

# SK텔레콤, 매출 17.5조... 신사업으로 3년만에 '반등'

미디어·IoT 등 신규사업 매출 증가  
5G 경쟁력 확보 전사적 역량 집중  
AI 생태계 확대·성능 고도화 계획

SK텔레콤이 미디어, 사물인터넷(IoT) 등 신규사업 매출 증가에 힘입어 3년 만에 매출 반등에 성공했다.

SK텔레콤은 국제회계기준(K-IFRS) 연결 재무제표 기준으로 지난해 연간 매출 17조5200억원, 영업이익 1조5366억원, 순이익 2조6576억원을 기록했다고 5일 밝혔다.

매출은 미디어·IoT 등 신규사업 매출 증가로 전년 대비 2.5% 증가했다. 그 결과 SK텔레콤은 지난 2014년 이후 3년 만에 매출 턴어라운드 성공했다고 설명했다.

영업이익은 미디어 사업 성장과 11년간 수익성 개선 영향으로 0.1% 증가했다. 다만, 마케팅비가 발목을 잡아 예상치인 1조6000억원에는 미치지 못했다. 순이익도 SK하이닉스의 지속적인 실

〈연결 손익계산서 요약〉 (단위: 억원)

구분	전년대비(YoY)			전분기대비(QoQ)		
	2017년	2016년	증감률	'17.4Q	'17.3Q	증감률
매출(영업수익)	175,200	170,918	2.5%	44,973	44,427	1.2%
영업이익	15,366	15,357	0.1%	3,104	3,924	△20.9%
당기순이익	26,576	16,601	60.1%	6,606	7,930	△16.7%
EBITDA	47,836	46,034	3.9%	11,424	12,090	5.5%

〈별도 손익계산서 요약〉 (단위: 억원)

구분	전년대비(YoY)			전분기대비(QoQ)		
	2017년	2016년	증감률	'17.4Q	'17.3Q	증감률
매출(영업수익)	124,680	123,505	1.0%	31,139	31,565	△1.4%
영업이익	16,977	17,822	△4.7%	3,753	4,207	△10.8%
당기순이익	13,311	12,173	9.4%	1,501	4,787	△68.6%
EBITDA	42,012	41,369	1.6%	10,159	10,493	△3.2%

\*전분기 대비 당기순이익 감소는 SK차이나 현물출자로 인한 기저효과. /자료=SK텔레콤

적 효과에 따른 지분법 이익의 영향으로 전년 대비 60.1% 늘었다. 이동전화 매출은 전년보다 0.5% 늘어난 10조8650억원을 기록했다.

회사 측은 "이동통신사업은 선택약정 할인율 상향 등 수익 감소 요인에도 롱텀에볼루션(LTE) 가입자 확대와 데이터 사용량 증가 등의 영향으로 견조세를 유지

했다"고 말했다.

지난해 말 기준 SK텔레콤 전체 가입자는 3020만명을 기록하며, 3000만 명을 돌파하는 성적을 거뒀다. 이 중 LTE 가입자는 지난해 말 대비 179만명 증가한 2287만명으로 전체 가입자의 75.7%를 차지했다. 또 LTE 가입자 기준 1인당 데이터 사용량은 전년 대비 0.8GB가 늘어난 6.0GB를 기록했다.

다만, 무선 가입자당평균매출(ARPU)은 4분기 3만5209원으로 지난해 동기보다 0.4%, 전 분기보다는 0.8% 줄었다.

미디어·IoT 등 신사업은 눈에 띄는 성과를 기록했다.

SK브로드밴드는 기가인터넷·인터넷TV(IPTV) 가입자 확대 및 주문형비디오(VOD) 매출 증가 등으로 전년 대비 3.6% 증가한 3조501억원의 연간 매출을 기록했다. 또 IoT 솔루션 매출 등을 포함한 SK텔레콤 별도 기타 수익도 전년 대비 10.8% 늘어난 9787억원을 기록했다.

인공지능 스피커 '누구'의 월간 실 사용자수는 지난해 8월 11만명에서 12월에

는 211만명으로 늘었다.

SK텔레콤은 올 한해 5G 경쟁력 확보에 전사적인 역량을 집중한다는 전략이다. 미디어 영역에서는 인공지능 기반 홈서비스 확대와 콘텐츠 경쟁력 확보에 주력하고, IoT 영역에서는 다양한 비즈니스에 자사의 역량을 집중해 신규 비즈니스 모델(BM)을 발굴하는 등 성장을 가속화한다는 방침이다.

또 SK텔레콤은 인공지능 영역에서 음악과 커머스 등 생태계를 확대해 사용자 기반을 넓히고, 성능을 고도화 할 계획이다. 이동통신 사업은 데이터를 기반으로 고객이 필요로 하는 상품, 서비스 출시에 나설 계획이다.

