

# KT, 1분기 부진… 경영공백 현실화

영업익 22.4% 감소 4861억  
매출 2.6% 늘어 6.4조 집계  
‘B2B’ DX·부동산 사업 호조

초유의 경영진 공백을 겪고 있는 KT가 올해 1·4분기 부진한 실적을 냈다. 지난해 1분기에는 KT에스테이트를 통해 부동산을 매각하며 746억원의 추가 이익을 거뒀는데, 올해는 이 같은 일회성 비용이 사라지며 영업이익이 큰 폭으로 감소했다.

KT는 11일 1분기 영업이익이 전년 동기 대비 22.4%나 떨어진 4861억원을 기록했다고 밝혔다. 또 같은 기간 매출은 2.6%가 늘어난 6조4437억원으로 집계됐다.

B2B 플랫폼 사업은 디지털 전환(DX)과 부동산 사업에서 성장세를 나타냈다. AI컨택센터(AICC) 사업은 올해 1분기 신한금융그룹 통합 AI콜센터 구축사업을 수주했다. 부동산 사업은 지난해 11월 오픈한 명동 르메르디앙&목시를 포함해 호텔업의 회복세가 두드러졌다.

KT는 모빌리티 분야의 디지털전환(DX) 추진에 나선다고 밝혔다. 또 향후 커넥티비티, 인포테인먼트, C-ITS, 디지털물류 등 4가지 분야를 중심으로 AI 기반 차세대 모빌리티DX 서비스를 선보일 예정이다.



KT 광화문 사옥

/뉴시스

B2B 고객 대상 통신사업은 전년 동기 대비 매출이 4.1% 성장했다. 기업인터넷 사업은 대형 CP사의 데이터 수요 증가와 공공기관 전용회선 수요 증가 등으로 전년 동기 대비 3.4% 매출 성장을 기록했다.

기업통화 사업은 알뜰폰 사업자와 협력을 강화하고 고객 혜택과 편의성을 확대하는 등 알뜰폰 시장 트렌드에 빠르게 대응하며 매출이 전년 동기 대비 5.4% 늘었다.

B2C 플랫폼 사업 중 IPTV 사업은 국내외 OTT 플랫폼과 적극적인 제휴와 고객 중심의 서비스 개선으로 고객 만족도가 높아지고 있다. 지니TV는 올해 iF 어워드 사용자경험(UX)과 브랜드 정체성(BI) 부문에서 본상을 수상하는 등 새로운 사용자 경험을 제공하는 플

랫폼으로 변화를 이끌어내고 있다. 이에 따라 IPTV 사업 매출은 전년 대비 2.8% 증가했다.

금융사업에서 BC카드는 신용카드 매입액 증가, 자체카드 발행 및 대출사업 등 신사업 분야 성장 등으로 매출이 전년 동기 대비 5.6% 늘었다. 케이뱅크는 2021년 2분기부터 여덟 분기 연속으로 영업 흑자를 이어가고 있다.

KT 김영진 CFO는 “KT는 인플레이션과 성장을 위한 투자 비용 증가에도 견고한 사업구조를 바탕으로 올해 1분기 매출 성장을 이끌어냈다”며 “지배구조 분야에서도 글로벌 스탠다드를 뛰어넘는 선진 지배구조 체계 구축을 통해 기업가치를 높이기 위한 노력을 지속해 나가겠다”고 밝혔다.

/채윤정 기자 echo@metroseoul.co.kr

# KT클라우드 6000억 유치 ‘DX 시장’ 리더 면모 입증

IDC 공격 확장, DX 사업 추진  
2026년 매출 2조 달성 목표

kt cloud

KT클라우드가 6000억원 규모 투자를 유치했다. 국내 클라우드 사업자로의 역대 최대 규모다. 이 과정에서 KT클라우드는 기업가치 4조6000억원을 인정받았다.

KT클라우드는 이번 자금 유치를 통해 공격적으로 데이터센터(IDC)를 확장하고 디지털전환(DX) 사업을 추진해 2026년 매출 2조원을 달성하겠다는 목표를 다.

KT클라우드는 IMM크레딧앤솔루션(ICS)으로부터 6000억원 규모의 투자를 유치하고, 총 265만6808주의 주식을 발행하기로 했다고 11일 밝혔다.

IMM크레딧앤솔루션은 사모크레딧펀드(PCF) 운용사로 약 1.2조원 규모의 자산을 운용하고 있다.

