SKT, 소비자원 10만원 보상권고 거부… 법원 판단 맡긴다

SKT, 소비자위 조정안 수용 시 전체 보상규모 약 2.3조 달해

7000억 규모 보안강화 계획 등 자발적 노력 근거 들며 불수용 배상 원할 시 민사소송 제기해야

서울 시내 한 SKT 대리점을 찾은 시민이 교환 받은 유심칩을 받아 들고 있다. /손진영기자 son@

SK텔레콤이 약 2300만 명의 개인정보가 유출된 사고와 관련해 한국소비자원의 보상 권고를 최종적으로 거부했다. 이에 따라 소비자 분쟁조정 절차는 불성립으로 끝났으며, 피해자들이 보상을 받기 위해서는 개별적인 민사 소송을 거쳐야 하는 상황에 놓였다. 피해자들은 집단 소송으로 대응할 예정이다.

1일 〈메트로경제 신문〉 취재를 종합해보면, SK텔레콤이 지난달 30일 한국소비자원 소비자분쟁조정위원회에 조정안을 수용하지 않겠다는 입장을 서면으로 제출했다. 앞서 소비자위는 지난달 집단분쟁조정회의를 통해 유심(USIM) 정보 등 개인정보가 유출된 신청인 58명에게 1인당 통신요금 5만 원 할인과 멤버십 포인트 5만 점 등 총 10만 원 상당의 보상을 지급하라고 결정한 바 있다.

SK텔레콤이 이 조정안을 수용했을 경우, 조정에 참여하지 않은 나머지 피해자 약 2324만 명에게도 동일한 보상이 이뤄져야 한다. 이 경우 전체 보상 규모는 산술적으로 약 2조3000억원에 달하게 된다. SK텔레콤 측은 조정안 수용 시 미칠 파급효과가 매우 크다는 점과 이미 자발적인 보안 강화 및 보상 노력을 선제적으로 이행했다는 점을 불수용의 주요 근거로 내세웠다.

SK텔레콤은 사고 발생 이후 7000억원 규모의 보안 강화 계획과 5000억원대 고객 보상 프로그램을 통해 통신요금 할인 및 추가 데이터 제공 등의 조치를 완료했다는 입장이다. 회사 관계자는 분쟁조정위의 결정을 심도 있게 검토했으나, 자발적인 노력과 경영상의 파급력을 고려할 때 수용이 어렵다며 양해를 구했다.

SKT 측은 "분쟁조정위 결정을 심도 있게 검토했지만 자발적 보상 노력과 보안 강화 조치를 선제적으로 이행한 점, 조정안 수용 시 미칠 파급효과가 매우 큰 점을 고려했다"며 "향후 고객 신뢰 회복과 추가 피해 예방을 위한 조치를 강화하겠다"고 설명했다.

SK텔레콤은 이번 소비자원의 조정안뿐만 아니라, 앞서 개인정보분쟁조정위원회가 제시한 1인당 30만 원 보상안과 방송통신분쟁조정위원회의 위약금 면제 연장 조정도 모두 거부한 상태다. 또한 지난해 개인정보보호위원회가 부과한 역대 최대 규모인 1347억원의 과징금에 대해서도 불복하며 최근 행정소송을 제기했다.

이로써 개인정보 유출 사고를 둘러싼 보상 문제는 장기적인 법정 싸움으로 번지게 됐다. 소비자원의 조정안은 법적 강제력이 없기 때문에, 보상을 원하는 소비자들은 이제 각자 민사 소송을 제기해 SK텔레콤의 과실과 피해 정도를 직접 입증해야 한다.

소비자원에 집단분쟁조정 절차를 소화한 소비자들은 집단소송을 준비 중이다. 앞서 이들은 12월 나온 소비자원의 조정안을 합리적이라 평가하고, 이를 수용할 계획이라고 밝힌 바 있다.

소비자 대표당사자로서 그동안 회의에 참석해온 이철우 변호사는 "다음주 중으로 집단소송 지원을 소비자원에 신청할 계획"이라며 "소비자원에서 위촉한 변호사의 조력을 받아 집단 소송으로 나아갈 예정이고, 이와는 별개로 지금 소송을 걸어야만 보상을 받을 수 있는 구조에 대해 지적을 하고자 한다"고 말했다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

"휴대폰 개통 시 '안면인증', 법적 근거 없어"

참여연대 공익법센터,과기부에 안면인증 관련 공개 질의서 발송 대포폰 근절 명분… 3월 전면시행

대포폰 근절을 명분으로 정부가 휴대전화 개통 절차에 안면인증 도입을 추진하는 가운데, 시민단체가 "법적 근거 없는 생체정보 수집"이라며 공개적으로 문제를 제기했다.

