



2025 JOYCITY 신작설명회

조이시티의 꿈을 향하는 미래

본 문서는 2025년 11월 26일, 당사에서 진행된
신작설명회의 발표자료 문서로서
외부공개가 제한된 일부 내용은 제외되어 있음을 참고바랍니다.



BIOHAZARD™

Survival Unit



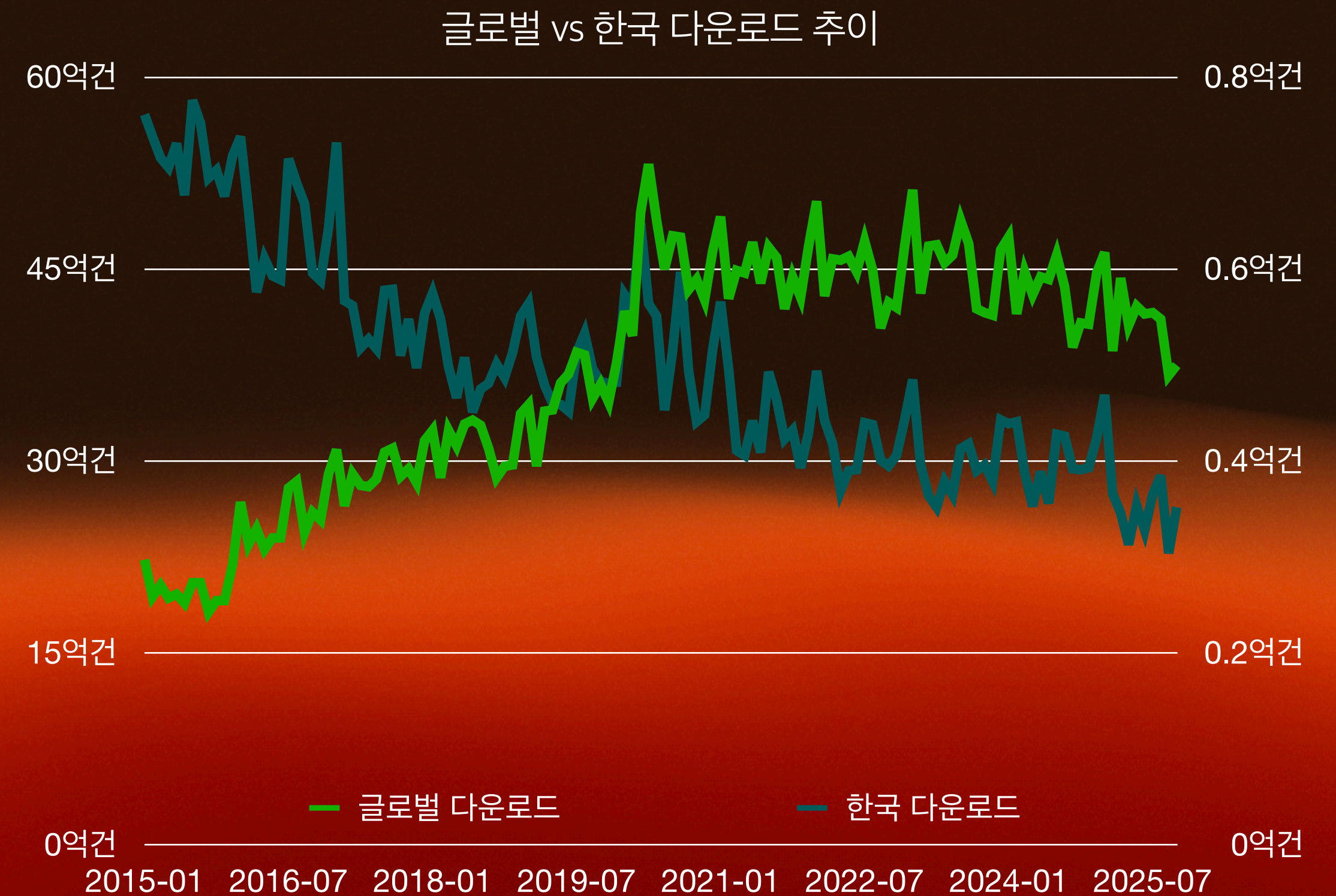
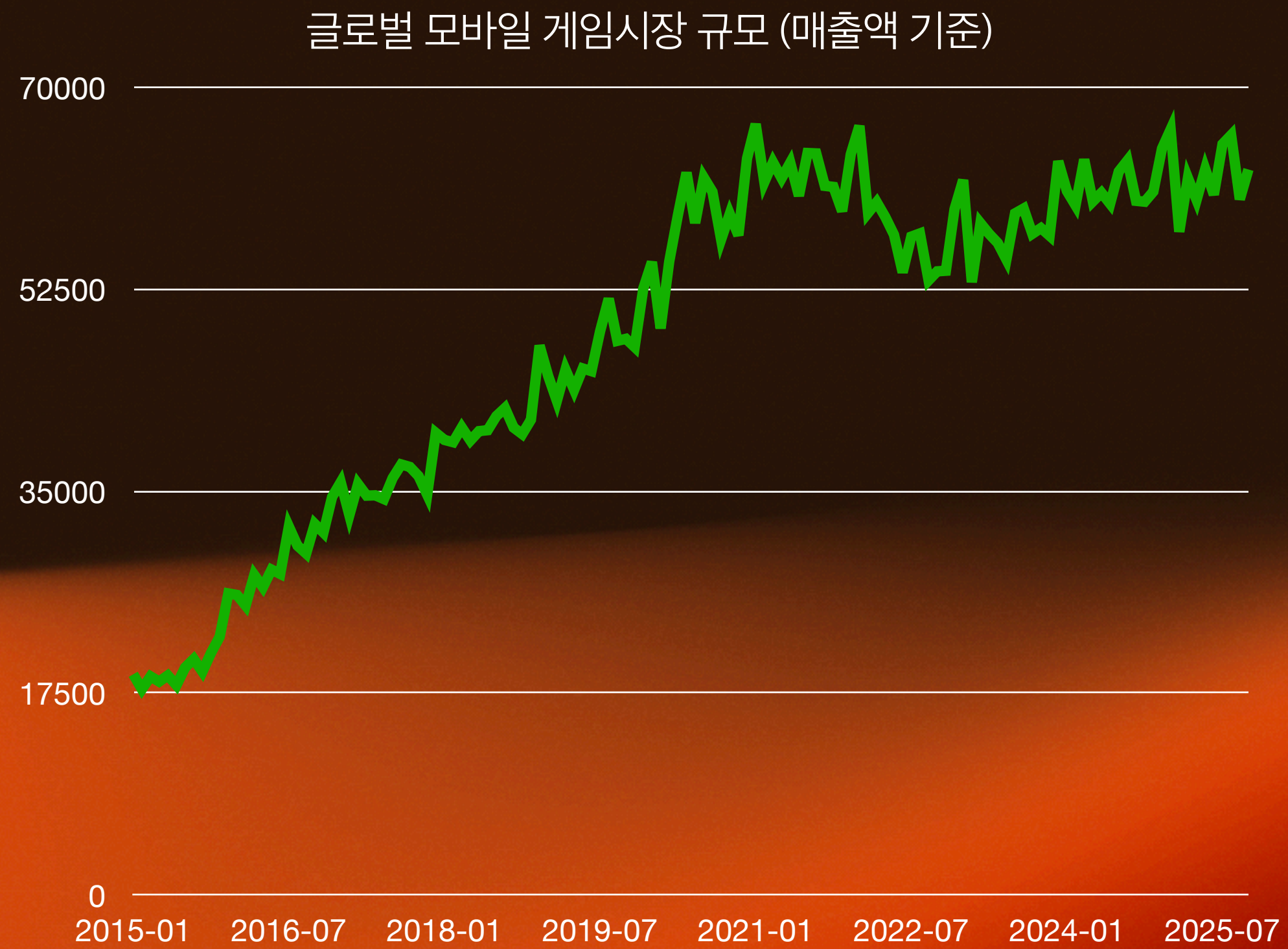
BIOHAZARD™

