

# 모바일 게임타고 매출 ‘훨훨’... 넥슨, 3·4분기 최대실적

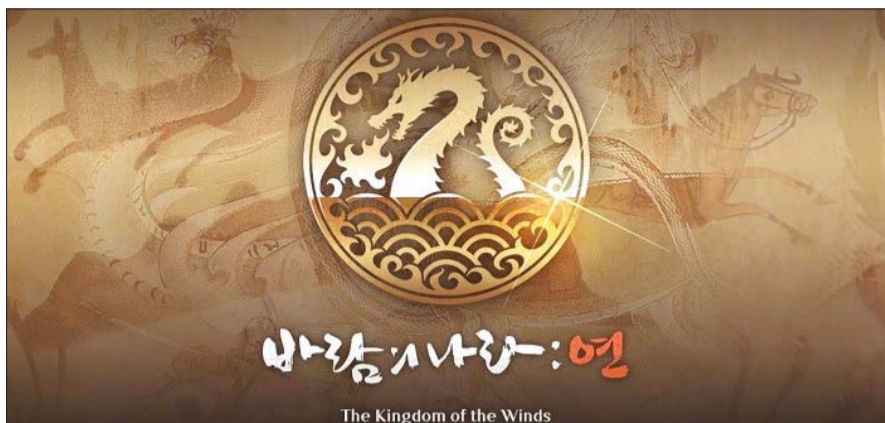
매출 8873억·영업이익 3085억  
V4 등 모바일 게임 연이은 흥행  
신작·엔터테인먼트 성장 뒷받

넥슨이 ‘바람의나라: 연’, ‘V4’, ‘카트라이더 러쉬플러스’ 등 모바일 게임의 연이은 흥행과 국내 매출 성장으로 3·4분기 기준 최대 실적을 거뒀다. 이 같은 호실적으로 바탕으로 향후 넥슨은 게임뿐 아니라 글로벌 엔터테인먼트 회사로 성장을 이어나갈 계획이다.

넥슨은 연결 기준으로 올 3·4분기 매출 8873억원(794억엔, 이하 분기 기준 환율 100엔당 1117.3원)과 영업이익 3085억원(276억엔)을 거뒀다고 10일 밝혔다. 전년 동기 대비 매출은 52%, 영업이익은 13% 성장했다.

특히 3·4분기 모바일 매출은 전년 동기 대비 140%의 높은 성장률을 기록하며 분기 사상 최대인 3695억원을 달성했다. 이는 3·4분기 전체 매출의 42%를 차지하는 비중이다.

3·4분기 넥슨의 모바일게임 호실적은 구글플레이 최고 매출 2위를 기록한



바람의 나라:연

/넥슨

뒤 꾸준히 모바일 게임 매출 최상위권을 유지한 ‘바람의 나라: 연’이 견인했다. 이 게임은 넥슨이 24년 동안 서비스한 ‘바람의 나라’ 지식재산권(IP)을 활용해 출시돼 넥슨의 클래식 IP 파워를 입증했다는 평을 받는다.

지난 7월 북미 및 유럽을 포함한 글로벌 150여 개국에서 정식 서비스를 시작한 ‘V4’도 넥슨의 장기 흥행 IP로 자리 잡았다. 아울러 모바일 캐주얼 레이싱 게임 ‘카트라이더 러쉬플러스’와 ‘괴파모바일’도 모바일다중접속역할수행게임(MMORPG)이 대세인 국내 모바일

게임 시장에서 캐주얼 게임의 성장 가능성을 보였다는데 의의가 있다고 회사 측은 설명했다.

특히 국내 지역에서의 성장세가 눈에 띄었다. 넥슨은 국내에서 3·4분기 매출이 전년 동기 대비 114% 성장한 5645억원(505억 엔)을 기록했다. PC 온라인과 모바일 부문은 각각 같은 기간 36%, 452% 성장했다.

그중 ‘메이플스토리’는 전략적인 콘텐츠 선보이며 한국 지역에서 전년 동기 대비 71% 성장했고, 이외 북미·유럽 지역과 아시아·남미 지역에서 각각

〈넥슨 3분기 실적발표 요약〉

구분	19년 3분기	20년 3분기
매출 (JPY)	52,357	79,412
매출 (KRW)	5,817	8,873
영업이익 (JPY)	24,419	27,607
영업이익 (KRW)	2,713	3,085
순이익 (JPY)	39,844	16,330
순이익 (KRW)	4,427	1,825
100엔당 KRW	1,111.1	1,117.3

(단위: 백만 엔/억 원)

/넥슨

178%, 165%의 높은 성장률을 기록했다. ‘던전앤파이터’와 ‘서든어택’ 또한 국내에서 전년 동기 대비 각각 56%, 35% 성장률을 기록했다.

