

올해 키워드는 'AX'... 데이터센터 중심 인프라 투자 단행

(인공지능 전환)

통신3사 주주총회 마무리

SKT 자본준비금 중 1조7000억 이익잉여금 전환해 비과세 배당 전역에 1GW 초거대 AIDC 구축

KT 'AX 플랫폼 컴퍼니'로 진화 2500억 규모 자사주 매입·소각

통신 3사가 2026년 정기 주주총회 시즌을 마무리하며 인공지능 전환(AI)과 주주 가치 제고를 향한 사활을 건 행보를 보였다. 이번 주총은 단순한 연례행사를 넘어 통신 3사가 전통적인 통신 사업자의 틀을 깨고 '글로벌 AI 기업'이자 '인프라 플랫폼 기업'으로 완전히 탈바꿈하겠다고 공식 선언해 통신3사의 움직임에 관심이 집중되고 있다.

31일 업계에 따르면 SK텔레콤·KT·LG유플러스 등 통신 3사는 이번 정기 주주총회에서 일제히 인공지능 전환(AI)을 핵심 전략으로 내세우고, 대규모 주주환원 정책과 함께 데이터센터 중심의 AI 인프라 투자 확대 계획을 구체화했다.

◆SKT, 금융 혁신으로 주주 환원 극대화 AI DC 허브 구축

SK텔레콤은 정재현 최고경영자(CE



통신 3사가 지난해 AIDC(AI Data Center) 사업을 통해 1.9조 원을 벌어들였다.

/ChatGPT로 생성한 이미지

O) 체제를 공식화하며 '글로벌 AI 컴퍼니'로의 도약에 박차를 가했다. 이번 주총에서 가장 과격적이었던 대목은 자본준비금 중 1조7000억 원을 이익잉여금으로 전환하여 마련한 '비과세 배당'의 근거다. 이는 주주들이 배당소득세를 내지 않아도 되는 감액 배당을 실시하기 위한 법적 장치로, 실질적인 배당 상향 효과를 주주들에게 돌려주겠다는 정 CEO의 강력한 의지가 반영된 결과다.

사업적으로는 대한민국 전역에 1GW 이상의 초거대 AI 데이터센터(DC) 인프라를 구축해 아시아 최대 AI DC 허브를 만들겠다는 포부를 재확인했

다. 정 CEO는 최근 40% 선이 무너진 이동통신 시장 점유율에 대해 알뜰폰(MVNO) 증가의 영향을 인정하면서도, 올해는 다시 순증으로 전환하여 연말에는 반등하는 모습을 보일 것이라고 자신했다. 특히 엔트로픽 등 글로벌 AI 기업과의 협력을 통해 단순한 통신망 제공자가 아닌 AI 인프라 사업자로서의 정체성을 강화하겠다는 계획이다.

◆KT, '정통 KT맨' 박윤영 대표의 AX 플랫폼 컴퍼니 비전

KT는 30년 넘게 현장을 누빈 박윤영 신임 대표 체제를 공식 출범시키며 책임 경영의 깃발을 올렸다. 박 대표는 취

임 서신을 통해 KT를 네트워크 본질에 충실하면서도 AI 시대를 선도하는 'AX 플랫폼 컴퍼니'로 진화시키겠다는 비전을 천명했다. 그는 고객 신뢰를 위한 네트워크 안정성과 정보 보안을 최우선 과제로 삼는 한편, B2B와 B2C 전 영역에서 실질적인 AI 혁신 성과를 내겠다는 구체적인 로드맵을 제시했다.

주주 환원을 위해 약 2500억 원 규모의 자사주 매입 및 소각 계획을 발표하는 등 기업 가치 제고를 위한 적극적인 행보를 보였으나, 주총 현장에서는 거버넌스 쇄신에 대한 요구가 그 어느 때보다 높았다.

주주들은 과거 이사회의 책임론과 사외이사 자격 논란에 대해 날 선 비판을 쏟아냈으며, 박 대표는 이를 정면 돌파하기 위해 조직 슬림화와 대대적인 인적 쇄신을 예고했다. 내부 전문가 출신인 만큼 조직의 아픈 부분을 정확히 짚어내고 경영 정상화와 미래 성장이라는 두 마리 토끼를 잡겠다는 전략이다.

◆LG U+, DBO 사업 진출과 '원LG' 시너지를 통한 인프라 혁신

LG유플러스는 흥분식 사장을 중심으로 데이터센터 설계·구축·운영(DBO) 사업을 신성장 동력으로 낙점했다.