참여연대 공익법센터는 지난달 30일 배기훈 과학기술정보통신부 장관에게 휴대전화 개통 과정에 안면인증을 도입하는 법적 근거를 묻는 공개 질의서를 발송했다고 1일 밝혔다. 답변 시한은 오는 2월 10일로 제시했다.

과기부는 지난해 12월 보이스피싱 등 금융사기 범죄에 악용되는 대포폰을 근절하겠다며 휴대전화 개통 절차에 안면인증을 도입하겠다는 방침을 발표했다. 이에 따라 지난 12월 23일부터 일부 알뜰폰사와 이동통신 3사의 대면 개통 경로에서 시범 운영이 시작됐으며, 과기부는 2026년 3월 23일부터 이를 전국적으로 전면 시행할 계획이다.

참여연대는 이번 정책의 가장 큰 문제로 명확한 법률적 근거가 부재하다는 점을 지적했다. 과기부가 정책 추진의 근거로 제시한 국정과제는 정책적 지향에 불과할 뿐, 국민의 민감한 생체정보를 강제로 수집할 수 있는 법적 권한을 부여하지 않는다는 주장이다. 현행 개인정보보호법상 얼굴 정보와 같은 생체인식 정보는 민감정보로 분류돼 정보주체의 명시적 동의가 있거나 법령에 구체적 근거가 있는 경우에만 처리할 수 있다.

참여연대는 "휴대전화가 현대 사회의 필수 인프라인 상황에서 안면인증에 동의하지 않으면 개통 자체가 불가능하도록 하는 것은 사실상 동의를 강제하는 것"이라며 "이는 개인정보보호법 위반에 해당한다"고 주장했다.

정책의 실효성에 대한 의문도 제기됐다. 대포폰 사용자의 70% 이상이 외국인으로 파악되는 상황에서 내국인만을 대상으로 안면인증을 의무화하는 것은 정책 목표와 수단이 부합하지 않는다는 지적이다.

참여연대는 중국에서도 2019년 유사한 제도를 도입했다가 대규모 얼굴 정보 유출 등 부작용이 발생해 2025년 6월 이를 철회한 사례를 언급하며, 민감정보 수집을 통한 규제보다는 기존 신분증 확인 절차를 강화하는 것이 우선돼야 한다고 덧붙였다. /김서현 기자

정재헌, 지역본부 현장경영으로 소통 강화

〈SKT CEO〉

광주, 대전, 대구, 부산 찾아

SK텔레콤 정재헌 CEO(가운데)가 대전의 SKT 대리점 PS&M 둔산본점 구성원들과 기념촬영을 하고 있다. /SKT

SK텔레콤은 정재헌 CEO가 지난 1월 29일부터 30일까지 지역본부를 방문해 현장경영에 나섰다고 1일 밝혔다.

정재헌 CEO는 광주, 대전, 대구, 부산 등 4개 지역본부를 찾아 임원·팀장 미팅과 구성원 간담회를 진행하고, 안전·환경 점검을 병행했다. 현장에서 근무하는 구성원들의 의견을 직접 듣고 업무 전반의 애로사항을 공유하는 데 초점을 맞췄다.

정 CEO는 이번 현장경영을 통해 "SKT의 중심은 구성원 여러분이라는 자부심을 갖고 품질, 보안, 안전 등 기본과 원칙에 충실해 고객 신뢰를 회복하는데 앞장서 달라"는 메시지를 전했다.

이어 "최전선에서 묵묵히 역할을 다하는 현장 구성원의 헌신이 SKT가 다시 도약하는 힘"이라며, "2026년, 모두가 하나의 '드림팀'이 되어 더 큰 성취와 행복을 함께 만들어 가자"고 강조했다.

대전 지역 일정 중에는 유통망인 PS&M 둔산본점을 방문해 대리점 직원들과 만나고 실제 고객 응대 현장을 살폈다. 이 자리에서는 고객과 회사를 잇는 접점으로서 현장의 역할과 책임에 대해 의견을 나눴다. /김서현 기자

유튜브, LoL 韓 중계권 상실에도 플랫폼 주도권 여전

다시보기 영역 조회수 61만회 기록

유튜브가 올해부터 리그 오브 레전드(LoL) 한국어 중계를 중단하면서 국내 e스포츠 중계 시장은 네이버 치지직과 SOOP 중심으로 재편됐다. 그러나 본방 중계권 이동이 곧바로 플랫폼 주도권 상실로 이어졌다고 보기는 어렵다는 분석이 나온다. 경기 이후 다시보기 VOD 시장에서는 여전히 유튜브가 압도적인 영향력을 유지하고 있어서다.