향후 넥슨은 ‘커즈웰’과 ‘코노스바 모바일 판타스틱 데이즈(이하 코노스바 모바일)’ 등의 신작들을 통해 경쟁력을 확대할 계획이다.

커즈웰은 셀 애니메이션풍 비주얼의 3인칭 듀얼 액션 배틀 장르 PC 온라인 게임으로, 콘텐츠 개발에 매진 중이다. 지난 9일 개발사 씬즈와 글로벌 퍼블

리싱 계약을 발표한 ‘코노스바’는 일본 라이트 노벨 원작을 바탕으로 개발된 수집형 RPG다. 아울러 콘솔과 PC에서 크로스 플레이가 가능하도록 개발 중인 ‘카트라이더: 드리프트’와 원작의 강점을 살린 ‘던전앤파이터 모바일’ 역시 서비스를 앞두고 있다.

이와 함께 넥슨은 향후 글로벌 시장을 선도하는 엔터테인먼트 회사로 성장을 이어갈 계획이다. 실제 지난 9일 글로벌 소셜네트워크서비스(SNS) 중 하나인 ‘틱톡’ 최고경영자(CEO)를 역임했던 케빈 메이저 전 틱톡 CEO를 신임 사외이사로 내정하며 글로벌 엔터테인먼트 시장 진출에 대한 의지를 보이고 있다.

넥슨(일본법인) 오웬 마호니 대표는 “넥슨의 강력한 IP 파워가 PC·모바일 플랫폼 양쪽에서 저력을 발휘하며 3·4분기 사상 최대 실적을 달성했다”며 “4·4분기에도 선택과 집중의 개발 기조를 기반으로 글로벌 시장 점유율을 확대하고 멀티플랫폼 게임사로서의 입지를 공고히 하겠다”고 밝혔다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

## 기아車 “글로벌기업 부합하는 안전문화 조성” 선데이토즈, 애니팡 효과에 실적 ‘팡팡’

ISO 안전보건·환경경영 시스템 인증  
2022년까지 해외공장 통합 인증계획

기아자동차가 글로벌 수준에 부합하는 친환경적이고 안전한 기업문화 정착에 앞장선다.

기아차는 국내 자동차 업계 최초로 국제표준화기구(ISO)의 안전보건·환경 경영시스템 통합인증을 받았다고 10일 밝혔다. 기아차는 전남 서울 서초구 양재동 본사에서 ‘ISO 45001(안전보건)·ISO 14001(환경) 통합인증서 수여식’과 ‘안전 환경 경영 선포식’을 개최했다.

기아차는 글로벌 인증전문기관인 디엔브이이엘코리아로부터 안전성과 환경성을 인정받아 ISO 통합인증을 받았다. ISO 45001은 사업장에서 발생할 수 있는 각종 위험을 선제적으로 예방하고 조직의 안전 보건을 체계적으로 관리하기 위한 국제 표준이다.

ISO 14001은 환경 사고 사전 예방을 통해 쾌적한 사업장을 구축하고 환경 위험성을 효율적으로 관리하도록 규정



최준영 기아차 부사장(경영지원본부장·왼쪽부터), 송호성 기아차 사장, 프로데 솔베르그 주한 노르웨이 대사, 이장섭 디엔브이 지엘 코리아 대표이사(가운데)가 안전환경 경영 선포식을 갖고 기념사진을 촬영하고 있다.

한 국제 표준이다.

기아차는 “본사와 국내공장 ISO 통합인증을 통해 글로벌 기업으로서의 위상을 확보하게 됐다”며 “안전 환경 통합 경영시스템을 해외 사업장으로 단계별 확장해 2022년까지 해외 공장도 통합 인증을 받을 수 있도록 할 계획”이라고 설명했다.

기아차는 친환경적이고 안전한 기업문화 정착을 위한 경영 방침도 선포했다. 구체적으로 ▲ 안전 환경 관련

법규 준수 ▲ 안전 환경 리스크 최소화 ▲ 환경오염 배출 최소화 ▲ 안전이 내재화된 조직문화 형성 등을 목표로 세웠다.

송호성 기아차 사장은 “국내뿐 아니라 글로벌 전 사업장에 안전 환경 경영 방침을 선포해 우리가 나아갈 정확한 방향과 목표를 수립하게 됐다”며 “안전 문화가 성공적으로 뿌리내릴 수 있도록 관심과 지원을 아끼지 않겠다”고 말했다. /양성운 기자 ysw@

3·4분기 매출 265억 영업이익 34억  
신사업 안전화에 따른 사업 효율 ↑

선데이토즈는 올 3·4분기 매출 265억원, 영업이익 34억원, 당기순이익 30억원을 기록했다고 10일 밝혔다. 전년 동기 대비 매출과 영업이익은 각각 43%, 66% 성장했고, 당기순이익도 같은 기간 30% 늘었다.