특히 이번 주총에서는 정관 변경을

통해 DBO 사업을 목적 사항에 추가하며 고부가가치 중심의 B2B 및 AX 사업 확장을 공식화한 점이 눈에 띈다. 홍 사장은 데이터센터의 견조한 성장을 바탕으로 AI 데이터센터 사업을 가속화하고, 에이전틱 AI 컨택센터(AICC) 등 신사업 성장을 통해 시장 변화에 민첩하게 대응하겠다는 방침을 밝혔다.

LG U+ 고부가가치 B2B·AX 확장 파주 AIDC 거점으로 '원LG' 시너지

특히 축구장 9개 크기에 달하는 파주 AIDC를 거점으로 LG전자와 LG에너지솔루션 등 그룹 계열사의 역량을 결집한 '원LG' 시너지를 강조했다. 차세대 액체냉각 솔루션과 안정적인 전력 인프라 기술을 융합해 최첨단 데이터센터를 구축하겠다는 구상이다.

다만, 가입자 식별 정보(IMSI) 관리 허점에 대한 보안 우려가 제기되면서, 이달 예정된 유심 무상 교체와 신규 시스템 적용을 통해 고객 신뢰를 회복하는 것이 홍 사장 체제의 첫 번째 시험대가 될 것으로 보인다.

/김서현 기자

seoh@metroseoul.co.kr



metro

생성형 AI 이용률 44.5%... 전년비 11.2%p↑

과기부 '지자체 인터넷이용실태조사' 인터넷 이용률 95%... 주 평균 21.6시간 챗GPT 사용 1위... AI 인식 '긍정적'

과학기술정보통신부가 지난달 31일 국내 가구와 개인의 인터넷 이용 환경과 행태, 주요 서비스 활용 현황을 담은 '2025 인터넷이용실태조사' 결과를 발표했다. 이번 조사는 생성형 AI 확산에 따른 이용 목적과 만족도, 유료 구독 여부 등을 새롭게 반영한 것이 특징이다.

조사 결과 전체 가구의 인터넷 접속률은 99.98%, 만 3세 이상 국민의 인터넷 이용률은 95.0%로 나타났다. 인터넷 이용자의 95.2%는 하루 1회 이상 인터넷을 이용하며, 주 평균 이용 시간은 21.6시간으로 집계됐다. 지역별로는 광주가 97.8%로 가장 높고 전남이 91.1%로 가장 낮았다.

서비스 이용 행태를 보면 인터넷 이용자의 98.0%가 인스턴트 메시지를 사용

하고 있으며, 카카오톡이 98.0%로 가장 높은 이용률을 기록했다. 동영상 서비스 이용률은 96.3%로, 주 평균 이용 시간은 7.9시간으로 나타났다.

AI서비스 경험률은 2021년 32.4%에서 2025년 67.0%로 꾸준히 증가했다. 분야별로는 가사 지원 로봇과 IoT 가전 등 주거 편의 분야가 35.9%로 가장 높았고, 교통(25.6%), 커뮤니케이션·학교(20.9%), 교육·학습(19.1%) 순으로 나타났다.

생성형 AI 이용 경험은 44.5%로 전년 대비 11.2%포인트 증가했다. 이용 서비스는 챗GPT(41.8%), 제미니(9.8%), 코파일럿(2.2%), 클로바 X(2.0%) 순이었다. 유료 구독 비율은 7.9%로, 챗지피티 비중이 가장 높았다.

직업별로는 사무직의 생성형 AI 경험률이 71.9%로 가장 높았으며, 유료 구독률은 전문·관리직이 20.6%로 가장 높았다. 지역별 경험률은 세종(53.2%), 대전(53.1%), 서울(52.8%) 순으로 높았고,

유료 구독률은 서울(11.4%), 경기(9.9%), 강원(9.1%) 순으로 나타났다.

생성형 AI 미이용자의 절반 가량은 '관심 또는 필요가 없다'고 응답했다. 청소년과 20대는 필요성 부족을 주요 이유로 꼽은 반면, 고령층에서는 이용 방법에 대한 어려움이 상대적으로 높게 나타났다.

AI에 대한 인식은 전반적으로 긍정적이었다. 응답자의 66.8%는 AI서비스가 사회에 긍정적인 영향을 미친다고 답했으며, 공정성에 대해서는 57%, 결과 신뢰성에 대해서는 54.7%가 긍정적으로 평가했다.

휴대형 정보통신기기 보유율은 전반적으로 상승했다. 스마트폰, 태블릿PC, 노트북, 게임기, 웨어러블 기기 보유율은 증가한 반면, 일반 이동전화 보유율은 감소했다.

