

INVESTOR RELATIONS

2022. 8.

KRAFTON

유의사항

주식회사 크래프톤(이하 "크래프톤")의 재무 정보는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)에 따라 작성되었으며, 크래프톤 및 종속회사를 포함한 연결 기준 재무제표입니다.

본 자료는 주주 및 투자자 편의를 위하여 외부감사인의 검토가 완료되지 않은 상태에서 작성되었으며, 이에 본 자료에 포함된 경영 실적 및 재무 정보는 외부감사인의 검토 결과에 따라 변경될 수 있습니다.

본 자료의 경영 실적, 재무제표 및 예측을 포함한 정보는 현재 시점을 기준으로 작성되었고, 이에 정보의 정확성과 완벽성에 대해 보장하지 않으며, 회사는 향후 변경되는 새로운 정보나 업데이트 책임을 지지 않습니다.

따라서, 본 자료는 투자자들의 투자 결과에 대하여 어떠한 법적인 목적으로 사용되어서는 아니되며, 크래프톤은 본 자료에서 제공되는 정보에 의거하여 발생하는 투자 결과에 대해 어떠한 책임 또는 손해를 지지 않음을 알려드립니다.

2022 Growth Strategy

2022년 크래프톤의 도전은 계속된다

Our Core : Games

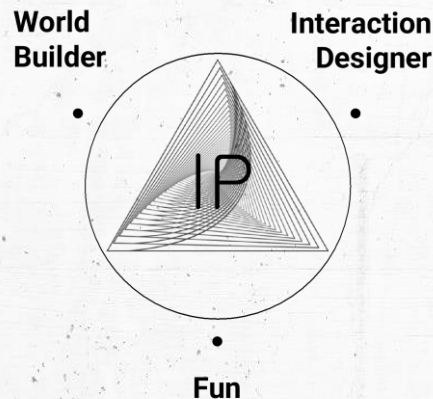
- **Games-as-a-Service : Player Engagement 강화 및 라이브 서비스의 효율화**
- **신작 개발**
 - Project M, The Callisto Protocol '22년 런칭 예정

Beyond the Game

- 크래프톤의 게임 제작 역량 기반 확장 가능한 영역으로 새로운 도전
(Virtual Human, Deep Learning, Web 3.0/NFT, VR 등)

" The Potential "

- 작고 빠른 시도가 더 많이 지속적으로 이루어질 수 있도록 장려하는 새로운 프로그램
 - 20명 이하의 팀으로 1년 내 유저 테스트가 가능한 프로젝트들을 시도



라이브 서비스에서 가장 중요한 세가지 PUBG 게임의 Player Engagement 강화 및 운영 효율성 제고



“Battlegrounds for All”

F2P 전환을 기점으로
신규 유저 케어 및 유료화 효율을 높여
더욱 오래도록
사랑받는 게임으로 자리매김



“Repositioning”

하드코어/숙련된 플레이어 중심으로
명확히 차별화된 포지션을
형성하고 확장하여
지속가능한 서비스로 안착



“Further grow PUBG fandom”

신선한 콘텐츠 업데이트를
통해 지속적으로 모멘텀을
만들어내며 팬덤 강화

KRAFTON Pipeline : 2022 and Beyond⁽¹⁾

Road to Valor: Empires

DreaMotion
실시간 전략 시뮬레이션

2022년 상반기
글로벌 런칭

Project M

Unknown Worlds
턴제 전략

2022년 하반기
Early Access 목표

Project Biringam

KRAFTON HQ
오픈월드 PvP 슈터

2023년 Early Access 목표

Project Black Budget

PUBG Studios
PvPvE Looter Shooter

미정

Defense Derby

Rising Wings
실시간 전략 디펜스

2022년 하반기
소프트 런칭 목표

The Callisto Protocol

Striking Distance Studios
액션/호러

2022년 12월 2일 글로벌 런칭

Project FF

Bluehole Studio
수집형 RPG

2023년 런칭 목표

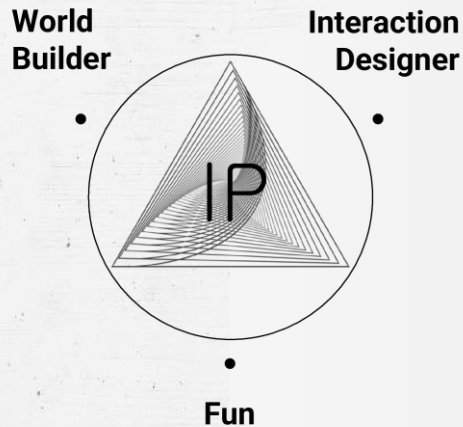
Project Windless

KRAFTON HQ
눈물을 마시는 새

미정

Note: (1) 프로젝트명 및 일정은 변동될 수 있음

KRAFTON이 가진 게임 제작 역량 기반 새롭게 확장 가능한 영역



Virtual Reality (VR)

- Fully Immersive한 경험을 가능하게 하는 수단으로 게이머를 넘어서 더 넓은 유저군 대상 Interactive 콘텐츠 확산 가능
- 아직 대중화 되기는 이른 시장이나 코로나와 Oculus Quest 2의 영향으로 작은 도전을 해볼만한 시장 규모로 확대 중
 - '21년 판매량: PS5 약 12M 대, Xbox Series 약 8M 대, Oculus Quest 2 약 7M 대

Deep Learning

- Virtual Human 개발의 핵심인 Generation 위주의 기술 내재화
 - Text-to-Speech / Speech-to-Text
 - Open-Domain Conversation
 - Vision / Character Generation & Animation

Web 3.0 & NFT

- 결제(자산 이동)이 가능한 Open API가 특징으로, Network 효과를 가속화
- 창작자/소비자에게 더 많은 권한을 share하는 생태계를 구축하며 전통적인 플랫폼의 역할이 더욱 축소
- Web 3.0 환경에서 게임회사는 Gamer와 Creator에게 새로운 가치를 제공할 수 있어야 하고, 이는 게임의 재미가 전제 되어야 함

Web 3.0 & NFT 영역 내 신규 프로젝트

Web 3.0 사업 방향성

Fun

게임사로서 지금까지 해 왔고, 잘 하는 역할에 집중하되, 새로운 콘텐츠가 창작될 수 있도록 Create-to-Earn 생태계를 육성한다

Community-driven

Core Fan이 주축이 된 Community와 동반 성장하며, 이에 맞춰 우선 순위를 설정한다.

