# 이커머스, 개인정보 유출 '빨간불' 보안조직 확대 등 재발방지 총력

**신세계그룹, 보안조직 신설·격상**
**무신사, 정보보호 전담 인력 확대**
**쿠팡, 보안정책·대응체계 점검**

컬리와 SSG닷컴, 무신사 29CM 등 주요 이커머스 플랫폼에서 개인정보 유출 사고가 잇따르고 있다. 개인정보 유출 사고를 겪은 유통기업들은 보안 조직을 확대하고 관리 체계를 강화하는 등 재발 방지에 나서고 있지만, 유사한 사고가 반복되면서 정보보호 체계의 실효성에 대한 우려가 커지고 있다.

22일 유통업계에 따르면 컬리는 지난 17일 외부 공격자가 회사 시스템에 접근해 인증정보를 탈취한 뒤 업무 시스템에 무단 접속한 사실을 확인했다. 컬리는 이를 인지한 직후 긴급 차단하고 18일 관계기관에 침해사고를 신고했다.

신세계그룹 계열 온라인 쇼핑몰 SSG닷컴에서도 이달 초 고객 개인정보가 유출됐다. SSG닷컴은 지난 4일 개인정보 유출 사실을 인지한 뒤 한국인터넷진흥원(KISA)와 개인정보보호위원회에 신고했다. 해당 고객들에게는 개별 통지했다.

이번 사고는 외부 비인가자가 응용프로그램 인터페이스(API) 취약점을 이용해 고객 정보에 접근하면서 발생했다. 유출된 정보는 대부분 고객 성명과 내부 식별용 고객번호인 것으로 파악됐다. 다만 SSG닷컴에 따르면 현재까지 이번 사고로 인한 추가 피해는 확인되지 않았다.

앞서 패션 플랫폼 무신사가 운영하는 29CM에서도 개인정보 유출 사고가 발생했다. 무신사는 지난 9월 해킹 공격으로 고객 이름 13만8841건과 이름·이메일·휴대전화번호·배송정보 2만1011건 등 모두 16만여건이 유출됐다고 밝혔다.

이후 추가 유출 사실도 확인됐다. 무신사가 개인정보위에 추가 신고한 내용에 따르면 소비자 주문정보 3만2262건과 리뷰정보 3999건이 유출됐다.

쿠팡과 GS리테일은 개인정보 유출 사고로 과징금을 부과받은 바 있다. 개인정보위는 지난 6월 쿠팡에서 약 3755만명의 개인정보가 유출된 데 대해 과징금 6246억8100만원을 부과했다. GS리테일도 GS샵과 GS25에서 각각 158만여명, 7만여명의 개인정보가 유출된 사고로 지난 8월 과징금 128억3600만원을 부과받았다.

개인정보 유출 사고가 겪은 유통기업들은 보안 조직을 확대하고 관리 체계를 강화하고 있다.

신세계그룹은 최근 조직개편을 통해 SCK컴퍼니와 이마트24에 정보보안센터를 신설하고, 이마트와 조선호텔앤리조트의 기존 보안 조직을 센터급으로 격상했다.

무신사는 정보보호 전담 조직인 IT 시큐리티실을 최고경영자(CEO) 직속으로 운영하고 있다. 주요 경영진이 참여하는 정보보호위원회도 운영 중이다. 정보보호 전담인력은 2022년 4.6명에서 지난해 9.8명으로 늘었다.

쿠팡은 지난 9월 정보보호·법률·경영·IT 분야 외부 전문가 7명으로 구성된 정보보호 자문위원회를 출범해 보안 정책과 사고 대응 체계를 점검하고 있다.

유통업계 관계자는 "유통기업은 고객의 이름과 주소 등 개인정보뿐만 아니라 결제정보까지 유출될 위험이 있어 보안 관리가 더욱 중요하다"고 말했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr



잠실 롯데월드몰 '마샬' 팝업스토어. /롯데쇼핑

## 롯데百, 국내최초 마샬 팝업스토어 운영

할인 판매·굿즈 증정 등 프로모션

롯데백화점이 영국 오디오 브랜드 '마샬(Marshall)'의 팝업스토어를 국내 최초로 선보인다고 22일 밝혔다.

최근 개성을 살린 소품 하나로 집 안에 변화를 주는 '핀셋 인테리어'가 인기를 끌면서 디자인과 실용성을 겸비한 오디오가 새로운 인테리어 요소로 주목받고 있다. 이러한 '오디오테리어' 트렌드에 힘입어 올해 1~10월 롯데백화점의 오디오 상품군 매출은 전년 동기 대비 120% 증가했다.

