

# 중견·중소게임사도 실적 ‘好好’... 물 들어올 때 노 젓는다

국내 게임사, 비대면 수혜 ‘실적 개선’ 카카오킴즈, 창사 이래 최대 실적 ‘붉은 사막’, 올해 가장 기대되는 게임

지난해 국내 게임사들은 코로나19로 인한 사회적 거리두기 여파로, 비대면(언택트) 수혜를 입으며 상당수 실적이 개선됐다. ‘3N(넥슨·넷마블·엔씨)’으로 대표되는 대형 게임사 뿐 아니라 중견·중소게임 업계 또한 지난해 호실적을 거뒀다. 올해도 다양한 시작을 통해 이 같은 실적 개선세를 이어나가겠다는 방침이다.

## ◆ 중견·중소게임사도 비대면 타고 실적 호조

16일 업계에 따르면 카카오킴즈, 컴투스, 펠어비스, NHN, 네오위즈, 위메이드, 선데이토즈 등 주요 중견·중소 게임사의 상당수가 호실적을 기록했다.

특히 카카오킴즈는 지난해 창사 이래 최대 실적을 거두며 눈길을 끌었다. 카카오킴즈는 지난해 매출 4955억



카카오킴즈 MMORGP ‘엘리온’ 이미지.



/카카오킴즈 ‘서머너즈 워 백년전쟁’ 사전예약자 200만 돌파.



/컴투스 ‘붉은 사막’ 스크린샷.

/펠어비스

원, 영업이익 666억원을 기록했다. 전년 동기 대비 각각 26.7%, 90.1% 오른 수치다. 기존 라이브 게임의 안정적인 실적에 신작 성과가 더해져 PC 온라인과 모바일 게임이 모두 고르게 성장했다.

선데이토즈는 지난해 해외 시장 서비스 안착 등으로 매출 1062억원, 영업이익 130억원으로, 지난해 6년만에 연 매출 1000억원을 회복했다. 매출은 전년 대비 26%, 영업이익은 371% 증가한 수치다.

이날 실적을 발표한 펠어비스는 지난해 매출 4888억원, 영업이익 1573억원

을 기록했다. 전년 대비 매출은 8.8% 줄었지만, 영업이익은 4.4% 늘었다. 특히 검은사막 지식재산권(IP)의 안정적인 서비스 운영으로 연간 해외 매출 비중 77%를 차지했다. 이와 함께 네오위즈와 NHN 등도 호실적을 기록했다.

## ◆ 올해 신작으로 달린다

올해 중견·중소게임사들은 다양한 신작을 출시하며, 실적 호조세를 이어간다는 방침이다. 이에 따라 내년 신작 라인업도 기대를 모으고 있다.

카카오킴즈는 올해 10개 이상 신작을 준비하고 있다고 밝혔다. 2분기 ‘오딘: 발할라 라이징’을 선두로, ‘엘리

온’, ‘달빛조각사’ 등을 북미·유럽·일본 지역 등으로 확장한다. ‘오딘’을 비롯해 ‘테라피어(가칭)’, ‘월드플리퍼’ 등을 출시할 예정이다. 아울러 카카오킴즈는 AI 등 첨단기술을 신규 사업 부문에 접목한다는 방침이다.

‘검은 사막’으로 글로벌 시장에서 존재감을 드러내고 있는 펠어비스는 올 4분기 ‘붉은 사막’ 출시를 목표로 개발 역량을 집중하고 있다. 붉은 사막은 지난해 12월 북미 최대 게임 시상식에서 공개돼 ‘올해 가장 기대되는 게임’으로 꼽힌 바 있다. 붉은 사막은 콘솔과 PC 게임으로 출시된다.

선데이토즈는 이날 자사가 개발 중인 신작 모바일 퍼즐 게임 ‘BT21 팝스타’의 일본 및 아시아 지역 사전예약을 시작하며 신작 출시 포문을 열었다. BT21 팝스타는 1분기 말 아시아 시장에 정식 출시될 예정이다.

컴투스는 대표 IP인 ‘서머너즈 워’의 신작 ‘서머너즈 워: 백년전쟁’을 오는 4월 공식 출시할 예정이다.