유영상 SK텔레콤 코퍼레이트 센터장은 "지난해 어려운 이동통신사업 환경에서도 대한민국 대표 New ICT 기업으로 도약한다는 기치 아래 신성장사업 영역에서 가시적인 성과를 거뒀다"며 "올해 역시 경영 환경이 불확실할 것으로 전망되지만, 경쟁의 판을 바꾸는 과감한 접근으로 New ICT 성장을 가속화할 것"이라고 말했다. /김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

## KB회장, 사외이사 추천위서 빠진다

CEO 이해상충문제 해결

앞으로 KB금융지주의 대표이사 회장은 사외이사와 회장 선임 과정에서 빠지게 된다.

KB금융 사외이사후보추천위원회(이하 사추위)는 5일 회의를 열고 인사전문위원 평가 결과를 집계하고, 그 결과에 따라 사외이사 최종 후보자군을 확정했다.

이날 회의 시작 전 윤종규 KB금융 회장은 사외이사 후보추천 과정의 투명성과 공정성 제고를 위해 이날부터 개최되는 사추위에 참여하지 않겠다는 뜻을 밝히고 퇴장했다.

이에 따라 KB금융 이사회는 관련 규정 정비를 통해 이를 제도화할 계획이다. 또 상시위원회와 확대위원회로 이원화해 운영하고 있는 지배구조위원회(이하 회추위)와 계열사대표이사후보추천위원회(이하 대추위)로 분리하고 현직 회장은 회추위에서 빠지게 된다.

KB금융 관계자는 "그동안 계열사 대표이사 후보 추천을 위해 회장이 포함된 상시위원회가 회장 후보자군 관리 기능까지 하면서 제기됐던 이해상충에 대한 우려가 해소될 것"이라고 설명했다.

〈사외이사후보추천위원회 구성 변경 내용〉

현행	개정(안)
대표이사 회장, 4인 이내의 사외이사 (유석렬(위원장), 최영휘, 이병남, 윤종규)	4인 이내의 사외이사 (유석렬(위원장), 최영휘, 이병남)

/자료=KB금융지주

회추위는 사외이사 전원으로 구성하고, 회장 후보자군 선정 및 관리부터 최종 후보 추천까지 회장 선임 절차 전반에 대한 책임과 권한을 갖게 된다.

대추위는 기존 상시위원회와 동일하게 대표이사 회장, 비상임이사, 사외이사 3인으로 구성한다. 관련 법상 의무적으로 설치해야 할 위원회는 아니지만 견제와 균형에 따른 투명성 강화를 위해 이사회 내 위원회로 운영한다.

KB금융은 이러한 내용을 담은 이사회와 위원회 등 규정 정비(안)를 오는 8일 개최되는 이사회에서 결의할 예정이다.

대표이사 회장을 위원에서 제외하는 사추위 규정 개정은 8일 즉시 시행해 윤 회장은 이번 사외이사 후보 추천 과정에서 앞으로 남은 사외이사 최종 후보자 선정, 자격검증 및 추천 절차에서 빠지게 된다.

/안상미 기자 smahn1@

## 직장인, 설날 평균 44만원 지출... '부담'

직장인들은 올해 설 명절에 1인당 평균 44만원을 지출할 계획인 것으로 조사됐다.

사람인이 직장인 743명을 대상으로 설문조사한 결과, 설 지출 비용으로 '20~30만원 미만'을 지출하겠다는 답변이 19.5%로 가장 많았다. 이어 '10~20만원 미만'(16%), '40~50만원 미만'(14.3%), '50~60만원 미만'(12.7%), '30~40만원 미만'(12.5%), '10만원 미만'(7.3%), '90~100만원 미만'(6.9%) 등이 그 뒤를 이었다. 1인당 평균 지출액은 44만원으로 집계됐다.

지출금액은 결혼 여부에 따라 차이가 있었다. 기혼자는 평균 62만원으로 미혼자(35만원)보다 1.8배 가량 더 많았다.

가장 많이 지출하는 항목으로는 '부모님 용돈 및 선물'(66.9%)이 1위를 차지했다. 이어 '음식마련 등 식비'(8.3%), '여가, 문화생활비'(7.1%), '세뱃돈'(5.5%), '친척 선물'(3.4%), '교통비'(3.4%), '여행비'



(3.2%) 등의 순이었다. 세뱃돈을 주는 직장인은 71.2%에 달했다. 세뱃돈을 주는 직장인은 평균 19만원을 지출할 계획이라고 답했다. 적정하다고 생각하는 1인당 세뱃돈 액수는 5만원 이었고, '세뱃돈을 주지 않는 것이 낫다'는 의견도 7.9%였다. 직장인 10명 중 8명은 설 연휴 지출에 대해 '부담스럽다'(76.5%)고 답했다. /한용수 기자 hys@

## 중동에서 미국으로 눈 돌리는 정유업계

두바이유 가격 올라 부담 증가  
중동에 맞춘 설비교체로 부담

미국산 원유가 국내 정유업계의 주목을 받고 있다.

