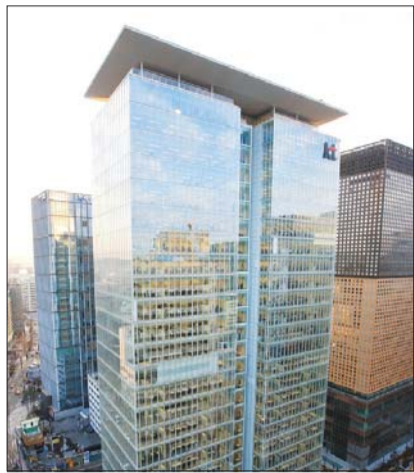


부진했지만 성장한 3분기

KT, 역대최대 매출에도 임단협 등 비용에 영업이익 29% 뚝

인건비·콘텐츠 공급 비용 영향
4분기 집행되던 비용, 3분기 지출
매출 3.4%↑... 역대최대 분기실적



KT 사옥. /KT

KT의 3분기 영업이익이 단체협상(임단협) 타결에 따른 일회성 비용과 콘텐츠 공급 비용 평활화 영향으로 급감했다. 다만, 상장 이후 역대 최대 분기 매출을 달성하며 매분기 성장세를 이어갔다.

KT는 올해 3분기 연결기준 영업이익이 3219억원으로 전년 동기 대비 28.9% 감소했다고 7일 공시했다. 같은 기간 매출은 3.4% 증가한 6조6974억원이다. 매출액은 KT가 지난 1998년 상장한 이후 최대 분기 실적이다.

영업이익 감소 이유는 임금·단체협상(임단협) 3분기 조기 타결과 콘텐츠 소싱 비용 평활화 영향 때문이다. KT가 보통 임금 협상·콘텐츠 소싱 비용을 매 4분기 반영해 온 점을 고려하면 연결 기준 영업이익은 모두 상승세를 기록했다.

김영진 KT 최고재무책임자(CFO)는 7일 진행된 2023년 3분기 실적발표 컨퍼런스콜에서 “임단협 결과와 콘텐츠 소싱 비용 평활화 이슈에 대한 부분을 제거하면 3분기 영업이익은 전년 대비 약 19% 성장했다”라고 밝혔다. 그는 “올해 임금 협상이 조기 타결되면서 3분기에 (비용이)반영됐다”며 “이 비용이 1400억원, 콘텐츠 소싱 비용에 500억원이 반영됐다”라고 설명했다. 그러면서 “이는 하반기 예정된 비용스

케줄을 분기 단위로 조정할 것”이라며 “연간 영업이익에 영향을 끼치는 이슈는 아니다”라고 강조했다.

◆무선 사업 951만명 돌파

KT의 유·무선 사업은 고른 성장 나타내며 매출을 끌어올렸다. 회사의 무선 사업은 5세대 이동통신(5G) 가입자가 전체 핸드셋 가입자 중 70%인 951만명을 돌파하고, 국내외 여행객 증가에 따른 로밍사업 매출 확대, 알뜰폰사업의 견조한 성장세로 전년 동기 대비 1.6% 성장했다.

유선 사업은 프리미엄 요금제 가입자가 확대되며 전년 동기 대비 1.8% 성장했다. 이 중 인터넷 사업은 고품질 서비스에 대한 지속적인 수요 증가로 가입자 중 기가인터넷 비중이 68%로 확대되며 매출이 전년 대비 3.2% 증가했다.

KT는 4분기 영업이익은 시장 부합치에 부합할 것이라고 내다봤다. 김 CFO는 컨퍼런스콜에서 “올해 4분기 별도 영업이익은 아까 말씀드린 비용이 선 반영된 부분이 있어 전년 대비 개선될 것으로 기대된다”며 “연간 영업이익

도 작년보다 성장할 수 있도록 노력할 것”이라고 말했다.

◆IT·AI로 그룹사 혁신 도모... LGU+ 격차는 IoT만 적용

KT는 IT역량과 AI로 그룹사 혁신을 통해 질적 성장을 이끌겠다는 방침이다.

김영진 KT 최고재무책임자(CFO)는 이날 컨퍼런스콜에서 “사업의 근간인 IT역량 강화를 기반으로 B2B 사업에서의 질적 성장을, B2C 사업에서는 지속 가능한 이익 창출을 만들고, AI 기반으로 KT와 그룹사의 혁신을 추진하겠다는 게 김영진 대표 큰 경영 방향”이라고 밝혔다.

그는 “B2B 분야에서는 IT 역량 기반으로 선택과 집중을 통해 매출과 이익 간의 이계 동반 성장을 이루어나고, B2C 분야에서는 고객 맞춤형 서비스와 신규 서비스 발굴을 통해 캐시카우 역할을 강화할 것”이라 설명했다.

경쟁사 LG유플러스와 줄어드는 격차와 관련해 원재관계 분야에서만 이뤄지는 부분이라고 밝혔다.

