



(주)컴투스
2019년 2분기 경영실적
2019. 08. 09

com2US



Disclaimer

본 자료는 2019년 2분기 실적에 대한 외부감사인의 회계 검토가 완료되지 않은 상태에서 당사 내부의 가결산 자료를 기초하여 작성이 되어 향후 회계검토 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. 서머너즈워

2-2. 스포츠 라인업

2-3. 다변화된 사업 Portfolio

2-4. Line-up



01-1 글로벌 실적

[매출] 2분기 매출 1,242억원 (YoY 0.1% ↑, QoQ 15.3% ↑)

- 서머너즈워 5주년 프로모션 효과 및 야구라인업 성장세 영향으로 전년동기 및 전분기 대비 증가

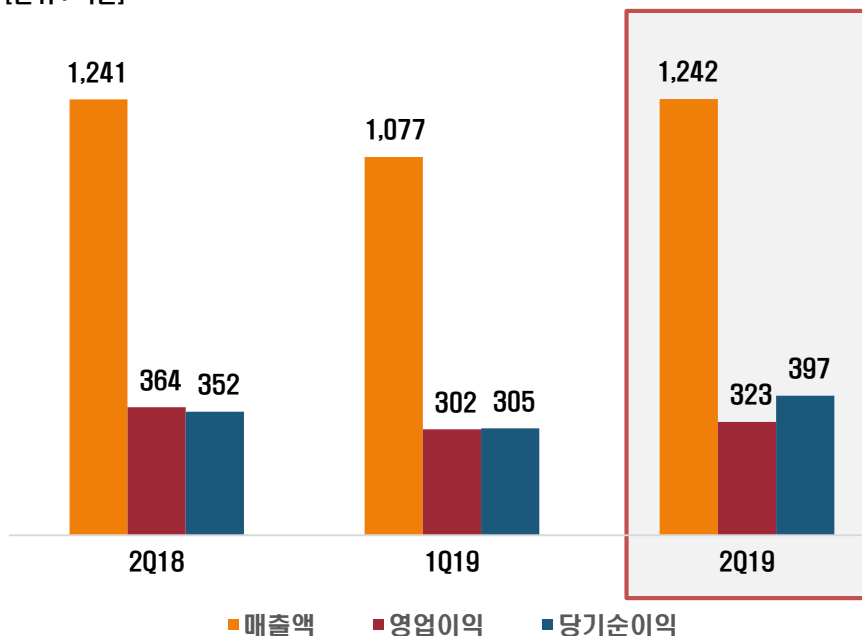
[이익] 2분기 영업이익 323억원 (YoY 11.3% ↓, QoQ 7.1% ↑) / 순이익 397억원 (YoY 12.8% ↑, QoQ 30.3% ↑)

- 영업이익 : 서머너즈워 마케팅 강화 및 자회사 포함 인건비 상승에도 매출성장 호조 영향으로 전분기 대비 7.1% 증가

- 순이익 : 영업이익 증가 및 법인세 환급 등으로 전분기 대비 30.3% 상승

손익

[단위 : 억원]



구분	2Q18	1Q19	2Q19	YoY	QoQ
매출액	1,241	1,077	1,242	0.1%	15.3%
영업이익	364	302	323	-11.3%	7.1%
당기순이익	352	305	397	12.8%	30.3%
영업이익률	29.4%	28.0%	26.0%	-	-
순이익률	28.4%	28.3%	32.0%	-	-



01-2 매출 분석

[글로벌 매출] 2분기 해외 1,003억원 (YoY 2.6% ↓, QoQ 14.7% ↑), 국내 239억원 (YoY 12.9% ↑, QoQ 17.9% ↑)