이번 조사는 전국 2만2671가구, 만 3세 이상 가구원 5만750명을 대상으로 진행됐다.

/김서현 기자



TGS2025 현장에서 인터뷰하고 있는 도원암귀 PD.

/최빛나 기자

컴투스, 日 애니 IP로 글로벌 시장 공략

도원암귀·가치아쿠타·A랭크 파티 장르 차별화... 플랫폼 확장 병행도

컴투스가 일본 애니메이션 IP 기반 신작 3종을 공개하며 글로벌 시장 공략 전략을 본격화했다. 자체 IP 중심 구조에서 벗어나 검증된 외부 IP를 활용하는 방향으로 포트폴리오를 재편하는 움직임이다.

31일 컴투스가 내놓은 카드는 '도원암귀 크립스 인페르노', '가치아쿠타: 더 게임', 'A랭크 파티' 등 3종이다. 이들 타이틀은 일본 도쿄에서 열린 '애니메 재팬 2026'에 출품되며 현지 이용자와의 접점을 넓혔다. 단순 신작 공개를 넘어 일본 시장을 거점으로 글로벌 확장

하는 전략적 행보로 읽힌다.

라인업 구성에서도 변화가 뚜렷하다. '도원암귀 크립스 인페르노'는 턴제 RPG, '가치아쿠타'는 액션 RPG, 'A랭크 파티'는 스토리 중심 판타지 장르로 각각 차별화했다. 모바일과 PC·콘솔을 아우르는 플랫폼 확장도 병행하며 이용자 접점을 넓히는 구조다.

특히 가장 먼저 출시되는 '도원암귀 크립스 인페르노'는 올해 하반기 출시를 목표로 한다. 원작은 글로벌 OTT와 출판 시장에서 흥행을 입증한 IP로, 초기 팬덤 확보 측면에서 유리한 조건을 갖췄다. 컴투스는 일본 법인을 중심으로 현지화 작업을 진행하며 시장 안착에 공을 들이고 있다.

/최빛나 기자 vitna@

네이버 메일, 6개월 이상 미사용 시 '차단'

방치 계정 악용, 보안위협 차단

네이버는 일정 기간 로그인하지 않은 네이버 메일 계정은 보호 조치에 따라 서비스 이용이 제한된다고 31일 밝혔다.

네이버는 이용자가 6개월 이상 로그인하지 않을 경우 해당 계정을 '휴면 상태'로 전환하고 메일 수·발신 등 주요 기능을 제한하는 정책을 운영하고 있다. 장기 방치된 계정을 악용한 스팸, 해킹 등

보안 위협을 차단하기 위한 조치다.

휴면 계정으로 전환되면 기존 메일 데이터는 일정 기간 보관되지만, 이후 추가 이용이 없을 경우 계정 정보와 메일이 삭제될 수 있다. 특히 업무용이나 인증 수단으로 활용되는 계정의 경우, 장기 미접속 시 중요한 정보 접근이 어려워질 수 있어 주의가 필요하다.

이 같은 정책은 개인정보 보호와 서비스 보안 강화 흐름 속에서 마련됐다. 실

제로장기 미사용 계정은 해킹 시도나 불법 광고 발송 등에 악용될 가능성이 높아 주요 플랫폼들이 유사한 관리 정책을 적용하고 있다.

네이버는 휴면 전환 전 사전 안내를 통해 이용자에게 로그인 유도 알림을 제공하고 있으며, 로그인만으로도 정상 계정으로 복구가 가능하다. 다만 장기 방치될 경우 복구가 제한될 수 있다.

업계에서는 이메일 계정이 각종 서비스 가입과 인증 수단으로 활용되는 만큼 관리 중요성이 커지고 있다는 분석이다.

/최빛나 기자

SKT, vRAN·AI-RAN 기술 담은 백서 발간

(가상화 기지국)

日 이동사 'NTT도코모'와 협력

SK텔레콤은 일본 이동통신사 NTT도코모와 가상화 기지국(vRAN) 진화와 AI-RAN 구현을 위한 기술 요건과 발전 방향을 담은 백서를 공동 발간했다고 31일 밝혔다.

이번 백서는 양사의 네트워크 구축 및 운영 경험을 바탕으로 vRAN과 AI-RAN의 기술 요구사항과 구현 방식, 도입 효과 등을 정리한 것이다. 이동통신사와 장비 제조사 간 협력 강화를 통해 관련 기술 발전을 촉진하는 데 초점을 맞췄다.

/김서현 기자