



(주)컴투스
2018년 3분기 경영실적
2018. 11. 07

com2US



Disclaimer

본 자료는 2018년 3분기 실적에 대한 외부감사인의 회계검토가 완료되지 않은 상태에서 당사 내부의 가결산 자료를 기초하여 작성이 되어 향후 회계감사 과정에서 변경될 수 있습니다.

본 자료는 객관적 기준 등을 참고하여 작성하였으나 일부는 예상, 전망 또는 주관적 판단에 의한 표현이 포함되었을 수 있고, 향후 환경의 변화, 상이한 데이터 집계 기준 등에 의하여 본 자료와 일치하지 않은 다른 숫자와 해석이 도출될 수도 있음을 양지하시기 바랍니다.

따라서 본 자료에만 의존한 투자결정을 내리지 말아야 하며, 투자 책임은 전적으로 투자자 본인에게 있음을 알려 드립니다. 아울러 본 자료에 변경 내용이 발생하였을 경우 이를 의무적으로 Update해서 추가적으로 제공해야 할 의무가 있지 않음을 알려 드립니다.



목 차

1. 재무분석

- 1-1. 글로벌 실적
- 1-2. 매출 분석
- 1-3. 비용 분석

2. 사업 전략

- 2-1. 글로벌 성공이 기대되는 스카이랜더스
- 2-2. 서머너즈워 라이프사이클 강화
- 2-3. 글로벌 1위 야구 라인업
- 2-4. 신작 라인업
- 2-5. 2019년, & BEYOND



01-1 글로벌 실적

[매출] 3분기 매출 1,198억원 (YoY 4.7% ↓, QoQ 3.4% ↓)

- 매출액 : 서머너즈워 매출이 견고한 가운데, 일부 게임의 영향으로 QoQ 매출 감소

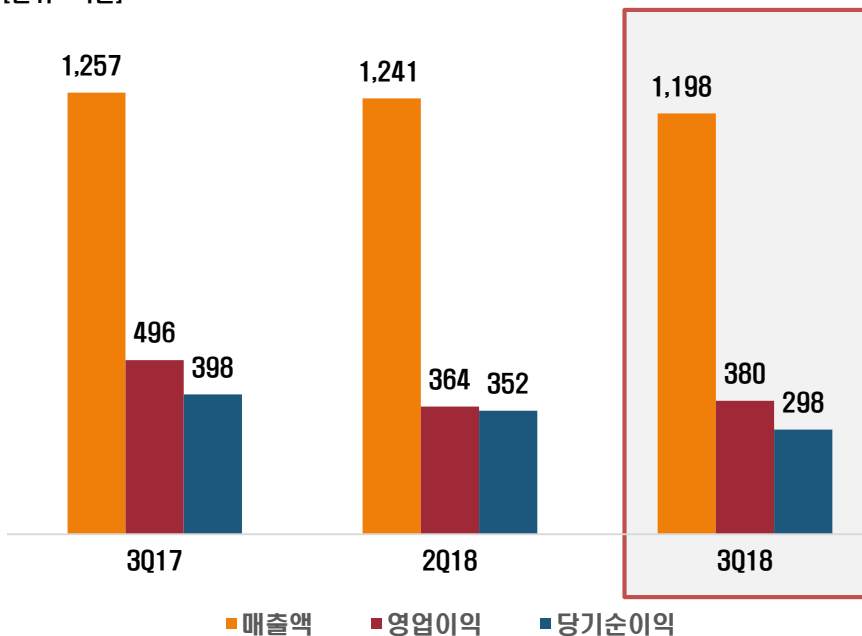
[이익] 3분기 영업이익 380억원 (YoY 23.3% ↓, QoQ 4.4% ↑) / 3분기 순이익 298억원 (YoY 25.3% ↓, QoQ 15.4% ↓)

- 영업이익 : 마케팅 비용과 일회성 인건비 감소 등으로 QoQ 증가

- 순이익 : 분기말 원화 절상에 따른 외화환산이익 축소로 순이익 감소

손익

[단위 : 억원]



