스, 디즈니+** 등을 남들보다 빨리 탑재하거나, 알뜰폰 사업자들과 **파트너스 프로그램**을 운영하여 도매제공 외에 공동 마케팅을 펼치는 등 **상생 전략**도 돋보입니다. 이런 협력지향적 태도는 **니치 시장**을 확보하고 기업고객 기반을 늘리는 데 도움이 되었습니다.

최근 LG 유플러스의 행보를 보면 **신사업 추진과 조직개편** 측면에서 대대적인 변화가 감지됩니다. 2024 년 11 월 베인앤드컴퍼니 출신의 전략통 **홍범식 사장**이 신임 CEO 로 선임되면서[24], "통신 본원의 경쟁력 강화와 동시에 **AI 기반 B2C/B2B 신사업 확대**"라는 투트랙 전략을 분명히 했습니다[23]. 특히 홍범식 CEO 는 취임 직후 "고객경험 혁신을 통한 **AX(AI Transformation) Company 로의 도약**"을 강조하며, 회사 비전을 통신사업자에서 **AI·소프트웨어 중심 기업**으로 진화시키겠다는 포부를 밝혔습니다[25][26]. 이에 따라 2025 년 한 해 동안 LG 유플러스는 **AI 조직 및 인재 확충**에 힘쓰고, 사내에 **애자일(Agile) 트라이브 조직**을 도입해 신속한 서비스 개발 체계를 구축했습니다 (예: '홈체험트라이브', 'AI 서비스 Tribe' 등). 또한 2022 년에 선언한 **"유플러스 3.0"** 전략의 연장선으로 5 대 플랫폼(미디어, 엔터프라이즈, 금융·교육, 홈, 소셜) 육성에 집중했고[27], 2023~2025 년에 걸쳐 이 플랫폼들에 AI 기술을 접목한 **'ixi' 시리즈 서비스**를 출시했습니다. 대표 사례로, **AI 통화비서 '익시오(ixi-O)'**는 스팸이나 보이스피싱 전화를 자동으로 받아주고 통화 요약까지 해주는 혁신적 기능으로 큰 주목을 받았고[28][29], **맞춤형 IPTV 비서 '미디어 에이전트'**, **기업용 AI 개발 플랫폼 '익시-솔루션'** 등도 연이어 선보였습니다[30][31]. 이러한 **AX 신사업**들은 아직 초기이지만 2024 년 LG 유플러스의 매출 증가분 중 상당 부분을 기여하며 **가시적 성과**를 냈다는 평가입니다[32]. 실제로 2024 년 LG 유플러스 매출은 전년 대비 1.8% 늘었는데, 신규 AI 에이전트 서비스들이 **고가치 가입자 증대**와 IPTV 부문의 **가입자당 매출 상승**을 견인한 것으로 분석됐습니다[32].

차별화 포인트를 구체적으로 살펴보면 다음과 같습니다. **기술 측면**에서 LG 유플러스는 완전한 자체 기술보다는 **외부 선진 기술의 빠른 도입**과 **내재화** 전략을 취해왔습니다. 예를 들어 5G 초기에 **화웨이 장비**를 일부 도입하여 비용 효율을 높이고 조기에 기지국을 구축한 바 있습니다 (당시 이는 보안 이슈 논란이 있었으나, 결과적으로 저렴한 장비로 커버리지를 확보하는 선택이었습니다). 또한 **LG AI 연구원**과 협업하여 통신 특화 AI 모델을 공동 개발하는 등 그룹 내 연구 역량을 활용해 기술 경쟁력을 확보하고 있습니다[30]. **브랜드 및 마케팅** 측면에서는 앞서 언급한 캐릭터 '무너' 활용이 돋보입니다. **무너(Moono)**는 LG 유플러스가 자체 개발한 문어 캐릭터로 MZ 세대에게 큰 인기를 얻어, 키즈폰에 디자인 적용, 캐릭터 굿즈 판매, 심지어 일본 캐릭터 시장 진출까지 모색하며 누적 40 억원 이상의 매출을 올린 사례입니다[9]. 이러한 이종산업적 마케팅 감각은 다른 통신사와 구별되는 LG 유플러스만의 색깔입니다. **채널 전략**으로는 온·오프라인 **디지털 채널 강화**를 들 수 있습니다. LG 유플러스는 온라인 가입자몰(U+Shop)을 일찍부터 육성하고, **비대면 개통** 서비스를 확대하여 젊은 고객들이 대리점 방문 없이도 편리하게 가입·변경할 수 있도록 했습니다. 덕분에 온라인 채널 가입자 유치에 강점을 보이고 있습니다. 또한 지역별 거점 대리점에 **체험공간**을 마련하고 고객과 소통하는 프로그램(U+초이스 등)을 운영해, 단순 판매창구 이상의 **커뮤니티 허브 역할**을 추구하고 있습니다.

비용 구조 면에서는, LG 유플러스가 규모는 작지만 효율적 비용관리로 수익성을 방어해왔습니다. 2025 년 3 분기에는 약 1,500 억원 규모의 희망퇴직을 실시하여 연 500 억원 수준의 고정비 절감 효과를 기대하고 있으며, 이는 인건비 구조를 가볍게 해 향후 이익률 개선에 기여할 전망입니다[33][34]. 마케팅비용도 경쟁사 대비 과도한 출혈경쟁을 지양하여 **영업이익률 6%대**를 꾸준히 유지해왔습니다. 다만 망투자(CAPEX)에서는 5G 초기투자 부담으로 부채비율이 일시 상승한 바 있고, 향후 28GHz 나 6G 투자 시 **자본지출 관리**가 중요한 과제가 될 것입니다.

고객 기반 측면에서 LG 유플러스는 **20~30 대 밀레니얼 세대**와 **어린이/패밀리 고객층**에서 강점을 보입니다. 예컨대 U+아이돌 Live, U+게임 VIP 등의 서비스는 젊은 이용자를 끌어들였고, U+키즈 플랫폼은 영유아 자녀가 있는 가정에서 호평받았습니다. 이처럼 고객 세분시장에 맞춤형 서비스를 제공함으로써 **충성도 높은 틈새 고객층**을 확보한 것이 LG 유플러스 성장의 원동력이 되었습니다. 반면 기업시장 고객 기반은 아직 강화 중인 단계로, 공공기관·대기업보다는 **중견·중소기업 솔루션**에 집중하여 차곡차곡 레퍼런스를 쌓고 있습니다.

2.3 최근 이슈와 지원 전략 시사점

최근 LG 유플러스와 관련하여 주목할 만한 이슈는 **보안 리스크 대응**과 **새로운 수익원 발굴** 두 가지로 요약됩니다. 2025 년 하반기 LG 유플러스는 **해킹 사고 은폐 의혹**으로 국정감사 도마에 오르고 과기정통부 조사 및 수사 의뢰까지 받아가며 큰 어려움을 겪었습니다[22]. 이는 회사 이미지에 부정적 영향을 주었고 내부적으로도 보안 시스템 점검과 인식 제고가

급선무로 떠올랐습니다. 따라서 LG 유플러스는 5 년간 7 천억원 규모의 보안 투자를 발표하고 조직 문화적으로도 **보안준수**를 최우선 가치로 삼고 있습니다. 지원자는 이러한 맥락에서 **"통신 사업에서 정보보안의 중요성"**을 잘 인지하고, 관련 지식이나 경험(예: 네트워크 보안 프로젝트, 정보보호 자격증 등)이 있다면 강조하는 것이 좋습니다. 두 번째 이슈는 **AI 와 데이터센터 등 신사업 순항**입니다. 2025 년 LG 유플러스는 연매출 15 조원을 돌파하고 3 년 만에 영업이익 1 조원대 재진입을 눈앞에 두고 있는데[35][36], 이는 AI 기반 신사업이 꾸준히 성장한 덕분이라는 분석이 나옵니다[37]. 특히 평촌 2 센터 가동률 상승과 DBO 사업 확대로 AIDC 매출이 18.4% 증가하며 기업 인프라 부문 성장을 이끌었습니다[38]. 이러한 새로운 **수익엔진**이 본격화되고 있다는 점에서, 지원자는 **AI 기술 이해력**이나 **클라우드 인프라에 대한 관심**을 보여준다면 회사의 미래 전략에 부합하는 인재임을 어필할 수 있을 것입니다. 예컨대 자기소개서에서 "데이터센터 네트워크 구축 프로젝트 경험"이나 "AI 트래픽 특성에 대한 공부" 등을 언급한다면 LG 유플러스가 찾는 **미래지향적 인재상**과 맞아떨어질 것입니다.

결론적으로, LG 유플러스는 **"도전하는 2 등"**의 입장에서 남다른 전략과 문화를 발전시켜온 회사입니다. 지원자는 LG 유플러스의 이러한 맥락을 이해하고, **고객 중심 혁신, 가성비와 실용적 아이디어, AI 시대의 기술 트렌드** 등에 대한 식견을 준비해야 합니다. 이는 경쟁사와 대비되는 LG 유플러스만의 색을 파악하고 지원동기 및 강점 어필에 활용할 수 있는 포인트입니다. 예를 들어 면접에서 "당사가 SKT·KT 와 차별화된 점이 뭐라고 생각하나요?"라는 질문이 나오면, **"AX 컴퍼니로의 전환을 선언하며 고객경험 혁신에 집중하는 점"** 등을 근거를 들어 자신있게 설명할 수 있어야 할 것입니다.

3 장. 회사 심층 분석

3.1 사업 구조와 실적 구성

LG 유플러스의 사업 포트폴리오는 크게 **모바일(Mobile), 스마트홈(Smart Home), 기업인프라(Enterprise Infra)** 세 부문으로 나뉩니다. 여기에 자회사인 **LG 헬로비전**(케이블 TV 및 알뜰폰) 부문까지 합쳐 연결 실적을 구성합니다[39][40]. 2025 년 기준 연결 매출 15 조 4,517 억원 가운데, **LG 유플러스 본체 사업이 약 92%**를 차지하고 LG 헬로비전이 8% 가량을 차지합니다[39].

- **모바일 부문:** 이동통신 서비스와 단말 판매를 포함하는 핵심 사업으로, *전체 매출의 절반 이상*을 차지합니다. 2025 년 LG 유플러스의 모바일 서비스수익은 약 **6 조 3,709 억원**으로 전년 대비 4.1% 성장했으며[41], 단말 매출을 합친 모바일부문 총매출은 6 조 6,671 억원으로 집계되었습니다[42]. **무선 가입자 수**는 MNO(자사망 고객) 2,170 만 회선, MVNO 도매제공 900 만 회선을 합쳐 약 3,071 만 회선에 달합니다[43]. 이동통신 매출은 가입자 증가와 5G 고가 요금제 확산으로 완만한

성장세를 유지하고 있습니다(2025 년 +3.7% YoY)[44][45]. 내부적으로는 **핸드셋 수익** 외에 IoT/M2M 회선 수익, MVNO 도매수익 등도 포함됩니다.

