

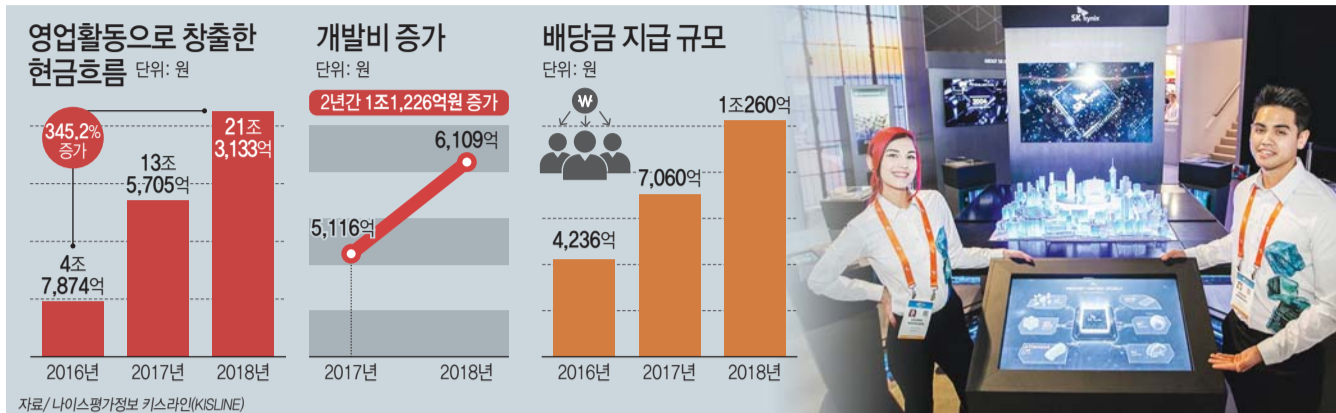
# 법인세 2년새 17배 5.6兆... R&D도 1兆이상 증가

(2018년)

## 데이터로 보는 10대 기업

### (5) 버는만큼 투자한 SK하이닉스

현금흐름 3년 동안 345% 상승  
반도체 설비·공장부지 등 확충  
2년간 영업익 6배, 배당률 2배 ↑



다. 2016년 4조7874억원보다 345.2% 늘어난 수준이다.

#### ◆ 버는 만큼 '투자'

SK하이닉스는 부채를 적절히 활용했다. 2018년 총 1조9368억원의 장기차입금을 상환했다. 전년(6475억원)보다 부채 상환 규모가 3배 가까이 커졌다.

그렇다고 총 부채가 줄어든 것은 아니다. 비유동부채의 증가로 장기차입금은 2조4021억원 늘어났다. 전년(6850억원)보다 크게 증가했다. 이는 부채를 통

해 새로운 투자를 확대하려는 계획으로 풀이할 수 있다.

실제 유·무형자산을 크게 늘리는 등 SK하이닉스는 투자 지출을 늘렸다.

2018년 개발비는 전년에 비해 6109억원 늘어났다. 2017년에도 5116억원을 늘린 바 있다. 2년 간 1조 이상 개발비용이 늘어난 셈이다. 이에 따라 총 개발비는 2015년 1조9892억원에서 2018년 2조9014억원으로 확대했다. 지난해에는 3분기까지만 전년보다 11.60% 많은 2조

3281억원을 투자했다.

기타 유형자산과 리스자산도 크게 증가했다. 이는 SK하이닉스가 반도체 설비 투자에 적극 나서면서 공장부지 등 유형자산을 늘린 영향이다. 기타 유형자산과 리스자산은 2018년 13조8408억원으로 2016년보다 159.0% 늘었다.

SK하이닉스는 많은 돈을 번 만큼 공간을 안정적으로 채워나갔다. 2018년 말 기준 예금 잔액은 1조7412억원으로 2016년 보다 265.1% 늘었다.

#### ◆ 배당·법인세 급증

SK하이닉스는 주주들의 몫도 가감 없이 늘렸다. 2018년 배당률(배당금/지배주주 지분)은 30.0%로 2016년 12.0%보다 두 배 이상 높았다. 이에 따라 배당금 규모는 2016년 4236억원에서 2017년 7060억원, 2018년 1조260억원으로 점차 늘었다. 또 SK하이닉스는 2018년 자사주 취득을 위해 1조7365억원을 사용했다. 적정주가 확보를 통한 주주가치 제고를 위한 결정이다.