구분	3Q17	2Q18	3Q18	YoY	QoQ
매출액	1,257	1,241	1,198	-4.7%	-3.4%
영업이익	496	364	380	-23.3%	4.4%
당기순이익	398	352	298	-25.3%	-15.4%
영업이익률	39.4%	29.4%	31.7%		
순이익률	31.7%	28.4%	24.8%		



01-2 매출 분석

[글로벌 매출] 3분기 해외 994억원 (YoY 9.7% ↓, QoQ 3.5% ↓), 국내 204억원 (YoY 30.2% ↑, QoQ 3.3% ↓)

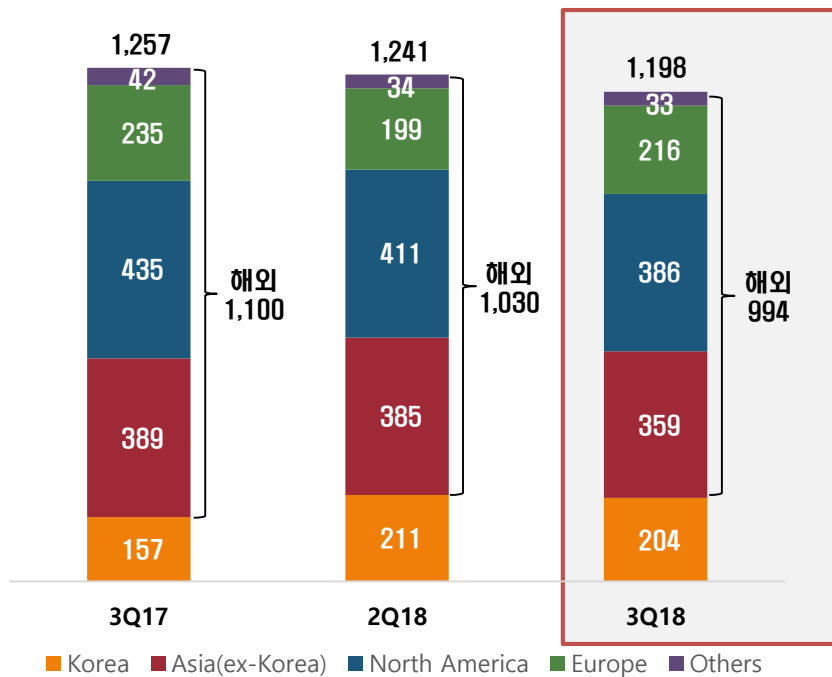
- 국내외 매출 : SWC2018 등의 영향으로 서머너즈워 글로벌 매출 견조

[지역별 비중] 북미, 유럽 등 Western 지역 매출비중 50%대 유지

- 유럽 매출이 호조를 보인 가운데, 북미 매출 비중 30% 대 유지

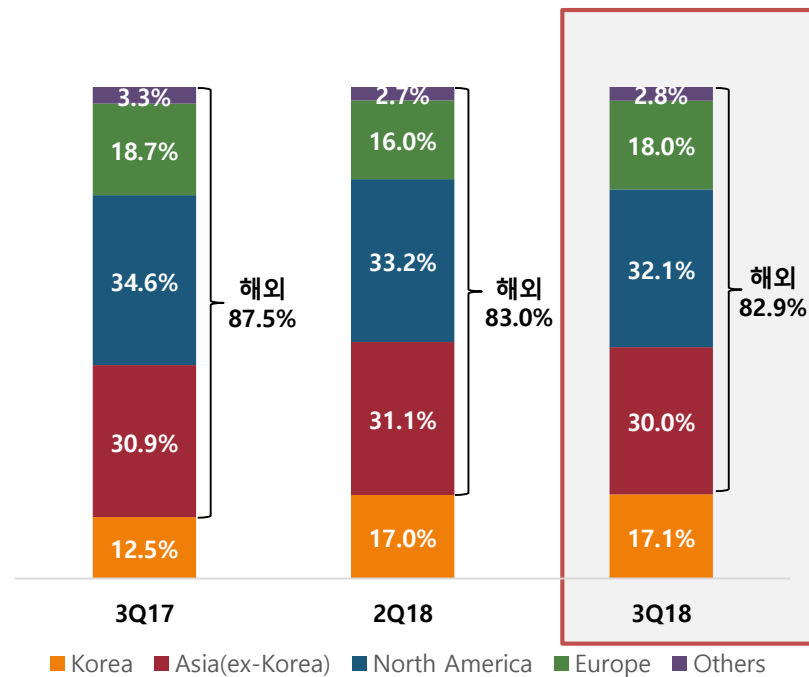
지역별 매출 추이

[단위: 억원]



