

KT, 사외이사 인선 착수… 압박 속 지배구조 신뢰 시험대

임기 만료·중도 사퇴로 4명 교체
국민연금, 이사회 주주권 침해 지적
윤종수·최양희 이사 연임 불투명
KT노조, 선임과정 참여 요구 압박

KT 이사회가 사외이사 인선이라는 중대 분기점에 섰다. KT는 CEO 선임·해임을 비롯해 조직 개편 등 주요 권한이 이사회에 집중된 구조다. 이사회가 제 기능을 수행할 경우 CEO 인선 과정에서 외부 영향력을 차단할 수 있는 체계지만, 그 실효성에 대한 비판이 이어져 왔다.

특히 KT 이사회는 임기 만료와 중도 사퇴로 최대 4명의 교체가 예정된 가운데, 국민연금의 주주권 압박과 이사회 내부의 도덕성 논란, 노조의 전면 쇄신 요구까지 한꺼번에 겹치면서, 이번 인선은 단순한 자리 채우기를 넘어 KT 지배구조의 신뢰를 가를 시험대로 떠올랐다.

8일 통신업계에 따르면 KT 이사회는 9일 사외이사 전원과 사내이사가 참여하는 사전 설명회를 열고, 10일 정식 이사



KT 본사 전경.

회를 통해 사외이사 추천안을 확정할 계획이다.

현재 KT 이사회는 과우영 이사(전 현대자동차 차량 IT개발센터장), 김성철 이사(고려대 미디어학부 교수), 김용현 의장(법무법인 대륙아주 변호사), 안영균 이사(전 세계화계사연맹(IFAC) 이사), 윤종수 이사(김앤장 법률사무소 상근고문), 이승훈 이사(한국투자공사(KIC) 운영위원회 운영위원), 최양희 이사

(한림대 총장) 등 7명의 사외이사로 구성돼 있다. 사내이사는 김영섭 대표이사과 서창석 네트워크부문장이 맡고 있다.

이번 인선에서는 임기 만료를 앞둔 안영균·윤종수·최양희 이사와 지난해 자격 논란으로 사퇴한 조승아 전 이사(서울대 경영대 교수)의 빈자리를 포함해 총 4명의 후임을 선임해야 한다. 조 전 이사는 현대제철 사외이사를 겸임하며 대주주 특수관계인과의 겸직 논란이 불거진 뒤

지난해 12월 자리에서 물러났다.

최대 변수는 2대 주주인 국민연금의 입장이다. 국민연금은 대표이사의 조직 개편과 임원 인사에 대해 이사회가 ‘심의 및 의결’ 권한을 행사하도록 한 현행 규정을 주주권 침해로 보고 강하게 비판해 왔다. 특히 해당 규정 개정에 찬성했던 이사들의 연임에 부정적인 입장을 고수하고 있어, 윤종수·최양희 이사의 연임 여부는 불투명한 상황이다.

이에 KT 이사회는 국민연금의 지적을 수용해 임원 인사 관련 권한을 ‘심의 및 의결’에서 ‘사전 협의’ 수준으로 낮추는 방안을 논의 중인 것으로 알려졌다.

이사회 내부를 둘러싼 도덕성 논란도 이번 인선 과정에서 다시 도마에 오를 전망이다. 이승훈 사외이사는 독일 위성업체 ‘리바다’에 대한 투자 알선 및 지인 취업 청탁 의혹을 받고 있어, 이번 이사회에서 관련 의혹에 대한 거취 표명이 있을지 주목된다.

자격 상실 상태였던 조승아 전 이사가 지난해 주요 의결 과정에 참여한 사실이 뒤늦게 드러나면서, 현 이사진의 임기

정당성을 둘러싼 문제 제기도 이어지고 있다.

외부 압박도 거세다. KT새노조는 이날 성명을 내고 “현재 KT 이사회는 경영 감시와 견제라는 본연의 임무를 망각한 채 자신들의 기득권을 지키기 위한 ‘이권 카르텔’의 본거지로 전락했다”며 이사진 전원 사퇴를 촉구했다.

앞서 다수 노조인 KT노조 역시 이사회 운영 방식의 전면 개선과 현 이사진 전원 사퇴를 요구한 바 있다. KT노조는 사외이사 선임 과정에 노조가 참여하는 특별위원회 구성을 요구하며 이사회를 압박하고 있다.