5일 업계에 따르면 SK이노베이션의 자회사 SK에너지는 올해 1분기 중으로 300만 배럴의 미국산 원유를 도입할 예정이다. 지난해 국내 정유업계에서 가장 많은 552만 배럴의 미국산 원유를 들여온데 이어 올해 수입량을 대폭 늘리겠다는 의지를 드러낸 셈이다.

GS칼텍스도 올해 275만 배럴의 미국산 원유 도입을 결정한데 이어 추가 수입을 검토 중이다. GS칼텍스는 2016년 국내 정유사 가운데 처음으로 미국산 원유를 수입했고 지난해에도 481만 배럴을 도입했다. 지난해 미국산 원유 206만 배럴을 들여온 현대오일뱅크도 추가 수입을 위해 시장을 살펴보는 상황이다.

정유업계가 미국산 원유 도입을 추진하는 것은 국제유가가 지속 상승하고 있기 때문으로 풀이된다. 1년 전 50달러대에 머물던 국제유가는 최근 상승을 거듭해 배럴당 60달러 중반을 기록하고 있다. 국내 도입되는 원유의 대부분은 중동산인데, 중동 두바이유 가격은 배럴당 65.74달러다. 이에 더해 중동 산유국들은 아시아 지역에 원유를 판매할 때 '아시아 프리미엄'을 붙여 가격을 더 높게 책정한다.

국내 정유업계도 다른 지역에서 원유를 수입하는 방안을 추진한 바 있지만 마땅한 성과를 내진 못했다. 세계 각지에 다양한 유종이 있지만, 그 성분과 한국까지 들여오는 시간과 비용을 계산할 때 중동산 원유가 가장 적합했기 때문. 때문에 국내 정유사들의 두바이유 사용 비중은 에스오일 100%, SK이노베이션·현대오일뱅크 80%, GS칼텍스 70% 수준이다.

유종에 따라 특성이 다르기에 설비도 달라져야 한다는 점도 국내 정유사들이 다양한 원유를 쓰지 못하게 만들



국내 정유업계가 미국산 원유 도입량을 늘리고 있다. 사진은 바레인에서 석유를 생산하고 있는 시추기. /뉴스시스

었던 요인이다.

업계 관계자는 "같은 공정이라도 유종에 따라 나오는 제품의 양과 찌꺼기(파울링)가 달라진다"며 "유종에 따라 배관 사이즈와 압력을 다르게 구성해야 하기에 유종을 바꾸면 설비 자체를 바꿔야 하는 경우도 있다"고 지적했다.

업계가 최근 미국산 원유 수입을 늘리는 것은 두바이유 가격이 지속 상승한 탓에 이러한 점을 감안해도 경쟁력이 있다는 판단 때문이다. 통상 두바이유는 미국산 원유(WTI)에 비해 배럴당 2~3달러 저렴했지만 현재는 1달러 가까이 비싼 상황이다.

더군다나 과거 미국산 원유는 미국 정부의 원유 수출 금지조치에 따라 수입이 불가능했지만 지난 2015년 금수조치가 해제되면서 수입이 가능해졌다. 남미를 돌고 태평양을 건너는 등 중동에 비해 운송비용이 늘어나지만 두바이유보다 고부가 제품 비중이 높기에 극복 가능하다는 것이 업계 시각이다.

두바이유에 대한 지나친 편중이 가격 경쟁력을 더욱 떨어뜨린다는 문제 의식도 반영됐다.

업계 관계자는 "중동 원유 의존도가 80% 가까운 상황에서는 중동에서 일방적으로 가격을 높여도 반발

할 수 없다"며 "유종을 다변화하면 가격 인상을 억제할 수 있고 한 유종 가격이 오르더라도 저렴한 유종 비중을 늘리는 식으로 대처할 수 있다"고 말했다.

SK이노베이션 자회사 SK트레이딩 인터내셔널은 24시간 글로벌 원유 시장을 모니터링할 수 있도록 해외 지사를 구축한 상태다. SK에너지는 300여종의 유종 데이터를 통해 최적의 원료를 찾는 시스템도 구축했다.

SK에너지 관계자는 "앞으로도 원유 시장을 면밀히 모니터링해 경제성이 확보된다면 지속적으로 미국산 원유를 도입하겠다"고 밝혔다.

GS칼텍스 관계자 역시 "경제성이 있다면 미국산 원유를 도입하지 않을 이유가 없다"고 말했다.

한편 에스오일은 두바이유 의존도 100%를 유지할 전망이다. 모회사가 사우디 국영석유기업 아람코이기 때문이다. 지난 2012년에는 아람코와 20년 원유 공급 계약도 체결했다.

이와 관련해 에스오일 관계자는 "대규모 장기 계약 체결해 다른 회사에 비해 높은 할인율이 적용됐다"며 "도입 가격에서 다른 기업과 별다른 차이 없으면서도 안정적인 원유 공급이 가능하다"고 설명했다.

/오세성 기자 sesung@