IMM크레딧앤솔루션은 이번 투자에서 KT클라우드가 IDC 사업과 클라우드 사업을 동시에 영위하고 있어 안정적인 수익 창출과 더불어 성장성까지 동시에 확보한 우수한 투자로 평가했다. 또, KT클라우드의 업계 최고 수준

의 기술 및 서비스 경쟁력과 함께 사업 계획에 대한 성장성을 기대한다고 밝혔다.

KT클라우드는 지난해 매출은 전년 대비 22% 성장하며 5500억원을 상회했고, 영업이익 33% 증가하며 설립 이후 지속적으로 가시적인 사업 성과를 보이고 있다.

kt cloud는 대한민국 No.1 DX 전문 기업으로 IDC 사업 확장을 통한 압도적 1위 달성, AI 클라우드를 비롯한 클라우드 사업의 경쟁력 강화를 통해 DX 시장 주도권을 장악한다는 목표다. 이를 위해 KT클라우드는 분야별 성장을 위한 전략적 투자와 공격적 사업 전개를 통해 2026년 매출 2조원을 달성할 계획이다.

IDC 사업에서는 ▲IDC 전략 포트폴리오 다각화, ▲글로벌 시장 개척, ▲기술 혁신을 통한 데이터센터 운용 효율화에 집중한다.

/채윤정 기자

## “2분기 재생에너지 본격 구입 TF 구성”

LGU+ 자가 태양광 설비구축 추진  
1분기 영업익 0.4% 감소 2602억  
정보유출 보상 등 일회성 비용 늘어

LG유플러스가 ESG경영 일환으로 올해 2분기 재생에너지 구입을 본격 추진한다. 태양광 설비 구축을 위한 태스크포스(TF)도 구성했다. 2분기에 서비스 수익 4% 성장 가이던스를 달성하고, 시장 기대치에 부합하는 재무성과를 달성하도록 노력할 것이라고 발표했다.

여명희 LG유플러스 최고재무책임자(CFO)는 11일 개최된 1분기 실적 컨퍼런스콜에서 “올해 1분기 자가 태양광 설비 도입 및 재생에너지 조달 방안을 수립했으며, 재생에너지 구매를 본격화하기 위해 TF를 구성하고 추진방안을 마련 중”이라고 밝혔다.

그는 “통신장비, 환경설비에 대한 전력 사용을 절감하기 위해 다양한 활동을 추진하고 있다. 전력 사용량을 감축하고 데이터DB 정비와 시스템 개선을 통해 온실가스 배출량을 줄일 계획”이라고 말했다.

여 전무는 또 “로밍 매출이 코로나 이전으로 회복됐고 기업 인프라 사업 등을 진행해 미래 성장 기반을 철저히 다지고 있다”며 “2분기에는 광고 플랫폼 등 새로운 플랫폼 사업을 통해 매출과 수익성을 개선하고 신사업 성장을 가속화할 계획”이라고 밝혔다.

LG유플러스는 알뜰폰 오프라인 컨설팅 전문 매장인 ‘알뜰폰 플러스’를 전국으로 확대할 계획이라고 발표했다.

LG유플러스 관계자는 “서울 합정동에 1호점을 개설한 데 이어 인천, 대구,

부산 등에 7개 매장을 추가로 개장할 계획이다. 중소 알뜰 사업자와 상생이 강화되고 자사 MVNO(알뜰폰) 사업이 확대될 것으로 기대하고 있다”고 밝혔다.

LG유플러스는 또 지난 1분기에 설비투자비용(CAPEX)이 전년 동기 대비 40% 증가했지만, 연간 수준으로는 지난해와 유사한 수준으로 집행할 계획이다.

LG유플러스는 이날 1분기 영업이익이 2602억원을 기록해 전년 동기 대비 0.4% 감소했다고 밝혔다.

LG유플러스측은 이에 대해 “영업이익이 감소한 것은 정보유출 사건과 디도스 장애 발생으로 소비자 피해 보상과 정보 보호 강화를 위해 일회성 비용을 투자하면서 줄어든 측면이 있다”고 설명했다.