- **스마트홈 부문:** 가정 대상 **초고속인터넷과 IPTV** 사업으로 구성되며, 전체 매출의 약 20% 수준입니다. 2025 년 스마트홈 부문 매출은 **2 조 5,898 억원**으로 전년 대비 3.3% 성장했습니다[46]. 이 중 **초고속인터넷 매출**은 1 조 2,243 억원(+7.3% YoY)으로 호조를 보였고[47], **IPTV 매출**은 1 조 3,271 억원으로 전년 수준을 유지했습니다[48]. 인터넷 가입자는 558 만 회선, IPTV 가입자는 574 만 회선 수준으로 모두 소폭 증가하였습니다[49]. *광기가인터넷*과 같은 기가급 고가치 상품 가입 비중이 32.6%로 높아져 스마트홈 매출 상승을 견인했습니다[50]. 스마트홈 부문은 LG 유플러스가 **B2C 시장에서 SK 브로드밴드(SKT 자회사)와 경쟁**하는 영역으로, LG 유플러스는 과거 CJ 헬로비전 인수 등을 통해 가입자 기반을 늘린 바 있습니다. 현재 초고속인터넷 시장 점유율은 KT 가 ~40%대 중반으로 1 위, LGU+가 2 위 (~25% 내외), SKB 가 3 위로 알려져 있습니다.

- **기업인프라 부문:** 기업 대상 **통신망, 솔루션, 데이터센터(IDC)** 등을 포함하며, 전체 매출의 약 15%를 차지합니다. 2025 년 기업인프라 매출은 **1 조 8,078 억원**으로 전년 대비 6.0% 성장했고[51], 그 중 **AI 데이터센터(AIDC) 사업**이 18.4% 성장하여 실적을 견인했습니다[38]. LG 유플러스는 자체 7 개 데이터센터를 운영 중이며, 평촌 등 기존 IDC 의 가동률 상승과 더불어 **파주 50MW 급 AI 센터**를 2027 년 준공 목표로 건설 중입니다[38]. 또한 2025 년 주총을 통해 **데이터센터 DBO 사업**(설계·구축·운영 대행)을 정관에 추가, 외부 고객의 데이터센터 구축을 위탁받는 신사업도 개시했습니다[15]. 이밖에 **기업용 회선**(전용회선, 인터넷전화 등)과 **솔루션**(스마트팩토리, IoT 플랫폼 등) 매출도 기업인프라 부문에 포함되며, 2025 년에는 솔루션 매출 1,586 억원, 기업회선 매출 2,069 억원을 각각 기록했습니다[52]. 기업인프라 부문은 LG 유플러스가 향후 가장 높은 성장률을 기대하는 영역으로, 5G B2B 솔루션과 AI 융합서비스에 집중 투자하고 있습니다.

정리하면 LG 유플러스는 **B2C 이동통신과 집전화/인터넷/미디어**에서 안정적 현금을 창출하고, 이를 기반으로 **B2B 신사업**을 키우는 구조입니다. 서비스 매출(단말제외)이 전체의 약 80% 이상으로 **Recurring 한 구독형 수입**이 주축이고, 단말기 판매 등 일회성 매출 비중은 상대적으로 낮습니다. 이러한 사업 구조는 통신 3 사 공통이지만, LG 유플러스는 경쟁사 대비 **무선 사업 비중이 다소 높고 기업사업 비중이 아직 작다**는 특성이 있습니다. 예컨대 SKT 의 경우 미디어·보안 자회사 등의 매출이 크고, KT 는 기업향 수익이 크지만, LGU+는 **순수 통신서비스 매출 비중이 높아(약 74%)** 전형적인 통신사 구조를 띱니다[53].

3.2 중장기 전략 방향

LG 유플러스는 중장기적으로 **"Customer Experience Driven, AI 기반 디지털 혁신 기업"**을 지향하고 있습니다. 2022 년 9 월 발표한 **'유플러스 3.0' 비전**에서 통신사업을 넘은 **플랫폼 사업자로의 전환**을 선언했고[27], 2023 년 이를 한 단계 발전시켜 **AX(AI Transformation) Company** 를 새로운 캐치프레이즈로 내걸었습니다[54]. AX 는 **AI + DX** 의 합성어로 "AI 를 활용한 디지털 전환으로 고객의 성장을 이끈다"는 의미이며, LG 유플러스는 이를 통해 **고객 일상의 즐거운 변화를 주도**하겠다는 비전을 천명했습니다[54].

중장기 전략의 첫 번째 축은 **통신 본업의 재정의**입니다. LG 유플러스는 단순히 통신망을 제공하는 것을 넘어, **통신과 인접한 기술·서비스를 융합**해 새로운 고객가치를 만들어내려 하고 있습니다. 황현식 전임 CEO 시절 수립된 "코어 사업 고도화 + 신사업 확장" 기조는 홍범식 CEO 취임 후에도 계승·강화되어, **모바일/인터넷/미디어 등 핵심사업의 펀더멘탈 강화**가 지속 추진됩니다[55]. 예를 들어 **5G 품질 개선과 커버리지 확대**, **IPTV 콘텐츠 경쟁력 강화**(채널 라인업 확대, UI 개선 등), **인터넷 고품질화**(기가급 보급 확대) 등이 꾸준히 이행되고 있습니다[56][57]. 이는 **기존 고객 유지와 만족도 제고**를 통해 수익 기반을 공고히 하려는 전략입니다. 실제로 LG 유플러스의 2025 년 4 분기 무선 해지율은 1.00%로 개선되어 고객 이탈을 최소화했고, 인터넷과 IPTV 부문에서도 고객만족도 1 위 등의 성과로 **충성고객층**을 확보하고 있습니다[58][57].

두 번째 축은 **신성장 사업의 육성**입니다. LG 유플러스는 **5G 이후의 먹거리**로 **AI/빅데이터, DX 솔루션, 콘텐츠 IP** 등을 선정하고 투자 중입니다. 앞서 언급한 **'ixi' AI 서비스군**이 그 일환으로 등장했고, **AI 모델 개발 역량**을 확보하기 위해 LG AI 연구원 및 외부 AI 기업과 협업을 강화하고 있습니다[30]. 또한 **B2B 디지털 솔루션**에서 LG CNS 등 그룹 계열사와 합작으로 **스마트팩토리 플랫폼**, **모빌리티 통신 솔루션** 등을 시장에 내놓고 있습니다. 2025 년에는 **All-in AI** 전략을 발표하며, 기업 고객을 위한 종합 AI 솔루션 제공 의지를 대내외에 천명했습니다[59]. 이 전략의 궁극적인 목표는 통신 인프라와 AI 기술을 결합해 **산업별 특화 DX 플랫폼**을 구축하는 것입니다. 예컨대 제조업 대상 **5G 스마트팩토리**, 물류업 대상 **모바일 IoT 플랫폼** 등을 통해 "통신망 + 솔루션" 패키지를 제공함으로써 **B2B 수익 다변화**를 이루려 합니다. 아울러 **콘텐츠 및 IP 사업**도 신성장 축으로 키우고 있습니다. 자체 캐릭터 무너의 성공을 글로벌로 확장하고, **U+아이들나라** 등 키즈 콘텐츠 플랫폼의 경쟁력을 높여 **콘텐츠 수익화**에 나섰습니다. LG 유플러스는 **IP 사업 글로벌 진출**을 기회요인으로 인식하고 있어, 캐릭터 사업팀을 보강하고 일본 등 해외 시장 파트너십을 모색하고 있습니다[9].

세 번째 축은 **경쟁력의 근본 혁신**, 즉 **조직문화와 업무방식의 변화**입니다. 디지털 시대에 걸맞게 사내에 **애자일 조직**을 도입하고, **데이터 기반 의사결정** 문화를 정착시키는 것이 목표입니다. 이미 2021 년부터 개발 조직을 **Product 중심 Cross-functional 팀**으로

재편하고, 2022 년에는 **CX 혁신 랩**을 설립해 고객여정 개선을 전담시켰습니다. 2026 년 조직개편에서도 AI 전환(AX) 사업 성과 확대와 통신 본업 경쟁력 강화를 위한 조직 구분 및 전문성 강화를 핵심으로 내세웠습니다[60][61]. 이에 따라 사내 여러 본부에 **AI 담당 조직**이 신설되고, **디지털 채널/마케팅 조직**이 강화되었습니다. 또한 **인재 확보 전략**으로는 ICT 전문 인력 외에도 **외부 컨설턴트/전략가 출신 인사**를 수혈하여 변화 추진에 힘을 싣고 있습니다 (신임 CEO 홍범식 사장이 그 대표적 예입니다[26][62]). 요약하면 LG 유플러스의 중장기 전략 방향은 **1) 기존 통신서비스의 경쟁 우위 확보, 2) AI 와 플랫폼 기반 신사업 확장, 3) 이를 뒷받침할 조직 역량 혁신**으로 정리할 수 있습니다.

3.3 차별화 요소 분석

앞서 일부 다루었지만, LG 유플러스가 시장에서 내세우는 **차별화 포인트**를 다시 정리하면 다음과 같습니다.

- **고객 경험(Customer Experience) 혁신:** LG 유플러스는 경쟁사 대비 **UX/UI 개선과 고객편의 기능**을 발빠르게 도입한 것으로 유명합니다. 예를 들어 국내 최초 **음성검색 셋톱박스**, **프로야구 중계 화면 멀티뷰** 등을 남들보다 먼저 선보여 소비자들의 호평을 받았습니다. 이러한 혁신적 서비스는 "통신=지루하다"는 공식을 깨고 LGU+만의 **즐거운 브랜드 이미지**를 구축했습니다. 최근 AI 콜봇 '익시오'의 등장도 **고객경험 혁신의 연장선**으로, 통신서비스에 AI 를 결합해 **번거로움 해소와 안전 제공(보이스피싱 차단)**이라는 부가가치를 창출했습니다[29]. 이런 고객중심 혁신 능력은 LG 유플러스의 중요한 강점입니다.