Survival Unit

0. 한국 모바일게임시장의 현실

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

한국 모바일 게임시장의 현실

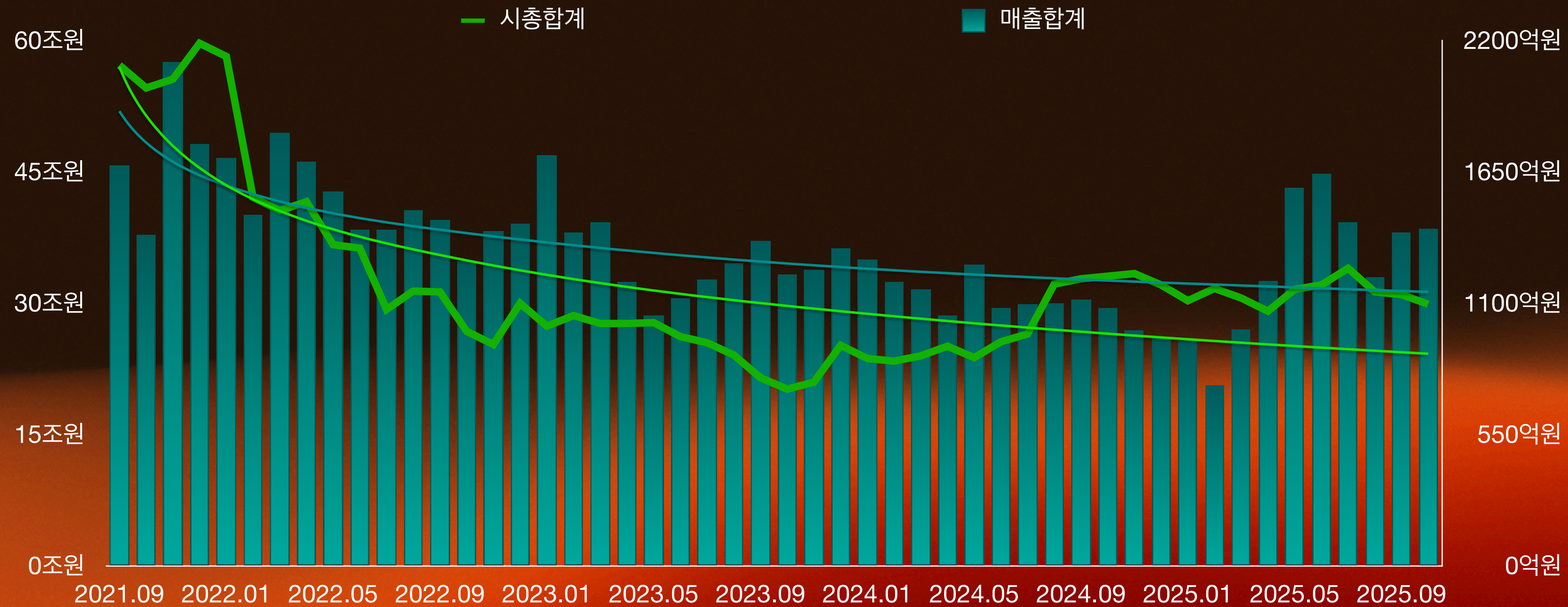


모바일 게임시장은 커지고 있지만, 한국 게이머의 관심도는 지속적으로 하락하고 있다

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

한국 모바일 게임시장의 현실

한국 상위 7개 게임사의 시가총액 및 한국 모바일게임 인앱 매출 추이



2021년 이후 가치의 절반이 증발해버린 한국 상위 게임기업,
글로벌에서 성과를 내고 있지 못하는 대부분의 한국 게임사들은 주가하락에 더해 매출부진의 영향이 더욱 큰 상황

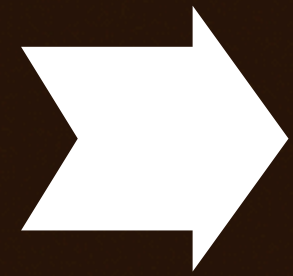
** 출처 : 크래프톤/넷마블/엔씨/시프트업/펄어비스/웹젠/넥슨게임즈 시가총액

** 출처 : SensorTower (<https://app.sensortower.com>)

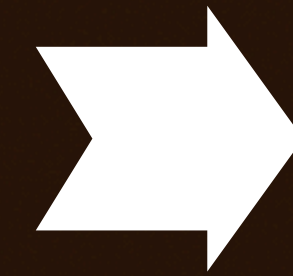
BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

한국 모바일 게임시장, 왜 위기인가?

리니지라이크 등
단기수익성 위주의 사업전략 편향



글로벌에서 통하지 않는 장르
한국은 NEW 갈라파고스화



스타 탄생
가능성 불투명
(미래실적기대감)



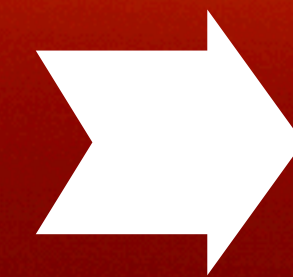
돌아선 대중 게이머의 민심,
재미의 대체제 탐색



한국시장의 한계로 인한
모객비용의 점진적 상승



플랫폼수수료, 높은 인건비,
중국시장 진출한계 등
어려운 수익구조

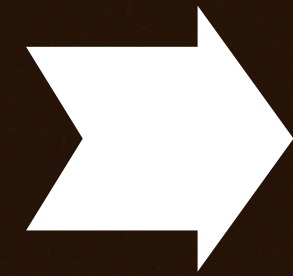


영업이익률 하락의
가속화
(단기실적악화)

