

# ‘갤럭시Z·단통법 폐지’ 물들어왔다… 통신업계 ‘뜨거운 7월’

SKT 해킹사태 이후 57.6만명 이탈  
KT·LG U+, 과도한 마케팅 ‘논란’  
3분기 내내 가입자 확보 경쟁 예상  
SKT, 출혈경쟁 가능성 여부 ‘주목’

SK텔레콤의 위약금 면제 시한이 종료 시점에 접어들면서 이동통신 3사의 번호이동 고객 유치 경쟁이 한층 치열해지고 있다.

업계는 위약금 면제 기간 종료 이후에도 삼성전자의 갤럭시 Z 시리즈 신작 사전예약과 ‘이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률(단통법)’ 폐지 등 굵직한 변수가 이어지는 만큼, 7월 한 달 내내 번호이동 시장의 경쟁이 계속될 것으로 내다보고 있다.

13일 <메트로경제 신문> 취재에 따르면 SK텔레콤이 유심 해킹 사실을 신고한 지난 4월 22일부터 7월 12일까지 SK텔레콤은 총 57만6037명의 가입자가 순감한 것으로 나타났다. 같은 기간 SK텔레콤에서 타 통신사로 이동한 가



서울 시내 핸드폰 판매점의 모습. 7월 SK텔레콤의 번호이동 위약금 면제와 삼성전자의 갤럭시 Z 시리즈 신작 출시, 단통법 폐지 등 굵직한 변수가 겹치며 이동통신 시장이 과열되고 있다. /뉴시스

입자는 79만3187명에 달하며, 이 가운데 41만8817명이 KT로, 37만4370명이 LG유플러스로 이동했다. 특히 위약금 면제 조치가 발표된 직후인 7월 5일부터 12일까지 8일간에만 12만4414명이 SK텔레콤을 떠난 것으로 집계됐다.

가입자 이동에 대한 제약이 사라지자 일부 통신사의 과도한 마케팅이 논란이 되기도 했다. KT의 일부 광역본부

대리점 직원들에게 ‘SK텔레콤 고객 번호이동 시 위약금 면제’라는 문구를 활용해 홍보 문안을 수정하라고 지시한 것으로 알려졌고, LG유플러스의 일부 대리점은 SK텔레콤 해킹 피해자의 집단소송 신청을 대행해주겠다는 방식으로 마케팅을 벌이기도 했다. 일각에서는 도를 넘은 행위라는 지적이 나온다. 업계는 위약금 면제 종료 이후에도

이동 시장의 열기가 쉽게 식지 않을 것으로 보고 있다. 삼성전자는 지난 9일(현지시간) 미국 뉴욕 브루클린에서 신형 ‘갤럭시 Z 폴드7’과 ‘플립7’을 공개하고, 오는 15일부터 사전예약에 돌입할 예정이다. 여기에, 오는 22일로 예정된 단통법 폐지까지 겹치며 국내 이동통신 시장에서는 3분기 내내 번호이동 수요가 이어질 것이라는 전망이 나온다.

한 이동통신사 관계자는 “SK텔레콤의 위약금 면제로 단기간 이동 수요가 폭증했지만, 곧바로 갤럭시 신작 출시와 단통법 폐지 이슈가 이어지면서 번호이동 시장의 뜨거운 흐름이 계속될 것”이라며 “3분기 내내 가입자 확보를 둘러싼 치열한 경쟁이 불가피해 보인다”고 말했다.

단통법 폐지 이후 SK텔레콤의 대응이 시장 과열 양상에 어떤 영향을 미칠지도 주목된다. 유심(USIM) 해킹 사태 이전까지 SK텔레콤은 40% 전후의 시장 점유율을 유지해왔지만, 현재는 30%대 후반으로 내려앉았을 가능성이

제기된다. 이에 따라 SK텔레콤이 이탈 방어를 넘어 공격적인 가입자 유치전에 나설 것이라는 관측도 나온다.

그러나 일각에서는 SK텔레콤이 제한적인 대응에 그칠 수 있다는 분석도 내놓고 있다. 유심 해킹 사태 이후 위약금 면제, 요금 할인, 보상 포인트 지급 등 선제적인 조치를 이어온 데다, 사고로 인한 비용 손실도 상당한 만큼 추가 출혈 경쟁은 부담으로 작용할 수 있다는 것이다.

여기에 최근 SK텔레콤이 AI 반도체, 초거대 언어모델, 데이터센터 등 차세대 인프라에 막대한 투자를 단행하고 있는 점도 공격적인 마케팅을 제약하는 요인으로 꼽힌다.