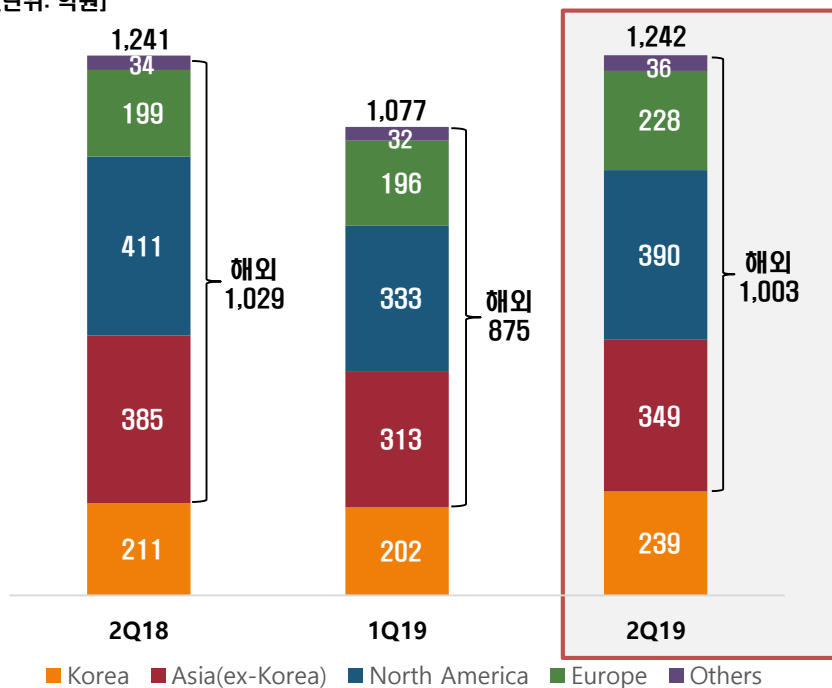
- 해외매출 1,000억원대 탈환 및 야구게임 국내매출 지속 성장

[지역별 비중] 해외시장 비중은 80% 이상을 유지하며 해외 시장 경쟁력 지속 강화

- 서머너즈워 5주년 프로모션 효과로 Western 매출액 전분기대비 16.8% 상승

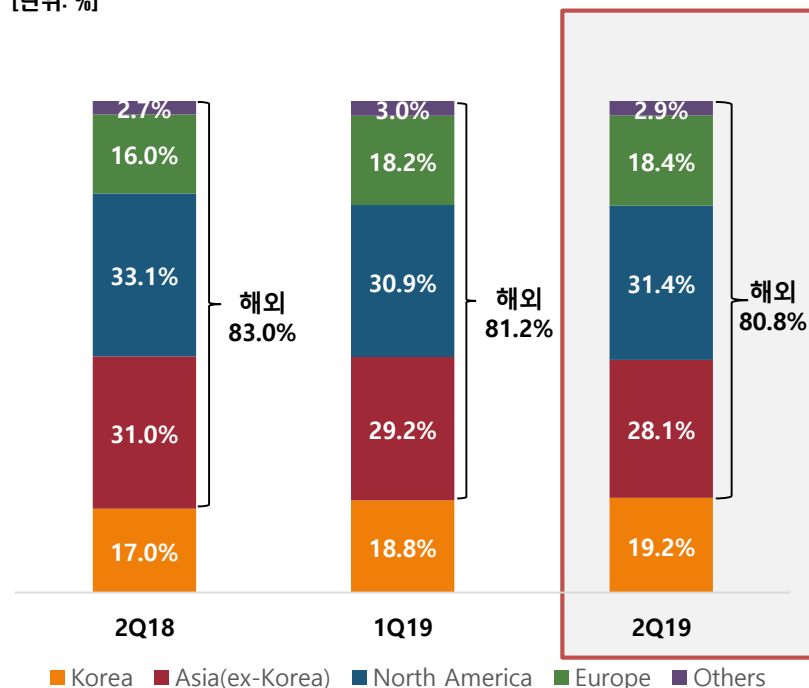
지역별 매출 추이

[단위: 억원]



지역별 매출 비중

[단위: %]