롯데백화점은 지난 19일부터 다음 달 2일까지 잠실 롯데월드몰 2층에서 마샬 팝업스토어를 운영한다고 22일 밝혔다. 이번 팝업에서는 스피커를 비롯해 헤드폰, 이어폰, TV 사운드바, 파티 스피커 등 마샬의 전 제품군을 한자리에서 만나볼 수 있다. 현장에는 청음존을 조성해 고객이 취향에 맞는 제품을 직접 들어보고 음질과 특성 등을 비교할 수 있도록 했다.

잠실 팝업 단독 프로모션도 진행한다. 행사 기간 전 품목을 5% 할인 판매하며, 구매 고객에게는 토트백, 키링, 티코스터 등 브랜드 굿즈를 증정한다.

잠실 롯데월드몰 행사를 마친 뒤에는 다음 달 4일부터 15일까지 타임빌라스 수원에서 팝업스토어를 이어갈 예정이다.

/김서현 기자

## 쿠팡, 전북 지역 우수기업 판로 확대

'LOSO 페스티벌 in 전북' 성료

쿠팡이 전북 지역 소상공인과 중소기업의 온라인 판로 확대를 지원하기 위해 지역 우수기업 품평회를 개최했다.

쿠팡은 지난 20일 전북특별자치도청 다목적 광장 일원에서 열린 'LOSO 페스티벌 in 전북'에서 '전북 지역 우수기업 품평회'를 진행했다고 22일 밝혔다. 이번 품평회는 전북특별자치도, 전북특별자치도소상공인연합회와 협력해 지역 소상공인·중소기업의 온라인 판로를 넓히고 지역 상생 협력을 강화하기 위해 마련됐다.

LOSO는 지역 소상공인을 뜻하는 'Local Small Owners'의 약자다. 'LOSO 페스티벌 in 전북'은 전북특별자치도소상공인연합회가 주최하는 시민 참여형 지역 축제로, 지난 20일부터 21일까지 이틀간 열렸다. 쿠팡은 이번 행사를 후원하고 20일 품평회를 운영했다.

이날 품평회에는 전북특별자치도경제통상진흥원, 한국식품산업클러스터진흥원, 전북특별자치도소상공인연합회가 추천한 전주·익산·군산·남원·진안·부안 등 전북 지역 소상공인·중소기업 47개사가 참여했다. 김치·젓갈·장류·누룽지·부각·전통주 등 지역 농수산물을 활용한 가공식품을 비롯해 화장품, 생활용품, 공예품 등 다양한 분야의 상품을 선보였다.

쿠팡의 리테일·로켓그로스 브랜드 매니저(BM)와 마케팅 전문가 등도 참여해 기업별 상품 경쟁력과 온라인 판매 적합성을 살펴보고 상품 전략과 컨설팅을 제공했다. 품평 결과를 바탕으로 우수상품의 쿠팡 입점을 지원하고 후속 상담을 이어갈 예정이다.

/김서현 기자

# 맥심 모카골드 37주년… 맛 더하고 취향 담았다

**동서식품 국내 커피믹스 시장 1위**
**최근 1년간 스틱기준 약 53억개 판매**

올해로 출시 37주년을 맞은 맥심 모카골드는 최근 1년간 스틱 기준 약 53억개가 판매되며 국내 대표 커피믹스 브랜드로서 꾸준한 사랑을 받고 있다. 오랜 기간 소비자들의 선택을 받아온 맥심 모카골드는 현재까지 국내 커피믹스 시장 1위 자리를 이어오고 있다.

변화하는 소비자의 취향에 맞춰 지속적으로 다듬어온 맛과 향은 물론 다양한 방식으로 소비자와 소통해온 브랜드 활동 역시 맥심 모카골드가 오랫동안 사랑받아온 배경으로 꼽힌다.

맥심 모카골드는 1989년 처음 선보였다. 1976년 세계 최초로 커피믹스를 출시한 동서식품은 소비자들의 변화하는 취향을 꾸준히 연구하며 제품 혁신을 이어왔고, 그 결과 더욱 풍부한 향과 부드러운 맛을 갖춘 맥심 모카골드를 탄생시켰다.

동서식품은 원두 선정부터 로스팅, 추출에 이르는 전 과정에서 축적한 커피 연구 역량과 기술력을 바탕으로 엄선한 원두와 다양한 소비자 조사 결과를 제품 개발에 반영해왔다. 이를 통해 한국인의 입맛에 맞는 최적의 배합을 찾아냈으며, 맥심 모카골드만의 '황금 비율'을 완성했다.