또 다른 업계 관계자는 “SK텔레콤 입장에서는 단기적인 점유율보다 중장기 성장 동력 확보가 더 중요할 수 있다”며 “무리한 보조금 경쟁보다는 기존 고객의 신뢰 회복과 핵심 사업에 집중해 체질 개선에 나설 가능성도 있다”고 말했다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

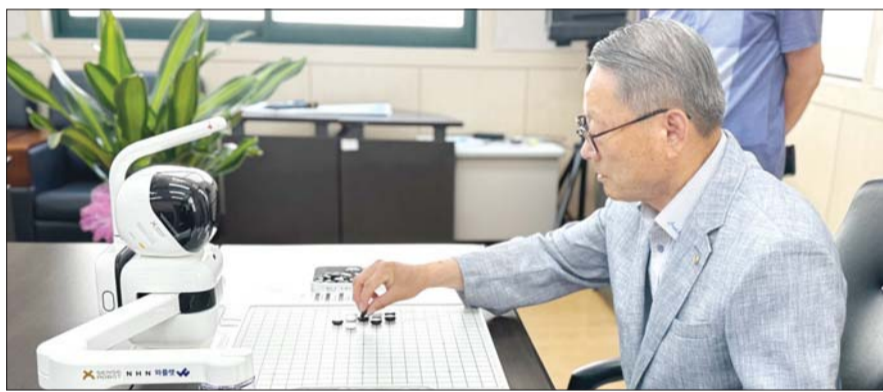
## 바둑 같이 두고 건강도 모니터링… AI, 고령층에 더 바짝

NHN, AI 돌봄로봇 ‘바둑이’ 기증  
인지능력 향상·정서적 교류 유도  
네이버클라우드 ‘클로바 케어콜’  
독거노인 안부 확인·긴급대응

인공지능(AI) 기술이 빠르게 고령자 돌봄 시장에 진입하고 있다. 특히 생성형 AI의 발달로 자연스러운 대화가 가능해지면서, 정서적 교감과 건강 관리라는 두 가지 수요를 동시에 충족할 수 있는 기반이 마련됐다.

고령화와 독거노인 증가로 인력 중심의 돌봄 체계만으로는 수요를 감당하기 어려워진 가운데, AI 기반 기술의 필요성이 한층 부각되고 있다.

13일 <메트로경제 신문> 취재에 따르면, NHN은 지난 11일 충북 진천군에 AI 돌봄로봇 ‘바둑이’를 기증했다. 이는 지자체 노인돌봄의 디지털화를 지원하는 사회공헌 활동의 일환이다.



NHN이 진천군에 기증한 AI 돌봄로봇 ‘바둑이’를 진천군의 한 어르신이 실제 사용 중인 모습. /NHN

‘바둑이’는 모니터가 달린 머리와 로봇 팔을 갖춘 놀이형 디지털 기기다. 사용자의 바둑 실력에 맞춰 실제 대국이 가능하다. 노년층의 대표적 여가활동인 바둑을 매개로 인지능력 향상과 정서적 교류를 동시에 유도한다는 점에서 디지털 기반 시니어 케어 기술로 주목받고 있다.

박승구 대한노인회 진천군지회장은 “AI 돌봄로봇 ‘바둑이’는 어르신들께

실질적인 정서적 안정감을 제공하고, 여가 수준을 높이는 데 크게 기여할 것”이라며 “기계지만 사람처럼 교감할 수 있는 존재로 자리 잡기를 기대한다”고 말했다.

네이버클라우드도 이 같은 흐름에 동참하고 있다. 이 회사는 지난 9일부터 11일까지 일본 오사카에서 열린 ‘오사카 간사이 엑스포’에 참가해, AI 안부 전화 서비스 ‘클로바 케어콜(Clova Ca

reCall)’과 도시 전체를 3D 공간으로 구현한 ‘디지털트윈’ 기술을 선보였다.

‘클로바 케어콜’은 일본 이즈모시 등 초고령 도시에서 이미 도입돼 운영 중이다. AI가 독거노인과 자연스럽게 대화를 나누며 안부를 확인하고, 이상 징후가 감지되면 즉시 병원이나 복지기관에 연계해 긴급 대응을 가능케 한다. 단순한 모니터링을 넘어 정서적 교감까지 제공함으로써, 돌봄 인력의 부담을 실질적으로 줄여주는 효과를 내고 있다.

이 서비스는 지난 3월 일본 내각관방이 주최한 ‘디지털도시엔’ 대회에서 해외 기업 최초로 본선에 진출, 최종 5위에 오르며 공공복지 분야의 우수 사례로도 평가받았다.

네이버클라우드도 또 다른 축으로 디지털트윈 기술도 선보였다. 이 기술은 도시 전체를 3D로 구현해 고령자의 위치와 이상 행동을 실시간 모니터링하는 시스템으로, 의료·복지·치안 등을 통합

한 스마트 복지 플랫폼으로 기능한다. 현재 일본 내 중소도시를 중심으로 점차 확대 적용되고 있다.

