

KT, 위약금 면제 첫날 6000명 이탈... 통신시장 다시 요동

SKT 4661명, LG U+ 1225명 이동
알뜰폰 이용자 포함 1만명 이탈
위약금 종료일인 13일까지 지속

KT가 소형기지국(웹토셀) 개인정보 유출 사고에 따른 위약금 면제를 시행한 첫날, 6000여 명에 달하는 가입자가 번 호이동으로 빠져나갔다. 지난해 SK텔레콤 유심 해킹 사태 당시 한 달간 90만 건에 육박하는 번호이동이 발생했던 전례가 있어, 새해 초부터 통신 시장이 다시 요동칠 조짐을 보이고 있다.

1일 통신업계 집계에 따르면, KT가 한시적 위약금 면제를 시작한 첫날인 지난해 12월 31일, KT망에서 빠져나간 번호이동 가입자(알뜰폰 제외)는 총 5886명으로 나타났다. 이 중 4661명이 SK텔레콤으로 이동했으며, 1225명이 LG유플러스로 향했다.

알뜰폰(MVNO) 이용자까지 포함할 경우 이탈 규모는 더욱 커진다. 같은 날 KT를 떠난 전체 가입자는 1만142명에



이동통신 판매점이 밀집한 서울 강변 테크노마트의 모습. 사람들이 휴대폰 구매를 위해 판매점에 앉아있다. /유혜은 기자

달했다. 시장 전체 번호이동 건수 또한 3만5595건을 기록하며 평소 하루 평균(약 1만5000건) 대비 2배 이상 폭증했다. 위약금이라는 ‘족쇄’가 풀리자마자 보안 사고에 실망한 가입자들이 대거 이동을 선택한 것으로 풀이된다.

경쟁사들은 KT 가입자를 흡수하기 위해 공격적인 마케팅에 나섰다. 알려진

바에 따르면 SK텔레콤은 5G 프리미엄 요금제 기준 갤럭시 S25 시리즈와 Z플립7 번호이동 가입자에게 90만 원대 중 후반, Z폴드7에는 최대 100만 원대 중 후반의 리베이트를 책정한 것으로 알려졌다. 아이폰 17 역시 80만 원대 초반의 리베이트가 형성됐다. 사실상 ‘공짜폰’이나 다름없는 조건들이 속출하면서 가입

자들의 이동 욕구를 자극하고 있는 상황이다.

특히 SKT는 대대적인 대대적인 T멤버십 혜택을 앞세워 가입자 확보와 점유율 수성에 나섰다. 31일 공개된 계획에 따르면, SKT는 1월 중순까지 신규 가입 고객에게 메가커피와 파riba게뜨 등 1만9000원 상당의 쿠폰을 자동 지급하며, 건강검진 최대 49% 할인과 롯데월드·비발디파크 50% 할인 등 강력한 생활 밀착형 혜택인 ‘T day’와 ‘0 day’를 운영한다.

특히 과거 해지 고객이 재가입할 경우 기존 등급과 가입 연수를 그대로 복원해주는 제도를 운영하는데, 이는 최근 KT의 위약금 면제 사태로 발생한 대규모 번호이동 수요를 흡수하고 이탈했던 고객을 다시 불러모아 시장 점유율 40% 선을 확실히 굳히겠다는 전략적 의도로 풀이된다.

이번 사태는 지난해 발생했던 SK텔레콤 유심 해킹 사고 당시의 시장 상황과 판박이다. 2025년 당시 SK텔레콤은 해킹 사고 보상으로 위약금을 전액 면제

했고, 5월과 7월 두 차례에 걸쳐 월 번호이동 건수가 90만 건을 돌파하는 등 시장이 극도로 과열됐다. 당시 넉 달 동안 약 80만 명의 가입자가 이탈하며 SK텔레콤의 시장 점유율 40% 선이 무너진 바 있다.

업계에서는 이번 KT 사태 역시 위약금 면제가 종료되는 1월 13일까지 상당한 규모의 가입자 이동이 지속될 것으로 보고 있다. 특히 지난해 연이은 해킹 사고로 이용자들의 피로감과 보안 불안이 극에 달해 있어, 보상 프로그램보다는 ‘이동’ 자체를 선택하는 비중이 높을 것이라는 분석이다.

한 통신업계 관계자는 “이미 통신 3사 모두 보안에 취약하다는 점이 증명된 상황에서, 이용자들은 혜택보다는 단말기 교체 시점과 맞물려 가장 유리한 조건을 제시하는 곳으로 움직일 가능성이 크다”고 진단했다.