지역별 매출 비중

[단위: %]





01-3 비용 분석

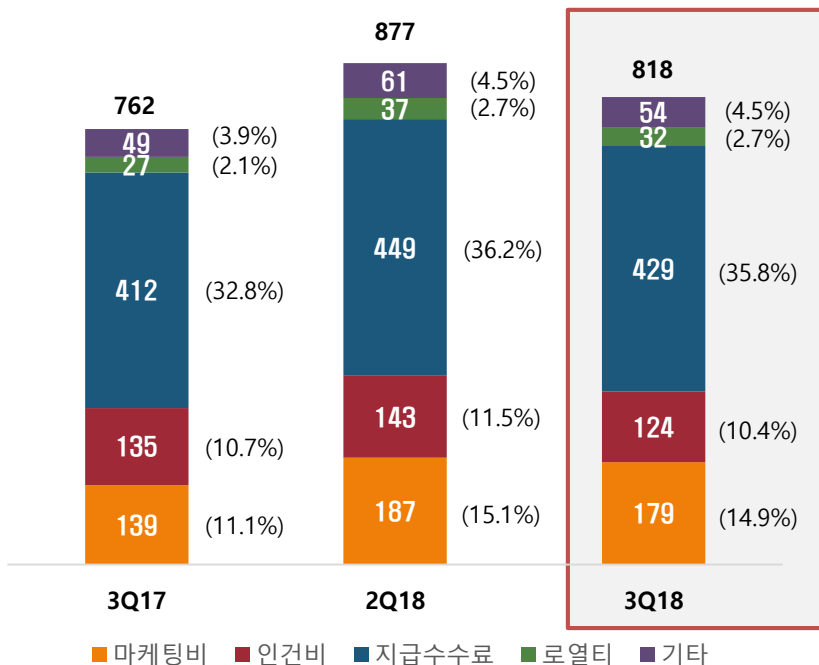
[마케팅비] SWC2018 등 마케팅 비용의 효율적 집행을 통해 QoQ 감소

[인건비] 일회성 인건비 감소 등에 따라 YoY 및 QoQ 감소

[지급수수료] 매출 감소에 따른 지급수수료 QoQ 감소

비용

[단위 : 억원, (매출액 대비 %)]



구분	3Q17	2Q18	3Q18	YoY	QoQ
마케팅비	140	187	179	28.1%	-4.3%
인건비	135	143	124	-8.3%	-13.1%
지급수수료	412	449	429	4.3%	-4.4%
로열티	27	37	32	20.0%	-12.9%
기타	49	61	54	9.9%	-12.5%
총 영업비용	762	877	818	7.4%	-6.7%



