

# 엔씨 ‘어닝쇼크’… 이용자 줄고 신작부진에 영업이익 56% ↓

〈전년 동기 대비〉

## 엔씨소프트, 3분기 실적 발표

매출 전년비 14% 감소한 5006억 원, 모바일 매출 전년대비 15% 줄어 기대했던 ‘블소2’ 과금 등에 실망

12국 출시 ‘리니지W’ 반영 안돼 내년 북미·유럽 출시에 실적 기대



| 구분    | 2021년 3분기 실적(연결기준) 요약 |         |         |       | (단위 : 억원) |
|-------|-----------------------|---------|---------|-------|-----------|
|       | Q3. '21               | Q2. '21 | 03. '21 | QoQ   |           |
| 매출액   | 5006                  | 5385    | 5852    | 7% ↓  | 14% ↓     |
| 영업이익  | 963                   | 1128    | 2177    | 15% ↓ | 56% ↓     |
| 세전이익  | 1266                  | 1230    | 2122    | 3% ↑  | 40% ↓     |
| 당기순이익 | 995                   | 943     | 1525    | 5% ↑  | 35% ↓     |

/자료=엔씨소프트

엔씨소프트가 ‘어닝쇼크’ 수준의 3분기 성적표를 받아들었다. 기존 게임들의 이용자 감소와 신작 부진이 발목을 잡으면서다.

엔씨소프트는 2021년 3분기 실적 결산 결과 매출 5006억 원, 영업이익 963억 원을 기록했다고 11일 밝혔다. 전분기 대비 매출은 7%, 영업이익은 15% 감소했다. 전년 동기 대비로는 매출 14%, 영업이익 56% 줄어들었다.

지역별 매출은 한국 3370억 원, 북미/유럽 276억 원, 일본 277억 원, 대만 675억 원이다. 로열티 매출은 408억 원이다.

### ◆블소2 흥행 실패로 매출 타격

엔씨의 스테디셀러 리니지 지식재산권(IP)의 약진과 신작 블레이드 & 소울

2의 성적 부진에서 기인했다. 엔씨의 3분기 모바일 게임 매출은 전년 동기 대비 15%, 전 분기 대비 5.9% 감소했다.

제품별로 살펴보면 모바일 게임은 리니지M이 1503억 원, 리니지2M이 1579억 원, 블레이드 & 소울 2가 229억 원의 매출을 기록했다. PC온라인 게임 매출은 리니지 291억 원, 리니지2 250억 원, 아이온 179억 원, 블레이드 & 소울 104억 원, 길드워2 192억 원이다.

블소2는 출시 초기 기대를 받았지만 경쟁 게임 대비 크게 향상되지 않은 서비스, 개선되지 않은 과금요소 등으로 큰 비판을 받았다.

리니지M은 4주년 기념 대규모 업데이트 효과로 전분기 대비 12% 증가한

매출을 기록했다. 길드워2 매출은 신규 확장팩 출시 기대감으로 전분기 대비 20% 올랐다. 길드워2 영향으로 북미·유럽 매출은 전분기 대비 14% 상승했다.

이장욱 엔씨소프트 IR 실장은 “출시 5년차를 맞이하는 게임과 갓 출시된 타사 게임의 매출을 직접적으로 비교하면 당연히 신작이 더 높을 것이다. 하지만 리니지M 같은 경우 7월7일 이뤄진 업데이트로 인해 매출 영향이 없었다”면서도 “(리니지2M의 경우) 매출 감소가 일부 존재한 게 사실이지만 중요한 건 두 게임 모두 트래픽이 굉장히 견조하다는 것”이라고 밝혔다.

### ◆리니지W 성공으로 내년 실적 기대감

반면 지난 4일 출시한 리니지W의 경

우 이번 실적에는 온기 반영되지 않았지만 고무적인 성과를 기록하고 있다.

리니지W는 한국, 대만, 일본 등 글로벌 12개국에 출시했다. 국내 시장에서는 출시 후 양대 마켓 매출 1위를 기록했다. 2022년 북미, 유럽 등으로 출시 국가를 확장한다.

홍원준 엔씨소프트 CFO는 3분기 컨퍼런스콜에서 “리니지W는 한국, 대만, 홍콩 매출 1위를 기록했다. 출시 초반 매출과 이용자수 지표가 당시 게임 중 가장 높게 나타나고 있다”고 밝혔다.

이용자수와 매출에 관해서는 “글로벌 일매출은 120억 원 정도다. 서비스 9일차 누적 매출은 1천억 원을 돌파할 것으로 예상하고 있다. 동시접속자 수는

출시 이후 현재까지 증가하고 있다”며 “11월10일 동시접속자 수가 최고치를 기록했다. 서버는 132개로 증설됐다. 12일에는 추가 서버를 오픈할 계획”이라고 설명했다.