한편, KT는 오는 1월 13일까지 위약금 면제를 이어갈 계획이다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

올해 ‘AI 기본법’ 시행... 최소 1년 제도기간 운영

기업 상당수, 체계·시스템 못갖춰
제도기간 동안 기업 설명회 등 제공
업계 “명확한 기준 제시도 중요해”

올해부터 인공지능(AI) 산업 전반을 규율하는 AI 기본법이 시행되지만, 정부는 기업과 산업 현장의 혼란을 최소화하기 위해 최소 1년 이상의 제도기간을 운영할 방침이다. 법 시행과 동시에 처벌 중심의 규제가 적용되기보다는, 제도 안착과 현장 적응에 초점을 맞춘 단계적 적용이 이뤄질 전망이다.

1일 관계 부처와 업계에 따르면 정부는 AI 기본법 시행 이후 일정 기간을 제도기간으로 설정하고, 이 기간 동안 기업의 위반 사항에 대해 행정지도 중심으로 대응하는 방안을 검토하고 있다. 법적 의무와 기준을 한꺼번에 적용하기보다는, 기업들이 내부 시스템과 서비스 구조를 점검할 시간을 충분히 주겠다는 취지다.

AI 기본법은 고위험 AI의 정의와 관리 기준, 이용자 보호 원칙, 투명성 확보



Chat GPT에 의해 생성된 AI 규제 시행을 앞두고 제도기간 동안 제도와 기술 현장이 조율되는 모습을 표현한 이미지.

의무 등을 담고 있다. 특히 알고리즘 설명 책임과 데이터 관리 체계 구축, 위험 평가 절차 마련 등이 주요 내용으로 포함돼 있다. 그동안 국내에는 AI 산업 전반을 포괄하는 기본법이 없어, 분야별 가이드라인과 개별 법률로 규제가 분산돼 있었다.

문제는 준비 기간이다. AI 서비스를 운영하는 기업 상당수는 법이 요구하는 내부 통제 체계와 위험 관리 시스템을 아

직 갖추지 못한 상태다. 대기업과 글로벌 플랫폼은 비교적 대응 여력이 있지만, 중소기업과 스타트업은 인력과 비용 부담이 크다는 지적이 이어져 왔다.

정부가 제도기간 운영을 검토하는 배경에는 이러한 산업계 우려가 깔려 있다. 정부 관계자는 “AI 기본법은 산업을 위축시키기 위한 규제가 아니라, 신뢰 기반의 성장 환경을 만들기 위한 장치”라며 “현장이 준비되지 않은 상태에서

곧바로 제재를 가하는 방식은 바람직하지 않다”고 말했다.

제도기간 동안 정부는 기업 대상 설명회와 가이드라인 제공, 자율 점검 체계 구축을 병행할 계획이다. 법 해석의 불확실성을 줄이기 위해 구체적인 적용 사례와 기준을 단계적으로 제시하는 방안도 논의되고 있다. 특히 고위험 AI로 분류될 수 있는 영역에 대해서는 사전 컨설팅과 점검 중심의 관리가 이뤄질 가능성이 크다.

업계는 제도기간 운영을 긍정적으로 평가하면서도, 기준의 명확성이 중요하다고 강조한다. 한 AI기업 관계자는 “시간을 주는 것도 중요하지만, 무엇을 어디까지 준비해야 하는지 명확히 제시되지 않으면 혼란은 계속될 수 있다”며 “모호한 기준이 남아 있으면 투자와 서비스 출시를 미루는 기업이 늘어날 수 있다”고 말했다.

또 다른 업계 관계자는 “글로벌 시장에서는 이미 유럽연합(EU) AI법 등 강한 규제가 동시에 작동하고 있다”며 “국

내 법이 과도하게 엄격하거나 해석 여지가 크면 국내 기업만 이중 부담을 질 수 있다”고 지적했다.

전문가들은 AI 기본법의 핵심을 ‘속도 조절’로 보고 있다. 기술 발전 속도를 따라가지 못하는 규제는 무력해지고, 과도한 규제는 산업 경쟁력을 약화시킬 수 있다는 이유에서다. 제도기간은 법의 취지를 설명하고 산업과 규제 간 균형점을 찾는 시험대가 될 것으로 보인다.

