통신 3사, AI 인프라 승부수 통했다… 데이터센터 매출 '쑥'

코로케이션 수요 확대, 가동률 상승
무선 가입자 해지율, 3사 모두 개선
수익성 개선·투자재원 확보 방안 검토



통신 3사가 올해 3분기 AI 데이터센터(AIDC) 가동률을 끌어올리며 실수요 확보에 성과를 냈다. /따능AI로 만든 이미지

통신 3사가 올해 3분기 AI 데이터센터(AIDC) 가동률을 끌어올리며 실수요 확보에 성과를 냈다. 본업인 유·무선 서비스도 개선되며 안정적인 흐름을 이어가는 모습이다.

◆AI 데이터센터 매출 성장…가동률 상승 영향

KT·SK텔레콤·LG유플러스가 지난해부터 AI 인프라 구축을 위해 AIDC에 대한 투자를 확대하면서 시장의 관심은 실제 수요 확보와 매출 창출 시점에 쏠렸다. 올해 3분기에는 코로케이션 수요가 늘고 데이터센터 가동률도 상승하면서 대규모 공급이 실질적인 매출로 이어지는 단계에 접어든 것으로 분석된다.

10일 통신업계에 따르면 KT·SK텔레콤·LG유플러스 등 통신 3사 모두 AI 데이터센터 매출이 지난해 같은 기간보다 증가했다. KT클라우드(2682억원)와 SK텔레콤(1261억원)은 각각 7.7%, 6.2% 성장했다.

특히 LG유플러스(1317억원)가 27.7% 급증하며 성장폭이 가장 컸다. LG유플러스의 경우 내년 6월 준공을 앞둔 파주 AIDC의 4개동 모두 고객 계약이 완료됐다고 3분기 컨퍼런스콜을 통해 설명했다. 지난 5월 글로벌 대형 고객사와 전산 1동 계약을 마친 것에서 수요가 확대된 것이다.

통신 3사는 AI 데이터센터 사업 확대에 맞춰 해저케이블 증설에도 나섰다. KT는 2031년까지 해저케이블 용량 90Tbps 이상을 추가 확보하고, 현재 임차 중인 물량은 연내 판매를 마무리할 예정이다. SK텔레콤은 2032년 이후 해저케이블 3개를 추가 구축한다. 특히 SK호라이즌 사업 분할 절차가 마무리되면 해저케이블 사업은 더욱 탄력이 붙을 전망이다.

◆무선 가입자 해지율 개선…통신 본업 안정화

통신 본업은 대체적으로 안정된 모습을 보였다. 무선 가입자 해지율은 3사 모두 지난해 같은 기간보다 최대 0.3% 개선됐다. 해지율은 SK텔레콤(0.9%), KT(1.0%), LG유플러스(1.10%) 순으로 낮다.

무선 매출에서는 수치상 흐름이 엇갈렸다. SK텔레콤의 3분기 이동통신 매출(2조5697억원)은 21.6% 상승한 반면, LG유플러스(1조6867억원)은 0.9% 소폭 감소했다.

KT는 위약금 면제 기간 영향으로 가입자가 이탈하며 4.0% 감소한 1조7380억원으로 나타났다. 다만 가입자당평균매출(ARPU)는 3만4394원으로 고객 프로그램이 끝난 7월 이후 지속 개선 중이다.

유선 매출은 기가 인터넷을 중심으로 가입자 수와 함께 동반 상승했다. SK텔레콤은 7.4% 증가했으며, LG유플러스와 KT도 각각 5.4%, 0.1% 늘었다. 가입자 수도 최대 3%대 성장률을 보였다.

◆영업이익률 개선세…향후 투자금 조달 채비

통신 3사의 3분기 연결 기준 영업이익률은 대체로 견조한 흐름을 보였다. SK텔레콤은 12.3%로 전년 동기 대비 약 11.1%p 상승했다. LG유플러스도 7.5%로 약 3.4%p 올랐다.

SK텔레콤 매출은 4조4973억원, 영업이익은 5523억원으로 각각 13.1%, 1040.3% 증가했다. LG유플러스 매출은 0.7% 감소한 3조9813억원, 영업이익은 84.1% 증가한 2976억원이다. 지난해 SK텔레콤의 고객감사 패키지와 LG유플러스의 희망퇴직 등 일회성 비용에 따른 기저효과가 양사의 영업이익 증가에 영향을 미쳤다.

반면 KT는 지난해 발생한 일회성 분양이익의 기저효과로 영업이익률이 7.2%를 기록했다. 전년 동기 대비 약 0.3%p 하락한 수치다. 3분기 연결 기준 매출은 6조9975억원, 영업이익은 5053억원으로 각각 1.8%, 6.1% 감소했다.