02-1 사업 전략 글로벌 성공이 기대되는 스카이랜더스

■ 글로벌 IP 파워 스카이랜더스:링오브히어로즈 12월 중순 캐나다/호주 출시

글로벌 출시 전략

■ 글로벌 원빌드 + 전략적 순차 출시

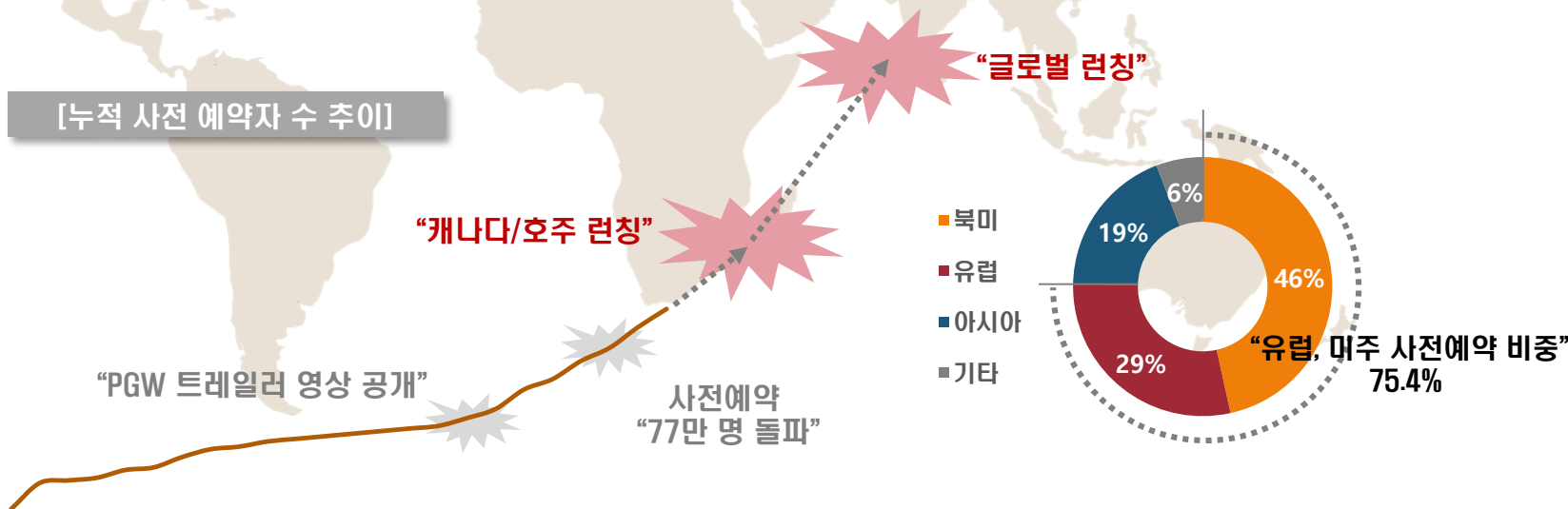
- 글로벌 유저 대상 최적화된 게임 제공 + 빠른 지역 확산
- 선택과 집중을 통한 지역별 성공 가능성 극대화

글로벌 사전예약

■ 출시일까지 사전예약 마케팅 활동 점진적 확대

- 사전예약 기간 중 UA, 인플루언서 등을 통한 모객 증대
- 파리 게임 위크(PGW) 참가 통한 사전 인기 몰이

[누적 사전 예약자 수 추이]



*당사 사전예약 페이지 내 데이터 기준이며, 구글 사전예약과 차이가 있을 수 있음

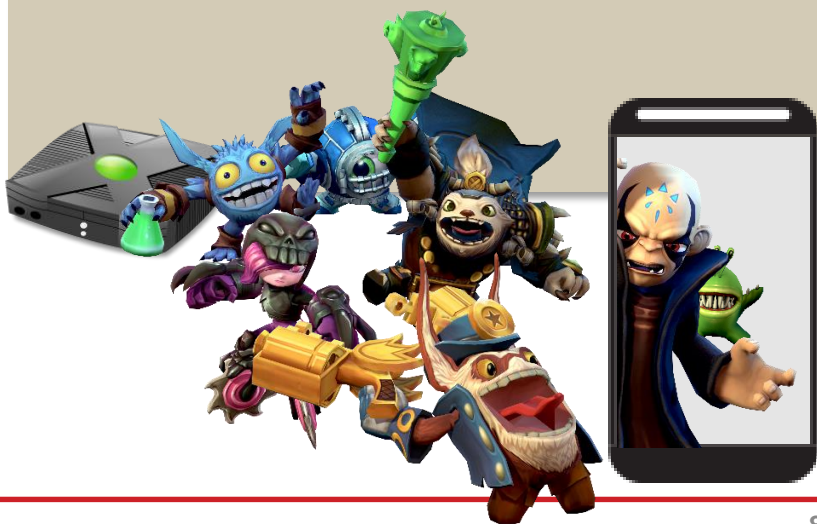


02-1 사업 전략 글로벌 성공이 기대되는 스카이랜더스

■ 지역별 특색에 맞는 마케팅 전략과 차별화된 게임성으로 글로벌 시장 공략

지역별 차별화된 마케팅 전략

- 스카이랜더스 IP 인지도가 높은 지역
 - 스카이랜더스 인지도를 활용한 브랜드 마케팅 진행
 - 다양한 마케팅 플랫폼을 활용해 유저 점점 최대로 확대
- 게임 고유특징 강조 지역
 - 게임의 특징, 전략성, 캐릭터 등을 적극 어필
 - 수집형 RPG에 친숙한 고과금 유저 타겟 마케팅 진행