Cooperation

확장성 있는 생태계를 만들고 운영하기 위해, 다양한 파트너들과 함께 대응한다.

Web 3.0 신규 프로젝트

User-Generated Metaverse Platform

- Unreal Engine 기반 콘텐츠 제작 툴을 통해 높은 퀄리티의 메타버스 구현
- NFT 기반 Creator Economy 활성화

“The Potential” - 작고 빠른 시도가 더 많이 지속적으로 이루어질 수 있도록 장려하는 프로그램

20명

최대 20명 팀 구성 가능

1년

1년 이내 유저테스트가 가능한 빌드 구현 목표

- 만 12개월 차 Monthly 마일스톤 리뷰에서 유저테스트 진행 여부를 결정

유저
테스트

핵심 게임 플레이/재미 검증을 위한 유저 테스트
(소프트 런칭) 지원

- 유저테스트 허들 통과 시, THE NEW를 통해 공식 프로젝트화 기회로 연결

핵심 운영 방향

- Spirit: 가치있는 도전을 작고 빠르게 시도
- 실제로 더 많이, 지속적으로 이루어질 수 있도록 제안 프로세스 간소화
- 기존의 전통적인 형식의 게임을 넘어서서 Web 3.0/NFT 게임, VR 게임 등 새로운 기술을 활용한 영역으로 범위 확대

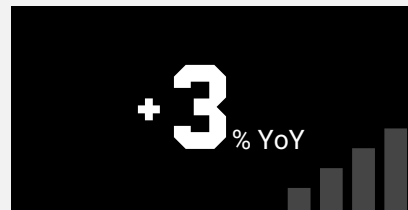
2Q22 & 1H22 Highlights

2022 1H Results at a Glance

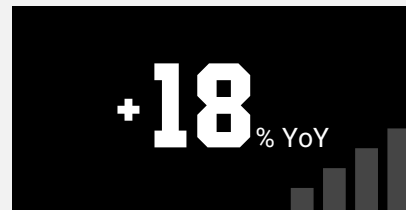
KEY PERFORMANCE



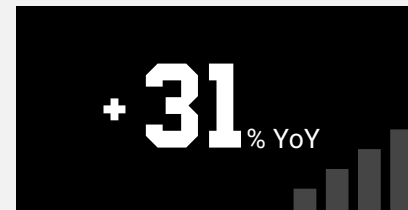
KEY FINANCIAL HIGHLIGHTS⁽³⁾



매출



영업이익



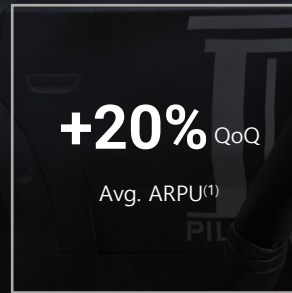
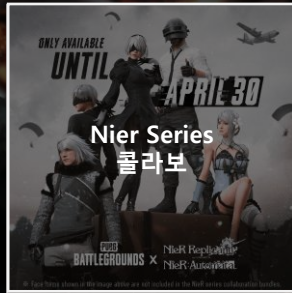
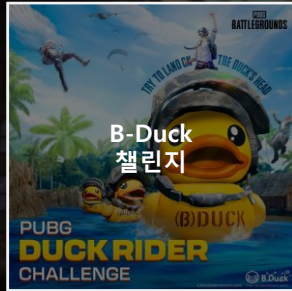
당기순이익

Note: (1) '22년 1~6월 PC, 콘솔 누적 NRU(신규 유저수) 기준, (2) 2H21 대비 1H22의 PUBGM 글로벌, KR/JP, BGMI, New State 합산 기준 비교, (3) 1H21 대비 1H22 기준

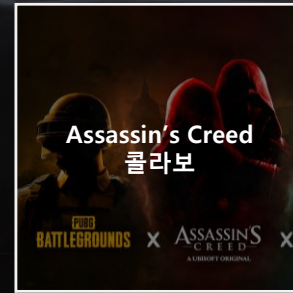
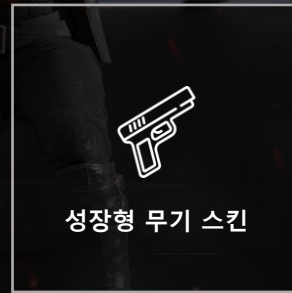
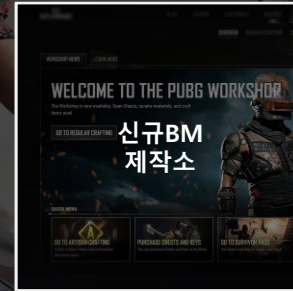
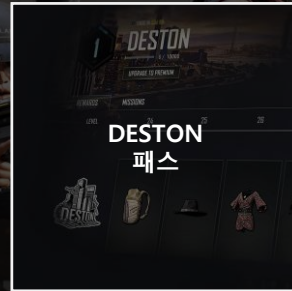
PC/Console

이용자 게임 경험 개선에 집중한 라이브 서비스 진행으로 지속적인 신규 유저 유입 및 과금 유저 확대

2Q22 In & Out 게임 경험 강화를 위한 Live Service



3Q22 Live Service & Marketing Plan



Note: (1) PC 및 콘솔 합산 2분기 기준 NRU(New Registered Users; 신규 등록 이용자), NPU(New Paying Users; 신규 구매 이용자), ARPU(Average Revenue Per User; 이용자 당 평균 매출액) 수치

