KT, '통신+플랫폼' 실적견인… 영업익 3842억 30% 급증

3분기 매출 3.6% 증가한 6.2조
B2B수주금액 1조 돌파 '역대최대'
DBO 고객 확보에 IDC매출 34.7%↑

〈손익계산서〉 (단위 : 십억원)

구분	3Q20	2Q21	3Q21	QoQ	YoY
영업수익	6,001.2	6,027.6	6,217.4	3.1%	3.6%
영업비용	5,707.2	5,551.8	5,835.0	5.1%	2.2%
영업이익	294.0	475.8	382.4	-19.6%	30.0%
영업외손익	20.1	46.8	97.9	109.0%	386.2%
세전이익	314.2	522.7	480.3	-8.1%	52.9%
당기순이익	229.9	370.8	337.7	-8.9%	46.9%
EBITDA	1,199.3	1,373.2	1,277.5	-7.0%	6.5%

K-IFRS / 연결기준

KT는 B2B(기업간) 사업에서 3분기 수주금액이 1조원을 돌파하며 역대 분기 수주 규모 중 가장 높은 수준을 기록했다. 특히, 기업회선과 인공지능(AI)/디지털전환(DX) 사업의 매출 증가가 지속되는 가운데 IDC 사업 매출 성장세가 두드러졌다.

KT는 한국채택국제회계기준(K-IFRS) 2021년 3분기 연결기준 매출 6조 2174억원, 영업이익 3824억원을 기록했다고 9일 밝혔다. 전년 동기 대비 매출은 3.6%인 2162억원이 증가하고 영업이익은 30%인 884억원(30.0%)이 늘어났다.

김영진 KT CFO(재무실장)는 컨퍼런스 콜을 통해 "B2B 고객 대상 디지코 사업은 코로나 이후 발빠른 대처로 2019년 대비 높은 성장세를 기록했다"며 "이번 3분기에도 B2B 디지코 사업 영역에서 성과를 내 3분기 누적 수주금액 2조 5000억원을 기록했다"고 발표했다.

IDC 사업 성과는 기존 IDC의 안정적인 매출과 함께 13번째인 용산IDC와 브랜드 IDC로 새롭게 오픈한 남구로IDC에서 성장세를 보였기 때문으로 분석된다. 특히 다른 사업자들의 IDC를 설계·구축·운영해주는 DBO(디자인·빌드·오퍼레이트) 사업 신규 고객 확보로 IDC 매출은 전년 동기 대비 34.7%가 증가했다.

AICC(AI 컨택센터) 분야에서도 고객센터에 KT AICC 솔루션을 도입하는 고객사가 확대되며 AI/DX 전체 수익은 전년 동기 대비 29.7% 성장했다.

김 재무실장은 "사람처럼 대화하는 AI 능동복합기술을 사용해 AI 고객센터에 적용했고 유통, 금융업계 등에서 KT 기술이 활용되고 있다"며 "1인 점포인 미용실, 골목식당 등에 특화된 KT 통화비서 서비스를 출시해 AICC 기능을 수행하고 있으며, 정부, 지자체 등 공공기관 분야에서 재난안전, 돌봄 등에 사용하기 위해 검토 중"이라고 밝혔다.

KT는 또 AI(인공지능) 서빙로봇을 출시하며 제품 공급에 나섰다고 밝혔다. 식당, 카페, 병원 골프연습장에서 사용되면서 로봇 대중화에 기여하고 있으며 로봇 운영 플랫폼 고도화에도 나서고 있다.

또 기업회선 매출은 기업들의 비대면 업무 확대 등으로 트래픽이 늘어나면서 전년 동기 대비 2.7% 증가했다.

KT는 또 글로벌 데이터 시장의 폭발적인 성장세에 대응하고자 지난 9월 글로벌 데이터 전문기업 엡실론을 인수했다. 김 재무실장은 "엡실론 인수로 아시아 위주로 운영했던 글로벌 데이터 사업을 북미와 유럽까지 확대해 새로운 고객을 확대할 것으로 기대한다"고 말했다.

IPTV 사업은 미디어 시청 패턴 개인화, 홈러닝 확대, 키즈 콘텐츠 활성화 분위기 속에 상반기 출시한 '올레 tv 탭'의 판매 확대, 고객별 타깃마케팅 강화 및 우량가입자 지속 성장을 통해 3분기 연속 10만 이상 가입자 순증을 기록했다. 이를 통해 IPTV 가입자는 3분기 말 기준 912만명을 달성했으며, 매출은 전년 동기 대비 3.1% 증가한 4734억원을 기록했다.