- **가격 및 프로모션 전략:** LG 유플러스는 **타사 대비 합리적 가격과 파격 혜택** 전략을 종종 구사해왔습니다. 과거 데이터 무제한 요금경쟁 시기엔 가장 먼저 저렴한 무제한 요금제를 출시했고, 가족결합이나 인터넷+모바일 결합할인 혜택에서도 파격적인 할인율로 가입자를 늘렸습니다. 또한 **넷플릭스 3 개월 무료**, **디즈니+ 제휴 할인** 등 OTT 구독 혜택을 공격적으로 내걸어 **젊은 고객 유치**에 성공했습니다. 이러한 가성비 전략은 고객에게 "LGU+는 실용적"이라는 인식을 주어, **가격 민감도가 높은 세대**에서 선호도를 높이는 효과를 냈습니다.

- **네트워크 품질 및 기술**: LG 유플러스는 한때 "지하철 LTE 1 등" 같은 마케팅을 내세워 **특정 사용환경에서의 최고의 품질**을 강조했습니다. 전체 인프라 규모는 경쟁사보다 작지만, **트래픽 밀집지역 집중 투자**로 체감품질을 높이는 전략이었습니다. 실제로 한 조사에서 5G 초기 서울시 5G 커버리지 측면에서 LGU+가 가장 앞섰다는 결과도 있었습니다. 또한 LG 유플러스는 **유선인터넷 품질** 측면에서도 좋은 평가를 받고 있는데, 한국지능정보사회진흥원(NIA) 평가에서 **기가인터넷 평균 속도** 1~2 위를 다툰 바 있습니다. 이는 **적재적소 투자 전략**과 **장비 선택의 최적화** 덕분으로, LGU+

기술진의 **망 최적화 역량**을 보여줍니다. 앞으로도 LG 유플러스는 6G 등 차세대 기술에서도 **표준화 작업**에 참여하며 기술 경쟁력을 확보하려 노력하고 있습니다.

- **기업고객 맞춤형 솔루션:** 경쟁사들이 대형 공공·기업 프로젝트 위주라면, LG 유플러스는 비교적 **작은 규모의 기업 고객**에게 맞춤 솔루션을 제공하며 차별화를 시도합니다. 예를 들어 중소 공장 대상 **스마트팩토리 올인원 팩**(설비 예지보전+전용망+CCTV 서비스 통합 패키지)이나, 소상공인 대상 **인터넷/결제 단말/보안 패키지** 같은 상품을 출시해 **원스톱 서비스**를 제공합니다. 대기업보다는 **틈새시장 기업 수요**를 공략함으로써 경쟁사가 놓칠 수 있는 부분에서 입지를 구축하는 전략입니다. 이는 LG 유플러스가 내부적으로 **기민한 의사결정**과 현장중심 영업을 통해 가능했던 차별점이라 볼 수 있습니다.

이러한 차별화 요소들은 궁극적으로 LG 유플러스가 시장에서 **"혁신적이고 친근한 Challenger"**로서 인식되게 만듭니다. 지원자는 이같은 LG 유플러스만의 강점을 이해하고, 이를 자신의 역량과 연결 지어 어필할 수 있어야 합니다. 예컨대 "저는 고객 관점 혁신을 중시하는 LG 유플러스의 DNA 에 끌렸습니다. 과거 프로젝트에서도 사용자 경험 개선을 최우선에 두고 문제를 해결한 적이 있습니다..." 등의 접근이 가능할 것입니다.

3.4 주요 리스크 요인

LG 유플러스가 직면한 **리스크 요인**도 냉정히 짚어볼 필요가 있습니다.

- **① 규제 및 정책 리스크:** 통신업은 대표적인 규제산업으로, 정부의 정책 변화에 수익 구조가 크게 영향을 받습니다. 현재 정부가 **이동통신요금 인하 압박**을 지속하고 보편요금제 도입을 검토하는 등 정책 방향이 통신사 수익성에 불리하게 흘러갈 가능성이 있습니다. 또한 알뜰폰 활성화 정책으로 도매대가 인하 압력이 커지면 LG 유플러스의 MVNO 매출수익이 줄어들 수도 있습니다. 더불어 정부가 **제 4 이통사** 출현을 꾸준히 추진할 경우, 설령 성사되지는 않아도 주주들의 통신사에 대한 성장 기대를 낮추는 **시장 심리 리스크**가 있습니다. LG 유플러스는 이처럼 **외부 규제 리스크**에 대비해 비용 효율화와 신사업 개발로 대응하려 하고 있으나, 단기적으로는 정책 방향에 따른 실적 변동성을 안고 갑니다.

- **② 경쟁 심화 리스크:** SK 텔레콤과 KT 라는 강력한 경쟁자가 있고, 이들과의 **점유율 경쟁**이 지속되는 한 마케팅 비용 압박은 상존합니다. 특히 SK 텔레콤은 AR·VR 서비스, 구독형 상품 등 **새로운 아이디어**를 낼 때마다 막강한 가입자 풀로 확산시킬 수 있고, KT 는 클라우드·금융 등 **비통신 영역 자원**을 동원해 종합 ICT 기업으로 진화하고 있어 경쟁 범위가 넓습니다. LG 유플러스가 이러한 경쟁에서 뒤처지지 않으려면 지속적 투자와 차별화가 필요한데, 자칫 **무리한 투자**를 할 경우 재무적 리스크가 될 수 있습니다. 또한 알뜰폰 사업자들의 저가 공세, 케이블사업자의 지역 인터넷 시장

지키기 등도 LG 유플러스 입장에선 넘어서야 할 경쟁장벽입니다. 시장에서 **가입자 순증**이 정체되면 경쟁사와의 **격차를 좁히기 위한 출혈경쟁** 유인이 커질 수 있는데, 이는 수익성에 부담입니다.

- **③ 기술 변화 및 투자 리스크:** 6G, 클라우드 네이티브 네트워크, 오픈랜(Open RAN) 등 향후 기술 변화에 제대로 대응하지 못하면 도태될 위험이 있습니다. 특히 6G 는 2030 년 상용화를 앞두고 막대한 R&D 와 인프라 투자가 예상되는데, LG 유플러스는 규모상 가장 높은 투자부담을 느낄 수밖에 없습니다. 또한 네트워크의 **소프트웨어화(SDN/NFV)** 흐름에 맞춰 사내 인력의 기술 업스킬이 필요하며, **AI 네트워크 운용** 등 새로운 전문인력 수요도 증가하고 있습니다. 이런 **인력 및 기술 전환**에 실패하면 기술경쟁력 약화로 이어질 수 있습니다. 그리고 5G 망 고도화(예: 28GHz)나 전국망 유지보수에 드는 비용도 꾸준히 발생하여, **CAPEX 효율관리**가 중요한 이슈입니다. 요약하면 기술 변화는 기회인 동시에 **과투자나 기술력 부족 시 위험**이 됩니다.

- **④ 인적자원 및 조직 리스크:** LG 유플러스는 한때 **안정적 문화**로 워라밸이 좋은 회사로 인식되었으나, 동시에 "좀 느슨하다"는 평도 있었습니다*[63]*. 현재는 스타트업 마인드 도입 등 변화를 꾀하고 있지만, 급격한 혁신 과정에서 **기존 구성원의 저항**이나 **핵심인재 이탈** 가능성도 배제할 수 없습니다. 실제 직원 후기에는 "발전하려는 사람이 없다"는 부정적 평가도 있으며*[63]*, 이는 내부 동기부여가 부족한 일부 조직 분위기를 반영합니다. 아울러 통신 업계 전체로 **AI·소프트웨어 인재 모시기 경쟁**이 치열해, 네이버·카카오 등 Tech 기업 대비 낮은 처우나 보수적 이미지로 인해 **우수 인재 확보에 애로**가 있을 수 있습니다. LG 유플러스는 **젊은 CEO 기용과 유연근무제, 수평문화** 등을 강조하며 인적 경쟁력을 높이려 하나, 인재 리스크는 쉽게 해소되지 않는 중장기 과제입니다.

- **⑤ 평판 및 컴플라이언스 리스크:** 2023~2025 년 잇단 고객정보 유출사고, 서비스 장애는 LG 유플러스 브랜드에 적지 않은 타격을 주었습니다. 특히 2025 년의 **서버 로그 삭제 의혹**은 기업의 투명성과 윤리경영 측면에서 부정적 이미지를 남겼습니다*[22]*. LG는 전통적으로 "정도경영"을 핵심 가치로 내세우는 그룹인데, 이번 사건으로 LG 유플러스 내부 통제가 도마에 오른 것입니다. 이러한 평판 리스크는 고객들의 **신뢰 저하**와 **이용자 이탈**로 이어질 수 있고, 또한 정부로부터의 **제재**나 소송 등의 법적 리스크도 동반합니다. 이미 LG 유플러스는 관련하여 수십억원대 과징금을 받은 사례가 있고, 국회와 여론의 감시를 받고 있어 향후 **조직문화 개선과 컴플라이언스 강화** 노력이 필요합니다. 지원자로서는 이러한 상황을 인지하고 **윤리의식과 책임감**을 갖춘 인재상을 어필하는 것이 좋겠습니다.

종합하면 LG 유플러스는 **외부의 규제·경쟁 압력**과 **내부의 혁신 과제**라는 두 축의 리스크 속에 있습니다. 하지만 이는 동시에 지원자에게는 기회이기도 합니다. 회사가 직면한 문제를 정확히 이해하고, 자신이 어떻게 **해결에 기여**할지를 제시한다면 돋보이는 지원자가 될 수 있습니다. 예컨데 "통신보안 동아리 활동을 통해 얻은 지식을 바탕으로 LG 유플러스의 보안 강화에 기여하고 싶다"거나 "AI 네트워크 최적화 분야 연구 경험으로 기술 트렌드 변화에 대비하겠다"와 같은 어필은, 회사 입장에서도 리스크를 함께 극복해나갈 **의지와 역량을 갖춘 인재**로 받아들여질 것입니다.

4 장. 인재상·조직 문화·채용 특징

4.1 공식 인재상과 그 의미

LG 유플러스는 **LG 그룹 공통의 가치관**과 통신사업의 특성을 반영한 인재상을 제시하고 있습니다. 공식 홈페이지에 명시된 4 대 인재상 키워드는 다음과 같습니다[64][65]:

1. **"꿈과 열정을 가지고 세계 최고에 도전하는 사람"** – 큰 꿈을 꾸고 뜨거운 열정으로 최고 수준을 지향하는 인재를 뜻합니다. 이는 **도전정신**과 **글로벌 지향성**을 강조한 것으로, 빠르게 변화하는 ICT 산업에서 **자기동기부여**와 **높은 목표 설정**을 할 줄 아는 인물을 원한다는 의미입니다. 지원자 입장에서는 자신의 경험 속에 남들보다 더 높은 목표를 세우고 성취했던 사례를 연결 지어 어필하면 이 항목과 부합할 것입니다.