통신 3사는 대규모 AI 인프라 투자를 뒷받침할 재원 확보에 나서고 있다. SK텔레콤은 현재 보유 중인 앤트로픽 지분 매각을 검토하고 있다. LG유플러스는 지난 2분기 상각전영업이익(EBITDA) 범위 내에서 투자를 집행하겠다고 밝혔으나, 외부 조달 가능성은 열어둔 것으로 보인다. KT도 외부 투자 유치 등을 통해 AI 인프라 투자를 확대할 예정이다. /조민선 기자

msjo@metroseoul.co.kr

LGU+, 자동차 사이버보안 'ML3' 인증 획득

지난해 ML2 수준서 등급 상향
소프트웨어 실행까지 범위 확대



9일 서울 용산사옥에서 열린 인증 수여식에서 (왼쪽부터) 박성율 LG유플러스 엔터프라이즈사업혁신그룹장(전무)과 홍관희 LG유플러스 정보보안센터장(CISO/CPO·전무), TUV 라인란드 코리아 프랭크 주트너 대표가 기념 촬영을 하고 있다. /LG유플러스

LG유플러스가 완성차에 탑재하는 인포테인먼트 서비스의 보안을 강화한다. 지난해 획득한 글로벌 보안 인증 등급을 상향하면서다.

LG유플러스는 국제표준 기반의 자동차 사이버보안 관리체계(CSMS) 레벨 3단계(ML3) 인증을 획득했다고 10일 밝혔다.

이는 자동차 사이버보안 국제표준 'ISO/SAE 21434'를 기반으로, 글로벌 시험인증기관 TUV 라인란드가 부여하는 인증이다. 평가는 차량 소프트웨어 개발·운영 과정의 사이버보안 관리체계가 국제표준을 충족하는지 확인한다. 인증 유효기간은 3년이다.

최근 자동차 산업이 소프트웨어 중심 자동차(SDV)와 커넥티드카 중심으로 전환되면서 차량 소프트웨어의 사이버보안 역량도 중요해졌다. 글로벌 완성차 업체들이 차량 개발부터 운영까지 전 과정에 걸쳐 보안 기준을 강화하면서, 소프트웨어 공급사에도 국제표준에 부합하는 체계적인 보안 관리 역량이 요구된다.

ISO/SAE 21434는 자동차의 기획·개발부터 운영·유지보수까지 차량 생애주기 전반에서 발생할 수 있는 사이버보안 위험을 체계적으로 관리하기 위한 국제표준이다.

LG유플러스는 지난해 국제 표준 기반의 사이버보안 관리체계를 구축해 ML2 수준을 확보했다. 이후 차량 인포테인먼트(IVI) 소프트웨어 개발 과정의 보안 체계를 고도화하고, 이를 글로벌 완성차 업체의 IVI 서비스 개발프로젝트에 실제 적용해 ML3 인증을 추가 획득했다.

ML3는 보안 관리체계를 구축하고, 이를 실제 차량 소프트웨어 프로젝트에 일관되게 적용하고 있는지 평가한다. LG유플러스는 이번 인증을 통해 보안 체계를 갖추는 데 그치지 않고 실제 차량 소프트웨어 개발·운영 현장에서 실행할 수 있는 역량까지 인정받았다. /조민선 기자

아이온2, 출시 1주년 대규모 업데이트

엔씨의 다중접속역할수행게임(MMORPG) '아이온2'가 출시 1주년을 맞아 신규 지역과 던전, 생활 콘텐츠를 추가하는 대규모 업데이트를 진행한다. 이용자 의견을 반영해 전투 시스템과 성장 구조를 개편하고 신규·복귀 이용자를 위한 지원도 확대한다.

엔씨는 지난 8일 서울 서초구 양재 aT센터 제2전시장에서 '아이온2' 출시 1주년 기념 행사 'AION2 1st ANNIVERSARY'를 개최했다고 10일 밝혔다. 행사에는 1만명 이상의 이용자가 방문했으며, 개발진은 향후 업데이트 계획과 주요 개선 사항을 공개했다.

엔씨는 오는 11일 챕터1의 두 번째 이야기인 'Chapter 1. 빛과 장막의 경계'를 업데이트한다. 지난 7월 공개한 '엘테넨'과 '모르헤임'의 2부 지역을 확장하고 종족별 주둔지 6곳, 봉인던전 20곳, 메인 퀘스트 20종, 지역 퀘스트 14종을 추가한다.

캐릭터 성장 범위도 확대된다. 최고 레벨은 기존 50에서 55로 상향되며 장비의 최고 돌파 단계도 늘어난다.

신규 던전 콘텐츠는 난이도에 따라 전반부와 후반부로 나눠 순차적으로 선보인다. 이용자는 11일부터 개편된 원정 콘텐츠 '광신의 우루구구 협곡', '공허의 아르카니스'와 신규 초월 콘텐츠 '에라쿠스 유적', '서리바람 협곡'을 즐길 수 있다. 내년 1월에는 10인 성역 '승천의 요새 에레크'도 추가된다.