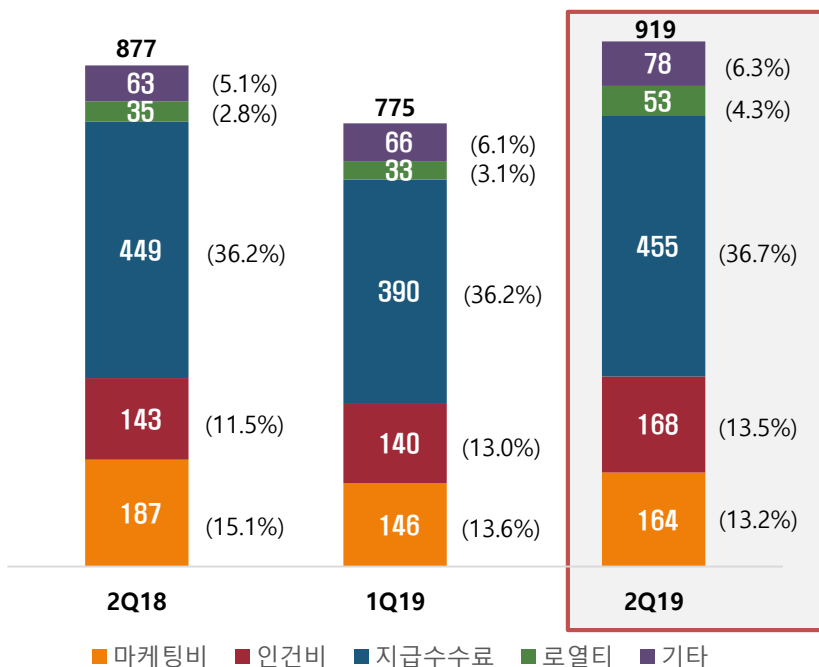


01-3 비용 분석

[마케팅비] 브랜드 마케팅 진행으로 QoQ 증가, 신작 미출시로 YoY 감소
 [인건비] 자회사 인수로 인한 인원 증가와 인력 관련 비용 상승 영향으로 증가
 [지급수수료] 매출과 연동하여 QoQ, YoY 증가

비용

[단위 : 억원, [매출액 대비 %]]



구분	2Q18	1Q19	2Q19	YoY	QoQ
마케팅비	187	146	164	-12.2%	12.4%
인건비	143	140	168	17.9%	20.1%
지급수수료	449	390	456	1.4%	16.7%
로열티	35	33	53	51.1%	61.0%
기타	63	66	78	23.8%	18.4%
총 영업비용	877	775	919	4.8%	18.5%



02-1 사업 전략 서머너즈워 - 1920 주요 성과

■ 성공적인 DAU 증가 : 'CONTENT + USER + BRANDING' 3가지 핵심가치로 User Pool 확대

DAU 22.7% 증가
역대 6월 매출 최고치 경신

* DAU는 월평균 기준 (5월, 6월 비교)
* 월 매출은 출시 이후 역대 6월 매출 기준



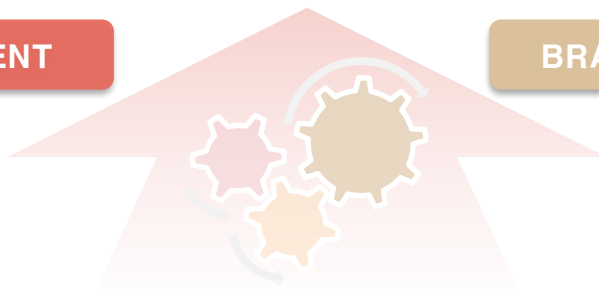
CONTENT

- 신규 게임 콘텐츠 제공 -
(차원홀 업데이트)



BRANDING

- 지속적인 브랜드 노출 -
(TV, SNS, 디지털 미디어 활용)



USER



- 게임과 유저간의 유대 및 신뢰도 강화-
(직/간접 유저 케어 프로그램)



02-1 사업 전략 서머너즈워 - 하반기 핵심전략

■ 안정화된 DAU 기반으로 하반기 본격적인 실적 강세 기대

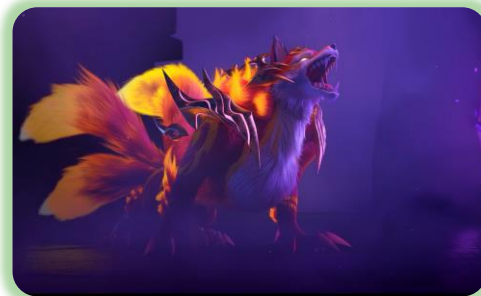
USER
(SWC2019)

- 스타플레이어 양성
- 최상위 유저 전략 전파
- e스포츠 콘텐츠 확산에 따른 신규 유저층 창출



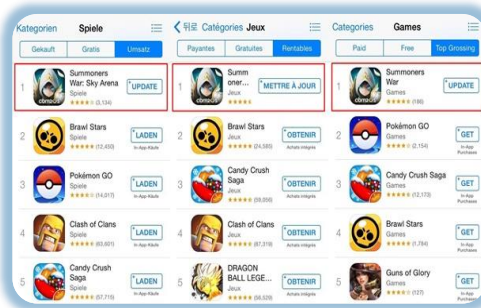
Content
(Update)

