

개인정보 유출 사고 책임경영 강화 통신3사, 5년간 3조6000억 투입

통신3사 대표, 공동선언문 발표
유출사고 사전 예방 보호체계 구축
내부통제 정비, PET 개발 등 추진

이동통신 3사가 개인정보 보호에 5년간 총 3조6000억원을 투입하기로 했다. 개인정보 유출 사고에 대한 책임 경영을 강화하고 재발 방지를 위한 예방 체계를 구축한다는 취지다.

29일 통신업계에 따르면 개정 개인정보보호법 시행으로 개인정보 유출 사고를 낸 기업에 대한 과징금 상한이 전체 매출액의 최대 10%로 높아졌다. 개정 전 3%였던 과징금 상한이 대폭 확대됐고, 과징금 산정 기준도 위반 행위 관련 매출액에서 전체 매출액으로 변경됐다.

또한 대표자를 법률상 개인정보 처리 및 정보보호의 최종 관리자로 명시하면서 최고경영자(CEO)의 책임도 커졌다. 개인정보 보호를 경영 리스크로 관리해야 할 필요성이 높아진 배경이다.

이에 박운영 KT 대표, 정재현 SK텔레콤 대표, 홍범식 LG유플러스 대표가 직접 나서 개인정보 보호를 경영의 핵심 과제로 삼겠다고 선언했다.

이들은 지난 28일 송경희 개인정보보호위원장과 만나 정보보호 투자 확대, 전문인력 확충, AI 활용 과정의 개인정보 처리 투명성 강화 등을 담은 공동선언문을 발표했다. 통신 3사는 개인정보 유출 사고를 사전에 예방하는 보호체계를 구



홍범식 LG유플러스 대표(왼쪽부터), 정재현 SK텔레콤 대표, 박운영 KT 대표가 28일 서울 중구 프레스센터에서 열린 개인정보보호위원장과의 통신3사 CEO 간담회에서 대화를 나누고 있다.

/뉴시스

축할 계획이다.

통신 3사가 정보보호에 투입하는 금액은 총 3조6000억원에 달한다. SK텔레콤은 5년간 2조2000억원, KT와 LG유플러스는 각각 7000억원을 정보보호 체계 고도화 등에 투입한다.

구체적으로, 내부통제를 정비하고 사전 예방 중심의 개인정보 보호체계를 구축한다. 개인정보 보호 강화 기술(PET) 개발과 계약학과 선발 등을 통해 전문인력 양성에도 나선다.

다만 대규모 투자에도 일선 현장의 개인정보 관리 체계를 강화하는 것은 과제다. 통신 3사는 전국 대리점과 판매점 등 방대한 유통망을 보유하고 있어 현장까지 보호 조치가 제대로 이행되기 위해서는 촘촘한 관리 체계가 뒷받침되어야 한다.

개인정보 활용을 둘러싼 제도적 불확실성도 부담이다. 내년 3월 시행되는 AI 특례는 고객 정보의 원본 데이터를 AI 학습과 성능 개선에 활용할 수 있도록 허용하는 제도다.

통신업계에서는 실제 AI 서비스 개발 과정에서 적용할 수 있도록 안전조치와 위험요인 평가 기준 등 구체적인 규정이 필요하다는 입장이다. 개인정보위는 기업의 AI 활용을 지원하기 위한 가이드라인을 연내 마련하겠다고 했다.

송경희 개인정보보호위원장은 이날 통신3사에 “통신 분야의 개인정보 보호 수준을 한 단계 높이고 국민 신뢰를 회복하는 계기가 되길 바란다”고 당부했다. /조민선 기자

msjo@metroseoul.co.kr



metro

KT 고객 의견 직접 듣고 상품·서비스·제도 개선

소상공인과 ‘찾아가는 고객경청포럼’

KT는 고객 참여형 소통 프로그램 ‘찾아가는 고객경청포럼’을 확대하고 있다고 29일 밝혔다.

KT의 고객경청포럼은 고객들의 서비스 이용 경험과 불편 사항을 현장에서 직접 듣고, 이를 상품·서비스와 제도 개선에 반영하는 프로그램이다. 지난 4월 처음 개최한 이후 매달 청년 고객, 시니어, 도서간간 지역, 외국인, 2세대 등 다양한 고객군을 만나 의견을 청취해 왔다.

포럼에서 도출된 의견은 유관 부서와 공유해 개선 필요성과 적용 가능성을 검토하고, 개선과제로 연계된 사항은 추진 현황을 지속 점검한다.

지난 8월 운영을 시작한 시니어 디지털 교육 프로그램은 앞서 고객경청포럼에서 나온 의견을 반영한 조치로, 월 2회 일부 KT플라자 매장에서 진행하고 있다. 이 밖에 멤버십 앱의 편의성을 높이고, 외국인 고객의 상담 접근성과 이용 안내를 개선하는 등 맞춤형 지원을 확대하고 있다.