AI 기술의 돌봄 시장 진출이 가속화되는 데는 급속한 고령화가 주요 배경으로 작용하고 있다. 한국은 이미 고령 사회에 진입한 가운데, 75세 이상 후기 고령 인구가 급증하는 추세다. 통계청에 따르면 2050년에는 75세 이상 인구가 전체의 24.5%에 달할 전망이다.

정부는 이에 대응해 내년부터 예방·치료·요양·돌봄을 연계한 ‘지역사회 통합돌봄’을 본격 시행할 계획이지만, 인력 부족은 여전히 심각한 과제로 남아 있다. 2023년 기준 요양보호사 자격증 보유자는 278만 명에 달하지만, 실제 활동 인력은 65만 명(약 23.4%)에 불과한 상황이다.

전문가들은 AI 기술이 이러한 인력 공백을 효과적으로 보완할 수 있을 것으로 보고 있다. 특히 정서적 교감이 중요한 노년층 돌봄 분야에서, 생성형 AI를 접목한 기술은 향후 필수 인프라로 자리 잡을 가능성이 크다는 평가다.

/김서현 기자

## SKT, 스타벅스·파리바게뜨·도미노피자 릴레이 할인

내달 ‘T 멤버십 고객 감사제’ 진행

SK텔레콤은 8월 1일부터 ‘T 멤버십 고객 감사제’를 시작한다고 13일 밝혔다. 이번 감사제는 지난 4월 발생한 사이버 침해 사고 이후 기다려준 고객들에게 보답하기 위한 ‘고객 감사 패키지’의 일환이다.

SK텔레콤은 고객 선호도와 접근성을 고려해 제휴사를 선정하고, 제휴사별로 10일간 50% 이상의 할인 혜택을 제공한다. 8월부터 12월까지 매달 3곳의 제휴사가 순차적으로 참여하며, SKT 고객은 각 제휴사별로 한 달에 1회씩, 총 3회의 혜택을 받을 수 있다. 쿠폰

수량에는 제한이 없다.

8월에는 스타벅스, 파리바게뜨, 도미노피자가 순서대로 참여한다. 스타벅스는 8월 1일부터 10일까지 톨 사이즈 아메리카노 1잔을 무료로 제공한다. 쿠폰은 T 멤버십 앱에서 다운로드 가능하며, 사용 기한은 9월 30일까지다. 디카페인 포함 여부나 아이스·핫 옵션은 자유롭게 선택할 수 있다.

파리바게뜨는 8월 11일부터 20일까지 전 제품을 50% 할인된 가격에 제공하며, 최대 할인 금액은 1만원이다. 고객은 매장서 쿠폰을 제시하면 할인을 받을 수 있다.

도미노피자는 8월 21일부터 30일까

지 할인 이벤트를 진행한다. 고객은 배달 주문 시 50%, 포장 구매 시 60% 중 하나를 선택해 할인을 받을 수 있다. 배달 할인은 최대 2만5000원, 포장 할인은 최대 3만원까지 적용된다. 쿠폰은 T 멤버십 앱에서 받을 수 있으며, 사용 기한은 9월 4일까지다.

SK텔레콤은 보안 역량 강화를 위해 향후 5년간 7000억원을 투자하고, 고객 대상 총 5000억원 규모의 감사 패키지를 운영한다. 기존 고객과 7월 14일까지 가입한 고객에게는 8월 통신요금 50% 할인과 8월부터 12월까지 매월 데이터 50GB가 추가로 제공된다.

/김서현 기자

## LG U+, 1인가구 고독사 예방 서비스 제공

한전과 사회안전망 서비스 ‘맞손’

LG유플러스가 한국전력공사와 데이터 기반의 사회안전망 서비스 제공을 위한 업무협약을 체결하고, 1인가구의 이상 징후를 감지해 고독사를 예방하는 ‘1인 가구 안부살핌 서비스’에 참여한다고 13일 밝혔다.

한국전력이 사회안전망 구축의 일환으로 2021년부터 시행 중인 ‘1인가구 안부살핌 서비스’는 1인가구의 고립과 고독사 등 사회문제를 해결하기 위해 도입됐다. 현재 각 가정의 원격검침계량기(AMI)가 수집한 전력사용 데이터로 1인가구의 장기간 전력 미사용, 급격

한 사용량 변화 등 비정상적인 패턴을 선제 탐지할 수 있다.

여기에 통화나 데이터 사용 패턴 등 LG유플러스의 통신 정보가 결합되면 감지 정확도는 더욱 높아지고, 불필요한 오탐지도 대폭 줄어든다. 감지된 위기 징후는 지자체에 전달되며, 필요시 AI가 자동으로 안부 전화를 시도하거나, 복지 공무원이 직접 확인·출동하게 된다.

LG유플러스 임장혁 기업고객그룹장(전무)은 “이번 업무협약을 계기로 한국전력과 데이터 기반의 사회안전망 서비스 및 디지털 신사업 개발을 위해 상호 협력해 나가겠다”고 말했다. /김서현기자