동서식품 '컬러 오브 맥심'

동서식품은 전년도에 이어 '행복에도 컬러가 있다면'이라는 콘셉트로 '컬러 오브 맥심' 스페셜 패키지를 선보였다. 맥심의 대표 제품인 맥심 모카골드, 맥심 화이트골드, 맥심 슈프림골드를 각각의 시그니처 컬러인 노랑, 아이보리, 주황을 활용해 제품별 개성을 표현하고 이를 일상에서 경험할 수 있는 다양한 굿즈로 확장한 것이 특징이다.

종이컵 사용하는 각자의 방식을 재치있게 풀어낸 'MCTI(Maxim Cup Type Indicator) 컵 시즌 2' 굿즈도 전년에 이어 선보였다. 이외에도 '카카오프렌즈', '유니버설 스튜디오', '미니언즈', '카카오프렌즈 춘식이', '잔망루피' 등과 협업한 한정판 패키지를 지속적으로 선보이며, 브랜드에 새로운 이미지를 더하고 MZ세대 소비자들과의 접점을 넓혀왔다.

동서식품 관계자는 "맥심 모카골드가 30년 넘게 소비자들의 사랑을 받을 수 있었던 것은 커피에 대한 기술력과 함께 커피 한 잔이 주는 행복을 전하고자 한 진정성 덕분"이라며 "앞으로도 맛과 향에 집중한 제품 개발과 더불어 소비자와 소통할 수 있는 다양한 마케팅 활동을 지속적으로 선보일 계획"이라고 말했다.

/이세경 기자 seilee@

## GS리테일, 196.5만달러 규모 수출상담

베트남서 '해외시장개척단' 행사

GS리테일이 중소 협력사의 해외 판로 확대를 지원하는 '해외시장개척단' 프로그램을 통해 베트남 현지에서 196만5000달러 규모의 수출상담을 진행했다.

GS리테일은 지난 16일부터 20일까지 4박 5일간 베트남 호찌민에서 '제14회 해외시장개척단' 행사를 개최했다고 22일 밝혔다.

이번 행사에는 GS리테일이 운영하는 홈쇼핑 GS샵의 뷰티·식품·건강기능식품 분야 중소 협력사 10개사가 참여했으며, 현지 바이어 14개사와 총 78건, 약 196만5000달러(약 26억원) 규모의 수출상담을 진행했다.

전체 상담 78건 중 38건에서 실제 계약 및 구매를 위한 구체적인 협상이 이뤄졌다. 상품 개발 및 공급 방안을 논의한 상담도 22건에 달하는 등 참가 기업들이 베트남 시장 진출을 위한 사업 협력 가능성을 확인했다.

GS리테일은 수출상담 외에도 참가 기업들의 베트남 시장 이해도를 높이기 위한 다양한 프로그램을 운영했다. 지난 17일 오전에는 KOTRA 호찌민 무역관과 현지 유통 전문가가 참여하는 시장 진출 전략 설명회를 열고 베트남 소비시장 동향과 주요 유통채널, 바이어 네트워크 구축 전략 등을 공유했다.

GS샵 해외시장개척단은 2015년부터 국내 중소 협력사들의 해외 판로 개척을 지원하기 위해 운영해 온 동반성장 프로그램이다.

/김서현 기자

## 홈플러스, 임금체불 지속… 경영 정상화 '안갯속'

노조, 더불어민주당과 대화 나서

홈플러스가 3개월 급여가 체불된 가운데, 노조가 더불어민주당과의 대화에 나선다.

홈플러스 노조는 23일 김태선 민주당 당대표 비서실장 의원과 사전 면담을 진행한다고 22일 밝혔다. 노조는 다음 날인 24일 중앙위원회에서 면담 결과를 공유하고 앞으로의 계획을 논의할 예정이다.

노조에 따르면 홈플러스는 지난 20일 8월분 급여 입금을 완료했다. 홈플러스는 네 차례에 걸쳐 급여를 입금했다. 현재 9, 10, 11월분 급여와 명절 상여금이 체불된 상태다.

홈플러스 사태가 장기화 하면서 노조는 정부와 여당에 경영 정상화 대책 마련을 촉구하고 나섰다. 전국 홈플러스 매장 앞에 정부와 여당의 개입을 촉구하는 현수막도 게시했다. 현수막에는 '정부는 홈플러스 정상화 책임져라', '홈플러스 사태 책임자 MBK 김병주를 구속하라', '국회는 투기자본 규제법 연내 입법하라' 등의 문구가 담겼다. 1인 시위도 나섰다. 안수용 마트산업노동조합 홈플러스지부장은 매일 아침 서울 여의도 더불어민주당사 앞에서 홈플러스 사태 해결을 위한 민주당의 적극적인 태도를 요구하며 시위를 벌이고 있다.

/김서현 기자