Mobile – PUBG / New State

PUBGM은 연중 가장 풍부한 콘텐츠로 라이브 서비스 효율 극대화, New State는 차별화된 라이브 서비스 가속화



“다채로운 글로벌 브랜드 콜라보레이션 및 모드 서비스로 이용자 기반 확대 및 수익성 강화”



“빠른 페이스의 게임플레이로
코어 유저 지표 확대”

User Engagement



<블랙핑크 인게임 콘서트>



<기본맵 개선 및 1x1 신규맵 출시 예정>



<다양한 테마의 모드 서비스>



<실험실: AKINTA 바운티 로얄>

Monetization



<고성능 차량 콜라보 스킨>



<브랜드 콜라보 버디 아이템>



<신규 골드 등급 스킨>



<글로벌 IP 인게임 콜라보>

INDIA

인도와의 동반 성장을 위한 다양한 사업 전개 및 전략적 현지 파트너십 확대

**BATTLEGROUNDS
MOBILE INDIA**

인도의 국민게임, 1억 다운로드 달성



<Silvanus X-Suit 스킨>



<에반게리온 콜라보레이션>



“신규 유입 및 리텐션, 매출 상승”

인도 e스포츠 최초 TV 중계



BGMI Masters Series

- Organizer : 크래프톤
- 개최 : 노드윈 게이밍
- 스트리밍 : 로코 인터랙티브



TV 뷰어십 **2,400만**
전체 Viewership **2억**

KRAFTON

현지 파트너십 확보 및
디지털 생태계 동반 성장

KUKUFM

<쿠쿠에프엠>
USD 700만
(지분율 11.7%)

약 1억 달러
투자 집행 완료

2Q22
누적 기준

LILA

<릴라 게임즈>
USD 100만
(지분율 2.5%)

nautilus
mobile

<노틸러스 모바일>
USD 550만
(지분율 30.0%)



tamatem
Arabic Mobile Games Publisher

<타마템 게임즈> (2)
USD 600만
(지분율 10.9%)



<로코 인터랙티브> (1)
USD 367만
(지분율 9.6%)

**NODWIN
GAMING**

<노드윈 게이밍>
USD 2,250만
(지분율 15.0%)



<프라틸리피>
USD 4,600만
(지분율 17.1%)



<프렌드>
USD 500만
(지분율 20.0%)

New IP Project – 2022/23

하반기 북미 독립스튜디오의 글로벌 신작 출시를 통한 게임 IP 확장 및 다양한 장르의 코어 팬 확보

Project M



- Sci-Fi 세계관을 배경으로 한 턴제 전략 PC 게임
- Easy-to-Learn, Hard-to-Master 공식을 따르며, 보는 재미가 있는 게임
- Gamescom Opening Night Live에서 게임 영상 및 세계관 최초 공개
- '22년 하반기 Steam Early Access 예정

THE CALLISTO PROTOCOL



- 글렌 스코필드의 AAA 신작 게임
- '22년 12월 2일 글로벌 출시 예정
- 최고의 퀄리티 + 호러 경험의 극치+ 차별화된 액션 메커니즘
- 출시 전 Gamescom을 통해 기대감 증대

New IP Project – Project Windless

크래프톤이 준비 중인 신규 IP 프로젝트, Top 크리에이터 협업을 통해 다양한 미디어로 확장, 새로운 경험의 게임 개발 본격화

눈물을
마시는 새

Project Windless KRAFTON

- 독창적 세계관, 풍부한 서사의 한국 판타지 소설
- 강력한 코어 팬층 기반 다양한 미디어로의 확장
- Iain McCaig 중심 비주얼 R&D 진행 중
- '22년 아트북, '23년 상반기 그래픽 노블 출시 예정
- '22년 내 글로벌 게임 Core Team 셋업 목표



New Growth – Web 3.0 Metaverse & Virtual Human

크래프톤의 자체 기술력을 바탕으로 C2E 메타버스와 버추얼 휴먼 ANA로 Interactive Virtual World 영역 확장

C2E Metaverse: Project Migaloo



- C2E 생태계를 기반으로 크리에이터 중심의 가치 지향
- Interactive Virtual World이자 Fun을 위한 가상 공간
- 기존 Web2.0과 Web 3.0 서비스 대비 하이퀄리티 추구
- 연내 네이버제트와 합작회사 출범 목표

KRAFTON

NAVER 

Virtual Human: ANA

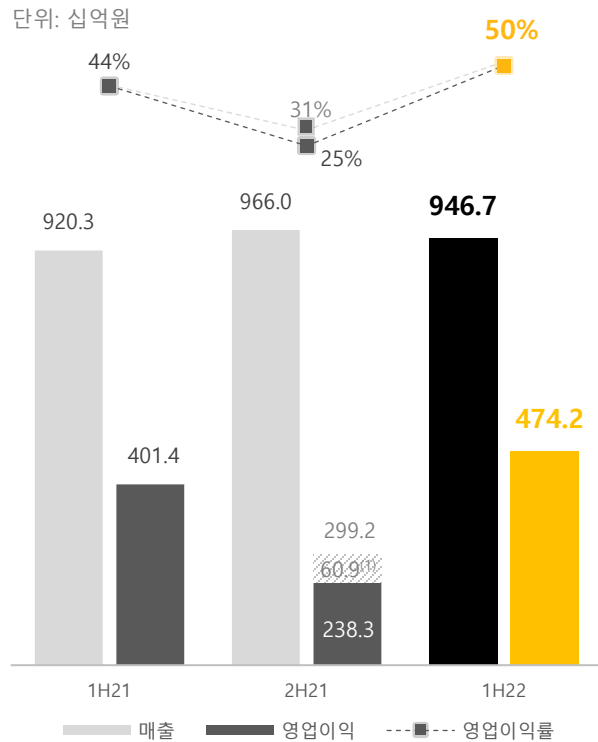


- Unique한 세계관을 가진 글로벌 Gen-Z 타겟의 버추얼 인플루언서
- 크래프톤 자체 기술력을 통한 차별화:
UE5 기반 Hyper Realism, Rigging, AI Voice, Deep Learning 등
- 하반기 음원 및 뮤직비디오 발매를 시작으로 글로벌 파트너십과 콜라보레이션 등 향후 다양한 엔터테인먼트 영역으로 확장 및 활동 예정