/채윤정 기자



(왼쪽부터) o9 Solutions 차크리 가테무칼라(Chakri Gottemukkala) CEO(공동창업자), 산지브 시두(Sanjiv Sidhu) 회장(공동창업자) 삼성SDS 황성우 대표이사(사장), 송해구 솔루션사업부장(부사장), 안정태 경영지원실장(부사장)이 계약을 체결하고 사진 촬영을 하고 있다. /삼성SDS

## 삼성SDS, 글로벌 SaaS 솔루션 공동개발

o9 Solutions·엠로와 전략적 협력  
연내 개발 완료, 내년 글로벌 선도

삼성SDS는 미국 공급망 플랫폼 선도 기업 o9 Solutions(오나인솔루션즈), 국내 1위 구매공급망관리(SRM) 솔루션 기업 엠로와 전략적 협력 관계를 맺고 글로벌 구매공급망관리 SaaS(서비스형 소프트웨어) 솔루션을 공동으로 개발 및 판매한다고 11일 밝혔다.

각자 다른 강점을 가진 3사가 협력해 공급망 관리를 혁신할 수 있는 솔루션을 개발하고 공급하는 ‘윈-윈-윈’ 관계를 구축하게 된 것이다.

공급망 관리는 코로나 19 팬데믹과 지정학적 리스크 증가로 인해 기업 경쟁력의 핵심으로 부각되고 있으며, 뛰어난 솔루션에 대한 기업들의 요구도 커지고 있다.

삼성SDS를 비롯한 3사는 이 혁신 솔루션의 개발을 연내에 완료하고, 2024년부터 고객을 확보해 글로벌 선도 솔루션으로 성장시켜 나갈 계획이다.

삼성SDS는 지난 3월 엠로 지분을 인수해 구매공급망관리 솔루션을 확보한 데 이어, 이번 협력으로 o9 Solutions의 글로벌 SaaS 플랫폼과 글로벌 사업망까지 확보하게 됐다.

/최빛나 기자

## SK C&C, 생성형 AI로 디지털 혁신 선도

생성형 AI 토털서비스 론칭 웨비나

SK C&C가 다양한 엔터프라이즈 사업과 서비스에 맞출 수 있는 ‘생성형 AI’를 활용한 디지털 혁신 길라잡이’로 나선다.

SK C&C는 오는 17일 기업의 생성형 AI 적용 방안과 실사례를 직접 확인해 볼 수 있는 ‘생성형 AI 토털 서비스 론칭 웨비나’를 개최한다고 11일 밝혔다.

생성형 AI 기술을 활용한 디지털 혁신에 관심이 있는 사람이라면 누구나 참여 가능하며 등록사이트 ‘skdna2023.com’에서 신청하면 된다.

생성형 AI는 인공지능이 텍스트, 음성, 이미지, 동영상 등 다양한 콘텐츠를 스스로 창작하는 기술로 전 산업 분야에서 이에 기반한 디지털 혁신 방안을 찾기 위한 기업들의 노력이 집중되고 있다.

이번 웨비나는 기업 내에서 어떻게 생성형 AI를 활용할 수 있는지에 대한 실사례를 소개하고 국내 기업 특성과 보안 현실에 맞춘 최적의 생성형 AI 비즈니스 모델을 제시, 국내 기업들이 빠르고 안전하게 생성형 AI를 활용할 수 있도록 지원한다.

이에 따라 SK㈜ C&C는 자연어 챗봇·데이터 플랫폼·생성형 AI 등 AI 주요 분야별 연구 및 실제 산업 현장에서 AI 데이터 시스템 구축·운영 경험을 바탕으로 ‘생성형 AI 토털 서비스’를 소개한다.

/최빛나 기자 vitna@

## 삼성, 4년연속 ‘장애인용 TV 공급자’ 선정

삼성전자는 방송통신위원회 ‘시각·청각 장애인용 TV 보급사업’ 공급자로 선정됐다고 11일 밝혔다. 4년 연속이다.

이 사업은 방통위가 시청각 장애인도 차별 없이 세상과 소통할 수 있도록 TV를 지원하는 내용이다. 저소득층뿐 아니라 전체 시청각 장애인으로 대상을 확대, 지난해 5000대에서 올해 2만대가

지 규모를 대폭 늘렸다.

삼성전자는 공급자로 선정돼 ‘접근성 바로가기 메뉴 편집 기능’을 새로 추가한 40형 풀HD 스마트 TV를 공급할 예정이다. 사용자가 필요한 기능만 화면에 보이도록 편집할 수 있어 다양한 접근성 기능을 간편하게 이용할 수 있도록 개발했다.

/김재용 기자 juk@