

5년간 개인정보 1.5억건 유출 기술발전 못 따라간 보안체계

전화번호에서 생체정보까지
정보 유출, 고위험군으로 확산
스미싱·피싱 2차 피해 가능성

데이터 활용 폭증 속 관리 부재
정부 “징벌적 배상 작동 안 해”

“집 비밀번호, 택배 공동현관 코드, 심지어 개인통관번호까지… 이 정도면 개인정보가 아니라 누구나 볼 수 있는 공용 데이터죠.”

올해 연달아 터진 초대형 개인정보 유출사고로 인해 한국 사회가 사실상 ‘개인정보 무방비 시대’로 접어들었다는 우려가 커지고 있다.

2일 개인정보보호위원회는 최근 5년간 확인된 국내 개인정보 유출 규모가 1억1924만건이라고 밝혔다. 이는 조사와 처분이 끝난 사례만 반영한 수치다. 아직 최종 조사가 남아 있는 롯데카드 297만건, KT 2만건, 그리고 최근 논란의 중심에 선 쿠팡 3370만여건을 포함하면 전체 피해 규모는 1억5593만건으로 치솟는다.

올 10월 기준 대한민국 총인구가 약 5114만명임을 고려하면, 국민 개개인이 최소 3건 이상 개인정보 유출을 겪은 셈이다. 사실상 ‘전 국민이 피해자’가 된 구조다.

◆올해만 7516만건… 전년 대비 13배 폭증

올해는 그 중에서도 유난히 심각한 해로 기록된다. 2024년 전체 유출 규모는 7516만여건으로, 전년 593만건의 13배 이상으로 폭증했다. 보안 업계에서는 “올해 통계는 사고가 아니라 붕괴”라는 말까지 나온다.

SK텔레콤에 이어 쿠팡까지 대형 플랫폼 기반 사업자가 연달아 사고를 내면서 전체 통계가 ‘기형적 급증’을 보였기 때문이다.

이 과정에서 유출된 정보도 더 민감해지고 있다.

과거에는 전화번호·이메일이 흔했지



쿠팡의 대규모 고객 개인정보 유출 사태가 벌어지며 소비자들의 불안이 커지고 있다. 이재명 대통령은 이날 쿠팡에 대해 과징금을 강화하고 징벌적 손해배상제도를 현실화하는 등 실효적인 대책을 마련을 지시했다. 사진은 2일 서울 시내 한 쿠팡 물류센터 모습. /뉴시스

만 최근엔 배송주소, 공동현관 비밀번호, 신용카드 정보, 생체정보, 개인통관부호 등 고위험군 정보가 포함되는 사례가 늘고 있다.

정보 범위가 넓어질수록 2차 피해인 스미싱·보이스피싱·계정탈취 가능성도 함께 커지는 구조다.

◆“기술 발전 속도 못 쫓아간 관리체계”… 기업·정부·개인 모두 취약

전문가들은 사고가 반복되는 이유로 ‘구조적 취약성’을 첫 번째로 꼽는다.

가천대 최경진 교수는 “데이터 활용이 폭증하는 속도에 비해 보안관리 체계는 10년 전 수준에 머물러 있다”며 “정부는 점검 주기를 늘리고, 기업은 직군별 접근권한을 철저히 분리해야 한다”고 지적했다.

특히 AI·클라우드·자동화 시스템이 확산하면서, 관리 부실 한 번으로 대규모 정보가 한꺼번에 새 나갈 가능성도 크게 높아지고 있다는 분석이다.

개인 차원의 보안 의식도 문제로 지적된다. 최 교수는 “비밀번호 재사용, 이중인증 미설정 등 기본적인 보호조치하지 않는 경우가 많다”며 “데이터 유출이 상시화된 환경에서는 개인도 보안 습관을 스스로 강화해야 한다”고 강조했다.

◆퇴사자 토큰 방지…기본 중의 기본도 안 지키 기업들

올해 사고가 특히 비판받는 이유는 유출 규모뿐 아니라 ‘원인 자체가 너무 기초적이기 때문’이다.

최민희 더불어민주당 의원실은 쿠팡 사고의 원인을 “퇴사한 직원이 사용하던 인증관리자의 액세스토큰을 방치한 탓”이라고 지적했다.

기업 내부에서 기본적인 권한 회수·폐기 절차가 이뤄지지 않은 것이다. 이는 단순 실수가 아니라 관리 체계가 작동하지 않았다는 증거이며, 비슷한 유형의 사고가 다른 기업에서도 반복될 수 있음을 시사한다.