높은 리텐션이 예상 되는 게임성

- 스카이랜더스만의 게임성
 - 고유의 팬덤을 보유한 다양한 몬스터
 - 통합 마나 시스템을 통한 전략적 재미 요소 확보
 - 10개 속성으로 무궁무진한 조합의 수
 - 룬 시스템에 따른 자신만의 캐릭터 능력치 제작





02-2 사업 전략 서머너즈워 라이프사이클 강화

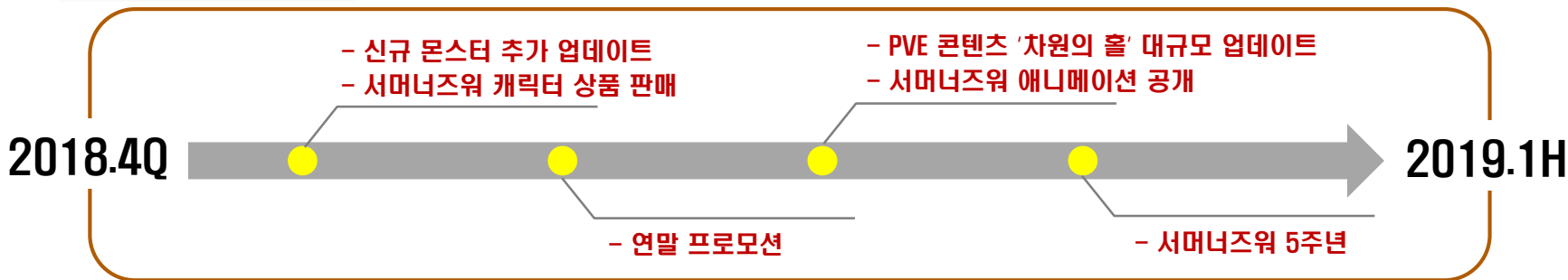
■ 지속적인 업데이트와 e스포츠를 통한 서머너즈워 PLC 강화 추진



3분기 주요 이벤트

- 길드 콘텐츠 '타르타로스의 미궁' 신규 추가
 - 추가 길드 콘텐츠로 게임 내 길드 활동 활성화
- 신규 몬스터 2종 추가
 - 태생 5성 드루이드, 태생 4성 드라이어드 추가
- 서머너즈워 월드아레나 챔피언십 [SWC2018] 진행
 - 게임 내 활동성 증대: 신규 및 복귀 유저 ↑
 - PCW2018 한정 패키지 판매를 통한 매출 증대 효과

향후 추진 계획





02-2 사업 전략 서머너즈워 라이프사이클 강화

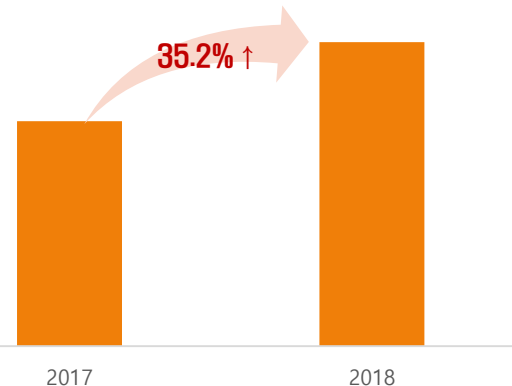
■ 'SWC 2018'(7월 ~ 10월) 글로벌 대표 e스포츠 행사로 자리매김