2. **"고객을 최우선으로 생각하고 끊임없이 혁신하는 사람"** – **고객지향 태도**와 **혁신 마인드**를 의미합니다[66][67]. LG 유플러스는 B2C 서비스에서 특히 고객경험을 중시해왔기 때문에, 항상 고객의 관점에서 생각하고 개선점을 찾는 인재를 중요하게 평가합니다. 또한 현상에 안주하지 않고 **창의적 변화**를 만들어내는 끈질긴 노력을 요구합니다. 이는 지원자에게 **"왜 이 일을 하는가 – 고객 가치를 높이기 위해"**라는 철학과, 작은 일에도 개선 아이디어를 냈던 경험 등을 강조하라는 시사점을 줍니다.

3. **"팀웍을 이루며 자율적이고 창의적인 사람"** – **협업 능력**과 **자율·창의성**을 모두 갖춘 인재상을 말합니다[68]. 통신사업은 네트워크, 단말, 마케팅, 영업 등 다양한 부서의 협력이 필수이므로 **원만한 소통과 팀워크**가 매우 중요합니다. 동시에 LG 유플러스는 경직된 위계보다 **자율적으로 일하는 문화**를 지향하고 있으므로, 스스로 생각하고 행동하며 창의적 해결책을 제시하는 인재를 원합니다. 이 부분은 지원자의 **커뮤니케이션 역량** (예: 프로젝트에서 팀 내 갈등을 조율한 경험)과 **창의적 문제해결** 사례를 부각시켜야 함을 의미합니다.

4. **"꾸준히 실력을 배양하며 정정당당하게 경쟁하는 사람"** – **Continuous Learning(역량개발)**과 **윤리적 경쟁**을 강조합니다[65]. 기술 트렌드가 빠른 ICT 산업에서 **학습 민첩성**과 끊임없는 자기계발은 필수입니다. LG 유플러스는 직원들이

자기분야 전문성을 키워가며 성장하길 기대합니다. 또한 LG 의 경영이념인 **"정도경영"**에 맞게 편법 없이 원칙적으로 경쟁하는 **높은 윤리의식**을 요구합니다. 따라서 지원자는 꾸준한 공부나 자격취득 노력, 새로운 지식 습득 경험 등을 어필하고, 동시에 팀 내 경쟁이나 외부 경쟁 상황에서도 **페어플레이**를 한 경험이 있다면 강조하면 좋습니다.

이상의 인재상은 결국 LG 유플러스가 **"고객을 향한 열정과 도전정신, 협업을 통한 창의적 혁신, 자기계발과 청렴함"**을 두루 갖춘 인물을 원한다는 것을 보여줍니다. 이는 화려한 스펙보다는 **태도와 잠재력**을 중시한다는 메시지로 읽을 수 있습니다. 실제 채용과정에서도 이러한 가치와 부합하는지를 평가하려고, 자기소개서 문항에 **도전 경험**, **협업 경험**, **창의적 문제해결** 등을 묻고 있습니다. 지원자는 자신의 경험을 이 4 대 키워드에 연결하여 스토리텔링하면, 서류전형과 면접에서 높은 평가를 받을 가능성이 큽니다.

4.2 조직 문화와 근무환경

LG 유플러스의 조직 문화는 **LG 그룹의 합리성과 새로운 ICT 기업의 유연성이 혼재**된 형태라고 볼 수 있습니다. **그룹 차원**에서는 LG Way(고객을 위한 가치창조, 인간존중 경영)와 **정도경영** 원칙이 강조되어 비교적 **온건하고 윤리적인 문화**가 뒷받침되어 있습니다. 예의를 중시하고 급격한 변화를 추구하기보다는 **꾸준한 개선**을 지향하는 분위기가 강했습니다. 그러나 최근 통신시장의 변화 속도에 대응하기 위해 LG 유플러스 내부적으로 **스타트업식 문화**를 일부 도입하고 있습니다. **CX 랩** 등의 신설 조직은 자유복장, 영어 닉네임 사용, 수평적 소통 등을 시도했고, 개발 조직에서는 **애자일 방법론**을 적용해 실패를 두려워하지 않는 문화를 정착시키려 노력 중입니다. 이러한 투 트랙 문화가 공존하면서 **전통적인 부서**와 **신규 혁신부서** 간에 분위기 차이가 존재하기도 합니다.

근무 환경은 업계 평균 대비 **워라밸(Work-Life Balance)이 좋은 편**으로 알려져 있습니다. 직원들의 익명 리뷰에 따르면 "연차 사용이 자유롭다", "칼퇴근 가능", "유연근무제 활용 용이" 등 **일과 생활의 균형**을 긍정적으로 평가하는 의견이 많습니다[69]. 실제로 LG 유플러스는 PC 오프제, 시차출퇴근제 등을 도입해 **불필요한 야근 문화**를 개선해왔습니다. 특히 최근 MZ 세대 직원들의 요구에 맞춰 **재택근무제**를 일부 시행하고 사내 카페테리아 개선 등 **근무 환경 복지**를 강화하고 있습니다. 이러한 노력으로 조직문화 측면 **만족도 평점 5 점 만점에 4.1 점** 정도로, 직원들은 대체로 회사 분위기에 만족감을 표출하고 있습니다[70][69].

그러나 **부정적 평가**도 일부 존재합니다. 예를 들어 "복지 부분의 미비", "발전하려는 사람이 없음", "업무강도가 높다" 등의 의견이 나옵니다[63]. 이는 상대적으로 **제한된 조직 규모에서 오는 부담**일 수 있습니다. 즉, 한 사람이 책임지는 업무 범위가 넓어 업무강도가 높게 느껴질 수 있고, 급여·복리후생 면에서 경쟁사 대비 아쉽다는 일부 목소리일 수 있습니다. 또한 빠르게 변화하는 산업에 비해 조직 구성원들의 변화속도가 따라가지 못하는 부분에 대한 아쉬움이 "발전하려는 사람이 없다"는 표현으로 나타난 것으로 보입니다. LG 유플러스는 이를

해결하기 위해 **사내교육(U+ University)** 확대와 **우수사원 포상**, **진급제도 개선** 등을 추진하고 있습니다. 실제로 **성과주의 인사**를 강화하여 30 대 임원을 배출하는 등 변화 조짐도 보입니다.

조직 분위기는 대체로 **수평적이고 젊은 편**입니다. 직원 연령대가 비교적 낮은 축에 속하고(20~30 대 직원 비중이 높음), 통신 3 사 중에서는 스타트업 문화에 가장 개방적이라 수직적인 관등문화가 완화된 것으로 알려집니다. 특히 **상호 '님' 호칭 문화**를 일찍이 도입했고, 회식 문화도 강요 없이 자유롭게 하는 분위기입니다. 이러한 점에서 LG 유플러스는 "보수적 대기업과 벤처기업의 중간 정도"로 비유되곤 합니다. **LG 특유의 인화(人和) 문화**도 있어서, 큰 갈등 없이 **동료애**를 갖고 일할 수 있다는 평이 많습니다. 다만 부서에 따라 분위기 편차는 있어, **영업 조직**은 다소 실적 압박이 있고 수직적인 면이 남아있는 반면, **신사업 조직**은 매우 자유로운 분위기인 식입니다.

전반적으로 LG 유플러스는 **일하기 편안하고 사람 좋다**는 평과 **더 혁신적으로 변해야 한다**는 평이 교차합니다. 지원자라면 긍정적인 면은 잘 이어받고, 부정적 면은 개선에 기여할 수 있는 **"조직변화의 촉매"**가 되겠다는 각오를 보이면 좋을 것입니다. 예를 들어 "협업이 원활한 LG 유플러스 문화에서 제 역량을 최대한 발휘하고 싶습니다. 동시에 급변하는 시장에 맞춰 저부터 끊임없이 배우고 도전하는 태도로 조직에 활력을 불어넣겠습니다" 같은 언급이 설득력을 가질 것입니다.

4.3 최근 채용 트렌드와 절차

LG 유플러스는 최근 **정기공채와 상시채용을 병행**하는 추세입니다. 2022 년까지는 연 1~2 회 대졸 신입공채를 실시했으나, 2023 년 하반기부터 일부 직무는 수시채용으로 전환하였습니다. **2026 년 상반기 신입 공개채용**의 경우 모집 분야가 **Consumer 부문 – 모바일 정책기획, Enterprise 부문 – B2B 영업, NW 부문 – NW 기술(유·무선)** 등으로 한정되어 진행되었습니다[71]. 이는 LG 유플러스가 **핵심 사업 부문 위주로 정예 인력을 뽑는 전략**을 택했음을 보여줍니다. Consumer 부문의 **상품/서비스 기획직무**, Enterprise 부문의 **영업직무**, NW 부문의 **네트워크 기술직무**는 모두 회사의 미래 성장과 직결된 중요 직무들입니다. 이와 함께 수시채용으로 **UI/UX, 데이터분석, 클라우드 개발, 보안** 등 전문인력을 수급하고 있습니다. 특히 **AI, DX 관련 직무 채용**이 늘어난 것이 특징인데, 2025 년부터 **AI 개발자, 데이터사이언티스트, 정보보호 전문가** 채용공고가 자주 올라오고 있습니다. 이는 앞서 논의한 AX 컴퍼니 전략에 부합하는 **인재 투입**으로 볼 수 있습니다.

채용 공고의 **톤**을 보면, 지원자들에게 **도전과 변화를 주도할 인재**를 원한다는 메시지가 두드러집니다. 예를 들어 LG 유플러스 공식 채용홍보 콘텐츠에서는 "**성장의 기회가 열려있는 곳**", "**디지털 혁신을 이끌어갈 당신**" 등의 문구로 지원자를 독려합니다. 또한 유튜브 등에서 **현직자 직무인터뷰 영상**을 활발히 공개하여 지원자들이 회사와 직무를 잘 이해하도록 돕고 있습니다[72]. 이러한 소통 노력은 지원자 입장에서 **친밀감과 정보 접근성**을 높여주는

요소입니다. 전반적으로 채용 브랜딩은 **젊고 역동적**인 이미지를 부각하고 있으며, 이는 최근 조직문화 혁신 방향과도 궤를 같이합니다.

