

이통사의 '脫통신' 통했다... 비대면특수 안고 실적 '날개'

SKT 매출 18.6조, 영업이익 1.3조
뉴ICT 영업이익 3262억, 24% 차지

KT 매출 줄었지만 영업이익 증가
AI·DX사업 매출 전년비 11.8% 성장

LGU+ 매출 13.4조, 전년비 8.4% ↑
영업이익 8862억, 29.1% 급성장



SK텔레콤, KT, LG유플러스 등 국내 이동통신 업계가 지난해 신종 코로나바이러스감염증(코로나19)에도 비대면 특수에 힘입어 양호한 성적을 거뒀다. SK텔레콤과 LG유플러스는 영업이익이 20%대 성장을 기록했고, KT 또한 매출은 줄었지만, 영업이익은 늘었다. 이 같은 성장은 언택트 수요에 선제적으로 대응한 결과로 분석된다. 향후 이동통신사의 탈(脫)통신 행보 또한 가속화 될 것으로 보인다.

◆KT, 미디어 등 플랫폼 사업 성장 이끌어

9일 KT를 끝으로 이동통신 3사 실적 발표가 마무리됐다. KT는 이날 지난해

매출 23조9167억원, 영업이익 1조1841억원을 기록했다고 밝혔다.

매출은 단말 매출 감소로 전년 대비 1.7% 감소하며 뒷걸음쳤지만, 영업이익은 같은 기간 2.1% 늘었다. 미디어 등 플랫폼 사업이 성장을 이끌었다.

KT의 AI·DX사업 매출은 전년 대비 11.8% 증가했다. 특히 IDC와 클라우드 사업은 기업들의 디지털 전환 가속화에 따라 지난해 두 자릿수 성장을 기록했다.

KT는 지난해 '텔코(Telco)'에서 '디

지코(Digico)'로의 전환을 선언하며 디지털 플랫폼 기업으로 변화하고 있다. KT는 AI와 빅데이터, 클라우드 경쟁력을 바탕으로 다른 산업의 디지털 전환에 기여하고, 이를 기반으로 성장 동력을 확보할 계획이다. 그룹사 역시 디지털 경쟁력 확보를 위해 리스트럭처링을 진행 중이다.

최근 그룹 내 미디어 콘텐츠 역량을 결합한 콘텐츠 전문 기업 'KT 스튜디오'를 설립한다고 밝혔으며, 통신 자회사인 KT파워텔을 매각하는 등 사업구조 재편을 가속화하고 있다.

◆SKT·LGU+, 신사업 업고 영업이익 20%대 성장

SK텔레콤과 LG유플러스 또한 신사업 등에 힘입어 지난해 영업이익 20%대 성장을 기록했다.

SK텔레콤은 지난 3일 지난해 매출 18조6247억원, 영업이익 1조3493억원을 기록했다고 밝혔다. 전년 대비 매출은 5%, 영업이익은 21.8% 늘었다.

특히 미디어, 보안, 커머스 등 뉴ICT 영역의 성과도 눈에 띄었다. 뉴 ICT 영업이익은 총 3262억원으로, 전체 영업

이익에서 24% 비중을 차지했다. 1년 전과 비교해 10%포인트 높은 수준이다.

SK텔레콤은 올해 모든 상품과 서비스에 AI를 도입해 '빅테크 기업'으로 진화를 가속화할 계획이다. 앱마켓 윈스토어는 첫 자회사 기업공개(IPO)를 추진한다. 신사업을 확장하면서 올해 연간 매출 전망을 19조5000억원으로 제시하기도 했다.

LG유플러스 또한 지난해 연간 매출 13조4176억원, 영업이익 8862억원을 기록했다. 매출은 전년 대비 8.4% 늘었고, 영업이익 또한 같은 기간 29.1% 증가했다.

특히 IPTV 수익은 지속적인 가입자의 성장에 힘입어 전년 대비 10.9% 증가한 1조1452억원을 기록, 지난해에 이어 2년 연속 1조원 이상의 수익을 기록했다. IPTV 가입자는 전년 대비 10.4% 증가한 494만4000명을 달성했다.

◆5G 가입자 증가로 본업도 성장

5세대(5G) 이동통신 가입자 확대에 데이터 사용량 증가에 따라 본업인 무선통신(MNO) 부문도 성장세를 보였다.