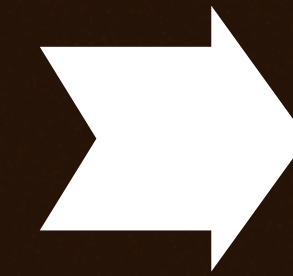
BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

위기 탈출 방법

글로벌, 대중 지향의
장르 개발



갈라파고스를 벗어나
글로벌에서의 긴 PLC 확보



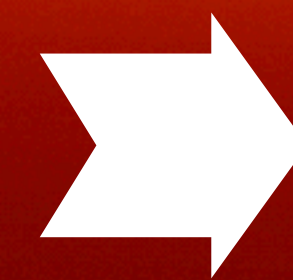
성공의 크기를
비교할 수 없는
글로벌 히트작 탄생



바다같은 글로벌 시장에서
효율적인 마케팅



자체결제 적극적 도입으로
수익률 개선



장기간 안정적인
실적 확보



BIOHAZARD™

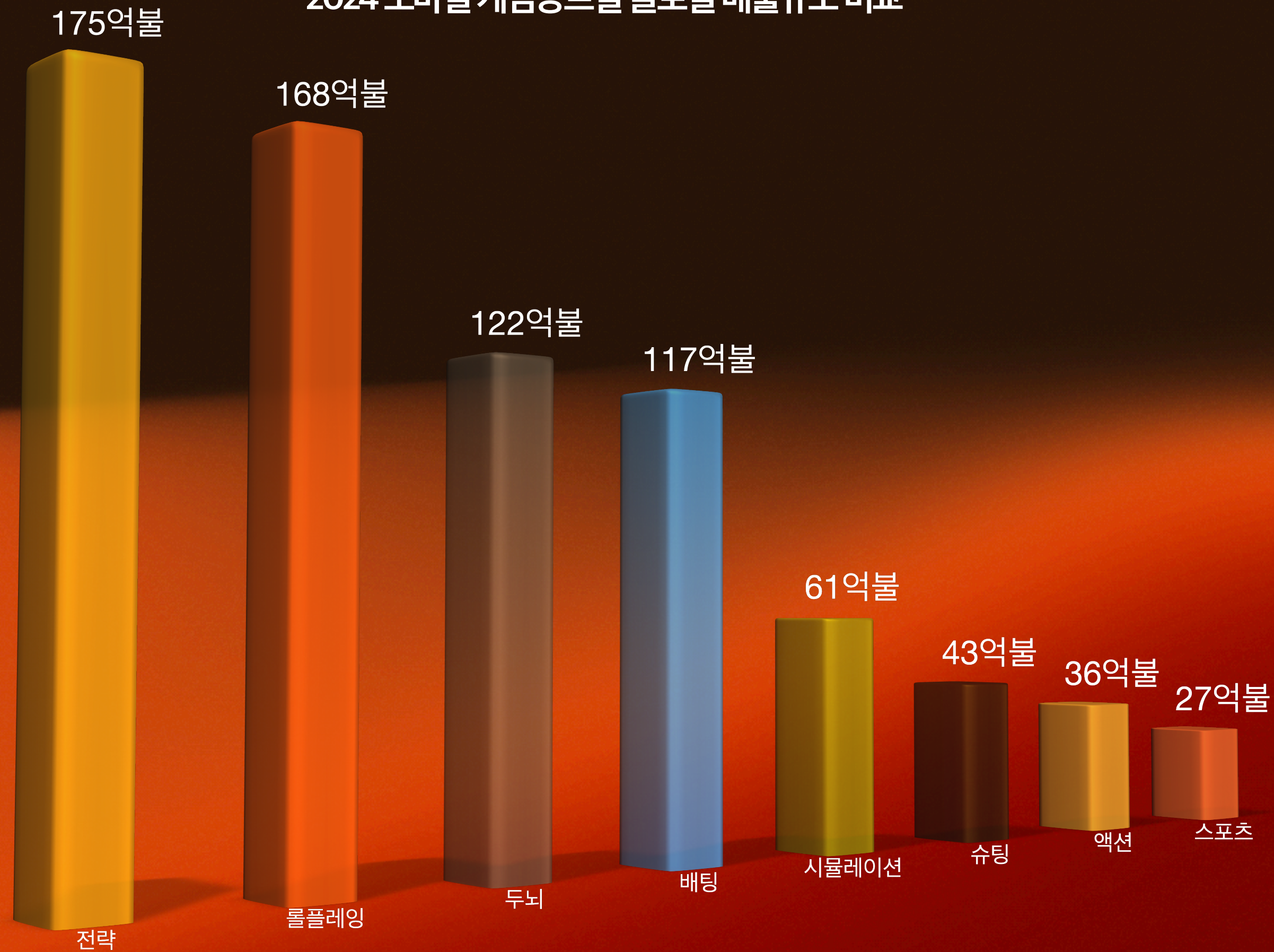
Survival Unit

1. 4X mobile market and JOYCITY

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