NHN 또한 지난 1월 일본에 출시한 ‘아이돌 마스터 팝 링크스’를 포함해 연내 5종 내외의 신작을 준비하고 있다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

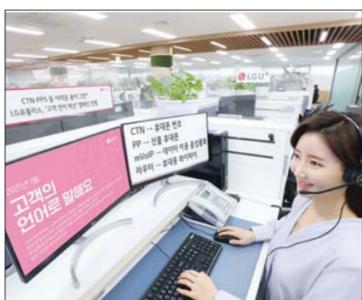
## “통신 언어 쉽게”... LGU+, 전 임직원 추진

‘고객 언어 혁신’으로 충성고객 확보 4년간 순화 언어·표현 총 3706건

LG유플러스가 복잡하고 어려운 통신 용어를 고객이 쉽게 이해할 수 있도록 순화하는 ‘고객 언어 혁신’ 활동을 전사적으로 추진한다. 서비스나 상품에 대한 고객의 이해를 높여 LG유플러스만의 ‘짚팬’을 늘리겠다는 전략의 일환이다.

LG유플러스는 지난 2017년부터 추진해온 ‘고객 언어 혁신’ 활동을 올해 전사 캠페인으로 확대한다고 16일 밝혔다. 이 캠페인은 설문조사를 통해 고객이 이해하기 어려운 용어나 설명을 찾아내 바꾸고, 이를 임직원을 비롯한 고객 센터 등 현장으로 확산하는 내용이다.

앞서 LG유플러스는 고객이 보다 직관적으로 상품·서비스를 이해할 수 있



LG유플러스 상담사가 ‘고객 언어 혁신’ 캠페인에 대해 소개하고 있다. /LG유플러스

도록 용어와 명칭을 개선하는 작업을 진행해왔다. 실제로 2017년부터 지난해까지 4년간 순화한 언어 및 표현은 총 3706건에 이른다.

LG유플러스는 지금까지 추진해 온 고객 언어 혁신 활동의 성과를 전사 임직원이 공유할 수 있도록 캠페인을 연간 이어갈 계획이다. 기존 활동이 고객과 맞닿아 있는 일부 부서에 국한됐다

는 점을 고려, 전 임직원이 순화된 언어를 활용할 수 있도록 내제화하겠다는 방침이다.

캠페인의 첫 단계로 LG유플러스는 빈번하게 사용되는 외국어 표현과 전문 용어 100여개를 순화해 전사에 공유했다. 구체적으로 ▲CTN은 ‘휴대폰 번호’ ▲PPS는 ‘선불 휴대폰’ ▲mVoIP는 ‘데이터 이용 음성통화’ ▲라우터는 ‘휴대용 와이파이’ 등으로 바꿨다.

한자식 표현과 외래어도 우리말로 교체했다. 예를 들어 ▲과납금은 ‘더 납부한 금액’ ▲선납은 ‘미리 납부’ ▲요율은 ‘계산법’ ▲해지 미환급금은 ‘해지 시 돌려받아야 할 금액’ 등으로 바꿨다.

‘부담’이나 ‘모비고’, ‘도수’ 등 복잡한 표현 역시 ‘전달이 안됨’, ‘휴대폰 정보 이동’, ‘분·초’ 등으로 순화했다.

/김나인 기자

## 휴대폰 판매점 사전승낙서 게시 필수

방통위, 한 달간 계도 활동

방송통신위원회는 사전승낙서가 없거나 사전승낙서를 게시하지 않고 영업하고 있는 휴대폰 판매점에 대해 KAIT·이동통신사와 함께 한달간 계도활동을 전개한다고 16일 밝혔다.

단말기유통법(제8조)에 따르면, 대리점은 이동사의 사전승낙 없이 판매점을 선임할 수 없고, 이동사에 판매점 선임감독의 책임을 진다. 판매점은 선임내용과 함께 사전승낙을 받은 사실을 표시해 영업장(온라인 사이트 포함)에 게시해야 한다.