한편 엔씨는 내년에 블록체인 게임을 공개하며 포트폴리오를 확대한다.

홍CFO는 11일 3분기 실적발표 컨퍼런스콜에서 “내년 중에 NFT와 블록체인이 결합된 새로운 게임을 선보일 것”이라며 “MMORPG는 NFT를 적용하기에 가장 적합한 장르라고 믿고 여기에 대한 준비를 해왔다”고 말했다.

이어 “MMORPG가 NFT가 적용되기 적합한 장르다. NFT를 게임에 접목 되기 위해서는 경제 시스템 관리와 경험을 필요로 하고 우리가 경쟁력 있는 서비스를 제공할 수 있다고 생각하고 준비해왔다. (현재는) 법률적인 측면을 검토하는 단계”라며 “P2E 모델의 경우 위험이나 비판요소 제기될 수 있어 NFT와 마찬가지로 여러가지 리스크 요인을 처음부터 관리하면서 설계할 수 있는지 내부적으로 논의 중”이라고 밝혔다.

/강준혁 기자 junhyuk@metroseoul.co.kr

## LG유플러스, IPTV서 ‘디즈니+’ 독점공급

월 2만4600원 결합요금제 출시  
고객 위해 UI개편, 리모컨 개발

LG유플러스가 IPTV 서비스인 U+tv를 통해 글로벌 OTT 서비스 ‘디즈니+'(디즈니플러스)를 독점 공급해 고객 확대에 나선다. 또 고객 편의를 위해 월 2만4600원에 IPTV 서비스와 디즈니+ 콘텐츠를 마음껏 즐길 수 있는 결합 요금제도 출시한다.

디즈니+는 겨울왕국·토이스토리·어벤저스·스타워즈·내셔널지오그래피·아바타 등 인기 브랜드 및 콘텐츠를 보유한 글로벌 OTT 서비스다.

최창국 홈미디어 사업 상무는 “OTT 서비스는 새 콘텐츠 시청 방식으로 이용자수 6500만명이며 2019년 대비 1.8배 증가한 것으로 집계됐다”며 “디즈니플러스는 전 세계적으로 1억 2000만명 가입자를 확보했으며, 세계적으로 버라이즌, 스카이, NTT도코모 등과 제휴를 했지만 국내에서는 우리 회사와 제휴를 체결했다”고 밝혔다.

LG유플러스는 U+tv 고객이 빠르고 편리하게 IPTV에서 디즈니+를 이용할



정수현 Consumer부문장(부사장, 원쪽 두번째)이 기자간담회에서 기자들의 질문에 답하고 있다. 사진 원쪽부터 최창국 험/미디어사업그룹장(상무), 정수현 Consumer부문장(부사장), 김새라 마케팅그룹장(전무), 정대윤 미디어파트너십담당.

/LG유플러스

수 있도록 UI 개편 및 전용 리모컨을 개발했다.

LG유플러스 정수현 컨슈머부문장(부사장)은 “디즈니플러스와 제휴를 통해 상품과 서비스를 상호 보완하며 다양한 콘텐트를 경험할 수 있다”며 “2018년 넷플릭스를 독점 공급해 고객들이 우리를 선택했던 것처럼 차별화된 서비스와 상품을 통해 고객이 긍정적인 경험을 할 수 있게 할 것”이라고 밝혔다.

LG유플러스는 디즈니+와 제휴를 맺어 IPTV와 OTT를 결합한 요금제를 출시했다. ‘프리미엄 디즈니+’ 요금제는

월 2만4600원(3년 약정, 인터넷 결합 기준, VAT 포함)에 U+tv와 디즈니+의 콘텐츠를 마음껏 즐길 수 있다.

모바일 요금제와 결합된 ‘디즈니+ 프리미엄팩’도 출시했다. 월 9만 5000원 이상 5G 요금제 가입자 및 10만원대 이상 LTE 요금제 가입자에게는 디즈니+ 구독권이 매월 제공된다.

LG유플러스는 U+tv 셋톱박스 자동 업데이트 방식으로 디즈니+를 제공하고, 바로가기 버튼을 탑재한 리모컨을 출시해 고객이 원스톱으로 디즈니+에 접속할 수 있도록 했다.

/체윤정 기자

## SK렌터카, ‘출장 정비 서비스’ 시동

카랑에 지분투자… ‘픽업정비’ 추진

SK렌터카가 출장 정비 플랫폼으로 서비스를 확대한다.