글로벌 4X 시장의 가치

2024 모바일 게임장르별 글로벌 매출규모 비교



4 X 장르는 2024년 RPG 게임을 제치고
175억 달러의 인앱 구매 수익을 기록하였으며
올해도 건조히 1위 유지 중 (전년 대비 16.2% 성장)

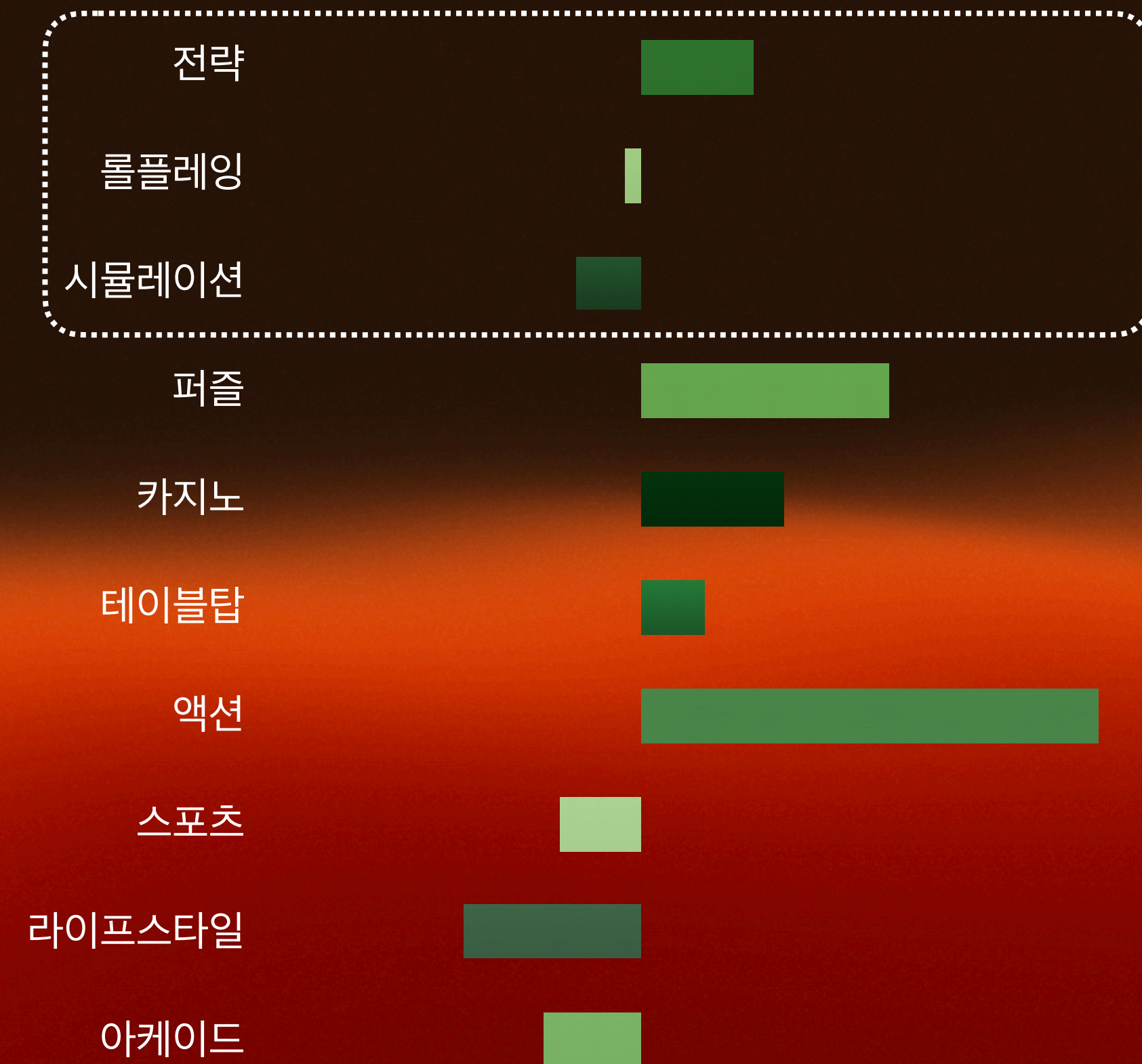
<Last War>, <Whiteout Survival> 등
TOP 4X 게임들 '10억 달러 클럽' 진입

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

글로벌 4X 시장의 가치

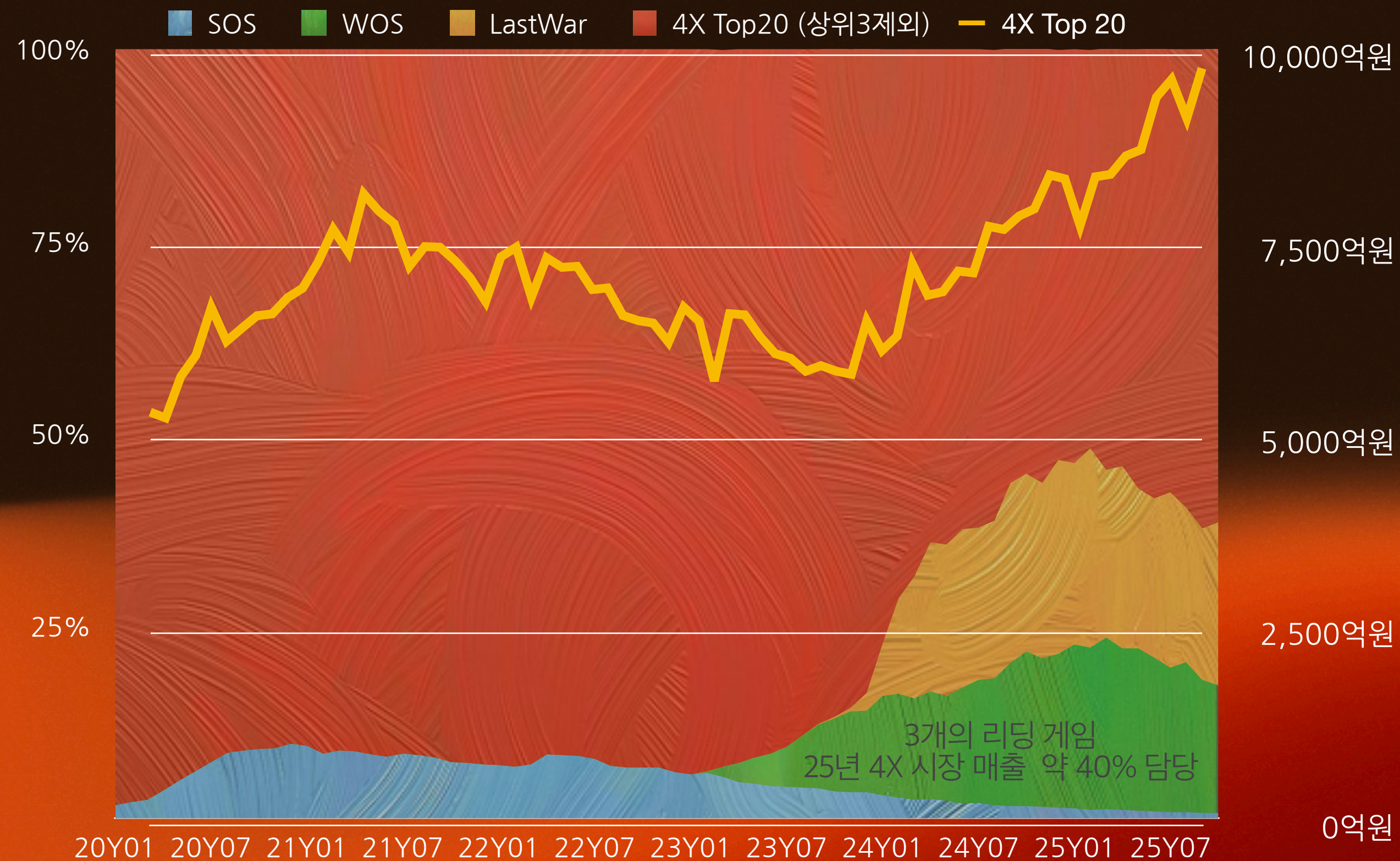
소비자 구매 성장률을 보더라도
라이트게임 시장 트렌드 속에서
유일하게 성장하고 있는 하드코어 게임 장르