지난해 12월 말 기준 과학기술정보통신부의 무선통신서비스 가입자 통계에 따르면, 국내 5G 가입자는 1185만1373명으로 전월 대비 91만9010명(8.4%) 증가했다. 아이폰의 첫 5G 스마트폰 '아이폰12' 출시 이후 본격적인 성장세에 들어섰다는 평이다.

올해는 5G 대중화를 위한 이동통신사들의 요금·마케팅 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 예상된다.

KT의 무선 매출은 코로나19 영향으로 로밍 매출이 감소했으나, 5G 가입자가 본격적으로 늘면서 전년 대비 1.3% 증가한 6조9338억원을 기록했다. 지난해 말 기준 5G 누적 가입자는 362만명을 기록했으며, 후불 휴대폰 가입자 중 25%가 5G를 사용하면서 3사 중 가장 높은 5G 가입 비중을 나타냈다는 회사측의 설명이다.

SK텔레콤은 5G 가입자 확대와 데이터 사용량 증가에 힘입어 MNO 부문 턴어라운드 성공했으며, LG유플러스 또한 모바일 수익은 전년 대비 5.4% 증가한 5조8130억원을 달성했다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

당근마켓, GS리테일과 맞손 '판' 키운다

지역사회 활성화 양해각서 체결
신선식품 등 판매기한 도래 알림

美·영국·캐나다 등서 '캐롯' 제공
일부서 베타서비스, 향후 확대



지역생활 플랫폼으로 입지를 다진 '당근마켓'이 영향력을 확대하고 있다.

9일 관련업계에 따르면 불과 1년 사이 3배에 달하는 성장세를 보이며 1400만(1월 기준) 이용자를 돌파한 당근마켓은 6577개 지역커뮤니티를 기반으로 중고거래를 활성화시켜왔다.

◆GS리테일과 MOU 시너지 기대

9일 당근마켓은 GS리테일과 지역사회 활성화를 위한 MOU를 체결했다고 밝혔다.

양사는 당근마켓을 이용하는 전국 지방 곳곳의 지역 주민들이 GS25와 GS더프레시(GS슈퍼마켓) 등에서 다양한 혜택을 누릴 수 있도록 협의해 나갈 방침이다.

당근마켓은 편의점이나 슈퍼마켓의 마감 상품에 주목했다. 신선식품이나 도시락, 간식류, 음료 등을 판매기한이 도래하기 전 주인을 찾아 주는 것이다.

두 회사는 마감상품 소식을 당근마켓 이용자들에게 빠르게 알리고, 제품이 필요한 주민들이 인근 편의점이나 마켓에서 할인가에 구매할 수 있도록 해 자원 낭비 해소를 통한 환경 개선 효과도 창출할 것으로 기대된다.

이 서비스는 오는 2분기 중 당근마켓 앱 내 '내근처' 카테고리에서 시작되며, 유통기한이 비교적 짧은 도시락, 삼각김밥 등 간편 식료품을 시작으로 점차 제품군을 확대할 예정이다. 진행 매장은 GS25, GS더프레시, 락라블라 등 GS리테일의 1만5000여 점포로 전국을 아우른다.

이 외에도 양사는 당근마켓을 통해

전국 GS리테일 점포의 일자리 정보를 제공하는 서비스도 구축할 예정이다. 동네 주민들을 대상으로 GS리테일 오프라인 점포의 구인·구직 정보를 제공하고 연결을 도와, 지역내 일자리 창출과 경제 활성화에 기여한다는 계획이다.

◆글로벌 무대로 영도확장

당근마켓은 국내를 넘어 글로벌 무대로 서비스 영역을 확장하고 있다. 현재 영국, 캐나다, 미국 총 3개국 내 41개 지역에서 당근마켓의 글로벌 서비스 '캐롯(Karrot)'을 제공하고 있으며, 일본 진출도 예정되어 있다.

업계 관계자에 따르면, 당근마켓은 일본 일부지역에서 베타서비스를 진행한 후 일본 전역으로 확대한다는 계획이다.

해외 각 지역별 서비스는 현지화된 전략을 바탕으로 동네 생활커뮤니티로 입지를 갖춰나가고 있다.

당근마켓 김용현 공동대표는 "당근마켓은 중고거래 시장에 대한 재해석과 함께 전이 없던 새로운 지역커뮤니티 문화를 개척해 나가며 지역주민들의 '신뢰'를 바탕으로 꾸준히 성장해 왔다"며 "앞으로도 이웃과 이웃, 이웃과 소상공인 간 소통에 도움이 될 수 있는 21세기형 동네생활커뮤니티이자 이웃 간 '연결'을 돕는 역할로 가치를 더해 나갈 것"이라고 전했다.