박효일 KT고객경험혁신본부장은

“최근 경쟁사의 회선 증가는 정부 통계 기준으로 휴먼 가입자가 아닌 원격 관제 분야에서만 가파르게 이뤄지고 있다”고 말했다. 이어 “참고로 IoT에서도 원격 관제를 제외한 차량 관제나 무선 결제 분야는 KT의 회선이 가장 많다”고 덧붙였다.

또 그는 “회사마다 추구하는 바가 다르고 각자 입장에서 전략적인 선택을 하고 있다고 생각한다”면서도 “다만 저희는 IoT 원격 관제 분야에서 최저가입찰로 월 1000원도 훨씬 못미치는 요금을 받으면서 수백만 회선을 일시에 파내는 방식의 사업을 하진 않는다”고 강조했다.

마지막으로 분기배당 도입도 언급했다. 김 CFO는 “주당 배당금을 최소 2022년도 수준으로 하고 주주환원 재원 한도 내에서 자기주식매입 후 소각을 병행하고자 한다”고 밝혔다. 이어 “2024년 정기 주총에서 주주들의 승인을 받아 분기 배당을 도입할 예정”이라고 말했다.

/구남영 기자 koogija_tea@metroseoul.co.kr

LGU+, 전력료 등 비용증가에 실적부진... 4분기 모바일로 수익 개선

3분기 영업이익 2543억, 11% 감소
매출액은 2.3% 늘어 3조5811억
4분기, 알뜰폰·로밍 매출 성장 기대



LG유플러스 용산 사옥. /LGU+

LG유플러스가 올해 3분기 전력료 등 비용 증가로 다소 부진한 실적을 기록한 가운데 연간 영업이익으로는 시장 기대에 부합하는 실적을 낼 것으로 전망했다. 4분기부터는 기업인프라 부분이 연간 미드 싱글 수준의 성장에 예상된다는 분석이다. 평균 2센터도 내년 상반기부터 수익화가 가능할 것이라고 내다봤다.

◆전력료 증가에 영업이익 11% 감소

LG유플러스는 3분기 연결기준 영업이익이 2543억원으로 10.8% 감소했다고 7일 밝혔다. 매출액은 2.3% 늘어난 3조5811억원이다. 단말매출을 제외하면 LG유플러스 최고재무책임자(CFO)는 7일 2023년 3분기 실적

컨퍼런스콜에서 “3분기 매출 쪽에서는 모바일 서비스 수익(매출)이 3분기 누적으로 2.9% 성장하면서 경쟁사 대비 높은 성장률을 기록했지만, 스마트홈은 3%, 기업인프라는 3.5% 성장으로 당초 목표 성장률에 미치지 못했다”고 밝혔다.

여명희 CFO는 “영업비용 쪽에서도 전력료가 지난해 말부터 3차례 인상돼 전년 동기 대비 늘었으며, 지난해 5G 네트워크 품질 향상을 위해 추가 취득한 20MHz 주파수에 대한 무형자산상각비 증가로 인해 영업이익은 전년 동기 대비 10.8% 감소한 2543억원을 기록했다”고 설명했다.

무선사업 부문에서는 6개 분기 연속 두 자릿수 가입 회선 증가를 보였고 해지율 안정화 기조가 지속되는 등 질적 성과가 매출 성장을 이끌었다. 스마트모빌리티, IDC 등 B2B 신사업이 포함된 기업인프라 부문과 인터넷, IPTV 등 스마트홈 부문도 안정적인 매출 성장세를 지속하며 실적 개선에 힘을 보탤 예정이다. 다만, 영업이익은 전력료 인상에 따른 기타비용 증가 영향으로 전년 동기 대비 줄었다.

마케팅비용은 지난해 대비 2.0% 감소한 5532억원이다. 매출 대비 마케팅비

용 집행률은 20.6%를 기록, 전년 동기와 비교해 0.9%포인트(p) 개선됐다.

◆4분기 기업인프라 매출 기대

KT는 4분기 실적에 대해서는 긍정적인 전망을 내놨다. 기업인프라 매출 성장 등으로 연간 영업이익이 시장 기대에 부합할 것이라는 전망과 함께 평균 2센터도 내년 상반기부터 수익화가 가능할 것이라고 내다봤다.

여명희 LG유플러스 최고재무책임자(CFO)는 “4분기 실적은 플래그십 단말 출시, MVNO와 로밍 매출 영향으로 3% 대 성장률을 이어갈 것으로 보인다”면서 “기업인프라 부문 역시 4분기에는 매출 성장이 높아지는 경향이 있어 연간 미드 싱글 수준의 성장은 달성할 것으로 보인다”고 말했다. 그는 “4분기는 플래그십 단말기 출시, 알뜰폰 및 로밍 매출 성장과 4분기 계절적 영향으로 매출 성장할 기업 인프

로 연간 영업이익은 시장 기대 수준 이상 부합할 것”이라고 말했다.