정부는 제도기간 종료 이후에도 일괄적인 제재보다는 위험 수준과 위반 정도에 따라 차등 적용하는 방향을 검토 중이다. 고의성이 없거나 경미한 위반에 대해서는 개선 명령 중심으로 대응하고, 이용자 피해가 명확한 사안에 대해서만 강한 조치를 적용하는 방식이다.

AI 기본법 시행은 국내 AI 산업이 제도권 관리 체계 안으로 들어오는 첫 단계라는 점에서 의미가 크다. 다만 법 시행 자체보다 중요한 것은 현장 안착 여부다. 제도기간 1년은 길지 않은 시간이다. 그 안에 정부가 얼마나 구체적인 기준을 제시하고, 기업이 얼마나 빠르게 대응하느냐에 따라 AI 기본법은 ‘성장 기반’이 될 수도, ‘부담 요인’이 될 수도 있다.

/최빛나 기자 vitna@

식당 10곳 중 6곳, ‘노쇼’ 경험... 중기부, 피해예방·지원 강화

노쇼 1회당 평균 44만원 손실액
이용액 최대 40% 위약금 설정

식당을 운영하는 소상공인 10곳 중 6곳이 최근 3년간 예약부도(노쇼) 피해를 경험한 가운데 중소벤처기업부가 피해 예방 및 지원을 강화한다.

1일 중기부에 따르면 한식, 일식, 중식 등 한국외식업중앙회 소속 214개 사업체를 대상으로 설문조사를 실시한 결과 응답자의 65%가 최근 3년 이내에 노쇼 피해를 경험했다고 밝혔다. 피해 점포 기준으로 해당 기간 노쇼는 평균 8.6

회 발생했다. 1회당 평균 손실액은 44만 3000원으로 3년간 평균 381만원 꼴이다. 특히 이는 예약 취소로 인해 식재료 폐기 등 직접적인 매출 손실로 이어진 것으로 파악됐다.

예약보증금을 설정하고 있는 점포는 전체의 14%에 불과했다.

중기부 관계자는 “노쇼 피해 이후 손해배상 청구 또는 고소 등 법적 조치까지 진행한 경우는 피해 점포의 35%에 달해 소상공인의 분쟁 대응 부담이 적지 않은 것으로 확인됐다”고 설명했다.

이에 따라 공정거래위원회는 노쇼 피

해 예방을 위해 지난달 ‘소비자분쟁해결 기준’을 개정·시행했다.

개정 기준에 따라 외식업의 경우 기준에 총 이용금액의 10% 이하로 제한했던 노쇼 위약금 기준이 올라갔다.

또 분쟁조정 시 주방 특선(오마카세), 고급 식사(파인다이닝) 등 예약 기반 음식점과 대량 주문(또는 단체 예약)의 경우 총 이용금액의 40% 이하, 일반 음식점은 20% 이하를 기준으로 위약금을 설정할 수 있다.

다만, 변경된 위약금 기준을 적용받기 위해선 사업자가 위약금 기준을 소비자에

게 문자메시지 등 알기 쉬운 방법으로 사전에 고지해야 한다는 점을 명확히 했다.

이에 더해 중기부는 소상공인 불공정 거래 피해상담센터의 상담 범위를 영업과정에서 발생하는 노쇼 피해까지 넓히고 올해부터 법률 상담을 지원한다.

실태조사 결과에서 나타난 바와 같이 손해배상 청구 또는 고소 등 법적 분쟁으로 이어지는 사례가 적지 않은 점을 감안해 변호사 상담을 통해 분쟁 대응 방향도 안내할 예정이다.

중기부 관계자는 “매년 소상공인을 대상으로 노쇼 피해 실태조사를 정기적으로 실시해 피해 발생 추이와 업종별·지역별 특성 등을 지속적으로 점검할 계획”이라고 밝혔다. /김승호 기자 bada@

지난해 韓 최다사용 모바일 앱 ‘카카오톡’

지난해 한국인이 가장 많이 사용한 모바일 애플리케이션은 ‘카카오톡’인 것으로 나타났다.

1일 관련 조사 결과에 따르면 이용 빈도와 사용 시간 모두에서 카카오톡이 다른 앱을 앞섰다. 카카오톡은 메신저 기능을 넘어 송금, 콘텐츠 소비, 커뮤니티 기능까지 아우르며 일상 필수 앱으로 자리 잡았다.

개인 간 대화뿐 아니라 업무와 정보 공유 수단으로 활용 범위가 넓어졌다는 평가다. /최빛나 기자