게임장르별 IAP 구매 성장률



BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

4X 시장의 리딩게임들



FUNPLUS

SOS : 스테이트 오브 서바이벌
- 19년 8월 출시
- 최고 월 매출 약 730억
- 누적 1.3억 다운로드



CENTURY GAMES

WOS : 화이트 아웃 서바이벌
- 23년 2월 출시
- 최고 월 매출 약 1,890억
- 누적 1.5억 다운로드



FIRST FUN

LastWar Survival: 라스트워 서바이벌
- 23년 8월 출시
- 최고 월 매출 약 2,156억
- 누적 1.5억 다운로드

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

4X 시장의 리딩게임들

4X 글로벌 성공작들의 핵심 성공요인

글로벌 시장을
구석구석 공략할 수 있는

기술마케팅 역량과 자본력

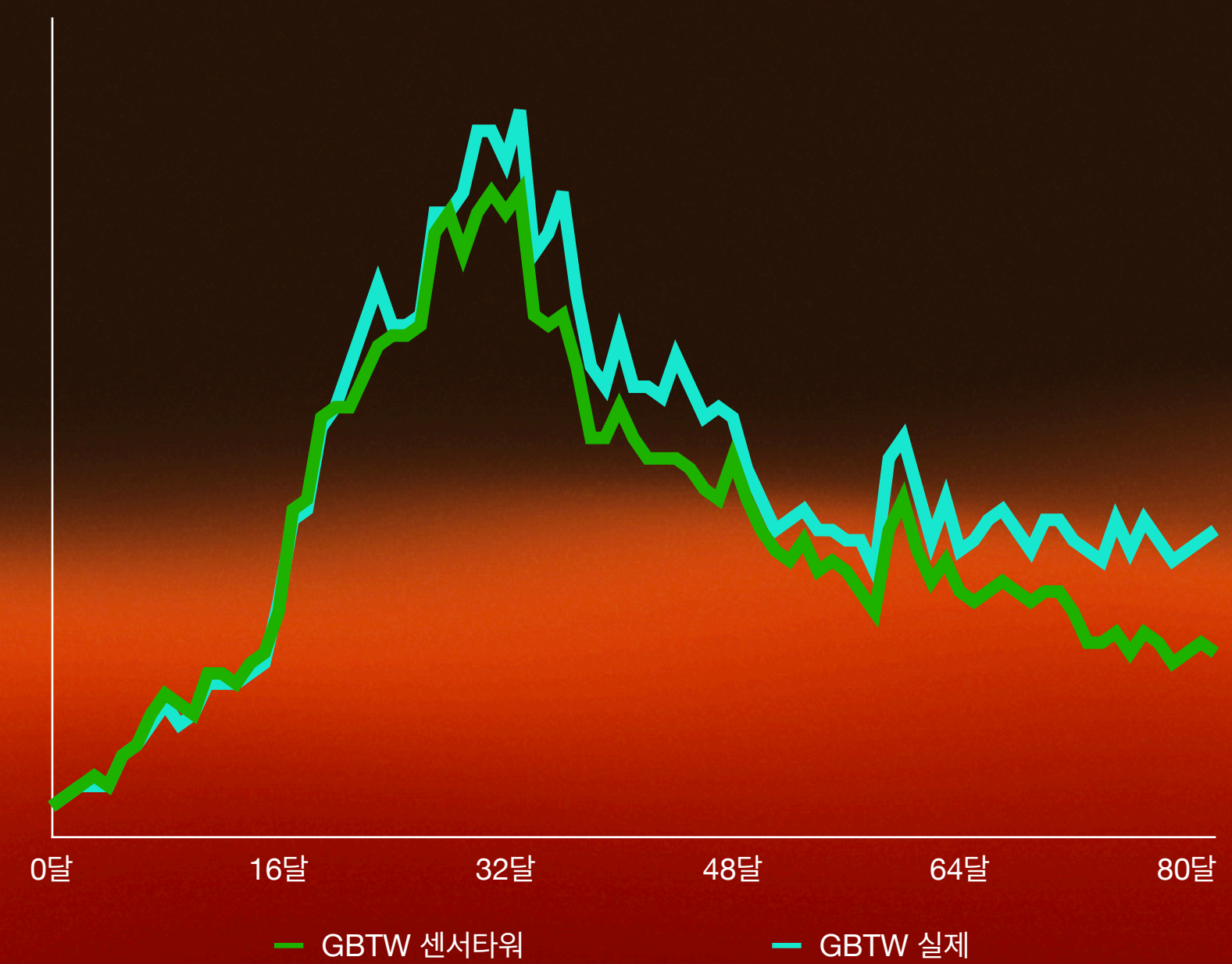
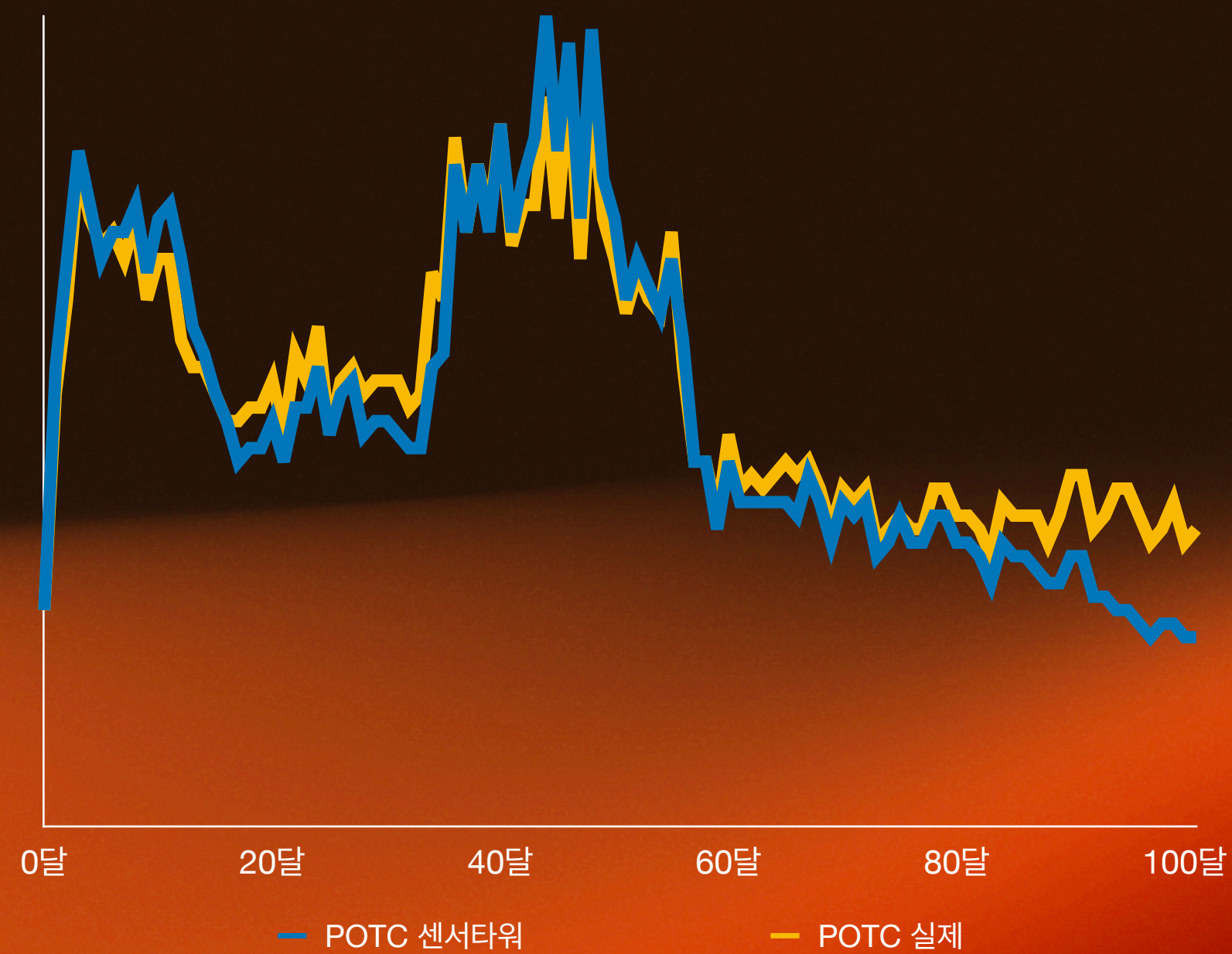
대중에 호소할 수 있는