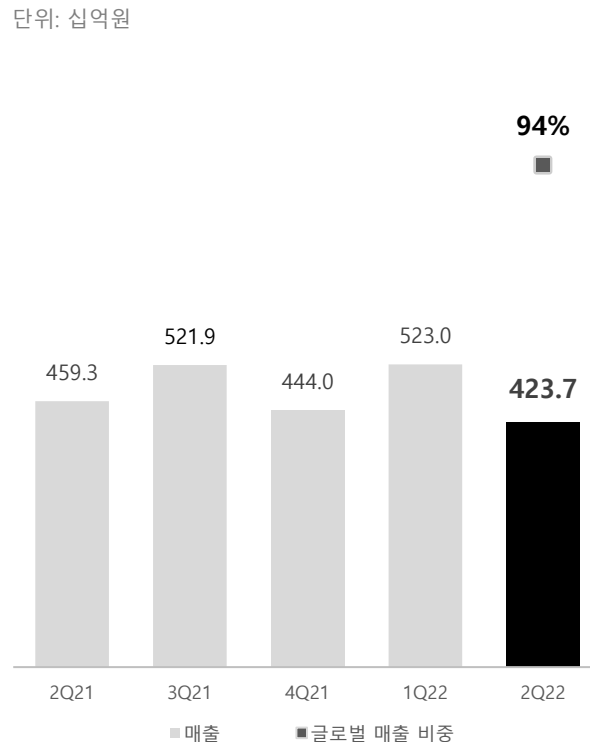
실적 요약

매출	1H22	9,467억원 (YoY +2.9%)
	2Q22	4,237억원 (YoY -7.8%, QoQ -19.0%)
영업이익	1H22	4,742억원 (YoY +18.1%)
	2Q22	1,623억원 (YoY -6.8%, QoQ -48.0%)

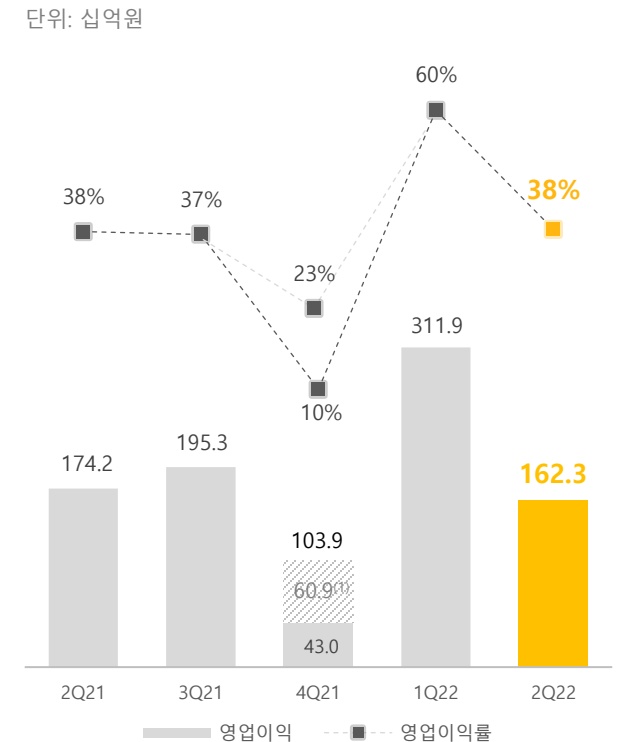
반기 실적



분기 매출



분기 영업이익



Note: (1) 일회성 주식보상비용(609억) 발생분

매출 구성

매출
1H22 9,467억원 (YoY +2.9%)
2Q22 4,237억원 (YoY -7.8%, QoQ -19.0%)

• (PC) 1H22 YoY +25.9%, 2Q22 YoY flat, QoQ -16.5%

2Q22 PC 매출은 F2P 이후 패키지 판매 제거, 무료 G-Coin 영향으로 전년 동기와 유사한 수준, User Engagement 위주의 라이브 서비스 진행되며 전분기 대비 감소

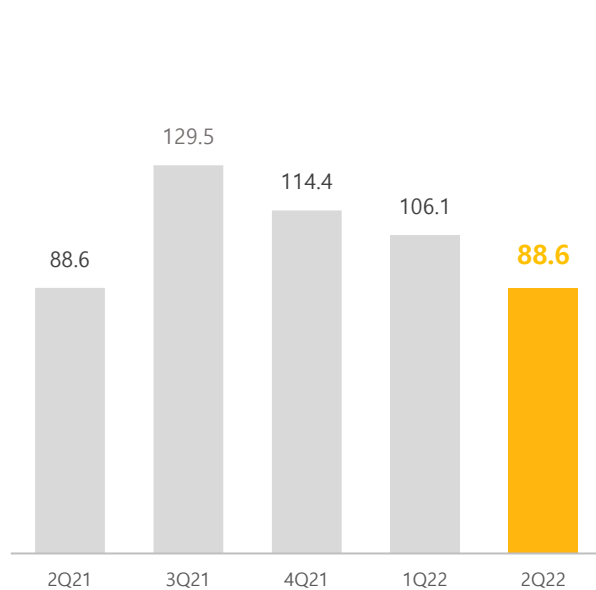
• (모바일) 1H22 YoY -2.4%, 2Q22 YoY -9.7%, QoQ -19.3%

2Q22 모바일 매출은 2Q21의 일회성 매출 제거 시 PUBGM의 견조한 성장으로 전년 동기 대비 증가, 통상적인 비수기 영향으로 전분기 대비 감소