- 전략적 선택 폭 확대를 위한 신규 몬스터 추가 (3Q)
- 새로운 게임 내 콘텐츠 제공을 위한 업데이트 (4Q)



Branding
(Promotion)

- SWC 등 다양한 이벤트와 연계한 마케팅
- 확대된 DAU 기반으로 대규모 연말 프로모션





02-1 사업 전략 서머너즈워 - SWC 2019

■ 모바일 게임 e스포츠로 자리매김 → 고도화 된 Target 전략으로 저변 확대



SUMMONERS WAR World Arena Championship 2019

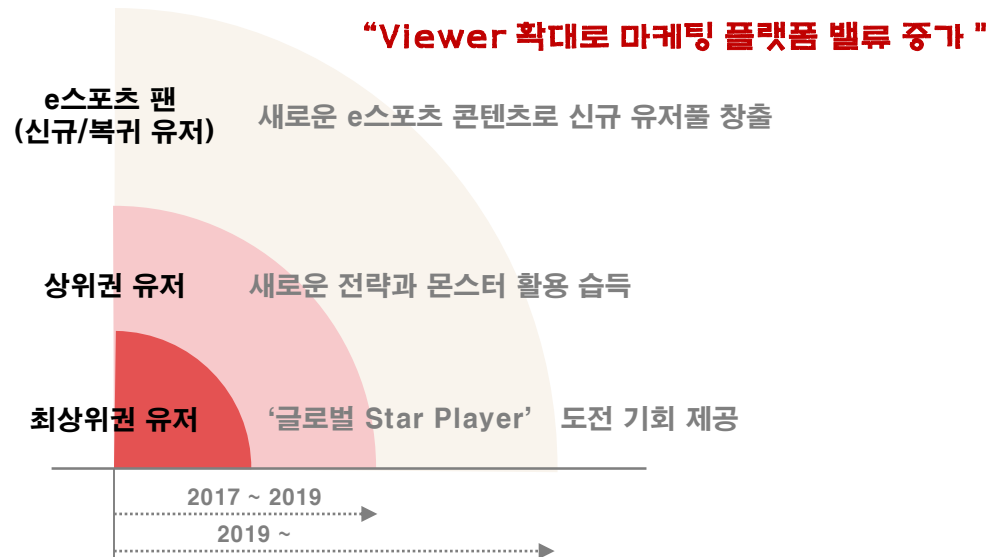
- 7 ~ 8월 글로벌 예선전 진행 (2.5만명 신청자 중 선정)
- 8월 아메리카컵 / 9월 아시아-퍼시픽, 유럽컵 / 10월 월드 파이널 (Paris)
- 유튜브, 트위치 등 다양한 채널을 통한 온라인 중계 지원

[e스포츠 유튜브 View 수]

RANK	Title
1	League of Legends
2	Counter-Strike: Global Offensive
3	Clash Royale
4	Arena of Valor
5	Fortnite
6	Tom Clancy's Rainbow Six: Siege
7	Dota 2
8	PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS
9	Summoners War: Sky Arena
10	Warface

* 2018년 10월(SWC2018 FINAL)기준, e스포츠 콘텐츠 (Newzoo)

[User engagement 강화]





02-2 사업 전략 스포츠 라인업 - 야구 라인업의 성장세

■ 꾸준한 성장을 유지하고 있는 야구 라인업 → 연간 사상 최대 매출 예상

2019 야구 라인업 주요 지표

- QoQ DAU -

39.9% 증가

야구 라인업
DAU

1Q19

2Q19

MLB9이닝스19

컴투스프로야구2019

MLB9INNINGS GM

컴투스프로야구 매니저



MLB9이닝스19

- Top Players 활용 마케팅 지속
- 글로벌 확대 캠페인 준비 중 (US, TW 등)
- 실시간 PvP 콘텐츠 추가로 e스포츠 준비
- 신규 유저 대상 혜택 강화

컴투스프로야구2019

- 신규 선수카드 및 콘텐츠 다수 하반기 추가
- 홈런 경쟁 실시간 PvP 신규 콘텐츠 추가
- 9월 대규모 업데이트 및 프로모션 계획
- 포스트시즌 마케팅 진행 예정



02-2 사업 전략 스포츠 라인업 - 버디크러시 출시

■ 글로벌 시장을 타깃으로 순차적인 지역 확산 전략 추진 → 지역별 안정화된 User Pool 구축

골프게임 '버디크러시'