**높은 접근성의 록앤필/경험을
제공하는 게임**

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

조이스티의 4X 시장 경쟁력

런칭 이후 POTC/GBTW의 월간 매출 트렌드
(센서타워 데이터와 실제 내부 매출기록 간 차이)



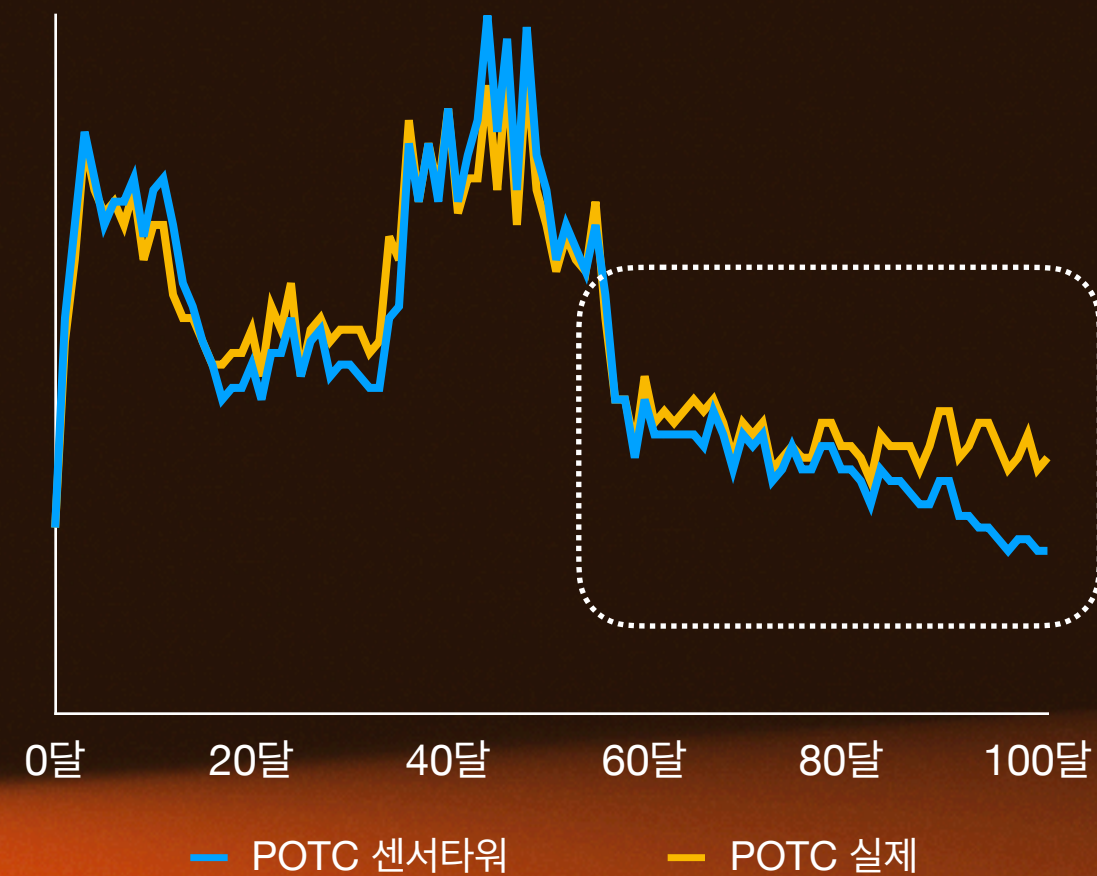
7~8년 이상 유의미한 매출 규모를 방어하고 있는 라이브서비스 역량

** 출처 : SensorTower (<https://app.sensortower.com/app-analysis/>) 및 내부 데이터
 ** GBTW : GUNSHIP BATTLE TOTAL WARFARE
 ** POTC : PIRATES OF THE CARIBBEAN "TIDES OF WAR"

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

조이시티의 4X 시장 경쟁력

잠깐! 센서타워와 왜 차이가 발생하나요?



1. 센서타워는 소비자 패널앱의 샘플데이터를 기초로 한 데이터 추정 방식으로 일정 이하의 모수 / 매출규모에서는 데이터 신뢰도가 하락
2. 애플/구글 외 외부결제 혹은 자체결제 비율을 높이기 위한 전략의 결과

An update regarding Google Play's policies for developers serving users in the US

On September 12, 2025, the Ninth Circuit upheld changes to Android and Google Play in an [injunction](#) entered by a US District Court in an ongoing US legal proceeding with Epic Games. As always user trust and safety remains at the center of what we do, while following our [SAFE principles](#).

Changes to our policies during the effective dates of the injunction will be published on this page.

To ensure compliance with the injunction as of October 29, 2025, we have made the following changes for apps when serving users in the United States:

- Google will not prohibit a developer from communicating with users about the availability or pricing of an app outside the Google Play Store, and will not prohibit a developer from providing a link to download the app outside the Google Play Store or link to transactions.
- Google will not require the use of Google Play Billing in apps distributed on the Google Play Store, or prohibit the use of in-app payment methods other than Google Play Billing. Google will not prohibit a developer from communicating with users about the availability of a payment method other than Google Play Billing. Google will not require a developer to set a price based on whether Google Play Billing is used.