SK렌터카는 카랑에 지분을 투자한다고 11일 밝혔다.

카랑은 자동차 출장정비 O2O 플랫폼으로, 카수리 브랜드를 통해 언제 어디서나 전문정비사를 파견하는 서비스

를 제공하고 있다.

SK렌터카는 카랑 투자를 통해 소비자들을 위한 방문 정비 서비스를 추진한다는 계획, 직접 차량을 이동시켜주는 ‘픽업정비’도 준비 중이다. 정비 이력을 통합 관리하는 서비스로 차량 관리 습관 유도와 과잉 정비 방지 등 교육 효과도 기대된다. 추후 일반 고객에도 방문 정비를 제공할 수 있도록 B2C로 서비스를

확대한다는 방침이다. SK렌터카 원천 기술인 ‘스마트링크’로 애플리케이션 시장 리더십을 갖춘다는 계획이다.

SK렌터카 관계자는 “조사 결과 B2B 고객은 서비스 업체를 통해 체계적으로 차량 관리를 받길 희망하고 B2C 고객은 주로 원하는 시간과 장소에서 정비 받길 원하는 것으로 나타났다”며, “이번 투자를 기반으로 고객이 필요할 때 찾아가 차량을 점검·진단하고 치방해주는 ‘방문차량주차의’ 컨셉으로 서비스를 만들어 나갈 것”이라고 밝혔다.

/김재웅 기자 juk@

## 포스코, 용역직원 ‘찾아가는 안전버스’ 운영

포스코가 안전교육 여건이 취약한 용역사 직원들을 대상으로 안전교육 및 보건 활동을 지원하는 ‘찾아가는 안전버스’를 운영한다.

포스코는 지난 1일부터 포항·광양 제철소에서 찾아가는 안전버스의 본격적인 운행을 시작했다. 국내 제조업 사업장 중 작업자들의 안전교육을 위한 전용 버스를 제작해 운영하는 것은 포스코가 처음이다. 이 사업은 용역사가 원하는 장소와 시간에 맞춰 특수 제작된 버스를 활용해 찾아가는 안전교육을 하는 것이다.

포스코는 협력사와 하도급사를 대상으로 관련 법령에 따라 안전교육을 지원하고 있으나 용역사의 경우 인력 변

동이 많고 비정기적 단기 작업 위주인 텣에 지원에 한계가 있었다.

포스코는 국내 제조업 사업장 중 처음으로 작업자들의 안전교육을 위한 전용 버스를 제작해 지난 1일부터 포항·광양 제철소에서 본격적인 운행을 시작했다.

오염물질 배출이 적어 친환경적인 압축천연가스(CNG) 대형버스 2대를 구매해 현장 직원들이 편안하게 교육을 받을 수 있는 공간으로 개조했다.

시청각 교육이 가능하도록 안전버스 외부에 대형 LED를, 내부에 TV 2대를 각각 설치했으며 체험용 실습 교육을 위한 최신형 가상현실(VR) 장비와 자동심장충격기, 심폐소생 더미 등도 구비했다.

/양성운 기자 ysw@

## 볼보, 내연기관차 판매 단계적 중단 약속

‘제로 이미션 도로운송’ 선언

볼보자동차가 UN 기후 변화 회의(COP26)에서 ‘제로 이미션(Zero Emission) 도로 운송 공동 선언문’에 이름을 올렸다. 또 탄소 발자국 감소를 더욱 가속화하기 위한 조치로 업계 최초로 도입한 내부 탄소 가격 책정 체계를 공개했다.

11일 볼보자동차에 따르면 세계 운송의 날에 맞춰 공개된 글래스고 선언은 오는 2035년까지 주요 시장(미국, 중국, EU, 일본)과 2040년 세계 시장에서 내연 기관차 판매를 단계적으로 중단하겠다는 업계와 정부의 약속을 의미한다. 볼보차는 이미 2025년까지 세계 판매 대수의 절반 이상을 순수 전기차로, 2030년에는 완전 전기차 제조사가 되겠다는 기후 행동 목표를 갖고 있다. 이번 선언문



하칸 사무엘손(Hakan Samuelsson) 볼보 최고경영자.

서약은 업계와 정부가 밀접하게 배출 가스 제로를 위한 레이스(Race to Zero)에 나서는 것을 지지하기 위해 참여했다.

또 볼보는 2040년까지 탄소 발자국 감축 기속회를 위해 전체 비즈니스 과정의 탄소 배출량 1톤당 1000 SEK(약 13만 7400원)의 내부 탄소 가격 책정 체계를 도입한다고 발표했다.

/양성운 기자