PC

단위: 십억원

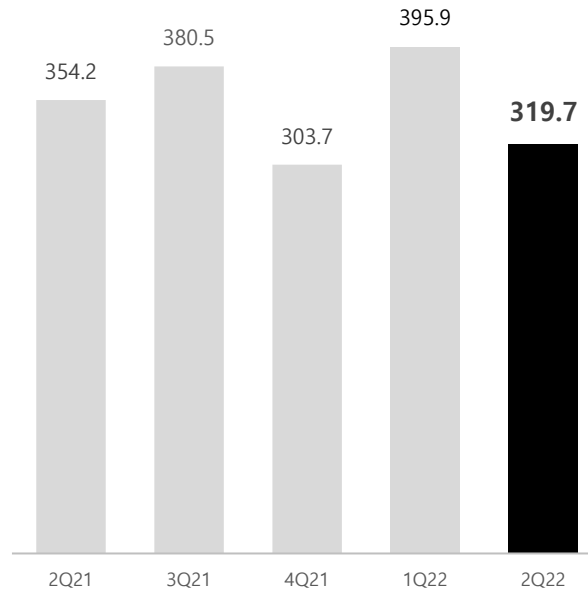
PUBG, Subnautica, Below Zero 등



모바일

단위: 십억원

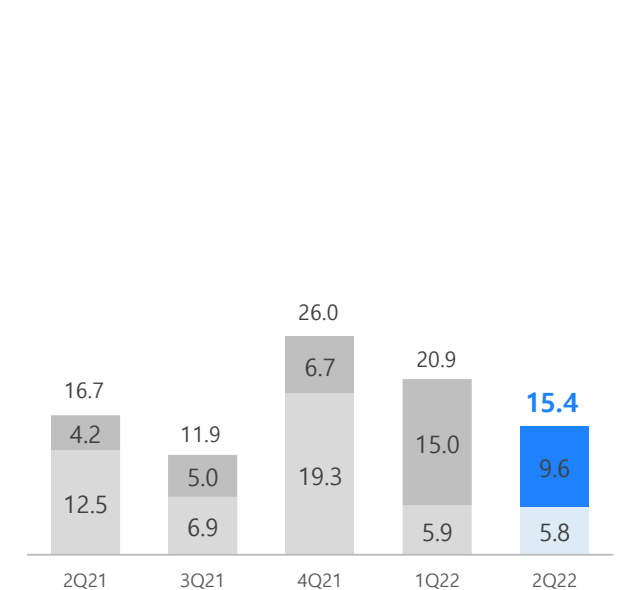
PUBGM, BGMI, New State, Technology Service 등



콘솔 / 기타

단위: 십억원

PUBG, Subnautica, Below Zero, 이스포츠 등



비용 구성

영업비용 **1H22 4,725억원** (YoY -9.0%)
 2Q22 2,613억원 (YoY -8.4%, QoQ +23.8%)

• (인건비) 1H22 YoY +16.4%, 2Q22 YoY +3.7%, QoQ -12.4%

2Q22 인건비는 사업의 성장으로 인한 인원 증가 불구 성과보상인센티브 감소 영향으로 전년 동기 증가폭 축소 및 전분기 대비 감소

• (지급수수료) 1H22 YoY -19.7%, 2Q22 YoY -14.3%, QoQ +46.1%

2Q22 지급수수료는 글로벌 규모 eSports 대회 부재로 전년 동기 대비 감소, PNC 2022 개최에 따라 전분기 대비 증가

(단위: 십억원)	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22	YoY	QoQ	1H21	1H22	YoY
영업비용	285.2	326.6	401.0	211.1	261.3	-8.4%	23.8%	519.0	472.5	-9.0%
% 매출 대비	62.1%	62.6%	90.3%	40.4%	61.7%	-0.4%p	21.3%p	56.4%	49.9%	-6.5%p
인건비	93.4	80.8	94.8	110.5	96.9	3.7%	-12.4%	178.1	207.4	16.4%
앱수수료/매출원가 ⁽¹⁾	40.2	59.6	57.7	51.6	50.1	24.6%	-3.0%	76.0	101.7	33.9%
지급수수료	95.3	70.0	118.1	55.9	81.7	-14.3%	46.1%	171.5	137.7	-19.7%
마케팅비	8.0	20.5	46.4	17.5	11.3	41.9%	-35.3%	15.4	28.8	86.8%
주식보상비용	27.4	70.6	59.0	(53.2)	(8.4)	-130.6%	+84.2%	37.5	(61.6)	-264.5%
기타	20.9	25.1	25.1	28.8	29.8	42.7%	3.5%	40.6	58.6	44.4%
영업이익	174.2	195.3	43.0	311.9	162.3	-6.8%	-48.0%	401.4	474.2	18.1%
% 마진율	37.9%	37.4%	9.7%	59.6%	38.3%	0.4%p	-21.3%p	43.6%	50.1%	6.5%p
조정 EBITDA⁽²⁾	218.2	283.3	120.6	278.1	174.5	-20.0%	-37.2%	470.3	452.6	-3.8%
% 마진율	47.5%	54.3%	27.2%	53.2%	41.2%	-6.3%p	-12.0%p	51.1%	47.8%	-3.3%p
당기순이익	141.3	178.3	6.2	245.2	194.0	37.3%	-20.9%	335.3	439.2	31.0%