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

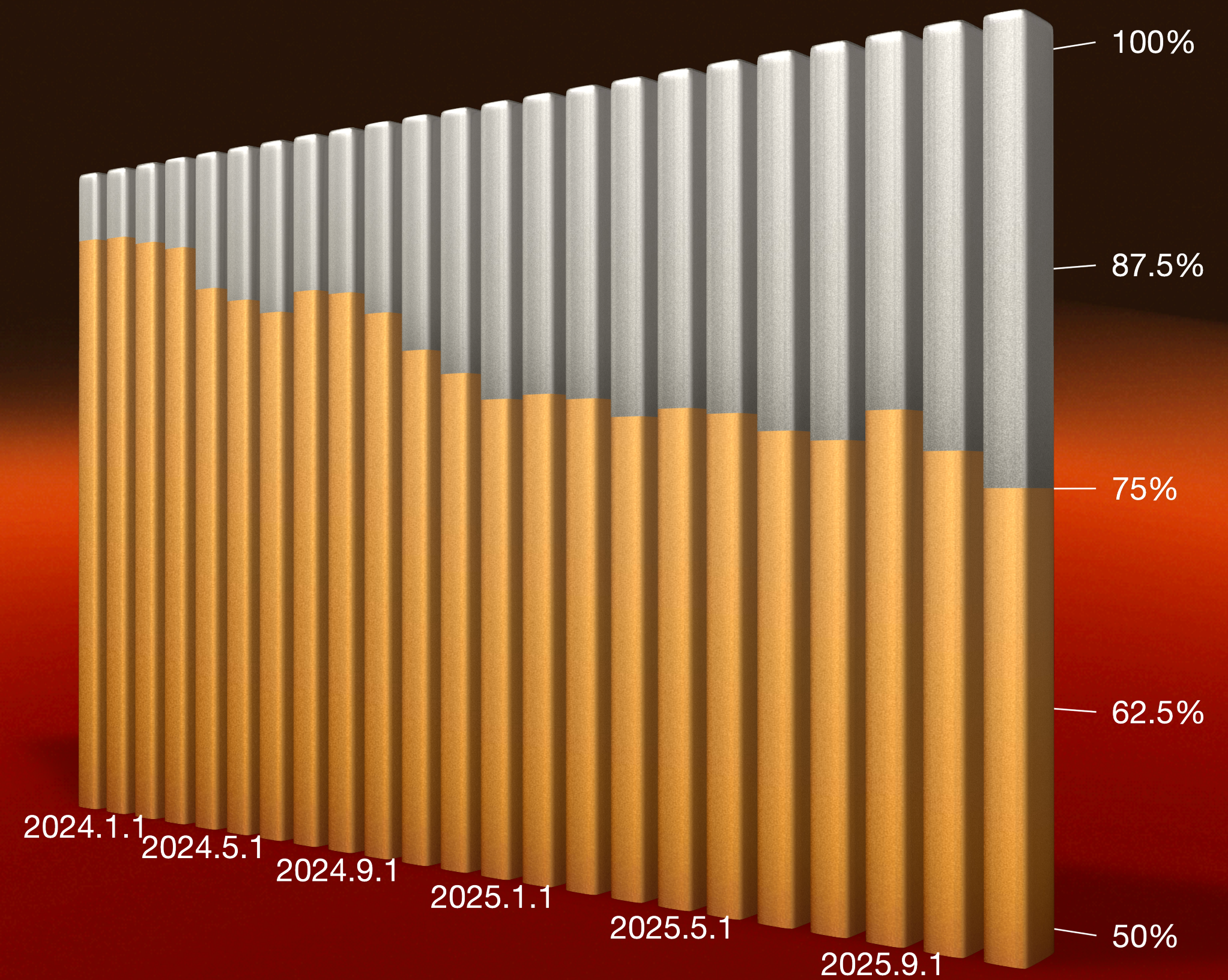
조이스티의 4X 시장 경쟁력

글로벌 유저의 눈높이에 맞도록 자체적인 결제환경을 구축하고
지속적인 결제율 상승을 통한 영업이익의 개선효과



이를 통해 확보된 수익성의 일부를 마케팅에 재투자함으로써
지속가능한 게임 내 생태계를 조성하는 한편
장기적인 프로젝트 PLC를 성공적으로 유지

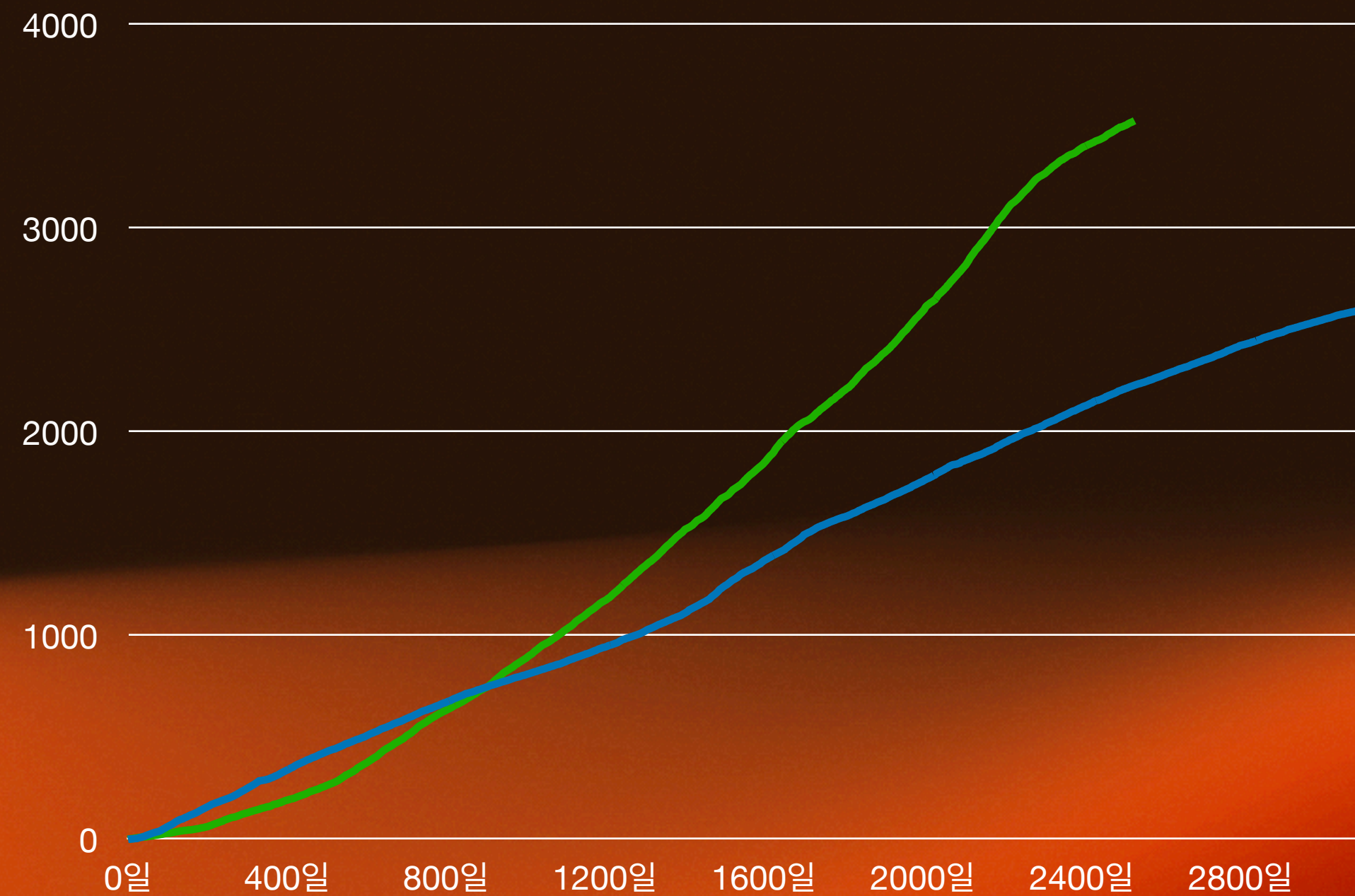
조이스티 자사 게임의 매출 중 자체결제 비율 추이



BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

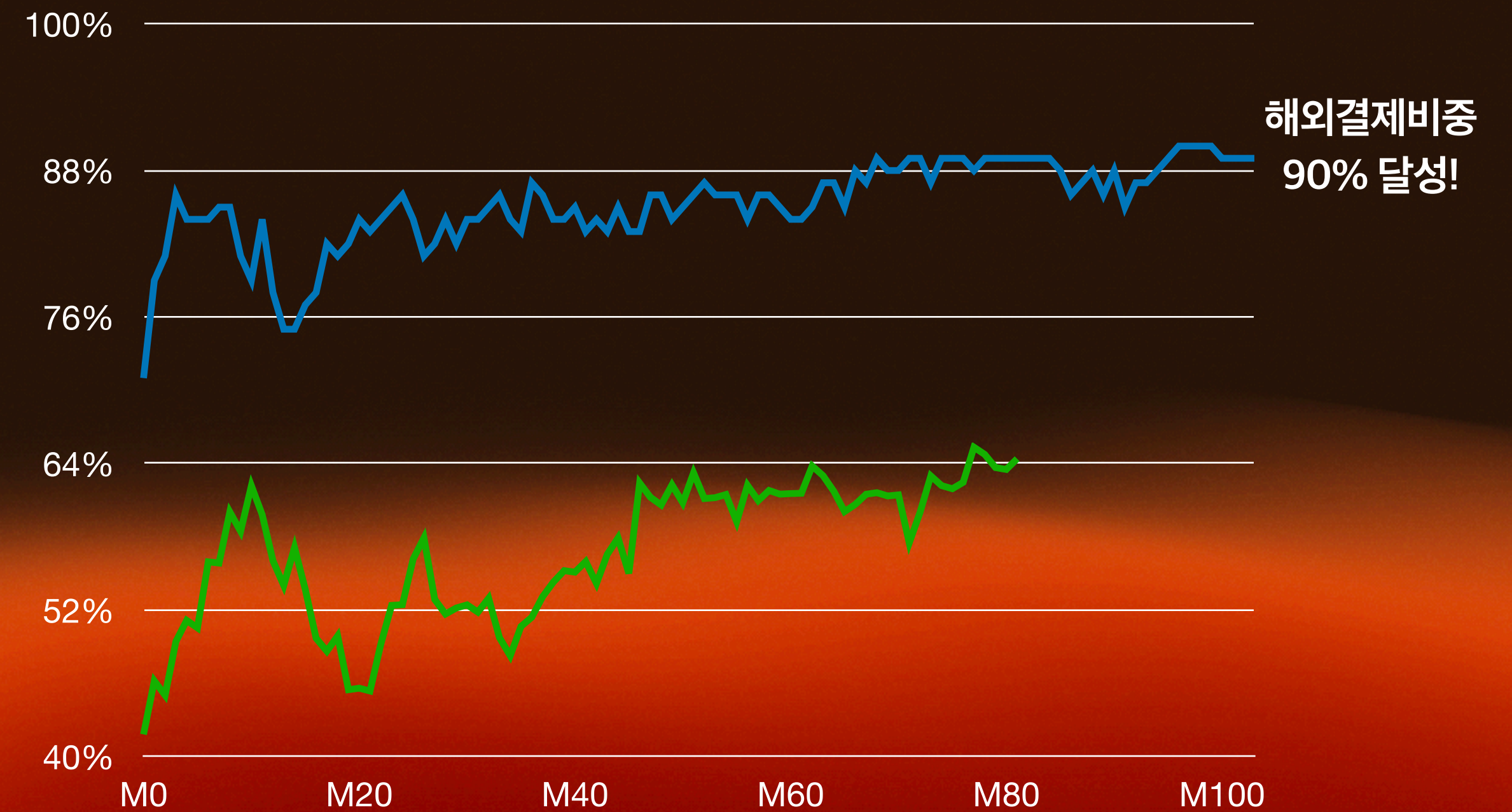
조이스티의 4X 시장 경쟁력

앱출시 이후 누적 ARPDAU 성장 트렌드



— POTC — GBTW

앱출시 이후 해외매출 비중 성장 트렌드



해외결제비중
90% 달성!

기존 조이스티의 캐시카우 처럼
글로벌에서 10여년간 성장하는 프로젝트를 만들기 위해
그간 쌓아온 4X 개발 노하우를 총집결 !

** 출처 : SensorTower (<https://app.sensortower.com/app-analysis/>)

** GBTW : GUNSHIP BATTLE TOTAL WARFARE

** POTC : PIRATES OF THE CARIBBEAN "TIDES OF WAR"

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