◆정부도 ‘강경 모드’ 전환… “징벌적 손해 사실상 무용지물”

정부는 뒤늦게 제도 개선을 예고했다. 강훈식 대통령비서실장은 쿠팡 사고와 관련해 “징벌적 손해배상이 사실상 기능하지 않는 현실에서는 대규모 사고를 막을 수 없다”며 “기업 책임이 명확한 경우, 제도가 실제로 작동하도록 개선 방안을 준비하라”고 지시했다.

그동안 한국의 징벌적 손해배상 제도는 실제 적용 사례가 극히 적어 ‘종이 호랑이’라는 비판을 받아왔다. 전문가들은 실효성 있는 제도가 마련되지 않으면, 정보 유출은 계속 반복될 것이고 피해 규모는 갈수록 커질 것이라고 우려한다. /최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

익시오 가입자 100만명 돌파 기념 이벤트

LGU+, AI 대화 검색 체험횟수 확대
베스킨라빈스 바라이어터팩 증정도

LG유플러스가 AI 통화앱 ‘익시오(i xi-O)’ 가입자 100만 명 돌파를 기념해 프로모션을 진행한다고 2일 밝혔다.

이번 이벤트는 익시오 핵심 기능인 ‘AI 대화 검색’과 ‘AI 스마트 요약’ 무료 체험 횟수를 100회로 확대하고, 인증 참여 고객 중 100명을 추첨해 베스킨라빈스 바라이어터팩을 증정한다. 이벤트 참여는 기능 사용 시 표시되는 사용 횟수 화면을 캡처해 인증하면 된다.

‘AI 대화 검색’은 지난 통화에서 기억나지 않는 내용을 물어보면 약속 장

소·일정 등 핵심 정보를 AI가 찾아주는 기능이다. 대화 의도를 반영해 정리해주는 만큼 실무·일상 모두 활용도가 높다.

‘AI 스마트 요약’은 통화 내용을 6가지 양식으로 구조화해 요약한다. 메모·할 일·문의 등 기본 형태는 물론 부동산 중개나 영업 활동 등 업무용 양식도 지원한다. 요약본은 바로 수정하거나 공유할 수 있다.

익시오는 ▲AI 대화 검색 ▲AI 스마트 요약 ▲보이스피싱 탐지 ▲악성앱 탐지 ▲안티답보이스 등 AI 기반 통화 보안·편의 기능을 탑재한 LG유플러스의 대표 AI 통화앱이다. /김서현 기자

엔씨 ‘아이온2’, 게임 오브 지스타 선정

서비스 이틀 만에 DAU 150만 돌파

엔씨소프트가 신작 MMORPG ‘아이온2’로 2025년 ‘게임 오브 지스타’를 차지했다. ‘게임 오브 지스타’는 한국게임 미디어협회와 한국게임기자클럽이 매년 지스타 출판작 중 가장 완성도 높은 게임을 선정해 시상하는 상이다.

엔씨소프트는 지난 1일 판교 R&D 센터에서 트로피 수여식을 열고 수상 소식을 공식 발표했다고 2일 밝혔다. 행사에는 김남준 아이온2 개발PD, 소인섭 아이온2 사업실장, 이택수 한국게임미디어협회 회장, 임영택 한국게임기자클럽

간사가 자리했다.

‘게임 오브 지스타’는 게임성, 그래픽, 스토리 등 전반적인 완성도를 기준으로 평가하며, 한국게임기자클럽 소속 전문 기자들이 직접 투표해 선정한다. 2018년 시작해 올해로 8회를 맞는다.

엔씨소프트는 아이온2를 지난달 19일 한국과 대만에 동시 출시했다. 아이온2는 서비스 이틀 만에 DAU 150만을 돌파하고, 일주일 후 누적 캐릭터 생성 수 253만 건을 넘기며 2025년 출시작 중 가장 빠른 흥행세를 기록했다. 엔씨소프트는 아이온2로 올해 MMORPG 시장 흥행을 주도하고 있다. /최빛나 기자



KT와 경찰청이 RCS메시징 서비스를 활용한 청소년 범죄 예방 활동을 시행한다. /KT

해킹 사태發 올해 번호이동 11년 만에 ‘최다’

번호이동 누적 건수는 728만건
작년 같은기간 보다 26.2% 급증

올해 통신사를 갈아탄 국민이 700만 명을 돌파하며 ‘단말기유통구조개선법(단통법)’ 시행 이전인 2014년 이후 11년 만에 역대 최대치를 기록했다. 정부의 경쟁 활성화 정책이 무색할 만큼 잠잠하던 통신 시장이 예상을 깨고 폭발적인 유동성을 보인 것이다. 하지만 이번 ‘역대급 대이동’은 시장의 건전한 경쟁보다는 대형 해킹 사태가 촉발한 ‘공포와 보상’의 결과물이라는 분석이 지배적이다.