1일 소프트콘뷰어십에 따르면 지난달 23일 열린 LCK(LoL 챔피언스 코리아) 컵의 T1 대 KT 롤스터전 최고 동시 시청자 수는 치지직 23만3600명, 유튜브 23만2500명, SOOP 15만1700명 순인 것으로 집계됐다. 네이버와 SOOP이 라이엇 게임즈와 5년간 국내 독점 중계 계약을 체결하며 본방 시청자를 흡수하는 데는 성공했지만, 유튜브 역시 글로벌 중계와 해외 스트리머 유입을 기반으로 2위권을 유지했다.

지난달 23일 서울 종로구 치지직 롤파크에서 열린 '2026 리그 오브 레전드 챔피언스 코리아(LCK) 컵' T1 대 KT롤스터 전에서 T1 탑 라이너 '도란' 최현준이 경기 승리 후 세레모니를 하고 있다. /LCK

본방보다 격차가 뚜렷한 영역은 다시보기다. 같은 경기 2세트 하이라이트 영상은 유튜브에서 조회수 61만 회를 기록했다. 반면 생중계 직후 영상을 공개한 치지직은 5만 회, SOOP은 1만3000회에 그쳤다. 유튜브가 하루가량 늦게 업로드했음에도 조회수 격차는 10배 이상 벌어졌다.

이 경기는 KT의 압승이 예상되던 흐름에서 T1이 극적인 역전에 성공하며 큰 화제를 모았다. 오너 문현준의 장로 드래곤 스틸과 페이커 이상혁의 슈퍼 플레이가 연출됐지만, 다시보기 시청자 다수는 치지직이나 SOOP이 아닌 유튜브를 선택했다. 업계에서는 검색 접근성과 사용자 경험에서 누적된 차이가 결정적 요인으로 작용했다고 본다.

이 같은 흐름은 유튜브가 중계권을 상실했음에도 e스포츠 영향력을 완전히 잃지 않았다는 방증으로 해석된다. 특히 하이라이트, 클립, 추천 알고리즘을 중심으로 한 VOD 소비 구조는 단기간에 대체하기 어려운 경쟁력으로 꼽힌다. /최빛나 기자 vitna@

LG U+, 장기이용 고객 멤버십 혜택 확대

매월 마지막 주 목요일 '장기고객데이'

LG유플러스는 장기 이용 고객을 대상으로 한 멤버십 혜택을 강화해 고객 만족도를 높이겠다고 1일 밝혔다.

LG유플러스는 대표 멤버십 프로그램 '유플투쁠' 운영의 일환으로 매월 마지막 주 목요일을 '장기고객데이'로 지정해 식음료와 문화 분야 중심의 혜택을 제공하고 있다. 올해는 장기고객데이 외에도 체험형 문화·여가 혜택을 정기적으로 선보이며, 장기 이용 고객과의 접점을 확대할 계획이다.

이달에는 설을 맞아 5만 원 상당의 LG생활건강 '센티드 모먼트 플로럴' 선물세트를 추첨을 통해 추가로 제공한다. 5년 이상 이용한 장기 고객 중 VIP 이상 등급 고객이 대상이며, 유플투쁠 메뉴를 통해 9일까지 응모할 수 있다.

다음 달부터는 계절과 시기에 맞춘 문화 활동 초청과 다양한 경품을 매월 순차적으로 제공할 예정이다. 회사는 고객 경험 데이터를 기반으로 일상에서 체감할 수 있는 혜택을 지속 확대한다는 방침이다.

장기고객 외 일반 고객을 위한 유플투쁠 혜택도 함께 강화하고 있다. 지난달 배달 서비스 구독 혜택을 새롭게 추가했으며, 이달에는 겨울방학 시즌에 맞춰 온라인 학습 플랫폼 혜택을 제공한다. 우수 등급 이상 고객에게는 무료 체험 기회와 교재몰 이용 혜택이 포함된다.

설 연휴를 맞아 가족 단위 고객을 위한 레저·문화 할인 혜택도 준비했다. 리조트, 스파, 테마파크, 뮤지컬과 전시 등 다양한 콘텐츠를 일정별로 할인 제공하며, 제휴처와의 협업을 통해 혜택 폭을 넓혔다. /김서현 기자