채용 절차는 서류전형 – 인적성검사 – 1 차 면접 – 2 차 면접 – 채용검진 순으로 이루어집니다 (신입공채 기준). 특이하게 LG 유플러스는 그룹 공채를 하지 않고 **계열사별로 채용**하기 때문에, LG 공채 공통 인적성인 'LG 웨이핏' 대신 자체적인 **인성검사 및 직무능력검사**를 시행합니다. 서류전형에서는 **자기소개서**와 **학력·경력**을 종합 평가하는데, 특히 자소서 문항이 **지원동기 및 해당 직무 준비과정**, **과거 경험 (문제해결 or 협업 관련)**, **입사 후 포부** 등으로 구성되어 지원자의 **역량과 회사 Fit** 을 중점적으로 봅니다. 실제 2026 년 상반기 자소서 문항도 "회사 및 직무에 대한 지원동기와 준비과정", "본인이 이끌어낸 변화와 혁신 사례" 등을 묻고 있습니다. 이는 앞서 인재상에서 본 **도전·혁신·팀워크** 키워드와 일치하는 부분입니다. 서류 평가 시 LG 유플러스는 **지원자의 전공 지식, 경험의 질, 그리고 회사에 대한 이해도**를 중요시한다는 후기가 많습니다. 따라서 통신산업과 LG 유플러스 전략에 대한 충분한 공부와, 본인의 강점을 맞춤 어필하는 것이 합격의 열쇠입니다.

면접 전형의 경우, **1 차 실무면접**과 **2 차 임원면접**으로 진행됩니다. **1 차 면접**에서는 직무별로 전공 지식이나 직무 이해도를 테스트하는 질문이 많습니다. 가령 NW 기술 직무라면 "5G 와 LTE 의 차이점을 설명하라", "통신망 장애 발생 시 조치 프로세스를 아는 대로 말해보라" 등의 질문이 나올 수 있습니다. 또한 지원자의 이력사항을 기반으로 심층 질문이 이어지므로, 자신의 프로젝트나 경험에 대해 기술적으로 꽤 깊이있게 물어볼 가능성이 있습니다. **2 차 면접(임원면접)**은 **인성 및 조직적합성** 위주로, 지원동기, 입사 후 포부, LG 유플러스의 강약점에 대한 견해 등 다소 거시적인 질문들과 인재상 부합도를 평가하는 질문이 이루어집니다. 예를 들어 실제 합격자 후기에서 "고객 최우선이 왜 중요한지 본인 가치관과 연결지어 설명해보라"는 질문이나 "팀으로 일했던 경험에서 갈등은 없었는지" 같은 인성 평가 질문이 있었다고 전해집니다[73].

LG 유플러스 면접의 분위기는 비교적 편안한 편이라는 평이 많습니다. 면접관들이 꼬집어 압박하기보다 **지원자가 가진 생각을 논리적으로 풀어내도록 유도**하는 스타일이라고 합니다. 따라서 준비된 내용을 자신감 있게, 그러나 겸손하고 논리 정연하게 전달하면 좋은 결과를 기대할 수 있습니다.

4.4 자주 강조되는 역량 및 키워드

LG 유플러스의 채용 과정에서 **반복적으로 강조되는 역량과 키워드**는 크게 네 가지로 구분해 볼 수 있습니다:

- ① **고객지향·서비스 마인드:** "고객 최우선"이 공식 인재상에 포함되어 있듯, 면접에서도 지원자가 얼마나 고객 중심으로 사고하는지 평가합니다. 예를 들어 "본인이 생각하는 좋은 고객경험이란?" 같은 질문이나, 과거에 고객(혹은 사용자)을

만족시킨 경험을 묻기도 합니다. 통신 서비스는 대면 고객응대가 아니더라도, 네트워크 기술직이라 해도 최종 고객품질을 생각해야 하므로 **모든 직무에 고객지향 마인드가 기본**으로 요구됩니다.

- **② 도전정신·문제해결 역량:** 새로운 목표에 부딪혀본 경험, 어려운 문제를 창의적으로 풀어낸 사례 등을 매우 중시합니다. 실제 LG 유플러스 인사팀은 "안주하지 않고 변화를 만들어낸 경험"을 자기소개서에서 보고 싶다고 언급한 바 있습니다. 이는 회사가 도약하기 위해 **임직원 개개인이 작은 혁신이라도 실행**해주길 기대하기 때문입니다. 따라서 지원자는 **주도적으로 개선한 경험**, **어려움 속에서 포기하지 않고 성과낸 경험** 등을 잘 부각해야 합니다.

- **③ 협업·소통 능력:** 팀웍을 중시하는 문화답게, "함께 일했던 경험에서 배운 점"이나 "갈등을 해결한 경험" 등을 묻는 경우가 많습니다. 특히 NW 기술 직무처럼 부서 내 협업(운용팀-공사팀 등)과 부서 간 협업(네트워크-단말, 네트워크-영업 등)이 모두 중요한 포지션에서는 **커뮤니케이션 스타일**을 묻는 질문이 나올 수 있습니다. 예를 들어 "의견이 다른 동료를 설득했던 방법" 같은 것이죠. LG 유플러스는 **원만한 대인관계**와 **팀 플레이**를 높이 평가하므로, 관련 역량을 구체적 사례로 준비해두는 것이 좋습니다.

- **④ 전문성·학습 역량:** 통신업 특성상 **기술 전문성**에 대한 기본기가 중요합니다. NW 기술 지원자의 경우 정보통신공학 전공 지식(예: OSI 7 계층, TCP/IP, RF 기술 등)을 얼마나 탄탄히 갖췄는지 보려 할 것입니다. 단순 암기보다 **원리를 이해하고 응용하는 능력**을 보여주는 게 중요합니다. 또한 앞서 언급한 자기개발 항목처럼, 지속적 학습 의지도 평가합니다. "입사 후 어떻게 성장하고 싶은가" 같은 질문에는 구체적 학습계획이나 관심분야를 이야기하면 긍정적입니다. LG 유플러스는 회사 내부에 **직무교육** 제도가 많기에, 이를 활용해 어떤 전문가가 되고 싶은지 말하면 **열의와 비전**을 함께 드러낼 수 있습니다.

- **⑤ 윤리의식과 책임감:** 비록 직접적으로 묻지는 않더라도, 면접 태도와 답변에서 **정직함과 책임감**을 중요시 여깁니다. 예를 들어 난처한 질문에도 억지로 꾸미지 않고 솔직하게 답하거나, 실수한 경험에 대해 남 탓하지 않고 자신의 책임을 인정하며 대응했던 이야기를 하면 좋은 인상을 줍니다. LG 유플러스는 그룹 차원 윤리기조가 강하기에, 최근 보안사고 등도 있어 **신뢰할 수 있는 인재**인가를 면밀히 보려 할 것입니다.

이러한 키워드를 염두에 두고 지원자는 **자기소개서부터 면접까지 일관된 메시지**를 전달해야 합니다. 예컨대 "저는 **도전적이고 협업을 잘하며 고객의 가치를 최우선으로** 생각하는 인재로서, 네트워크 기술 전문성을 쌓아 LG 유플러스의 혁신에 기여하겠습니다"라는 큰 테마를 정해두고, 세부 경험담을 배치하면 효과적입니다. 특히 NW 기술직의 경우 기술

업무라 자칫 소통이나 고객과 거리 있게 느껴질 수 있으므로, **"기술을 통해 어떻게 고객에게 가치 제공할지"**를 본인 언어로 설명하면 면접관에게 깊은 인상을 남길 것입니다.

마지막으로 채용 특징을 한 가지 더 언급하면, LG 유플러스는 **실무진 면접에서 꽤 꼬리질문**을 하는 편입니다. 따라서 준비한 스토리의 맥락, 숫자, 결과 등을 철저히 숙지하고 가야 합니다. 면접위원들이 지원자의 진정성과 역량을 검증하기 위해 자세히 물어보는 경우가 있으니, 거짓없이 솔직하게, 그러나 **핵심을 놓치지 않고 조리있게 답변**하는 연습이 필요합니다.

요약하면, **LG 유플러스의 인재상과 채용문화는 도전·고객·팀워크·전문성·윤리**로 집약되며, 지원자는 이에 부합하는 자신의 모습을 다양한 사례로 입증해야 합니다. 잘 준비한다면 LG 유플러스는 개성과 열정을 가진 지원자에게 **관심을 갖고 기회를 주는 회사**이므로, 긴장보다 자신감을 가지고 임하시기 바랍니다.

5 장. 직무 분석 – NW 기술(유·무선)

5.1 직무 개요와 핵심 역할

NW 기술(유·무선) 직무는 LG 유플러스의 **네트워크 인프라**를 구축하고 운영하며 최적화하는 기술 전문 직무입니다. 쉽게 말해 고객들에게 **끊김없고 빠른 통신 서비스**를 제공하기 위해, 보이지 않는 곳에서 통신망을 설계·관리·개선하는 역할입니다. 해당 직무는 **유선 네트워크**(광통신, 백본망 등)와 **무선 네트워크**(기지국, 무선전송 등) 분야를 모두 아우르기 때문에, 지원자는 두 영역에 대한 기본 이해를 갖추고 특정 분야로 배치되어 일하게 됩니다.

NW 기술 직무의 하루 일과는 주로 **네트워크 상태 모니터링 및 장애 대응**으로 시작됩니다. 예를 들어 아침에 출근하면 전날 밤 사이 통신망에 이상은 없었는지 **NMS(Network Management System)** 알람 로그를 확인하고, 주요 지표(KPI) 대시보드를 점검합니다. 만약 특정 기지국에 트래픽 과부하 경보가 떴다면, 즉시 원인을 파악하고 **트래픽 경로 우회나 기지국 증설 검토** 등 대응책을 마련합니다. **하루 단위**로는 이렇게 **실시간 운용 관리** 업무와 함께, 소규모 개선 작업들도 진행합니다. 예컨대 노후 장비를 교체하거나 소프트웨어 패치를 적용하는 **정기 유지보수 작업**을 하기도 하고, 국소적인 전파 품질 저하 이슈가 발견되면 현장 엔지니어와 함께 **안테나 방향/틸트 조정** 등의 튜닝을 수행합니다.

월간 단위로 보면, NW 기술 담당자는 **네트워크 최적화 및 증설 기획** 업무를 많이 합니다. 매월 통신 품질 리포트를 분석하여 **지역별 커버리지 맵**과 **품질 통계**를 업데이트하고, 이를 바탕으로 **용량 증설 계획**을 수립합니다. 예를 들어 특정 신도시에 데이터 사용량이 급증하면 다음 달에 그 지역에 **기지국 추가 구축**을 계획하거나, 5G 28GHz 소형셀을 고려할 수 있습니다. 또한 **주파수 최적화**나 **파라미터 튜닝** 작업도 정기적으로 이뤄집니다. 이는 여러 기지국의 채널 간섭을 최소화하기 위해 **주파수 채널을 재조정**하거나, 핸드오버(호 이동) 임계값 등을 조정해 통화 끊김을 줄이는 작업입니다. 이런 기술적 최적화 과제들은 보통 **월**

단위 프로젝트로 진행되며, NW 기술 엔지니어는 데이터를 분석하고 설정을 변경한 뒤 그 효과를 검증하는 **PDCA 사이클**을 돌립니다.