회사의 몸집이 커지면서 법인세의 부담도 늘었다. 2018년 영업이익이 2년 전보다 6배 이상 늘어나긴 했지만 해당기간 법인세비용은 17배 이상 늘었다. 2018년 SK하이닉스가 낸 법인세는 5조6203억원이다.

한 금융투자업계 관계자는 "지난 2018년 삼성전자와 SK하이닉스가 낸 법인세만 17조원이다"면서 "투톱 반도체의 경제 기여도는 사상 최고 수준"이라고 말했다. /손업지기자 sonumji301@metroseoul.co.kr

## NHN, KST모빌리티에 50억 투자

(마카롱택시)

간편 결제 '페이코' 도입 등 협력

'마카롱택시'를 운영하는 KST모빌리티는 NHN으로부터 50억원의 전략적 투자를 받았다고 15일 밝혔다.

이로 인해 KST모빌리티는 총 180억원 규모의 시리즈A 투자(시제품 개발부터 본격적인 시장 공략 직전까지 받는 투자)를 완료했다.

KST모빌리티는 투자금으로 마카롱택시 사업 인프라 및 서비스 협력 모델 확대, 마케팅 강화, 빅데이터 및 인공지능(AI) 기반의 플랫폼 기술 고도화 등을 추진할 방침이다.

NHN과는 간편 결제 '페이코'를 도입하는 등 협력하기로 했다.

KST모빌리티는 현재 서울 지역에서 플랫폼 가맹 택시 3000대를 확보했다. 올해 상반기 안에 운행 대수를 2000대로 늘리고, 택시가맹사업도 본격화할 예정이다. 서울개인택시조합과는 전기 택시 브랜드도 만들 계획이다.

이행열 KST모빌리티 대표는 "어려운 모빌리티 업계 분위기에 시리즈A 투자를 성공적으로 마무리해 택시를 단순한 이동수단이 아닌 즐거운 서비스 거점으로 혁신하기 위한 기반을 마련하게 됐다"고 말했다. /김나인 기자

## 넷플릭스 목에 방울단 공정위

# “요금·멤버십 변경 시 이용자 동의 필수”

### 공정위 6개 유형 불공정약관 지적 넷플릭스 조사과정에서 자진 시정

공정거래위원회가 '콘텐츠 공룡' 넷플릭스에 제동을 걸었다. 앞으로 넷플릭스는 요금 및 멤버십 변경을 할 때 이를 통보하고 이용자 동의를 받아야 한다. 변경에 동의하지 않으면 넷플릭스 멤버십을 해지할 수 있고, 넷플릭스의 고이나 과실로 손해를 입으면, 손해배상 청구를 할 수 있게 됐다.

공정거래위원회는 15일 세계 최대 온라인동영상서비스(OTT)사업자 넷플릭스 이용약관 중 6개 유형의 불공정약관을 시정토록 했다고 밝혔다. 글로벌 OTT 사업자의 약관을 시정토록 한 것은 공정위가 세계 최초다.

넷플릭스는 공정위의 조사 과정에서 해당 약관을 자진시정했다. 시행일은 오는 20일부터다.

넷플릭스는 글로벌 OTT 사업자로 2016년 1월 국내에 진출했다. 전세계 유



넷플릭스 로고.

료 구독자는 1억4000만명에 이르고, 글로벌 시장 점유율은 30%에 달한다. 국내 이용자는 2016년 말 약 20만명에서 지난해 11월 기준, 약 200만명으로 증가했다.

공정위 측은 "OTT 이용자 수 급증 및 국내외 사업자의 신규 진입이 예상되어 소비자 권익보호가 중요해지고 대표 사업자인 넷플릭스의 이용약관에 문제가 제기돼 심사할 필요가 있다"고 설명했다.

공정위는 지난 2016년부터 페이스북의 불공정 약관을 시정한 데 이어 지난해에는 구글의 불공정 약관 4개 조항의 시정을 지시한 바 있다.

개정된 약관에 따르면, 넷플릭스는 요금과 멤버십을 변경할 때 이 내용을 회원에게 통보하고 동의를 받아야 한

다. 기존 약관에서는 회원에게 변경 사실을 통지하되 하던 자동으로 변경된 조건이 적용되고 효력이 발생하도록 규정해 이용자는 의사와 관계없이 고스란히 회사 측의 조치를 따를 수밖에 없었다.