Note: (1) 앱수수료/매출원가는 Steam, 마켓수수료 등, (2) 조정 EBITDA = EBITDA + 주식보상비용

영업이익 / 조정 EBITDA

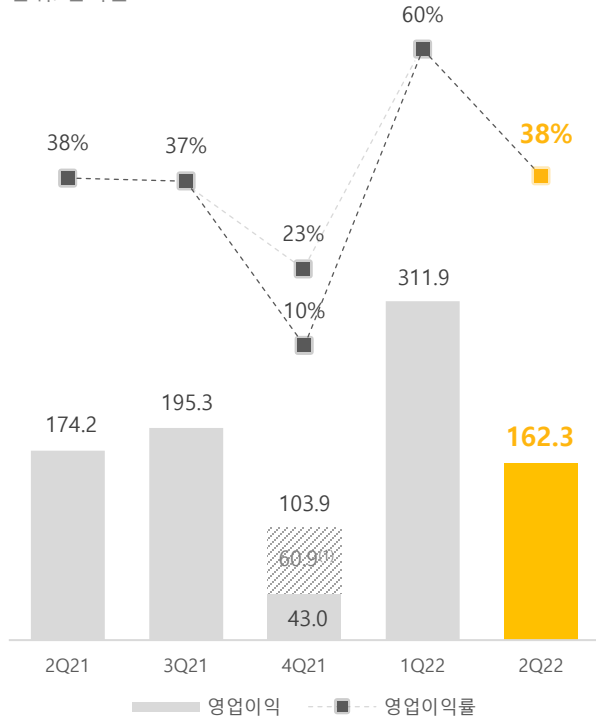
영업이익 1H22 4,742억원 (YoY +18.1%)
 2Q22 1,623억원 (YoY -6.8%, QoQ -48.0%)

조정 EBITDA 1H22 4,526억원 (YoY -3.8%)
 2Q22 1,745억원 (YoY -20.0%, QoQ -37.2%)

• 2Q22 조정 EBITDA는 전년 동기 대비 20% 감소, 조정 EBITDA 마진 41% 기록

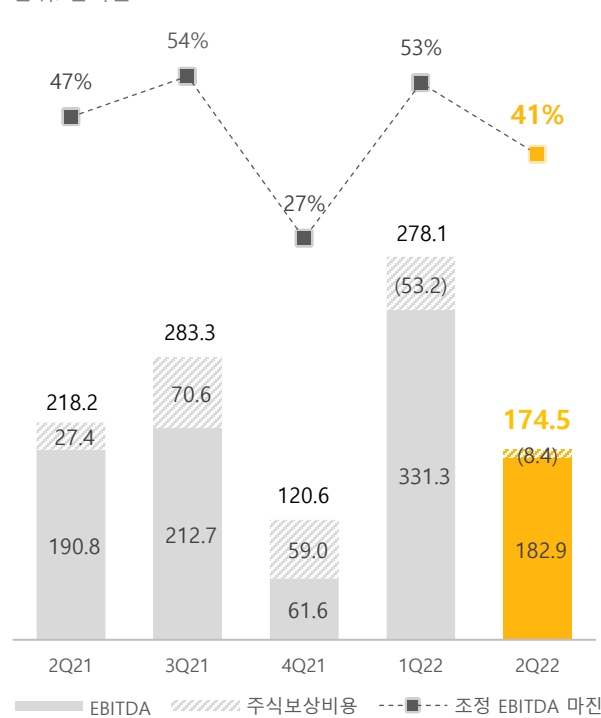
영업이익 (분기)

단위: 십억원



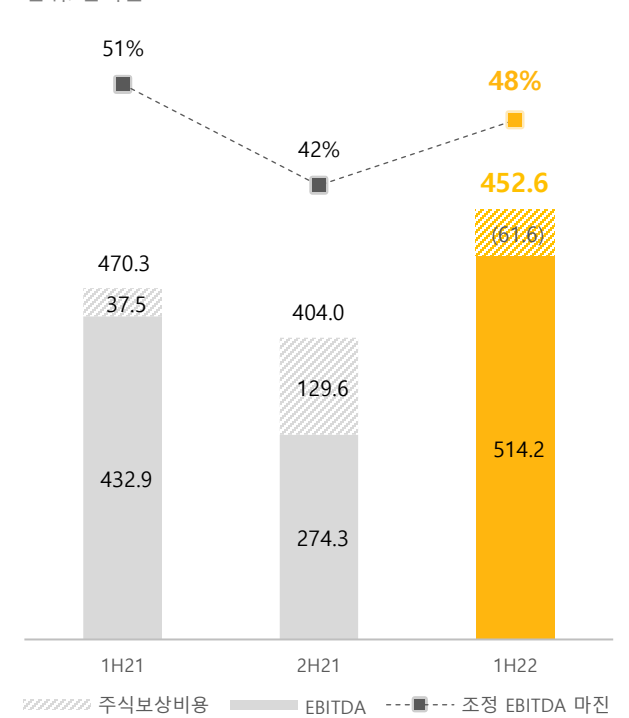
조정 EBITDA (분기)

단위: 십억원



조정 EBITDA (반기)

단위: 십억원



Note: (1) 일회성 주식보상비용(609억) 발생분

당기순이익

세전이익 1H22 5,865억원 (YoY +32.3%)
 2Q22 2,568억원 (YoY +49.5%, QoQ -22.1%)

당기순이익 1H22 4,392억원 (YoY +31.0%), **역대 최대**
 2Q22 1,940억원 (YoY +37.3%, QoQ -20.9%)

• 2Q22 당기순이익은 환율 효과로 인한 영업외손익 증가로 전년 동기 대비 상승, 순이익률 46% 기록

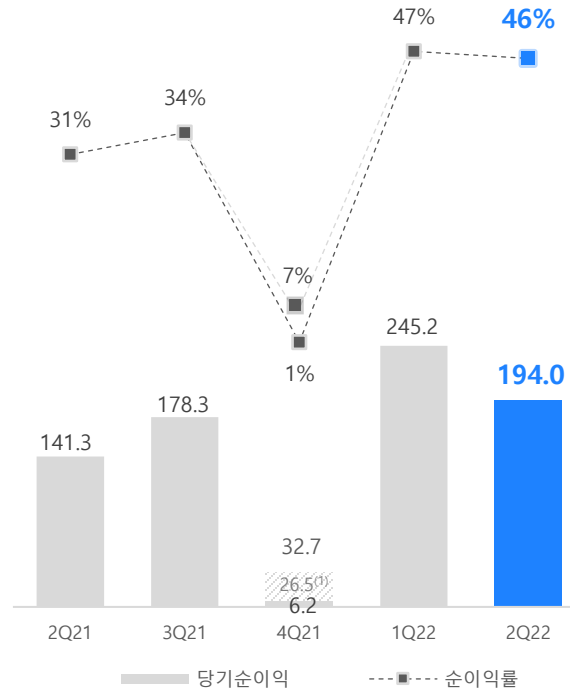
영업외손익 및 세전손익 (분기)