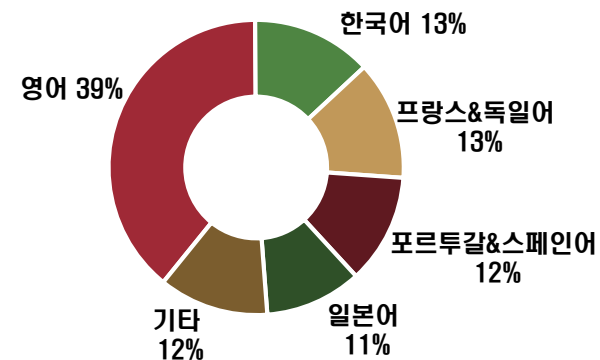
■ SWC2018 결승전 주요 내용

- 유튜브, 트위치 실시간 뷰어 수 전년대비 35.2% 증가
- 누적 view 약 110만/최대 동접 13만명/현장 관람 1,300+
- : 보는 재미 및 몬스터 활용 신규 전략으로 뷰어 수 증가
- : "e스포츠 확대 → 서머너즈워 PLC 및 유저 증대" 선순환 구조 구축

[SWC2018 결승전 뷰어 수]



[주요 언어별 뷰어 비중]



· 상기 데이터는 유튜브, 트위치를 합산한 수치



02-3 사업 전략 글로벌 리딩 야구 라인업

■ 매년 KBO, MLB 모두 최고 매출 기록을 갱신하는 성장세 지속 (10월, 역대 월간 최고 매출 기록)



■ 3분기 주요 진행상황

- 특훈강화, 랭킹대전 개편, 카드창고 등 신규 콘텐츠 추가
- 은퇴선수 라이선스 추가 확보 계속
- 포스트 시즌 프로모션 및 패키지 판매로 매출 증대

■ 향후 추진 방향

- 클럽 시스템 강화
: 클럽대전, 클럽업적, 클럽 상점 등 신규오픈
- 2018 시즌 시그니처 선수 등 특수 선수 카드 추가



■ 3분기 주요 진행상황

- '컴프야포인트' TV-게임 간 연계 콘텐츠 추가
- 팀시너지 시스템, 신규 스킬, 올스타카드 등 게임성 개선
- 포스트시즌 프로모션 및 패키지 판매로 매출 증대

■ 향후 추진 방향

- 2018년 선수 스렛 업데이트
: 2018년 국가대표, 골든글러브 등 선수 카드 추가
- '컴프야 포인트' 활용한 판타지 리그 등 콘텐츠 추가 계획



02-4 사업 전략 신개념 샌드박스 캐주얼



댄스빌 모든 연령층이 즐길 수 있는 새로운 장르의 샌드박스 캐주얼 플랫폼

Genre | Sandbox Casual

Features

- 유저 간 소통과 자신의 작품을 자랑할 수 있는 '공원' 콘텐츠 제공
- 엔터테인먼트 기업과 셀럽 및 음원을 활용한 IP 콜라보 예정
- 자신만의 움직이는 이모티콘 제작이 가능한 신개념 제작 TOOL로 활용 가능



맛집이 폭발한다!!!



댄스빌



남남.