연간 주기로는 **중장기 네트워크 전략 및 투자 계획 수립**에 참여합니다. 예를 들어 해마다 **다음 해 망투자(CAPEX) 예산**을 짤 때 NW 기술 부서에서는 어느 지역에 몇 개의 기지국을 신설하고, 백본망을 몇 Gbps 로 증설해야 할지 제안합니다. 또한 정부의 주파수 정책이나 기술 표준 동향(예: 6G, 와이파이 7 등)에 맞춰 **기술 로드맵**을 검토하고 사전 PoC(개념검증) 프로젝트를 진행하기도 합니다. 예컨대 6G 용 밀리미터파 기술 테스트베드를 운영하거나, **오픈랜(Open RAN)** 파일럿을 해보는 등의 업무가 연간 또는 몇 년 단위 과제로 주어집니다. 이처럼 NW 기술 직무는 **일상적인 운영 업무**부터 **장기적인 네트워크 발전 계획**까지 폭넓은 역할을 수행합니다.

핵심적으로 **네트워크 품질 확보**와 **효율적인 망 운영**이 NW 기술의 미션이라 할 수 있습니다. **24 시간 안정적인 통신망 가용성(Availability)**을 유지하고, **고속/대용량 트래픽을 원활히 처리할 수 있도록 용량(Capacity)를 관리**하며, **경제성(Cost)**도 고려해 최적의 투자대비효과를 내는 망을 설계하는 것이 중요합니다. 이를 달성하기 위해 NW 기술 엔지니어는 **RF 공학, 데이터통신, 전송망, IP 망** 등 다양한 기술 지식을 적용하고, **현장 경험**과 **분석 도구**를 활용해 문제를 풀어나갑니다. 한마디로, NW 기술 직무는 LG 유플러스 서비스의 **보이지 않는 토대를 책임지는 엔지니어**라고 할 수 있습니다.

5.2 내부/외부 협업 및 이해관계자

NW 기술 직무는 **사내 여러 부서 및 외부 파트너들과의 협업**이 필수적입니다. 먼저 내부적으로는 **NW 운용 조직**과 긴밀히 연계됩니다. LG 유플러스에는 24 시간 네트워크 운영센터(NOC)에서 실시간 감시와 1 차 대응을 하는 팀이 있는데, NW 기술 엔지니어는 이 운영팀으로부터 장애 통보를 받아 **심도있는 원인 분석과 후속 조치**를 맡습니다. 예컨대 NOC 에서 "OO 지역 기지국 Down 발생"을 알려오면, NW 기술 담당자는 즉각 해당 장비 로그를 분석하고 **복구 방법 지침**을 현장팀에 전달하게 됩니다. 또한 **현장 필드 엔지니어 팀**과도 협업합니다. 지역별로 현장 출동해 기지국을 설치·정비하는 조직이 있으며, NW 기술팀은 이들에게 **작업 지시서**를 주거나 함께 현장 테스트를 수행하기도 합니다. 예를 들어 건물 옥상에 새 기지국 안테나를 설치할 때 NW 기술 담당자가 현장에 나가 **신호 측정 및 최적 방향 잡기**를 지원하고, 현장팀은 그에 맞춰 설치를 완료하는 식입니다.

다른 내부 이해관계자로 **망 기획/투자 부서**가 있습니다. 이들은 연간 투자 예산과 망전략을 총괄하는 부서로, NW 기술 엔지니어는 현장의 기술적 인사이트를 이들에게 제공하고 협의합니다. 가령 "수도권 5G 트래픽이 예측치를 넘어서고 있으니, 내년도 투자계획에 기지국 100 식 추가 반영이 필요하다"는 제안을 하려면 데이터 근거와 기술 논리를 망기획팀과 조율해야 합니다. **단말 디바이스 부서**와의 협업도 있습니다. 스마트폰, IoT 기기 등의 통신 모듈과 네트워크 간 호환성 이슈가 발생할 수 있기 때문입니다. 예를 들어 신규

출시된 스마트폰 한 기종에서만 특정 지역에서 통신 끊김 문제가 발생한다면, NW 기술팀은 단말 기술팀과 함께 로그를 분석해 **단말 SW 패치 또는 기지국 파라미터 수정**을 협의합니다. 이처럼 **단말-망 연동** 최적화도 중요한 협업 분야입니다.

영업/마케팅 부서와도 간접적으로 이해관계를 가집니다. 예컨대 기업영업팀이 대기업 고객과 "전용 5G 망 구축" 계약을 따내면, NW 기술 엔지니어가 그 **전용망 설계와 구축**을 실제로 수행해야 합니다. 이 과정에서 영업팀과 고객 요구사항을 논의하고 솔루션을 제안하는 역할도 겸하게 됩니다. **CS 고객센터**와의 연계도 있는데, 고객센터에서 접수된 **통화품질 불만**이나 **서비스 장애 신고**가 NW 기술팀에 티켓으로 할당되어 원인 해결을 하게 됩니다. 이때 고객센터와 소통하며 "어느 지역, 어떤 상황에서 문제가 있었다"는 정보를 받고 개선 후 결과를 회신합니다. 따라서 NW 기술 엔지니어는 비록 고객 대면은 아니지만 **내부 고객센터를 통한 End-user 이슈**에도 책임을 집니다.

외부로 눈을 돌리면 가장 중요한 협업 대상은 **네트워크 장비 공급사**들입니다. LG 유플러스는 노키아, 삼성, 에릭슨 등의 제조사로부터 기지국, 스위치, 라우터 등을 구매하여 망을 구성합니다. 신규 장비를 도입하거나 소프트웨어 업그레이드 시에는 해당 벤더사의 기술지원 인력들과 긴밀히 협력해야 합니다. NW 기술 엔지니어는 벤더 엔지니어와 함께 **장비 세부 설정**, **최신 SW 패치 테스트**, **문제 발생 시 벤더 R&D 에 버그 리포트** 등을 수행합니다. 특히 장애 원인이 장비 버그로 의심되면 벤더가 제공하는 **긴급 패치(Fix)**를 받아 적용하고, 시험 성적을 피드백하는 일도 다반사입니다.

또 다른 외부 이해관계자는 **정부 기관 및 규제당국**입니다. 주파수 운영과 주요 통신품질은 과학기술정보통신부 및 산하기관(중앙전파관리소 등)의 관리감독을 받습니다. NW 기술팀은 예를 들어 **전파출력 준수, 전계강도 측정** 등에 있어 정부의 기술기준을 따라야 하고, 정기 품질평가에도 대비합니다. 일부 NW 기술 엔지니어는 정부 주파수 경매나 기술세미나에 **회사 대표 기술검토인력**으로 참여하여 의견을 개진하기도 합니다.

그 외에 **협력 시공사**와의 관계도 중요합니다. 실제 기지국 공사, 광케이블 포설 등을 실행하는 협력업체 직원들과 함께 일하는 경우가 많은데, NW 기술팀은 이들에게 **공사 기준과 일정**을 제시하고 완공 후 검수를 합니다. 예컨대 빌딩 실내 Distributed Antenna System 구축을 협력사에 발주하면, NW 기술 엔지니어가 설계도를 승인하고 공사 중간점검, 준공시험까지 책임지는 식입니다.

요약하면 NW 기술 직무는 사내 **운용·현장·기획·CS·영업 등 다부서** 및 **장비사·시공사·정부** 등 외부 조직과 폭넓게 엮여 있습니다. **커뮤니케이션 능력**과 **조율 능력**이 필수임을 알 수 있고, 기술용어와 이해관계가 다양한 만큼 **상황에 맞는 소통 스킬**도 요구됩니다. 예를 들어 벤더와는 기술 전문용어로 세부 이슈를 토론해야 하고, 현장팀과는 실용적인 해결방안을 빠르게 주고받아야 하며, 때로는 고객(기업)에게 기술 내용을 쉽게 설명해야 할 수도

있습니다. 따라서 NW 기술 엔지니어는 **기술자이자 조정자**로서 여러 사람을 연결하고 협업을 이끌어가는 역할을 하게 됩니다.

5.3 필요한 역량과 자질

NW 기술(유·무선) 직무에서 요구되는 역량은 **기술 스킬셋**과 **소프트스킬** 두 측면으로 구분할 수 있습니다.

먼저 **기술역량**을 보면, **통신공학 및 네트워크 지식**이 기본 바탕입니다. 구체적으로는 **무선통신(RF)** 분야와 **데이터통신(IP)** 분야로 나누어 볼 수 있습니다. **무선통신 측면**에서는 셀룰러 네트워크의 원리 (셀 구조, 주파수 재사용, 핸드오버, 경로손실 등)와 4G LTE/5G NR 프로토콜에 대한 이해가 필요합니다. 예를 들어 OFDMA, MIMO, 빔포밍, 코어망 구조(EPC, 5G 코어) 등의 개념을 알고 있어야 기지국 동작과 문제 분석을 할 수 있습니다. 또한 전파신호 측정장비(스펙트럼 애널라이저, 드라이브테스트 툴) 사용 능력과 안테나/중계기 등의 HW 이해도도 중요합니다. **유선통신 측면**에서는 이더넷, IP, MPLS, 라우팅 프로토콜(OSPF, BGP) 등 **데이터 네트워크 기술**에 밝아야 합니다. 특히 5G 시대에는 **유선 백본과 모바일망의 경계가 모호**해졌기 때문에, 코어망이 **클라우드 데이터센터화**되고 트래픽이 IP 패킷으로 흐르므로 **컴퓨터네트워크 지식**이 필수입니다. Cisco 등의 라우터/스위치 설정이나 트래픽 엔지니어링(MPLS-TE) 경험이 있다면 업무에 큰 도움이 됩니다.

IT 활용능력도 요구됩니다. 네트워크 로그 분석이나 최적화는 대용량 데이터를 다루는 일이므로, **파이썬(Python)** 등 스크립팅으로 로그를 파싱하고 통계 처리하는 능력이 유용합니다. 최근에는 망운용에도 **AI 모델**을 도입해 이상탐지나 예측을 하기에, 기본적인 **데이터분석/머신러닝**에 대한 이해가 있다면 미래 역량으로 인정받을 것입니다[74]. 또한 NW 기술자는 여러 벤더의 EMS(Element Management System) 소프트웨어를 다뤄야 하므로, 새로운 툴을 익히는 학습능력과 IT 친화력이 필요합니다.