5G 가입자수는 3분기 말 기준 561만명으로, 후불 휴대폰 가입자 중 39%를 차지했다. 무선서비스 매출은 전년 동기 대비 3.8% 증가한 1조 6978억원을 기록했으며, 3분기 가입자당평균매출(ARPU)은 전년 동기 대비 2.7% 증가한 3만 2476원이다.

초고속인터넷 사업도 1인 가구 대상 상품 등의 증가로 전년 동기 대비 2.4% 증가한 5107억원을 기록했다.

그룹사도 본원적 사업 경쟁력 강화를 통해 매출 성장세를 보였다. 디지코 전환을 위해 그룹 차원의 개편을 진행해 매출과 이익 상승이 가파르다.

그룹 콘텐츠 매출은 커머스·디지털 광고 사업 확대, 그룹사 재편으로 전년 동기 대비 24.6% 증가했다. BC카드 매출은 국내 매입액 증가로 전년 동기 대비 2.9%가 개선됐다.

케이뱅크는 지난 분기 첫 당기순이익 흑자전환을 기록한 데 이어, 3분기 당기순이익 168억원 기록하며 연간 누적 흑자를 달성했다. 3분기 말 기준 가입자는 660만명을 돌파했고, 수신금액 12조원, 여신금액 6조원 이상을 기록하며 두 분기 연속 흑자전환 기반을 마련했다.

또 미디어·콘텐츠 사업에서 스튜디오지니를 중심으로 한 재편작업이 마무리 단계에 있다고 밝혔다. 현대미디어 인수 완료 후 사명도 '미디어지니'로 변경했으며, 케이티시즌의 분사가 완료됐다.

김 재무실장은 4분기 실적에 대해 "3분기에 네트워크 장애와 관련된 보상비용이 반영이 안 되고 4분기 실적에 보상비용이 반영될 것"이라며 "각종 지급수수료 비용이 포함돼 있고 1회성 비용과 관련해 대규모 일회성 비용은 없을 것이지만 일부가 비용화돼 발생될 것"이라고 밝혔다.

/채윤정 기자 echo@metroseoul.co.kr

포스코, 12년째 '가장 경쟁력 있는 철강사'

WSD, 기술혁신 등 7개항목 '만점'
최정우 회장 리더십 주효 '종합 1위'

포스코가 12년 연속 '세계에서 가장 경쟁력 있는 철강사' 1위로 선정됐다.

코로나19 팬데믹 등으로 글로벌 철강 시장의 경기 악화 속에서도 체질개선을 통해 경쟁력을 높인 최정우 포스코그룹 회장의 리더십이 주효했다는 평가가 나온다.

세계적인 철강전문 분석기관 WSD(World Steel Dynamics)는 미국 현지시간으로 8일부터 9일까지 이틀간 마이애미에서 열리는 '제36차 글로벌 철강 전략회의'에서 글로벌 철강사 경쟁력 평가결과를 발표하며 포스코를 세계 최고 철강회사로 선정했다.

포스코는 고부가가치제품, 가공비용, 기술혁신, 인적역량, 신성장사업, 투자환경, 국가위험요소 등 7개 항목에서 2년 연속 만점을 받았다. 올해는 2018년 최정우 포스코그룹 회장 취임 이래 강조해 온 미래성장동력을 위한 선제적 시재확보, 부채비율 감소 활동 등을 통한 재무건전성 항목 또한 만점을 기록하며 8.54점(10점 만점)으로 종합 1위에 올랐다.

1999년 설립된 WSD는 매년 전 세계 주요 35개 철강사들을 대상으로 23개 항목을 평가하고 이를 종합한 경쟁력 순위를 발표한다. 이 순위는 글로벌 주요 철강사들의 경영 실적과 향후 발전가능성을 가늠하는 중요한 참고지표다.

WSD는 올해 세계에서 가장 경쟁력 있는 철강사를 선정하며 포스코의 실적 회복, 친환경 소재 기업으로 변신, 세계 철강업계 탄소중립 추진 리더십 등을 높게 평가했다.

포스코는 지난해 코로나19 사태로 인한 글로벌 철강 수요산업 침체로 유례없는 경영위기를 겪었다. 하지만 올 3분기 연결기준 매출 20조6000억원, 영업이익 3조1000억원 등 1968년 창사 이후 최고 실적을 기록했다.

포스코는 올해 친환경 철강 제품 판매 강화, 이차전지소재 및 수소사업 확대 등 친환경 소재 전문 메이커로 사업 구조를 전환해 나가고 있다.

철강사업의 경우 지난해 874만톤이던 고부가가치 WTP(World Top Premium) 제품을 올해 930만톤까지 판매 확대하고, 최근 기가스틸 100만t 생산체제를 구축했다. '이노빌트(INNOVILT)', '이오토포스(eAutopos)', '그린어블(Greenable)' 등 친환경 브랜드를 잇달아 론칭하는 등 친환경 프리미엄 제품 판매기반을 강화했다.