또 내년 상반기부터 평균 2센터의 수익화가 예상된다고 밝혔다. 이미 12개 전산실 예약 완료 됐다는 설명이다.

임장혁 LG유플러스 신사업그룹장은 인터넷데이터센터(IDC) 사업 관련 질문에 대해 “현재 평균 2센터는 고집적, 고사양 IDC 수요 증가로 이미 12개 전산실 예약이 완료됐다. 사전 예약된 고객과 계약 협의 중”이라며 “매출은 내년 상반기부터 순차적으로 발생할 것으로 예상된다”고 말했다. 이어 “2027년도를 목표로 IDC 신규 부지를 몇 군데 알아보고 있다”며 “특정적으로 말하기 어려우나 수요가 폭발적으로 증가하더라도 대응할 수 있는 부지를 찾고 있다”고 전했다. 아울러 충전 서비스 볼트업 설치를 연내 5만기까지 확대한다는 방침이다.

/구남영 기자

“미공개 신작 구경하고, 체험까지 해보세요”

국내 최대게임 전시회 ‘지스타’ 코앞
게임사, 이벤트 공유 등 막바지 담금질

국내 최대 게임 전시회 ‘지스타 2023’가 코앞으로 다가왔다.

지스타2023에 참가하는 게임사들은 신작 공개와 부스 조감도, 이벤트에 대한 정보를 공유하며 막바지 담금질을 시작했다. 특히 올해는 9년만에 부스로 참가하는 엔씨소프트와 스마일게이트, 2년 연속 메인스폰서를 맡은 위메이드, 내년 20주년을 앞두고 있는 드래곤플레이, 넷마블, 구글플레이, 크래프톤 등이 관람객을 맞는다.

7일 지스타 사무국에 따르면 지스타 2023은 오는 16일부터 나흘간 부산 벡스코에서 열린다. 올해 지스타는 역대 최대 규모다. 부스는 지난해보다 303개 늘어난 3250개의 부스(B2C관 2386부스, B2B관 864부스)가 마련된 것으로 알려지면서 관람객들의 이목이 집중된다.

올해는 9년만에 지스타에 복귀한 엔씨소프트의 행보가 눈에 띈다. 엔씨는 신작게임 7개를 공개할 예정이다. 7개의 신작은 모두 장르가 다르다는 것이 특징이다. 구체적으로 ▲슈팅 게임 ‘LLL’ ▲난투형 액션 게임 ‘베틀 크러쉬’ ▲MMO

ORPG ‘쓰론 앤 리버티(TL)’ 등이다. 이에 엔씨가 ‘탈 리니지’에 나섰다라는 평가다. 관람객들은 엔씨 부스에서 다양한 게임을 체험해 볼 수 있다.

2년 연속 지스타 메일 스폰서를 맡은 위메이드는 신작 2종을 공개한다. ▲MORPG ‘레전드 오브 이미르’ ▲야구 모바일 게임 ‘판타스틱4 베이스볼’이다. 레전드 오브 이미르는 위메이드의 자회사인 위메이드엑스알이 개발한 MORPG다.

크래프톤은 지스타 부스의 주제를 ‘팬스 퍼스트(FANS FIRST)’로 정했다. 지스타를 찾는 팬들은 미공개 신작을 가장 먼저 경험하고 다양한 이벤트와 프로그램에 참여할 수 있다.

/최빛나 기자 vitna@

네오핀, 글로벌 블록체인 생태계 확장

국내최대 NFT마켓 팔라와 파트너십

네오핀은 국내 최대 대체불가토큰(NFT)마켓 팔라(Pala)와 글로벌 블록체인 공략 강화를 위한 전략적 파트너십을 체결했다고 7일 밝혔다. 팔라와 네오핀 지갑의 연동을 통한 상호 윈-윈 전략을 펼친다는 계획이다.

팔라는 네이버 자회사인 스노우와 영상인식 인공지능 전문기업 알체라가 합작해 설립한 조인트 벤처다. 지난해 4월 누적거래액 300억원 돌파 이후 현재 국내 1위 NFT거래 플랫폼으로 자리매김했다.

네오핀은 디파이(DeFi, 탈중앙 금융)를 기반으로 고객확인증제도와 자금세탁방지 등 씨파이의 장점을 더한 씨디파이 서비스를 다.

신뢰와 안정성을 강화한 것이 특징으로, 사용자 편의성 강화를 위해 디파이 상품외 NFT 지갑 기능도 제공하고 있다.

네오핀과 팔라가 연동될 경우, 네오핀 지갑에 보관된 가상자산으로 팔라에서 NFT를 거래한 이후 안정성 높은 네오핀 지갑으로 NFT를 전송해 보관하는 등 네오핀 이용자들의 편의성이 대폭 증대된다.

/최빛나 기자