2일 한국통신사업자연합회(KTOA)에 따르면 올해 1월부터 11월까지의 휴대폰 번호이동 누적 건수는 728만3835건으로 집계됐다. 이는 지난해 같은 기간보다 26.2%나 급증한 수치다.

번호이동 건수가 700만 건을 넘어선 것은 2017년(701만 건) 이후 8년 만이며, 전체 규모로는 ‘통신 대란’이 일상이었던 2014년(865만 건) 이후 11년 만에 가장 높은 수준이다. 2015년 이후 줄곧 하락세를 그리며 굳어버렸던 시장이 올해 들어 갑작스럽게 요동친 셈이다.

올해 시장이 이토록 뜨거웠던 결정적 원인은 SKT의 유심 해킹 사태였다. 통상 월 50만 건 수준에 머물던 번호이동 수치는 올해 5월과 7월, 두 차례나 90만 건을 돌파했다. 5월에는 정보 유출에 대한 불안감을 느낀 가입자들이 경쟁사로 대거 이탈하며 ‘꽤나 무브’가 일어났고, 7월에는 해킹 피해 보상 차원에서 위약금이 전액 면제되자 기다렸다는 듯 통신사를 갈아타는 수요가 폭증했다. KT와 LG유플러스 등 경쟁사들이 이 틈을 타 마케팅

팅비를 2조원 가까이 쏟아부으며 가입자 쟁탈전에 불을 지핀 것도 한몫했다.

역대급 수치를 기록했음에도 업계는 이를 ‘일시적 착시’로 보고 있다. 해킹 이슈가 사그라지자 시장은 즉각 냉각기에 접어들었다. 실제로 지난달(11월) 번호이동 건수는 약 55만 건에 그치며 올해 1월 이후 최저치로 곤두박질쳤다.

정부가 야심 차게 도입한 ‘전환지원금’ 제도나 ‘단통법 폐지’ 이슈는 해킹 사태가 만든 비정상적인 과도에 묻혀 별다른 효과를 내지 못했다. 평가다.

업계 관계자는 “이동사들이 2분기에 쏟아부은 마케팅비는 고객 유치라기보다 방어 비용 성격이 짙다”면서 “단말기 가격 인하 등 실질적인 트리거 없이는 당분간 50만 건 박스권을 벗어나기 힘들 것”이라고 밝혔다. /김서현 기자 seoh@

KT-경찰청 RCS 활용 예방활동
카드뉴스 형태로 담아 순차 발송

KT가 경찰청과 함께 2일 폭발물 허위신고 등 신종 청소년 범죄에 대한 경각심을 높이기 위해 RCS(사진·영상·파일·고화질 전송, 그룹 채팅, 읽음 확인, 입력 중 표시 등 다양한 기능을 제공하는 차세대 메시지)를 활용한 예방 활동을 시작했다.

KT와 경찰청은 지난달 6일 폭발물 허위신고 예방 공익 RCS 메시지 송출을 시작으로, 3일부터는 사이버 도박, 전동킥보드·픽시 자전거 불법 사용 등 신종 범죄 관련 안내를 순차적으로 발송한다. RCS는 기존 문자와 달리 카드형 정보제공이 가능해 예방 메시지를 효과적으로 전달할 수 있다.

KT는 겨울방학을 앞두고 스마트폰 사용이 늘어날 시기를 고려해 3일 사이버 도박 관련 메시지를 발송한다. 부모가 가정에서 자녀의 도박 징후를 확인할 수 있도록 주요 체크포인트를 카드뉴스 형태로 담았다.

KT는 자체 빅데이터 분석과 RCS 기술을 활용해 초·중·고생과 학부모를 연령대·가구 형태 등으로 세분화해 전국 20만 명에게 맞춤형 메시지를 제공한다. 청소년의 사이버 범죄 노출 가능성이 높은 만큼 예방 효과가 커질 것으로 보고 있다. 또 청소년의 픽시 자전거 불법 사용, 전동킥보드 사고 증가 등을 고려해 교통안전 관련 메시지도 연내 추가 발송한다. 일상 속 부주의로 이어질 수 있는 사고와 교통 관련 범죄를 줄이기 위한 취지다. /김서현 기자