KT노조 측은 “이사회도 평가받는 제도를 도입해 이사회 운영과 절차의 투명성을 높이고 경영공백 없는 대표이사 선임·교체 절차를 만들고 임원인사와 조직 개편에서 대표 권한을 제한하는 이사회 규정을 개정해야 한다”면서 “노조는 이사회 주관의 조직 개편 시, 노란봉투법에 따라 이사회를 상대로 단체교섭을 요구하고 불응 시 단체행동에 돌입할 것”라고 밝혔다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

네이버, 전체 매출 30% ‘커머스’… AI 결합 외형확장 박차

검색 광고 중심 수익구조서 벗어나
검색 트래픽·쇼핑 데이터로 개인화
‘AI 쇼핑 에이전트’ 공개 예정

네이버 실적을 이끌어온 커머스 사업이 전체 매출의 30%를 처음 넘어섰다. 검색 광고 중심이던 수익 구조에서 벗어나 커머스를 축으로 한 사업 체질 개선이 가시화됐다는 평가다. 여기에 생성형 인공지능(AI)을 결합한 ‘쇼핑 에이전트’ 공개가 임박하면서 외형 확장 기대감도 커지고 있다.

9일 업계에 따르면 네이버는 최근 분기 기준 커머스 부문 매출 비중이 30%를 처음 돌파했다. 과거 네이버 매출 대부분을 차지하던 검색 광고 비중은 점진적으로 낮아지고, 쇼핑·브랜드스토어·도착 보장·멤버십 등 커머스 관련 매출이 빠르게 확대되는 흐름이다. 이는 단순 거래액 증가를 넘어 수익 구조 다변화에 성공했다는 의미로 해석된다.

네이버는 스마트스토어 생태계를 기반으로 판매자와 소비자를 동시에 끌어들이는 구조를 구축했다. 방대한 검색 트래픽과 쇼핑 데이터를 결합해 개인화 추천을 고도화했고, 판매자에게는 광고·물류·데이터 분석 도구를 패키지로 제공하며 플랫폼 의존도를 높였다.

특히 도착보장, 빠른정산, 브랜드스토어 확대 등으로 신뢰도를 강화하면서 중소상공인뿐 아니라 대형 브랜드까지 입점을 확대하는 데 성공했다.

최근에는 정보기와 신선식품 영역으로 보폭을 넓히고 있다. 반복 구매가 발생하는 카테고리를 공략해 플랫폼 라인 효과를 강화하려는 전략이다. 이 과정에서 물류 파트너십과 멤버십 혜택을 결합해 재구매율을 높이고, 커머스와 핀테크 간 시너지도 확대하고 있다.

네이버페이 결제 데이터는 다시 추천 알고리즘 고도화로 이어지며 선순환 구조를 만든다.

시장에서는 이를 ‘검색 편중 구조 탈피’로 평가한다. 한 증권사 연구원은 “검색 광고 성장률 둔화 국면에서 커머스가 실적 방어를 넘어 성장 동력으로 자리 잡았다”며 “플랫폼 내 체류 시간이 매출 확대에 이어지는 구조가 보다 견고해졌다”고 분석했다.

관건은 AI 접목이다. 네이버는 생성형 AI 기술을 커머스에 본격 적용해 ‘AI 쇼핑 에이전트’를 공개할 예정이다. 이는 단순 키워드 검색 기반 추천을 넘어, 이용자의 취향과 구매 맥락을 이해하고 대화형으로 상품을 제안하는 서비스다. 예를 들어 ‘설 선물로 5만 원대 건강식품 추천해줘’와 같은 요청에 조건에 맞는 상품을 비교·요약해 제시하는 방식이다.

AI 에이전트는 탐색 시간 단축과 구매 전환율 상승을 동시에 노린다. 특히 방대한 상품군 속에서 선택 피로도가 높아진 소비자에게 맞춤형 큐레이션을 제공해 구매 결정을 돕는다는 점에서 의미

가 크다.

업계 관계자는 “AI 추천 고도화는 광고·커머스·결제를 아우르는 네이버 생태계 전반의 매출 효율을 높일 수 있는 카드”라며 “커머스 매출 비중 확대가 일시적 현상이 아니라 구조적 변화로 이어질 가능성이 높다”고 말했다.

네이버는 AI 기술을 검색, 커머스, 콘텐츠 전반에 통합 적용하는 전략을 추진 중이다. 커머스를 실적의 축으로 세운 상황에서 AI 결합은 단순 기능 개선이 아니라 플랫폼 경쟁력 강화를 위한 핵심 변수로 꼽힌다. 업계에서는 네이버가 커머스를 중심으로 한 ‘AI 플랫폼 기업’으로 진화하는 분기점에서 있다는 분석도 나온다.

네이버 측은 “AI 기술을 활용해 이용자 경험을 혁신하고 판매자와 브랜드의 성장을 지원하는 커머스 생태계를 강화해 나가겠다”고 밝혔다.

/최빛나 기자 vitna@

컬리N마트 당일배송 서비스 확대

네이버가 컬리와 손잡고 ‘컬리N마트’ 당일배송 서비스를 본격 확대하며 장보기 시장 공략에 속도를 낸다.