이달에는 소통 범위를 소상공인의 사업 현장으로 넓혔다. 지난 28일 진행한 여섯 번째 고객경청포럼에서는 외식업, 카페, 무인매장 등 다양한 업종의 소상공인 고객이 참여해 매장 운영 과정에서 겪는 어려움과 디지털 서비스 이용 경험 등에 대한 의견을 나눴다.

/조민선 기자

한국 배그 모바일 대표팀 막판 뒤집기로 메달 노린다

아이치·나고야 아시안게임

결승 2일 차 첫경기서 1위 차지
종합 순위도 6위 → 5위로 상승
첫날 중반 고전 후 ‘반전’ 흐름

2026 아이치·나고야 아시안게임 메달을 노리는 대한민국 배틀그라운드 모바일 대표팀이 결승 둘째 날, 첫 경기부터 ‘치킨’을 잡으며 추격에 속도를 냈다. 첫날 6위로 반환점을 돈 한국은 남은 경기에서 두 대회 연속 메달 획득에 도전한다.

29일 한국 대표팀은 일본 아이치현 도코나메 아이치 스카이 엑스포에서 열린 배틀그라운드 모바일 결승 2일 차 첫 경기인 7매치에서 1위를 차지했다.

한국은 7매치에서 상대 선수 6명을 처치해 6점, 매치 1위에 따른 순위 점수 10점을 얻어 총 16점을 추가했다. 첫날까지 38점이었던 누적 점수는 54점으로 늘었고 종합 순위도 6위에서 5위로 한 계단 상승했다.

첫날까지만 해도 메달권과의 격차는 작지 않았다. 한국은 28일 열린 결승 1일 차 6개 매치에서 순위 점수 15점과 처치 점수 23점을 합쳐 38점으로 12개국 가운데 6위를 기록했다. 3위 인도네시아와는 17점 차였다.

한국은 첫날 경기 중반까지 고전했다.

첫 매치에서 9점을 확보했지만 이후 좀처럼 점수를 쌓지 못하면서 한 때 8위까지 밀렸다.

반전은 후반부터 시작했다. 전장이 에란겔에서 마라마로 바뀐 뒤 교전력이 살아났고, 첫날 마지막 6매치에서는 2위와 7위를 기록하며 한 경기에서 13점을 추가했다. 5매치 종료 당시 8위였던 순위도 6위까지 끌어올렸다.

이 흐름은 둘째 날까지 이어졌다. 한국은 7매치에서 ‘현빈’ 전현빈의 저격과 ‘파비안’ 박상철의 적극적인 교전을 앞세워 이번 대회 첫 치킨을 확보했다. 첫날 마지막 경기부터 2개 매치에서만 29점을 추가하면서 메달권 추격의 발판을 마련했다.

이번 대회 배틀그라운드 모바일 결승은 12개국이 이틀간 총 12개 매치를 치른 뒤 순위 점수와 처치 점수를 합산해 최종 순위를 결정한다. 특히 선수 간 직접 교전 없이 별도의 경기 방식으로 진행됐던 항저우 대회와 달리 이번 대회에서는 기존 배틀로얄 방식이 적용됐다.

한국은 김준하, 박상철, 송수안, 전현빈, 정유찬 등 5명으로 대표팀을 구성했다. 한국은 항저우 아시안게임에서 은메달을 획득한 데 이어 아이치·나고야에서도 두 대회 연속 메달에 도전하고 있다.

/최빛나 기자 vitna@

메타 ‘AI 안경’, 카메라 신뢰가 韓 공략 관건

신규 라인업 9개 모델, 21종 韓 판매
과기부, 이용 가이드라인 마련 착수

메타가 인공지능(AI) 안경 제품군과 판매망을 확대하며 한국 시장 공략에 속도를 낸다. 네이버지도 등 국내 서비스와의 연동도 본격화하는 가운데 핵심 기능인 카메라를 둘러싼 무단촬영과 개인정보 침해 우려를 해소하는 것이 대중화의 관건으로 떠오르고 있다.

29일 관련 업계에 따르면 신세계아이앤씨는 메타 AI 글래스 신규 라인업 9개 모델, 21종의 국내 판매를 시작했다. 메타 자체 브랜드와 레이밴 메타 3세대, 블랙핑크 리사 협업 에디션 등이 포함됐다. 가격은 48만~86만원이다.

판매처도 일렉트로마트와 롯데하이마트, SSG닷컴에서 SK텔레콤·KT 온라인 몰과 일부 대리점까지 넓어졌다. 메타는 네이버와 협력해 연내 레이밴 메타와 오클리 메타에 네이버지도 기반 도로 길안내 기능도 도입한다.

◆ 일상으로 들어온 AI 안경…카메라는 ‘야만의 검’

AI 안경의 핵심 경쟁력은 카메라다. 사용자가 바라보는 장면을 AI가 이해해 사물을 인식하고 사진·영상 촬영이나 번역·검색 등으로 기능을 확장할 수 있다.