소프트스킬 측면에서는 **문제해결 능력**과 **꼼꼼함**이 으뜸입니다. 네트워크 장애는 때와 장소를 가리지 않고 발생하며 원인도 매우 다양합니다. HW 결함, SW 버그, 설정오류, 외부 요인(정전, 공사사고) 등 어떤 원인이든 신속히 밝혀 조치해야 합니다. 따라서 **논리적 분석력**과 **냉철한 트러블슈팅** 역량이 요구됩니다. 문제 발생 시 당황하지 않고 **체계적으로 원인을 파악**하기 위해, 예를 들어 "상위 계층에서 아래 계층으로, 혹은 물리적 요인부터 논리적 요인까지" 순서대로 점검하는 **분석 절차**를 습관화해야 합니다. 또한 작은 로그 한 줄, 알람 하나도 놓치지 않는 **디테일**과 성실함이 중요합니다. 망 엔지니어는 **"혹시 모를 케이스"**까지 대비하는 보수적 태도가 필요하여, 변경 작업 전 시뮬레이션, 백업 플랜 준비 등 **계획적이고 신중한 업무습관**이 좋은 평가를 받습니다.

다음으로 **커뮤니케이션 및 협업 능력**입니다. 앞서 이해관계자 부분에서 논했듯, NW 기술 직무는 다양한 사람들과 함께 일합니다. 따라서 **명확하고 책임감 있는 의사소통**이 필수입니다.

예를 들어 현장 기사에게 기술 지시를 내릴 때 애매모호하면 작업 오류로 이어지기 때문에, **요구사항을 정확히 전달하는 글쓰기와 말하기**가 필요합니다. 반대로 장비 벤더와 토론할 때는 우리 상황을 논리적으로 설명하고 필요한 지원을 설득해야 하므로, **협상력과 설득력**도 한몫합니다. 협업 상황에서 의견 충돌이 생기더라도 감정 대신 데이터와 근거로 논의하는 **이성적 소통태도**가 요구됩니다. 또한 야간 장비교체 작업이나 긴급장애 대응처럼 **팀 단위**로 밤샘 협업을 해야 할 때도 있어, **동료와 신뢰를 쌓고 배려하며 일하는 태도**가 중요합니다.

마지막으로 **고객 중심 마인드와 직업윤리**입니다. NW 기술 엔지니어는 직접 고객을 상대하지 않지만 **결국 결과물은 고객경험**으로 나타납니다. "네트워크 품질이 곧 고객의 만족도"라는 책임감을 갖고 자신의 기술적 판단 하나하나가 수백만 고객의 삶에 영향을 줄 수 있음을 인식해야 합니다. 특히 통신망은 **사회기반시설**이기도 하므로, 사소한 실수도 수많은 이용자에게 피해를 줄 수 있기에 **업무에 임하는 진중한 자세**가 요구됩니다. 또한 장애 원인을 파악했을 때 **숨김없이 보고하고 재발방지에 최선을 다하는 윤리의식**이 중요합니다. LG 유플러스의 최근 보안사고를 교훈삼아, NW 기술자는 **투명성과 책임감**을 갖고 망을 돌봐야 한다는 점이 강조되고 있습니다.

정리하면 NW 기술 직무는 **"T 자형 인재"**를 요합니다. 즉, 폭넓은 통신 네트워크 지식의 가로축과, 세로축으로는 문제해결·소통·윤리 등의 깊이를 모두 갖춘 인재가 이상적입니다. 지원자라면 본인이 가진 기술적 강점(예: "저는 대학에서 5G NR 프로토콜을 심도 있게 연구했습니다")과 소프트 역량("팀 프로젝트 리더로서 네트워크 문제를 해결하며 협업했습니다")을 함께 강조해야 합니다. 실제 면접에서도 "네트워크 공부를 열심히 한 성실한 지원자인가? 현장에서 동료들과 잘 융화될 인품인가?" 두 가지를 모두 보게 될 것입니다.

5.4 성과 지표(KPI)와 평가 포인트

NW 기술 부서에서 흔히 사용하는 **성과지표(KPI)**들은 **네트워크 품질 및 효율 관련 지표**와 **프로젝트 실행 지표**로 나눌 수 있습니다:

- **통신 품질 관련 KPI:** 예를 들어 **통화 성공률(CSR, Call Success Rate)**, **데이터 전송속도(Throughput)**, **호처리 용량(Call Completion)**, **핸드오버 성공률**, **지연시간(Latency)**, **기지국 가동시간(Uptime)** 등이 있습니다. NW 기술 엔지니어 개인 성과를 평가할 때, 담당 지역이나 담당 시스템의 이러한 품질 지표가 **목표치를 충족했는가**가 중요한 기준이 됩니다. 예컨대 담당자 A 가 관리하는 서울 서부권 5G 망의 **통화 성공률이 99.XX% 이상 유지**되었는지, 혹은 **전분기 대비 품질 개선**이 있었는지 등을 보게 됩니다. 또 **장애 건수 및 복구시간**도 평가 포인트입니다. 담당 기간 내 **중대 장애 발생 건수를 0 건**으로 유지했거나, 불가피한 장애 발생 시 **평균복구시간(MTTR)**을 얼마나 단축했는지가 성과로 인정됩니다. 가령 "연간

5 건이던 기지국 다운사고를 2 건으로 줄였다"거나 "평균 장애복구 시간을 30% 개선했다" 같은 결과가 좋게 평가됩니다.

- **운영 효율 및 비용 KPI:** 네트워크 운영에도 비용개념이 있기 때문에 **CAPEX 집행률**, **OPEX 절감율** 등이 고려됩니다. 예를 들어 예산 내에서 **계획된 투자 과제를 모두 완수**했는지(CAPEX 집행률 100%), 또는 스마트운영 도입으로 **전력비용을 절감**했다든가 **장비 임대료를 절약**한 실적이 있는지가 평가 요소입니다. 또 **스펙트럼 효율(주파수당 트래픽 처리량)**이나 **장비 활용률** 개선 같은 기술경제적 지표도 보기도 합니다. NW 기술 엔지니어가 **새로운 최적화 기법으로 동일 대역폭에서 처리 가능한 트래픽을 10% 늘렸다**면 이는 **망 용량 효율 개선**으로 인정받습니다.

- **프로젝트 성과 지표:** 망 확충이나 기술 도입 프로젝트를 제때 성공적으로 마쳤는지도 중요합니다. 예를 들어 **"상반기 300 개 기지국 신규 구축 프로젝트를 100% 기한 내 완료"**, **"VoLTE 전국망 품질 개선 태스크포스에서 목표 KPI 달성"** 등이 있으면 이는 개인 평가에서 높은 점수로 반영됩니다. 특히 **주요 도시 5G 커버리지 10%p 확대**와 같은 회사 전략 과제를 달성했다면 우수 성과로 인정받습니다. 또한 정부 기관 평가(예: 과기정통부 주관 통신 품질평가) 결과 자사가 좋은 등급을 받았다면, 그에 기여한 NW 기술 구성원들의 공로를 성과에 반영합니다.

- **기술 역량 및 기여도:** 정량 KPI 외에 정성 평가로 **기술혁신 기여도**나 **팀워크**도 평가 포인트입니다. 예컨대 **자동 최적화 툴을 개발하여 운용 효율화**에 기여했다거나, **신기술 (예: 5G SA 모드) 도입 테스트를 주도**하여 회사에 새로운 역량을 확보하는 데 이바지했다면 가점 요소입니다. 또한 **야간작업이나 비상출동에 솔선수범**하는 태도, 타팀 지원을 적극적으로 한 협업 사례 등도 평가 때 어필됩니다. LG 유플러스는 구성원의 **AX 추진 기여**를 평가에 녹일 수도 있는데, 예를 들어 NW 기술 엔지니어가 AI 기반 품질관리 시스템 도입 TF 에 참여하여 망운용 지식을 AI 화하는 데 기여했다면 이는 차세대 역량으로 인정받을 것입니다.

요약하자면 NW 기술 직무의 성과 평가는 **"맡은 네트워크를 빠르고 안정적으로, 그리고 효율적으로 운영했는가"**로 집약됩니다. 수치로는 **품질 지표 달성**과 **예산/일정 준수**가 핵심이고, 여기에 **기술 혁신 노력**과 **협업 태도**가 추가 고려됩니다.

평가 프로세스로는, LG 유플러스는 일반적으로 연간 성과평가(목표 대비 실적)와 역량평가(상사·동료 피드백)로 구성되는데, NW 기술 직무는 **팀 단위 목표**가 많기에 **팀 성과**와 **개인 기여**를 함께 봅니다. 예컨대 "우리 지역팀이 목표 KPI 를 초과 달성했다"면 팀원 전체가 좋은 평가를 받되, 그 안에서도 특히 공헌이 큰 사람에게 추가 보상이 주어집니다. 반면 품질사고가 잦거나 목표 미달성일 경우 원인을 분석해 개인별 개선점 피드백이 주어집니다.

지원자는 이러한 성과평가 포인트를 이해함으로써, 입사 후 자신의 업무가 **어떤 지향점**을 갖는지 미리 그려볼 수 있습니다. 나아가 면접 등에서 "저는 **통신품질 1 등**을 유지하는 엔지니어가 되겠다", "**최소비용 최대효율** 망운용을 실현하고 싶다"와 같이 평가 기준에 부합하는 포부를 밝히면 현실감 있는 답변이 될 것입니다.

5.5 대표 업무 시나리오 예시

마지막으로, NW 기술(유·무선) 직무의 **대표적인 업무 시나리오**를 하나 들어보겠습니다. 이를 통해 실무 흐름을 보다 생생하게 이해할 수 있습니다.

시나리오: 대형 이벤트 (예: 월드컵 거리응원) 통신지원과 네트워크 최적화

가상의 상황으로 2026 년 월드컵 시즌에 서울 광화문 광장에서 대규모 거리응원 행사가 열린다고 가정해봅시다. 평소보다 수만 명의 인파가 몰릴 것으로 예상되며, 이 지역의 통신 트래픽이 폭증할 것이 뻔합니다. LG 유플러스 NW 기술 팀은 **사전준비, 실시간 대응, 사후최적화**의 3 단계로 이 이벤트에 대응하게 됩니다.