- 실시간 콘텐츠 기반의 골프 대전 게임
- 간단한 조작방식으로도 골프 샷 리얼감 전달
- 매력적인 캐릭터로 수집 욕구 극대화



8월 8일 인도네시아 출시





02-3 사업 전략 다변화된 사업 Portfolio

■ Story game : IP관련 사업 다각화를 통한 비즈니스 Portfolio 확대

[외부 IP 활용]

- 다양한 미디어 콘텐츠(방송, 드라마) IP 활용 협의 중
- 넷플릭스 오리지널 시리즈 '킹덤' 스토리 게임 제작
→ 스토리 게임 플랫폼 '프리즘(가제)' 라인업으로 확정



IP Sources

드라마

웹툰

웹소설

영화

Story Game

IP Usage

[게임 IP의 다양한 활용]

- 스토리 게임 IP활용 웹툰, 웹소설 제작
- 게임IP에서 종합 콘텐츠 IP로 변신
- 게임 IP활용 확대로 신규 성장 동력 확보 가능



드라마

웹툰

웹소설

영화

[창작 IP 활용]

- 스토리 공모전 등을 통한 게임 스토리 발굴
- '워너비(가제)', '일진에게 찍혔을 때' 등 다양한 게임 스토리 창작
- 게임 IP확보를 위한 지속적인 지원과 공모전 마련



- 스토리 게임 '일진에게 찍혔을 때'의 웹드라마
- 네이버 브이라이브 유튜브, 페이스 북 채널 공개
- 다운로드 200만의 인기 게임 IP

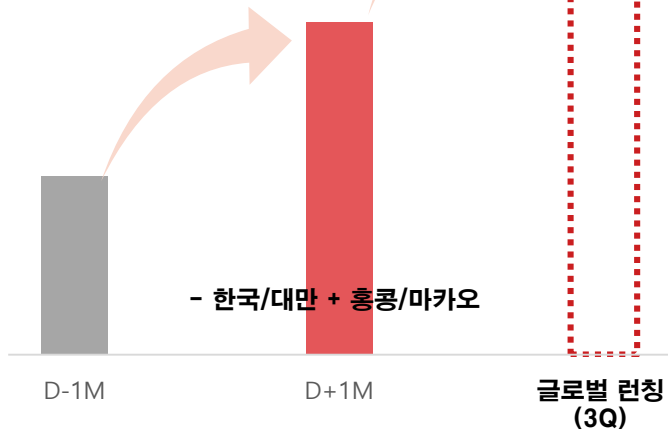


02-3 사업 전략 다변화된 사업 Portfolio

■ 방치형 RPG : 컴투스 시스템 도입으로 글로벌 시장 성공 가능성 제고

드래곤 스카이 주요 지표

- 컴투스 서비스 전환 후 -
DAU 55.0% 증가



* 상기 매출은 앱애니 데이터 기준
 * D-1M(5/20 ~ 6/18), D+1M(6/19 ~ 7/18)



드래곤 스카이

- 방치형 슈팅 RPG 게임
- 컴투스 시스템 활용 글로벌 서비스 준비
- 인수 자회사와 글로벌 시너지 사례



좀비여고

- 방치형 디펜스 RPG 게임
- 컴투스 글로벌 비즈니스 기반 성공 기대
- 빠른 글로벌 확산 전략 추진 예정



02-4 사업 전략 Line-up

		FGT	CBT	LAUNCH
버디크러시	Sports(Golf)	-	-	19.3Q (순차 출시)
드래곤스카이	방치형 RPG	-	-	19.3Q (글로벌)
좀비여고	방치형 디펜스 RPG	-	-	19.4Q
워너비(가제)	스토리 RPG	19.3Q	19.3Q	19.4Q
스카이랜더스	S-RPG	-	-	19.4Q (아시아)
히어로즈워2	S-RPG	19.3Q (2차)	19.4Q	20.1Q
프리즘(가제)	스토리 게임 플랫폼	-	-	20.1Q
서머너즈워: 백년전쟁	실시간 대전 전략	19.4Q	20.1H	20.1H
서머너즈워 MMO	MMORPG	20.2Q	20.2H	20.2H



신작 인게임 화면

서머너즈워: 백년전쟁



서머너즈워 MMORPG





#

신작 인게임 화면

히어로즈워2



워너비 (가제)