이는 마케팅 비용 감소와 신사업 안정화에 따른 사업 전개의 효율성이 반영된 것으로 풀이된다.

선데이토즈 측은 3·4분기 실적 호조는 지난 6월 말 출시한 ‘애니팡4’의 신

규 매출 기여가 배경으로 분석했다. 특히 고마진 사업인 국내의 광고 사업의 꾸준한 성장이 돋보였다.

지난 6월 출시한 모바일게임 ‘애니팡4’는 국내 시장에서만 일 최대 100만 건의 광고 시청 건을 기록했고, 선데이토즈 서비스 게임 중 광고 부문 최대 매출을 달성한 것으로 집계됐다.

연초 디즈니 지식재산권(IP)을 활용해 출시한 ‘디즈니 팝 타운’은 일본 등 아시아에서 일 평균 40만명의 이용자를 기록하고, 80만 건의 광고 수요를 창출하며 해외 시장의 주력 매출원으로 자리매김했다. /김나인 기자

## 한국타이어, 미래 드라이빙·모빌리티 제시

디자인 이노베이션 프로젝트 공개  
타이어 기반 ‘HPS-Cell’ 제안

한국타이어엔테크놀로지 미래 드라이빙과 혁신 모빌리티 산업에 대한 비전을 제시하는 ‘디자인 이노베이션 2020’ 프로젝트 결과물을 한국타이어 공식 유튜브 채널을 통해 공개했다고 10일 밝혔다.

디자인 이노베이션은 2년에 한 번씩 세계적 디자인 대학과의 공동연구로 미래 드라이빙에 대한 비전과 문제 해결 방법을 제시하는 한국타이어의 연구개발 사업이다.

올해는 ‘도시 재구성’이라는 주제로 미국 신시내티 대학교 산업디자인과 교수 및 학생들과 함께 친환경, 자율주행, 인공지능 등 최첨단 기술과 자동화 인프라가 확충된 미래 환경에서 모빌리티가 단순 이동목적이 아닌 삶의 공간으로서 재구성돼 도시를 변화시키는 모습



‘디자인 이노베이션 2020’ HPS-Cell.

을 그려냈다.

특히 이번 프로젝트에서 한국타이어는 아동의 본질이 되는 타이어를 기반으로 미래 혁신 기술인 ‘H.E.M’이 적용된 플랫폼 ‘HPS-Cell’을 제안했다. 이를 통해 모빌리티 근간이 되는 이동 플랫폼과 결합된 POD(공간) 기능을 분리시켜 모빌리티 중심이 타이어임을 명확하게 정립하는 타이어 중심 모듈형 플랫폼 시나리오를 완성했다. /양성운 기자

## 쇼핑라이브, 3개월만에 누적뷰 3000만 ↑

네이버 낮은 진입장벽·편리함 인기

네이버 ‘쇼핑라이브’가 정식 오픈한 지 3개월 만에 누적 방송뷰 수 3000만을 넘어섰다고 10일 밝혔다. 네이버는 언택트 장기화로 어려움을 겪고 있는 중소기업(SME)들이 다양한 방법으로 고객들과의 접점을 넓혀나갈 수 있도록 관련 지원을 강화한다는 계획이다.

쇼핑라이브는 코로나19로 오프라인 채널이 막힌 브랜드사부터 스마트스토어로 창업한 SME들에게 참신한 마케팅 툴로 각광을 받고 있다.

상품을 소개하는 기능뿐 아니라 신상품 론칭이나 각종 행사와의 컬래버레이션, 한정상품 소개 창구 등 다양한 목적으로 활용되며 마케팅 효과를 톡톡히 보고 있기 때문이다. 10월 판매자와 라이브 콘텐츠 수는 서비스 초창

기인 8월 대비 각각 2배, 3배씩 증가해 우상향 곡선을 그리며 매월 성장 중이다.

이러한 성장 배경에는 쇼핑라이브의 낮은 진입장벽과 편리함이 있다. 스마트폰 하나만 있으면 어디서나 라이브를 진행할 수 있을 뿐 아니라 판매자들은 별도의 스튜디오나 전문 장비가 필요 없다. 아울러 판매자가 직접 상품을 소개하고 고객과 소통하기 때문에 진정성 있는 콘텐츠가 많아지고 있으며, 이는 단골 고객 확보 및 매출 향상으로도 이어지고 있다. /구서윤 기자 yuni2514@