하지만 일반 안경과 외형 차이가 크지 않아 주변 사람이 촬영 여부를 즉시 파악하기 어렵다는 문제가 있다. 국내에서는 AI 안경을 활용한 시험 부정행위 사례까지 등장하면서 무단촬영과 개인정보 노출 우려가 현실적인 문제로 떠올랐다.

정보통신정책연구원도 동의 없는 촬영과 민감정보 노출, 학교·자격시험 부정행위 등을 AI 글래스 확산 과정에서 해결해야 할 제도적 과제로 지목했다.

정부도 대응에 나섰다. 과학기술정보통신부는 이달 AI 글래스의 시험 부정행위와 무단촬영 등 부작용을 줄이기 위한 안전 이용 가이드라인 마련에 착수했다.



메타는 23일(현지 시간) 열린 연례 기술·개발자 행사 ‘메타 커넥트 2026’에서 ‘레이밴 메타 3세대’를 공개했다. 사진은 케이팝 아이돌 ‘블랙핑크’의 리사와 협업한 ‘메타 글래스’ 컬렉션.

/메타

◆ 1년 만에 263% 성장…성능 넘어 ‘신뢰 경쟁’

메타는 카메라가 없는 제품으로도 선택지를 넓히고 있다. 지난 23일 미국에서 공개한 ‘레이밴 메타 오디오’는 카메라를 빼고 음악·통화·실시간 번역과 AI 비서 등 오디오 기능에 집중했다.

시장 성장세는 가파르다. 카운터포인트 리서치에 따르면 올해 상반기 글로벌 AI 글래스 출하량은 전년 동기 대비 263% 증가했다. 메타는 디스플레이가 없는 AI 안경 시장에서 94%의 점유율을 차지했다.

제품과 판매처가 늘고 AI 안경이 일상으로 들어올수록 카메라에 노출되는 주변 사람의 불안을 해소하는 문제도 중요해질 전망이다. 기술 성능뿐 아니라 촬영 사실을 명확히 알리고 개인정보를 안전하게 처리한다는 신뢰가 시장 확대의 또 다른 경쟁력이 되는 셈이다.

업계 관계자는 “AI 글래스가 대중화될수록 촬영 여부를 주변 사람이 명확하게 인지할 수 있는 장치와 개인정보 보호 기준이 중요해질 것”이라며 “기술의 편의성과 함께 이용자와 주변 사람이 안심할 수 있는 환경을 만드는 것이 시장 확대의 관건”이라고 말했다.

/최빛나 기자

카카오, AI 모델·에이전트 안전성 검증

인공지능안전연구소와 ‘맞춤’

카카오가 인공지능안전연구소와 손잡고 인공지능(AI) 모델과 AI 에이전트의 안전성을 검증하는 체계 구축에 나선다.

카카오는 지난 28일 인공지능안전연구소와 AI 안전성 공동 평가 및 평가 체계 구축을 위한 전략적 업무협약을 체결했다고 29일 밝혔다.

생성형 AI와 AI 에이전트 기술이 빠르게 확산하면서 모델의 잠재적 위험을 서비스 적용 전후에 식별하고 검증하는 안전성 평가의 중요성이 커지고 있다. 카카오는 지난해 인공지능안전연구소와 자체 언어모델 ‘카나나-1.5-9.8B’의 공동 안전성 평가를 진행한 데 이어 이번 협약을 통해 협력 범위를 확대한다.

양사는 앞으로 AI 모델과 에이전트를 대상으로 객관적이고 체계적인 안전성 평가 기반을 구축한다. 카카오는 평가 대상이 되는 자사 AI 모델과 AI 에이전트를 제공하고 평가 수행 및 평가도구 개발에 필요한 인프라를 지원한다. 인공지능안전연구소는 평가 수행과 방법론 고도화를 담당한다.

협력은 총 3단계로 진행된다. 우선 언어모델을 대상으로 배포 전후 안전성 평



카카오는 지난 28일 인공지능 안전연구소와 AI 안전성 공동 평가 및 평가 체계 구축을 위한 전략적 업무협약을 체결했다. (왼쪽부터) 카카오 김세웅 AI 시니어 성과리더, 인공지능안전연구 김명주 소장이 협약식 후 기념촬영을 하고 있다.

/카카오

가를 실시하고, 이후 멀티모달 언어모델과 AI 에이전트로 평가 대상을 확대한다. 마지막 단계에서는 AI 모델과 에이전트의 안전성을 효율적으로 검증할 수 있는 평가도구를 공동 개발한다.

양사는 평가 결과도 공동 검토하고 공개 범위를 협의할 예정이다. 이를 통해 AI 모델의 위험을 선제적으로 식별할 수 있는 평가 역량을 높이고 글로벌 수준의 AI 안전성 확보와 신뢰할 수 있는 AI 생태계 구축에 협력한다는 계획이다.

/최빛나 기자