9일 네이버는 최근 컬리와 협업해 네이버플러스 스토어 내 ‘컬리N마트’ 서비스를 강화하고, 당일배송 및 신선식품 카테고리를 확대하고 있다. 기존 익일 중심 배송 구조에서 당일 수령이 가능한 상품군을 늘리며 체류 시간과 구매 전환율을 동시에 끌어올리겠다는 전략이다.

특히 장보기는 반복 구매율이 높은 카테고리, 플랫폼 라인 효과가 크다는 점에서 의미가 있다. 네이버는 검색·커머스 데이터를 기반으로 개인화 추천을 강화하고, 컬리는 자체 물류 인프라를 활용해 신선도와 배송 속도를 차별화한다는 방침이다. /최빛나 기자

카카오맵 수도권 농수산물시장 실내지도 서비스 추가

설 연휴를 앞두고 제수용품을 준비하는 소비자들의 장보기 동선이 한층 수월해질 전망이다.

카카오는 위치 기반 라이프 플랫폼 ‘카카오맵’에 서울 및 경기 지역 주요 농수산물시장 실내지도 서비스를 추가했다고 9일 밝혔다. 이용자들이 복잡한 내부 공간에서 원하는 점포와 편의시설을 빠르게 찾도록 지원하기 위한 업데이트다.

이번에 실내지도가 적용된 곳은 서울 지역의 경우 ▲가락물 가락시장 소매권역 ▲경동시장 ▲악령시장 ▲동서청과 물시장이며 경기지역에서는 등 수도권 대표 대형 시장 10여 곳이다.

이용자는 카카오맵 모바일 앱에서 해당 시장을 검색하면 층별 상세 정보를 확인할 수 있다. /최빛나 기자

통신3사, 설 연휴 트래픽 폭증 대책 마련

SKT, 대규모 인력 투입해 서비스 안정
KT, 전국 1200여개소 사전 점검 실시
LG U+, 급증 대비 비상운영체제 돌입

통신 3사가 다가오는 설 연휴와 2026 밀라노 코르티나 동계올림픽 기간을 맞아 안정적인 통신 서비스를 제공하기 위한 특별 소통 대책을 마련했다.

9일 통신업계에 따르면 통신 3사는 설 연휴인 18일까지 안정적인 통신 서비스 제공을 위한 대책을 마련했다.

SK텔레콤은 설 명절과 동계올림픽 기간이 겹치는 상황에 대비해 대규모 인력을 투입하고 서비스 안정화에 나선

다. 13일부터 18일까지 6일간 특별 소통 상황실을 운영하며, 자회사와 관계사를 포함해 일 평균 1400명, 연인원 8600여명의 인력을 현장에 배치한다. 전국 기차역, 터미널, 공항 등 인파가 몰리는 1200여 개소의 기지국 용량 점검을 마쳤으며, 데이터 트래픽이 평소 대비 최대 17% 증가할 것으로 보이는 설 당일에도 실시간 모니터링을 통해 통신 환경을 최적화할 계획이다.

아울러 14일부터 18일까지 5일간 영상 통화 서비스를 무료로 제공하고 에이닷, 티맵 등 주요 서비스 상황실도 별도로 운영한다. 동계올림픽 관련 콘텐츠 급증과



사진은 LG유플러스 임직원이 서울역 인근 네트워크 장비를 점검하고 있는 모습./LG유플러스

해의 로밍 이용자 증가에 대비해 유무선 망 관리를 강화하는 한편, 통합보안센터를 통해 해킹 시도나 스미싱 차단 등 보안 침해 사고 대응 체계도 가동한다.

KT는 13일부터 22일까지를 네트워크 집중관리 기간으로 정하고 전국 1200여개소를 대상으로 사전 점검을 실시한

다. 과천 네트워크 관제센터를 중심으로 24시간 종합상황실을 가동하며, 명절 기간 특정 지역의 무선 인터넷 이용량이 급증할 경우 다른 지역의 자원을 활용하는 대응 준비를 마쳤다.

특히 이번 연휴에는 고객 보답 프로그램을 통해 월 100GB 데이터와 OTT 이용권 등을 제공하는 만큼 이에 따른 트래픽 과부하를 중점적으로 관리한다.

LG유플러스 역시 설 연휴를 앞두고 이동통신 통화량과 데이터 트래픽 급증에 대응하는 비상운영체제에 돌입한다. 서울 마곡사옥에 종합상황실을 열고 24시간 집중 모니터링을 실시하며, 고속도로, 휴게소, KTX 역사 등 주요 거점 지역에 있는 5G 및 LTE 기지국의 품질 점검과 최적화 작업을 완료했다./김서현 기자