이와 함께 회원 계정이 종료·보류되면 사유를 구체적으로 규정하게 했고, 계정 해킹 등 이용자의 책임과 관계없는 사고에 대해서는 이용자가 계정을 사용한 경우에 한해서만 책임을 묻도록 손질했다.

넷플릭스가 회원과의 계약을 일방적으로 제3자에게 양도·이전할 수 있는 규정은 삭제됐다. 아울러 이용자의 손해배상 청구권도 보장된다. 기존에는 고의·과실 책임 관련 약관조항이 없고, 통상의 손해이외에 특별한 손해에 대해 배상을 청구할 수 없도록 규정했었다. 이에 따라 특별한 손해의 경우 넷플릭스가 이를 알았을 경우는 책임질 수 있도록 수정했다. /김나인 기자 silkni@

## 현대건설, 알제리서 '8500억 규모' 공사 수주

1300MW 용량 복합화력발전소 건설



현대건설 계동사옥

현대건설 컨소시엄(현대건설·현대엔지니어링·포스코인터내셔널)이 북아프리카 지역 알제리에서 복합화력발전소 공사를 수주했다.

15일 현대건설에 따르면 이번 수주까지 합해 현대건설은 올해 1월에만 약 18억달러(한화 약 2조1000억원)의 수주를 이뤘다.

현대건설 컨소시엄(현대건설·현대엔지니어링·포스코인터내셔널)은 지난 14일 알제리 국영 전력청 산하 자회사인 하이엔코에서 발주한 총 7억3000만 달러(한화 약 8500억원) 규모의 '우마세3 복합화력 발전소 공사'를 계약했다.

발주처인 하이엔코는 지난 2015년 11월에 현대건설 컨소시엄이 알제리 전력청과 함께 설립한 합작사로, 현대건설 컨소시엄이 49%, 알제리 전력청이 51%의 지분을 갖는다.

최근 알제리 정부는 급증하는 전력 소비량 충족을 위해 향후 10년 간 총 2

만MW(메가와트) 용량의 발전설비를 추가로 건설할 계획이라고 밝혔으며, 동 전력 수급 정책에 의거해 설립한 합작사 하이엔코는 현대건설 컨소시엄과 함께 이번 프로젝트를 포함해 총 5개 유사 복합화력발전소 프로젝트를 건설을 수행할 계획이다.

해당 프로젝트는 수도 알제리에서 동남쪽으로 340km 떨어진 비스크라주 우마세 지역에 약 1300MW 용량의 복합화력발전소를 건설하는 공사로 연평균 발전량은 968만MWh 규모다. 공사기간은 착공 후 60개월이다. /정연우 기자 ywj964@

## 올 소비 트렌드... 오롯이 나에게 집중하는 '인사이드'가 뜬다

### 신한카드 소비 키워드 제시

신한카드가 올해 국내 소비 트렌드 키워드로 '인사이드(INSIDE)'를 제시했다.

신한카드 빅데이터 연구소는 15일 급변하는 세상 속에서 타인이 원하는 기준을 따르지 않고 '나'에게 집중하는 사람들이 늘어나며 2020년 한 해 동안 고객 개개인 마음속 깊은 곳(인사이드)의 욕구가 소비를 결정하는데 중요한 요소로 자리잡을 것으로 예측했다.

세부적으로는 '귀차니즘 소비(I)'부터 '라이프 큐레이션(N)', '마이데이터 수집가(S)', '팝업 경제(E)', '디지털 힐링(D)', '짧은 취향의 시니어(E)'에 이르는 소비현상이 점차 확산될 것으로 전망했다.

'귀차니즘 소비'는 기술이 주는 혜택을 최대한 이용해 극강의 편리함, 극강의 시간 효율을 추구하는 것을 말한다. 가사대행 서비스 및 심부름 서비스, 시간을 절약해주는 밀키트(Meal Kit)·드라이브 스루(Drive Thru) 등에 해당한다.

신한카드가 2018년과 지난해 패스트푸드 드라이브 스루 매장 이용 고객 및 건수 증감률을 분석한 결과, 드라이브 스루 매장 이용 고객은 6% 증가했으며, 이용 건수는 9% 증가했다.

'라이프 큐레이션'은 단순히 취향에 맞는 제품 구매를 뛰어넘어 자신의 생활 전체를 큐레이팅하는 것을 말한다. '맞춤 영양제 정기배송 서비스', '방문 홈트레이닝 서비스' 등이 이에 해당한다. /홍민영 기자 hong93@