단위: 십억원

구분	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22
영업외손익	(2.4)	74.7	(5.7)	17.8	94.5
영업외수익	5.4	86.3	23.9	43.7	108.9
기타수익	4.7	82.3	18.6	37.0	101.3
금융수익	0.7	4.0	5.3	6.7	7.5
영업외비용	7.7	11.7	29.7	25.9	14.4
기타비용	5.7	9.9	28.2	24.3	12.8
금융비용	2.1	1.8	1.5	1.7	1.6
세전손익	171.8	269.9	37.2	329.6	256.8

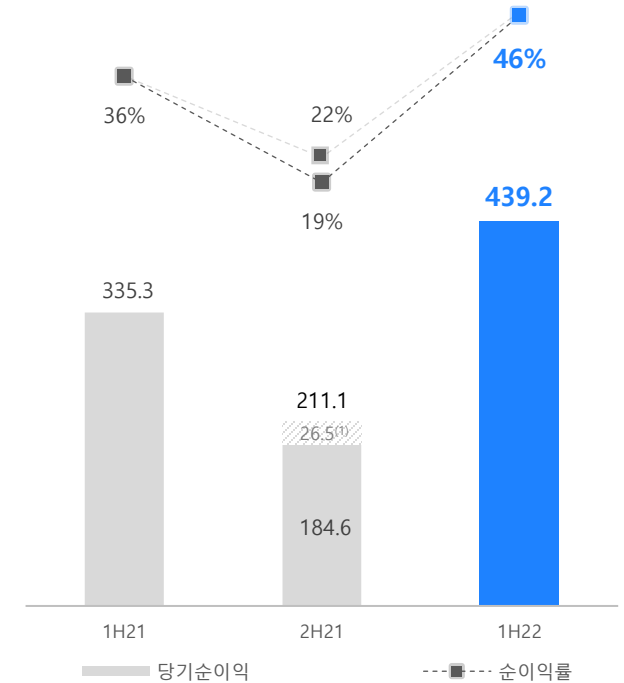
당기순이익 (분기)

단위: 십억원



당기순이익 (반기)

단위: 십억원



Note: (1) 무형자산 손상차손(265억) 발생분

요약 재무제표

연결손익계산서

(단위: 십억원)	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22
영업수익	459.3	521.9	444.0	523.0	423.7
영업비용	285.2	326.6	401.0	211.1	261.3
영업이익	174.2	195.3	43.0	311.9	162.3
EBITDA	190.8	212.7	61.6	331.3	182.9
조정 EBITDA	218.2	283.3	120.6	278.1	174.5
영업외손익	(2.4)	74.7	(5.7)	17.8	94.5
기타수익	4.7	82.3	18.6	37.0	101.3
기타비용	5.7	9.9	28.2	24.3	12.8
금융수익	0.7	4.0	5.3	6.7	7.5
금융비용	2.1	1.8	1.5	1.7	1.6
법인세차감전순이익	171.8	269.9	37.2	329.6	256.8
법인세비용	30.5	91.6	31.0	84.4	62.9
당기순이익	141.3	178.3	6.2	245.2	194.0

연결재무상태표

(단위: 십억원)	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22
유동자산	1,554.8	4,441.2	3,653.7	3,715.7	3,811.0
현금및현금성자산	624.5	3,593.9	3,019.3	1,952.8	1,193.6
비유동자산	735.7	863.0	1,981.4	2,054.2	2,117.7
자산총계	2,290.5	5,304.2	5,635.1	5,769.9	5,928.7
유동부채	532.0	574.1	638.2	529.4	434.7
비유동부채	188.9	210.0	388.7	393.7	416.2
부채총계	720.8	784.2	1,026.9	923.1	850.8
자본금	4.3	4.9	4.9	4.9	4.9
자본잉여금	1,065.6	3,837.2	3,839.1	1,474.1	1,475.1
기타자본구성요소	126.5	126.2	206.3	155.1	191.1
이익잉여금	373.3	551.6	557.8	3,212.7	3,406.6
비지배지분	0.0	0.1	0.1	0.1	0.2
자본총계	1,569.7	4,520.0	4,608.2	4,846.8	5,077.9

Appendix

Our Vision

WHY

우리는 게임이 가장 강력한 미디어가 될 것임을 믿습니다.

HOW

독창성, 끊임없는 도전정신, 우리의 기술을 바탕으로

WHAT

독보적인 창작의 결과물 original IP 을 확장하고 재창조 universe 함으로써
팬들이 경험하는 엔터테인먼트의 순간들을 무한히 연결하는
세계 immersive, virtual world 를 만들 것입니다.

우리가 완성할 그곳에서, 모두와 만나겠습니다.

We will meet everyone in the world we are building.