/신원선 기자 tree6834@

LG화학, 재생에너지 전환 'RE100' 도입

(녹색 프리미엄제)

업계 첫 '2050 탄소중립 성장' 선언
연간 120GWh 규모 재생에너지 낙찰

LG화학이 한국형 RE100(Renewable Energy 100) 제도 도입에 동참하며 국내 사업장에서도 RE100 전환에 박차를 가한다.

LG화학은 올해 처음 시행되는 녹색 프리미엄제에 참여해 연간 120GWh 규모의 재생에너지를 낙찰 받았다고 9일 밝혔다.

RE100은 기업이 사용하는 전력량의 100%를 석유화석연료를 대체하는 태양광, 풍력 등 재생에너지로 전환하는 것이다. 녹색 프리미엄은 전력 소비자가 한국전력에 녹색 프리미엄을 지불하면 재생에너지 사용확인을 발급받아 RE100 인증에 활용할 수 있게 해주는 제도다.

LG화학은 업계 최초로 '2050 탄소중립 성장'을 선언하고, 전 세계 모든 사



신학철 LG화학 부회장

회 제품 고객사와 협력을 지원하는 오산 테크센터는 RE100 전환을 달성하게 됐다. 또, 전기차 배터리의 핵심 소재를 생산하는 청주 양극재 공장도 전력 사용량의 30%를 녹색 프리미엄제로 조달하게 된다.

이에 따라 LG화학은 양극재 등 친환경 경차 소재 뿐만 아니라 석유화학 제품 생산과 고객 지원까지 모든 사업 영역에서 재생에너지 사용을 가속화하게 됐다. 또한 올해 RE100 달성 사업장도 지난해 재생에너지 구매 계약(PPA)을 체결한 중국 우시 양극재 공장을 포함해 총 세 곳으로 증가하게 됐다.

신학철 부회장은 "LG화학은 지속가능성을 핵심 경쟁력이자 최우선 경영과제로 삼고 실행 하겠다는 강력한 의지를 갖고 있다"라며 "모든 사업영역에서 구체적 실행 전략을 수립하고, 재생에너지를 적극적으로 확보해 나갈 것"이라고 밝혔다.

/김수지 기자 sjkim2935@

넥슨, 게임업계 첫 연매출 3조 돌파

영업익 1.2조 역대 최대치 경신

넥슨이 지난해 게임 업계 최초 연간 매출 3조원을 돌파했다.

넥슨은 지난해 매출 3조1306억원(엔화 2930억엔, 이하 분기 기준 환율 100엔당 1068.4원), 영업이익 1조1907억원(1115억엔)을 기록했다고 9일 밝혔다. 매출과 영업이익은 전년 대비 18% 성장하며, 역대 최대치를 경신했다.

4·4분기 매출은 7092억원(664억엔), 영업이익 1665억원(156억엔)을 기록했

다. 이는 전년 동기 대비 각각 35%, 245% 증가하며, 역시 분기 기준 최대치를 달성했다.

특히 모바일 게임의 성장이 돋보인다. 넥슨의 지난해 연간 모바일 매출은 지난해 대비 60% 성장한 1조371억원(971억엔)으로 역대 최대를 기록하며 1조원을 돌파했다.

넥슨 측은 "이 같은 실적은 2019년 론칭 후 자사의 새로운 장기 흥행 지식재산권(IP)으로 자리잡은 'V4'를 비롯해 지난해 론칭한 '바람의나라: 연', 'FIFA

모바일', '카트라이더 러쉬플러스' 등 신작의 흥행에 기인한다"고 분석했다.

지난해 7월 서비스를 시작한 '바람의나라: 연'은 구글플레이 최고 매출 2위 기록 후 꾸준히 모바일 게임 매출 최상위를 유지하며 3분기 이후 자사의 모바일 매출 성장을 견인했다. 지난해 5월 글로벌 시장에 론칭한 '카트라이더 러쉬플러스'는 출시 200일 만에 누적가입자 2000만명을 넘겼다.

2016년에 출시한 '메이플스토리M'의 역주행도 눈에 띈다. 넥슨은 지난 11월 콘텐츠 업데이트 '더비기닝'을 실시했으며, 양대 앱마켓 차트 역주행에 성공했다.

/김나인 기자