이용자의 플레이 부담을 줄이기 위한 개선도 이뤄진다. 일부 원정과 초월 던전을 통합하고 '가라앉은 생명의 신전'에는 1인 모드를 지원한다. 원정과 초월, 성역에는 포인트를 활용한 확정 보상 시스템을 도입해 반복 플레이에 따른 보상 획득의 예측 가능성을 높인다.

엔씨는 이번 업데이트를 통해 신규 콘텐츠 확장과 기존 시스템 개선을 병행하며 이용자들의 장기적인 플레이 환경을 강화한다는 방침이다. 업데이트와 이벤트에 관한 자세한 내용은 아이온2 공식 홈페이지에서 확인할 수 있다. /최빛나 기자 vitna@

따능스쿨, 강원대서 AI 진로·마케팅 특강

AI로 진로 설계부터 홍보까지



지난 3일 강원대학교 삼척캠퍼스 휴먼스포츠학과 학생들이 따능AI로 진로 브랜딩 결과물을 만들고 있다. /이음 강사 제공

인공지능(AI) 아트 교육기업 따능스쿨은 따능스쿨 소속 이음 강사가 지난 3일 강원대학교 삼척캠퍼스 휴먼스포츠학과 학생들을 대상으로 '따능AI를 활용한 진로 브랜딩 및 마케팅' 특강을 했다고 10일 밝혔다.

특강은 3시간 동안 진행되었으며 학과생 21명이 참석했다. 학과 측은 AI를 다뤄 본 경험이 적은 학생이 많은 점을 고려해, 진로와 마케팅을 주제로 한 교육을 요청했다.

특강에서 학생들은 따능AI의 이미지·영상·음악 생성 기능을 체험했다. 이어 가상의 진로 시나리오를 바탕으로 페르소나와 브랜드 콘셉트를 설정하고, 브랜드 이름·로고·캐릭터·런칭 포스터·홍보 영상을 차례로 만들었다. 대화형 AI의 '스킬' 기능과 모델 컨텍스트 프로토콜(MCP) 활용법을 배우며 마무리했다.

특강에 대한 만족도 조사 결과에 따르면 응답자 16명 가운데 14명이 전체 만족도 5점 만점에 4점 이상을 매겼다. 'AI 활용 자신감'에 4점 이상을 준 학생도 강의 전 4명에서 강의 후 12명으로 늘었다. 가장 좋은 점을 묻는 복수 선택 문항에서는 12명이 '따능AI를 직접 써 본 것'을 선택했다. 따능AI는 따능스쿨이 자체 개발한 생성형 AI 플랫폼이다.

이음 강사는 AI 영화 감독으로, 감독한 AI 영화 두 편이 '2026 칸 AI 영화제'를 비롯해 국내외 영화제 37곳에 공식 선정되거나 수상했다. 연암대학교와 상명대학교, 한국기술교육대학교 능력개발교육원 등에서 수업을 진행했으며, 내달에는 서강대학교 미래교육원에서 이지 강사와 함께 'AI 홍보콘텐츠 포트폴리오 만들기' 과정을 연다. /김보민 기자 kbm@

넷마블, 日 코믹마켓서 '펄인블루' 알린다

러브코미디 RPG로 일본 공략

넷마블이 일본 시장을 겨냥한 서브컬처 신작 '펄인블루'를 일본 최대 서브컬처 행사에서 선보인다.

넷마블은 다음 달 29~31일 일본 도쿄국제전시장(빅사이트)에서 열리는 '제109회 코믹마켓'에 모바일 신작 펄인블루를 출품한다고 10일 밝혔다.

펄인블루는 한 편의 러브코미디 애니메이션 속 주인공이 된 듯한 달콤한 연애 체험과 역할수행게임(RPG)의 재미를 하나로 묶은 서브컬처 수집형 RPG다.

지난 '도쿄게임쇼 2026' 현장에서 베일을 벗으며 현지 관람객들의 시선을 끌어모았다. 매달 새로운 여주인공과 다채로운 이야기가 펼쳐지는 '월간 러브코미디'를 핵심 콘셉트로 내세웠다.

넷마블은 코믹마켓에서 펄인블루 단독 부스를 운영하고, 기사 집단 '다크나이트' 소속 캐릭터 4명을 비롯한 주요 캐릭터와 무기 연출, 세계관 등을 소개할 계획이다. 현장 굿즈와 부스 구성 등 상세 정보는 12월부터 펄인블루 일본 공식 X(옛 트위터)에 차례로 공개한다.

펄인블루는 자회사 넷마블엔투가 개발하고 있으며, 2027년 일본 선출시를 목표로 하고 있다. /조민선 기자