경영진 소개

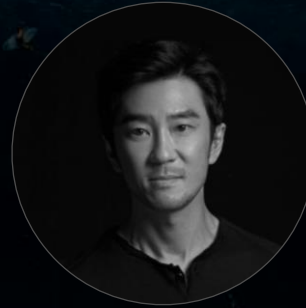
Tech 기반 창업자, CEO를 필두로 성장한 조직



장병규

크래프톤 공동설립자, 이사회 의장
전략위원회 위원

- KAIST 전산학 학사 / 석사 / 박사과정 수료
- 現 크래프톤 의장
- 現 서울상공회의소 부회장
- 前 대통령 직속 4차산업혁명위원장



김창한

크래프톤 대표이사
전략위원회 위원

- KAIST 전산학 학사 / 석사 / PhD
- 現 크래프톤 의장
- 배틀그라운드 PD
- 게임 업계 경력 20년+

“ 1세대 벤처창업가이자 4개의 Tech 기업 창업 경험 ”

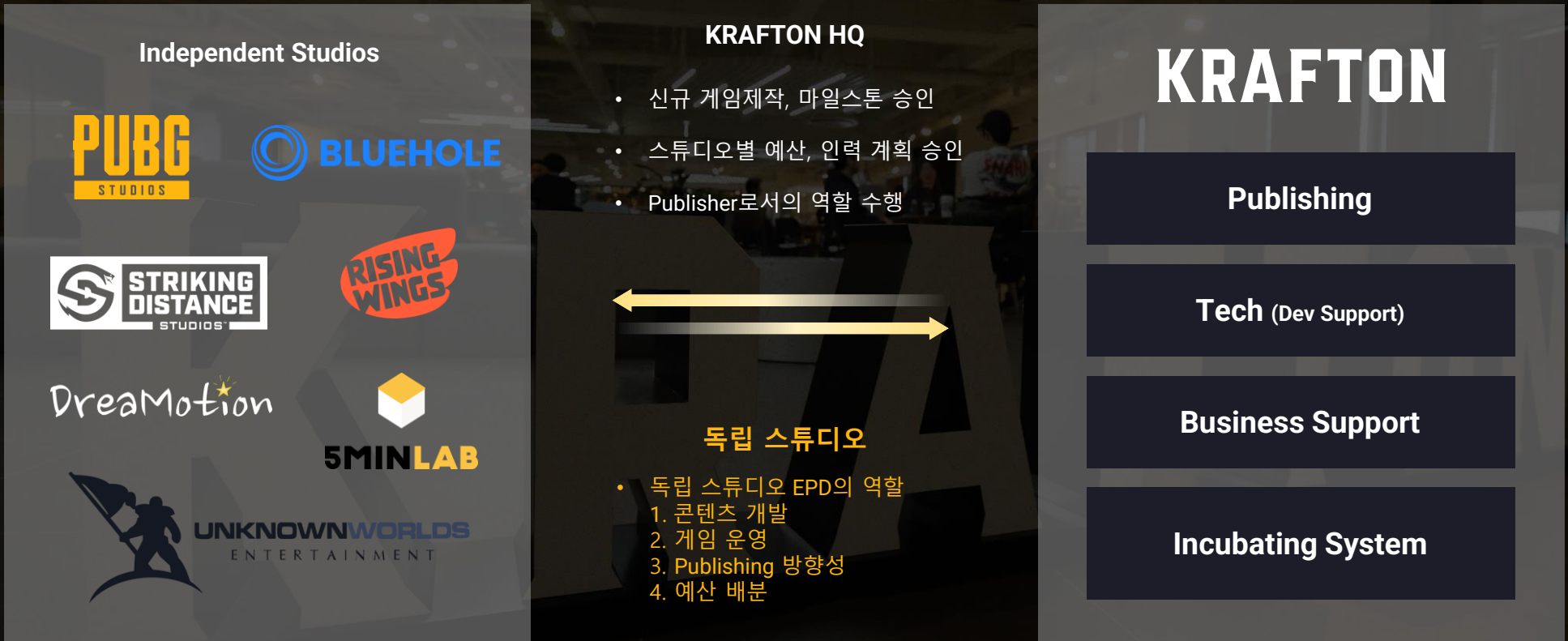
“ 게임 개발 경력 20년 이상의 베테랑 게임 제작자 ”

1997	2005	2007	2010
게임 스튜디오	검색 엔진	TERA 개발 1st Non-targeting MMORPG	초기 Tech 기업 전문 VC

2020 - 현재	• 크래프톤 CEO
2009 - 2016	• PUBG(舊 지노게임즈) 대표 및 개발 프로듀서 • 배틀로얄 장르의 대표작
2003 - 2008	• 넥스트플레이 CTO 겸 TD(‘핀치몬스터’ 개발 총괄) • 3D 기술이 활용된 2D 횡스크롤 액션 RPG
2000 - 2003	• 이매직 개발기획기술 팀장(‘세피로스’ 디렉터) • 국내 최초 UE 기반 MMORPG 기획

독립 스튜디오 시스템

독립 스튜디오는 Creative를 바탕으로 개발에 집중, KRAFTON은 Publishing, Tech, 지속가능한 개발 환경을 제공



Bottom-up 제작 시스템과 개발 문화

Bottom-up 제작 시스템, 스튜디오별 특성과 환경에 맞추어 차별화한 개발 문화 육성

	Conception / Pre-production	Development	Publishing
	<ul style="list-style-type: none"> 스튜디오별 예산, 인력 운영 계획 승인 		
KRAFTON HQ	<ul style="list-style-type: none"> 신규 프로젝트 Incubation에 적극적으로 관여 - CPO 최종 승인 	<ul style="list-style-type: none"> 피드백 그룹, CPO가 개발 방향성과 production quality를 검토하여, 베타 테스트 / 런칭 여부를 승인 	<ul style="list-style-type: none"> 게임의 런칭부터 라이브 서비스를 위한 Global Publishing 실행
독립 스튜디오	<ul style="list-style-type: none"> Bottom-up 제작 시스템을 통한 신규 프로젝트 발굴 	<ul style="list-style-type: none"> Concept & Discovery → Design & Planning → Vertical Slice → Full Production 과정에 걸쳐 개발하여 마일스톤 리뷰를 거침 	<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠 개발, 게임 운영 / publishing 방향성 및 예산 배분을 EPD가 결정



Ana

HELLO WORLD, IT'S ME ANA! 🙄