5. **사전 준비 단계:** 이벤트 몇 주 전, NW 기술 담당자는 **예측 트래픽** 분석을 수행합니다. 과거 자료를 참고해보니 광화문 인근 기지국의 평균 데이터 트래픽은 평소 대비 5 배까지 늘어난 적이 있습니다. 이를 감안해 **임시 기지국(Portable BTS)**을 투입하기로 결정합니다. 담당 엔지니어는 장비 벤더와 협의해 **이동기지국 차량** 2 대를 행사 당일 배치하기로 계획합니다. 또한 **주변 기지국의 주파수 용량 설정**을 최대로 상향하고, 인접 기지국 간 간섭이 없도록 채널을 재구성합니다. **백홀 전송망 용량**도 점검하여 광화문 인근 기지국들을 연결하는 기지국-중앙교환국 구간의 회선을 2 배로 증설합니다. 이 모든 계획은 NW 기술 엔지니어가 수립하지만, 실행은 협업으로 진행됩니다. 그는 현장 공사팀과 미리 현장 답사를 나가 **임시 기지국 차량 위치, 안테나 방향** 등을 정하고, 행사 주최 측과 **전원 공급** 및 **장소 사용 허가**를 조율합니다. 이러한 준비 계획을 **내부 운영진 회의**에서 공유하여, 타 부서도 행사 당일 대응준비(고객 안내 메시지 발송 등)를 하게끔 합니다.

6. **실시간 대응 단계:** 드디어 행사 당일 저녁, 수많은 인파가 모여들고 거리응원이 시작됩니다. NW 기술 담당자는 현장에 설치된 임시 기지국의 **실시간 모니터링 화면**을 노트북으로 지켜보고 있습니다. 트래픽이 예상대로 급증하여, 순간적으로 데이터 사용이 한계치에 근접하자 **NMS 에 경보(Alarm)**가 발생합니다. 엔지니어는 즉각 이동기지국의 **송출 파워**를 높여 커버리지를 확장하고, **주변 다른 기지국으로 일부 부하를 분산**하기 위해 핸드오버 임계값을 조정합니다. 또한 현장에서 스마트폰을 통해 속도 측정을 해보니 초기 약간 느린 응답이 포착되어, **코어망 패스틱(PF) 우선순위**를 변경해 이 지역 트래픽에 우선순위를 부여합니다. 행사 중간에 갑자기 하나의 임시 기지국이 재부팅되는 현상이 발생합니다(예상치 못한 SW 버그). 즉시 백업 계획대로

해당 기지국 관할 영역을 이웃 기지국들이 커버하도록 **커버리지 매개변수**를 조정하고, 현장 대기 중인 벤더 엔지니어와 함께 로그를 확인해 빠르게 재가동시킵니다. 이러한 실시간 대응 덕분에 관중들은 큰 불편 없이 휴대폰으로 사진/동영상을 올리고 경기를 생중계로 시청할 수 있었습니다. NW 기술 엔지니어는 상황이 안정된 것을 확인한 후에야 비로소 긴장을 풀고, 혹시 모를 사태에 대비해 행사가 끝날 때까지 현장을 지킵니다.

7. **사후 최적화 단계:** 행사가 끝난 다음 날, NW 기술 담당자는 **이벤트 성능 리포트**를 작성합니다. 어떤 기지국에서 트래픽 피크가 몇 시에 몇 Gbps 까지 올랐고, 평균 속도는 얼마였는지, 장애나 통화 실패 사례는 없었는지 등을 데이터로 정리합니다. 이 과정에서 이번에 겪은 임시 기지국 SW 버그의 상세 내용을 벤더로부터 받아 원인과 패치 계획을 기록해둡니다. 그리고 **향후 유사 이벤트 대응에 대한 개선점**도 도출합니다. 예를 들어 "인파 밀집 시 핸드오버 파라미터를 X 값으로 하니 통화 성공률이 0.5%p 개선되었다"는 인사이트를 얻었다면 이를 내부 지침으로 표준화합니다. 또한 임시 장비 철수 작업을 감독하고, 증설했던 회선도 원래대로 조정하는 등 **사후 원상복구** 조치를 합니다. 마지막으로, 사내 망운용팀 회의에서 이번 사례를 발표하여 **베스트 프랙티스**를 공유합니다. 동료들로부터 "덕분에 우리도 많은 걸 배웠다"는 피드백을 받으며 보람을 느낍니다.

이 시나리오는 NW 기술 직무가 **사전 기획 – 실시간 운영 – 사후 분석**의 **엔드투엔드 책임**을 지고 일하는 모습을 보여줍니다. 실제 현장에서도 이와 비슷하게 연말연시 타임스퀘어 집회, 대형 콘서트장 임시망 지원 등 이벤트 대응 업무가 존재합니다. 그때마다 NW 기술 엔지니어들은 **기술적 전문성, 계획력, 침착한 대응력, 협업능력**을 총동원하게 됩니다.

이를 통해 알 수 있듯, NW 기술 직무는 책상 앞에서만 코딩하는 개발직과 달리 **현장성과 긴장감**이 공존하는 다이나믹한 일입니다. **"내가 한 조치로 수십만 명이 인터넷을 쓸 수 있게 된다"**는 책임과 보람이 크며, 문제를 해결했을 때 기술 엔지니어로서의 **짜릿한 성취감**을 맛볼 수 있습니다. 반대로 작은 실수가 큰 장애로 이어질 수 있어 **항상 겸손하고 학습하는 자세**가 필요하기도 합니다.

지원자는 이러한 직무의 실제 모습을 그려보면서, 자신이 NW 기술 엔지니어로서 **어떻게 기여하고 성장할지** 구체적인 그림을 그려보면 좋습니다. 면접 등에서 이 같은 시나리오를 인용하며 "예를 들어 대형 행사 네트워크 지원같은 상황에서 ○○한 방식으로 문제를 풀어보고 싶다"라고 말한다면, 면접관에게도 지원자의 **직무이해도와 열정**이 잘 전달될 것입니다.

---

[1] [7] [12] [13] [18] [20] [22] [38] 2025 년 통신시장, 해킹에 휘청했지만 AI 로 희망봤다

https://www.inews24.com/view/1922316

[2] [16] 통신 3 사, 영업이익 4 조 회복 전망...관전 포인트는 AI·배당 - 딜사이트

https://dealsite.co.kr/articles/155913

[3] [4] [8] [14] [15] [17] [19] 통신 3 사, 'AI 데이터센터' 신성장 동력 낙점

https://www.newstomato.com/ReadNews.aspx?no=1291888

[5] [10] [21] [41] [42] [43] [44] [45] [46] [47] [48] [49] [50] [51] [56] [57] [58] 2025 년 연간 실적발표 – LG 유플러스, 2025 년 연간 영업수익 15 조 4,517 억원 기록 – LG 유플러스 뉴스룸

https://news.lguplus.com/21182

[6] [통신칼럼] 미래 이동통신 자원의 효율화 - 전자신문

https://www.etnews.com/20250804000122

[9] [11] [27] [39] [40] [63] [69] [70] LG 유플러스 분석리포트 2025 ver. - 실전형 기업분석 | 캐치

https://www.catch.co.kr/Comp/AnalysisCompView?ID=3379

[23] [24] [55] 보도자료 | 미디어 | LG

https://www.lg.co.kr/media/release/28374

[25] [MWC 2026] 홍범식 LG 유플러스 사장 "통신사 넘어 이젠 AI ...

https://biz.chosun.com/it-science/ict/2026/03/05/7QU43C2I7RCXBE2XSBLTZANCS4/

[26] 유플러스 "사람 중심 AI 로 밝은 세상 만들겠다" LG U⁺ 홍범식 사장 ...

https://www.lguplus.com/biz/insight/trend/521

[28] [29] [30] [31] [32] [54] 'AX 컴퍼니' 추진 1 주년 맞는 LG 유플러스, 홍범식호 전략은?

http://weekly.cnbnews.com/news/article.html?no=170870

[33] [34] eugenefn.com

https://www.eugenefn.com/common/files/amail/20251106_032640_cylee_26.pdf

[35] LG 유플러스 투자분석 2026. 01. 25 - 주달

https://www.judal.co.kr/?view=stockAI&shareToken=gawb2f7WLdOJZCOR

[36] "LG 유플러스, 2025 년 영업익 1.1 조원 전망" -NH 투자 - 비즈트리뷴

https://biztribune.co.kr/news/articleView.html?idxno=336990

[37] 연매출 15 조 달성 LGU+, AI 로 체질 전환 '가속' | 블로터 - Daum

https://v.daum.net/v/YYeYhHztOX

[52] [PDF] LGU+ (032640) - 하나증권

https://www.hanaw.com/main/research/research/download.cmd?bbsSeq=1281622&attachFileSeq=1&bbsId=&dbType=&bbsCd=2224

[53] [PDF] 보여줄게 완전히 달라진 통신 - 미래에셋증권

https://securities.miraeasset.com/bbs/download/2139051.pdf?attachmentId=2139051

[59] LG 유플러스, 새로운 브랜드 슬로건 'Growth Leading AX Company' 발표

https://www.economidaily.com/view/20240519101509732

[60] LG 유플러스, 조직개편...AX 성과·통신 본업 동시 강화 - 딜사이트

https://dealsite.co.kr/articles/152445/068020

[61] LG 유플러스, AX 성과 위한 조직개편...상품·사업 조직 분리 - 시사오늘

https://www.sisaon.co.kr/news/articleView.html?idxno=178060

[62] 홍범식 (기업인) - 위키백과, 우리 모두의 백과사전

https://ko.wikipedia.org/wiki/%ED%99%8D%EB%B2%94%EC%8B%9D_(%EA%B8%B0%EC%97%85%EC%9D%B8)

[64] [65] [66] [67] [68] 유플러스 회사소개 | LG U+

https://www.lguplus.com/about/ko/career/human-resources

[71] 2026 년 3 월 신입채용 | 자소서 문항, 지원자 스펙 분석까지 - 자소설닷컴

https://jasoseol.com/recruit/103001

[72] LG 유플러스 [V-log] NW 기술 신입사원의 출근 후 일상 - LG Careers

https://careers.lg.com/story/life/detail?idx=1065

[73] 2026 년 엘지유플러스 채용 기업정보 - 인크루트

https://www.incruit.com/company/11867799/

[74] [PDF] AI 시대에 통신의 먹거리 (MWC 2026 참관기) - 네이버

https://files-scs.pstatic.net/2026/03/10/LguWex9QM1/%EB%8C%80%EC%8B%A0%EC%A6%9D%EA%B6%8C_%EB%AC%B4%EC%84%A0%ED%86%B5%EC%8B%A0%EC%84%9C%EB%B9%84%EC%8A%A4_AI%20%EC%8B%9C%EB%8C%80%EC%97%90%20%ED%86%B5%EC%8B%A0%EC%9D%98%20%EB%A8%B9%EA%B1%B0%EB%A6%AC(MWC%202026%20%EC%B0%B8%EA%B4%80%EA%B8%B0)_20260309.pdf