댄스빌



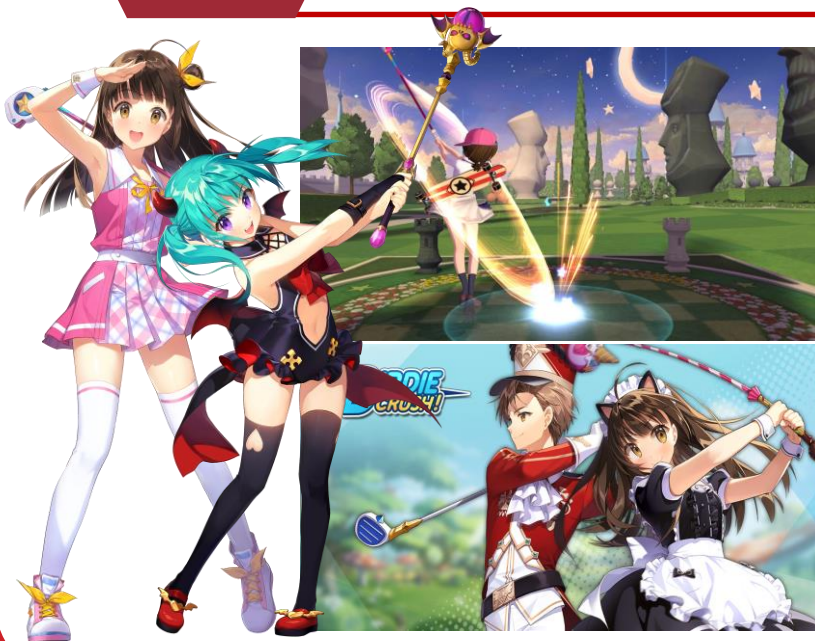
02-4 사업 전략 캐주얼 실시간 대전 골프

버디크러시 라이트한 게임 진행과 퀄리티 있는 그래픽으로 CBT 유저 호평

Genre | Casual Golf

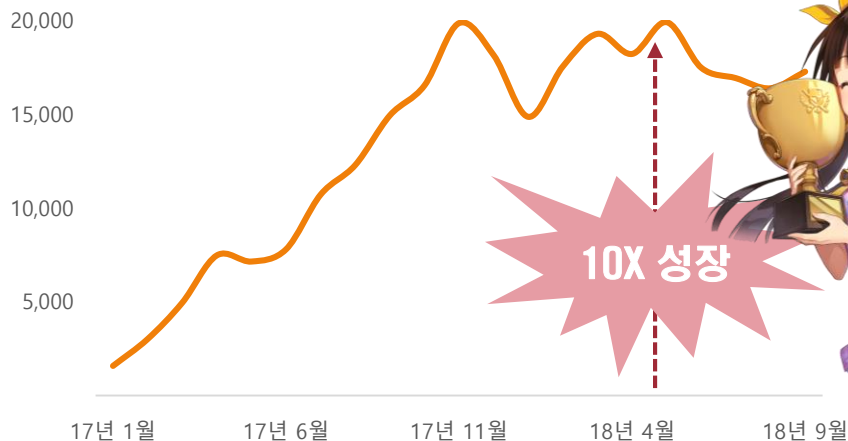
Features

- 캐주얼 실시간 대전 골프게임 버디크러시 9월 CBT 성공적으로 진행
- 매력적인 캐릭터와 장비 성장 시스템으로 게임 몰입감 극대화
→ 글로벌 CBT 결과 미국, 일본 등 선진시장에서 최고 수준 리텐션 데이터 확보



모바일 골프게임 시장

[단위 천 달러]