/양성운 기자 ysw@

LG CNS, 장애 청소년 AI 교육 확대

서울새롬학교서 'AI지니어스' 실시

LG CNS가 사회적 소외계층을 위한 인공지능(AI) 교육을 확대한다.

LG CNS는 지난 3일 지체장애 특수학교 서울새롬학교 학생들을 대상으로 AI 교육 프로그램 'AI지니어스'를 실시했다고 9일 밝혔다. 올해 35개 중·고등학교에 AI 교육을 진행하는데 이어, 특수학교로 교육 대상을 늘린 것이다.

AI지니어스는 청소년들이 AI 기술을 이해하고 활용해 미래의 꿈을 키울 수 있도록 LG CNS가 자체 개발한 DX 사회공헌 프로그램이다. 중학교 정규 수업시간에 편성돼 하루 6교시 동안 온라인 수업을 실시한다. 중학생들은 AI 기술 체험, 챗봇 제작 등 다양한 실습 활동을 통해 AI를 체험하고 기본 개념을 학습한다.

LG CNS는 올해 30개 중학교 약 3천명 학생들에게 AI지니어스를 진행했다. 비대면 수업의 장점을 살려 수도권 외에도 도서벽지지역 중학생들에게 AI 교육을 제공하고 있다.

LG CNS는 올해부터 고등학교 대상 'AI지니어스 아카데미'를 추가적으로 실시하고 있다. 5개 고등학교 SW동아리에서 활동 중인 80여 명의 학생을 선발했다. AI지니어스 아카데미는 SW 인재 육성을 위해 코딩 교육부터 AI 프로젝트 진행까지 1년 간 집중적으로 AI를 교육하는 심화 프로그램이다.

LG CNS는 IT 교육에 소외되어 있는 지체장애 청소년들도 AI를 경험해 볼 수 있도록 교육 기회를 확대했다.

/강준혁 기자 junhyuk@

LGU+, 고객 선호번호 추첨행사 접수

15일 부터 총 5000개 번호 대상

LG유플러스는 오는 15일부터 28일까지 2021년 하반기 고객 선호번호 추첨행사의 신청을 접수한다.

LG유플러스는 지난 2006년부터 특정한 의미를 갖거나 기억하기 쉬워 다수 고객의 선호도가 높은 전화번호를 매년 2차례 추첨을 통해 제공해왔다.

이번 추첨행사를 통해 응모할 수 있는 전화번호의 유형은 ▲AAAA ▲000A ▲00AA ▲AA00 ▲ABAB ▲A000 ▲ABCD ▲국번과 뒷자리 번호가 같은 ABCD-ABCD ▲4989 등 특정 의미를 갖는 번호 등으로 총 5000개다.

올해 6월 진행한 상반기 추첨행사에서 가장 인기를 끈 유형은 ABCD-ABCD로, 경쟁률도 461.4:1 수준으로 선풍적인 인기를 끌었다.

선호번호를 받길 원하는 고객은 15일부터 28일까지 오프라인 매장에 방문하거나 LG유플러스 공식 홈페이지 내 고객지원 메뉴 '이용가이드-상품 가입 안내-선호번호-선호번호 신청'에서 안내에 따라 신청서를 작성하면 응모할 수 있다. 당첨여부는 12월 3일 발표되며, 12월 6일부터 25일까지 당첨자에게 번호가 배포된다.

LG유플러스는 오는 15일부터 28일까지 2021년 하반기 고객 선호번호 추첨행사의 신청을 접수한다. /LG유플러스

/채윤정 기자

넥슨, 237국서 '블루 아카이브' 서비스

넷게임즈 개발 서브컬처 게임

넥슨의 하반기 기대작 '블루 아카이브'가 국내 및 글로벌 시장에 정식 출시됐다. 넥슨은 9일부터 자회사 넷게임즈에서 개발한 서브컬처 게임 '블루 아카이브'의 서비스를 시작한다고 밝혔다.

블루 아카이브는 학원도시를 배경으로 다양한 학생들의 흥미진진한 이야기가 담긴 서브컬처 게임으로, 지난 14일부터 구글 플레이, 애플 앱스토어, 원스토어를 통해 진행한 사전등록에 100만명 이상 몰리며 글로벌 서브컬처 장르 팬들의 기대를 한 몸에 받았다.

블루 아카이브는 한국을 비롯해 북미, 대만, 태국 등 237개국에 안드로이드OS, IOS 버전으로 출시했으며, 한국어, 영어, 중국어(번체), 태국어를 지원한다.

/강준혁 기자 junhyuk@

YouTube
유튜브〈메트로신문〉 동영상 제공