사전승낙서는 이동통신사가 발급(K

AIT 대행)한 증명서다. 판매점명, 대표자명, 주소 및 선임대리점 등 판매자 실명정보를 알 수 있기 때문에 판매점이 영업장(온라인 사이트 포함)에 게시해 판매자가 판매하는 정보에 대한 신뢰성을 높일 수 있다.

이러한 사전승낙서 미게시 등 위반행위는 과도한 불법지원금 지급 제안이나 허위과장광고, 사기판매로 연결돼 이용자 피해를 유발하고 있다.

방송통신위원회는 한달 간의 계도기간을 거친 후 사전승낙서를 게시하지 않거나 사전승낙서 없이 거래하는 행위가 지속될 경우 사실조사를 통해 과태료를 부과할 방침이다. /김나인 기자

## LG유플러스

### 스마트폰 구매 혜택 ‘풍성’

LG유플러스는 신학기 시즌을 맞아 해 초등학교 대상 U+카카오톡플러스폰4, 초등학교 고학년 및 중·고등학교 대상 아이폰 12 등 스마트폰 구매 혜택을 강화했다고 16일 밝혔다.

U+카카오톡플러스폰4는 보호자가 자녀의 위치조회, 휴대폰 사용 관리, 유해 콘텐츠 방지 등 자녀 보호 기능을 이용할 수 있는 초등학교 전용 스마트폰이다. LTE 초등나라39는 4월 말까지 가입 가능한 프로모션 요금제로, 월 3만 9000원(부가세 포함)에 데이터 3GB(소진 시 400Kbps 속도제한), U+초등나라도 이용이 가능하다. /김나인 기자



한국IBM-대교CNS, 총판 계약 체결

한국IBM은 대교 CNS와 총판 계약을 체결했다고 16일 발표했다. 이번 계약을 통해 대교 CNS는 IBM의 하드웨어, 소프트웨어를 포함한 IBM 하이브리드 클라우드를 위한 제품과 서비스를 국내 엔터프라이즈 시장에 제공한다. 대교 CNS 권선우 대표이사(왼쪽)와 한국IBM 송기홍 사장이 기념촬영을 하고 있다. /한국IBM

## 펠어비스, 영업이익 1573억... 해외 비중 77%

‘검은사막’ IP 안정적 서비스 운영

펠어비스는 지난해 매출 4888억원, 영업이익 1573억원을 기록했다고 16일 밝혔다. 전년 대비 매출은 8.8% 줄었지만, 영업이익은 4.4% 늘었다.

검은사막 지식재산권(IP)의 안정적인 서비스 운영으로 연간 해외 매출 비중 77%를 차지했다.

지역별 매출로는 북미·유럽 45%, 아시아 32%, 한국 23%를 기록했다. 해외 매출 비중은 6% 상승했다.

플랫폼별로 살펴보면 PC 43%, 모바일 46%, 콘솔 11%로 PC와 콘솔 비중은 전년 대비 각각 12.7%, 2.2% 증가했다. 영업이익률은 32%로 기술력을 기반한 안정적 서비스로 수익성을 개선했다고 회사 측은 설명했다.

검은사막은 글로벌 라이브 서비스 역

량을 강화해 안정적인 서비스를 이어갔다. 지난해 5월 국내 게임사 최초로 글로벌 이용자 간담회 ‘하이텔 연회’와 12월 ‘칼페ON 연회’를 온라인 생중계했다. 오는 24일 검은사막을 북미 유럽에서 직접서비스한다.

검은사막 콘솔은 국내 콘솔 MMORPG 장르 최초로 플랫폼 간 경계를 허무는 ‘크로스 플레이’를 도입했고, 신형 게임기와의 호환성을 확보하는 등 기술적 환경을 개선했다. 검은사막 모바일은 콘텐츠 업데이트와 이용자 중심의 이벤트를 선보이고 있다.

펠어비스는 신작 ‘붉은사막’의 트레일러 영상을 지난해 12월 북미 최대 게임 시상식 ‘더 게임 어워드’에서 공개했다. 붉은사막은 오픈월드 액션 어드벤처 게임 장르로 콘솔과 PC 플랫폼에서 출시할 예정이다. /김나인 기자