* 상기 데이터는 모바일 골프 게임 4종 매출 합산



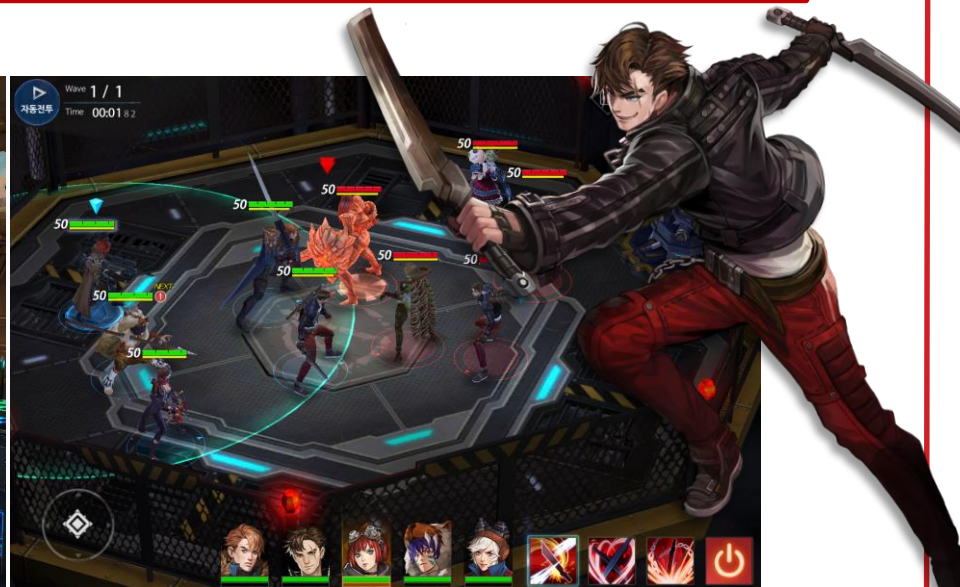
02-4 **사업 전략** 2019년 대작 RPG

히어로즈워 2 어두운 세기말 이미지 그래픽과 매력적 캐릭터가 돋보이는 RPG

Genre | RPG

Features

- 다수 용병단에 가입으로 다양한 유저간 연계 플레이 가능
- 동시에 진행되는 공격과 이동 등 세밀한 영웅 컨트롤로 게임 전략성 증대





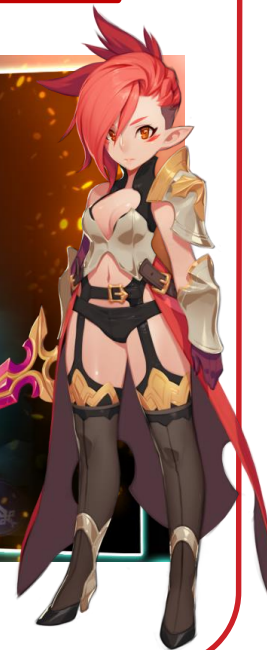
02-4 사업 전략 MMO로 만나는 서머너즈워

서머너즈 워 MMORPG 9천만 다운로드 IP 서머너즈워의 신개념 MMORPG

Genre | MMORPG

Features

- 기존 MMORPG와 차별화 되는 소환사 - 소환수 연계 전투 플레이로 전략적 요소 강조
- 전투에서 소환수 활용 등 오리지널 IP의 게임성 승계
- 서머너즈워 IP 인지도가 높은 웨스턴 지역에서 블루오션 창출 예상

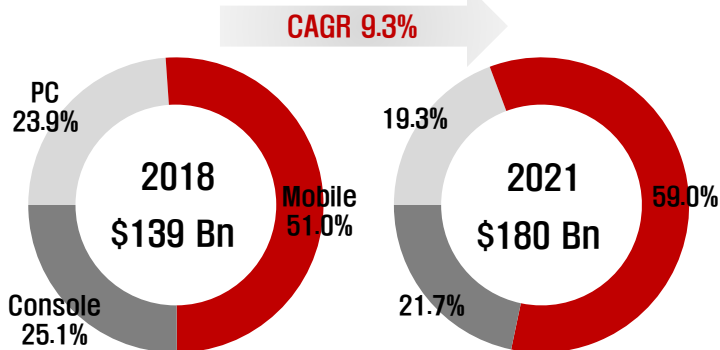




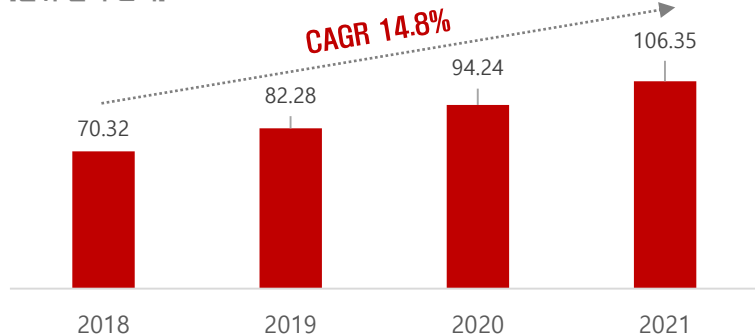
02-5 사업 전략 2019년, & BEYOND

■ 미래 성장 전략과 다양한 게임 포트폴리오로 글로벌 모바일 게임 리더십 강화

모바일 게임시장 전망



[단위 십억 달러]



[Source: 게임빌&컴투스]

미래 포트폴리오

[다양한 장르의 게임과 대규모 프로젝트]

댄스빌 버디크러시 히어로즈워 2
스카이랜더스 서머너즈워 MMO & More

성장전략

- 연 단위의 대형 프로젝트 개발 및 출시
- 기존 게임의 글로벌 성과 극대화
- 글로벌 M&A와 Collaboration

“Successful Global Content Company”