조이스티의 4X 시장 경쟁력

그리고, 무엇보다 중요한 것은 글로벌 마케팅 관리역량

지난 8년간 투자/육성한
글로벌마케팅 인력,조직

한국 기업 중 최고 수준의
데이터 기반 마케팅기술력

메타/구글 등 글로벌 빅미디어와
긴밀한 기술 협력관계

데이터에 기반한
제품강화 프로세스 안착

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

Global Top Leader vs JOYCITY-4X

글로벌시장을 리딩하는 중국경쟁사와 유사한 점 vs 차이점

유사한 경쟁력

글로벌마케팅 기술역량
Metric-Driven 의사결정 프로세스
빅미디어 파트너쉽

새로운 기회

Scale-Up 마케팅을
수용해낼 수 있는 기회
(좋은 게임, 시장관심도)

다시 말해 글로벌 탑클래스 수준의 게임을 가질 수 있다면
조이시티도 CENTURY GAMES 수준의 기업가치를 가질 수 있을 것



BIOHAZARD™

Survival Unit

2. About BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

Project Background



IP HOLDER, 권리 제공
팬 눈높이 충족을 위한 관리감독



일본시장 공략을 위한 품질/마케팅/운영관리
애니메이션/음악 등 콜라보 기회 제공



글로벌 마케팅 및 서비스
데이터 기반의 인사이트로 제품강화



POTC, GBTW 등 우수개발인력 집결하여
한국 유일무이한 4X 개발팀 셋업

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

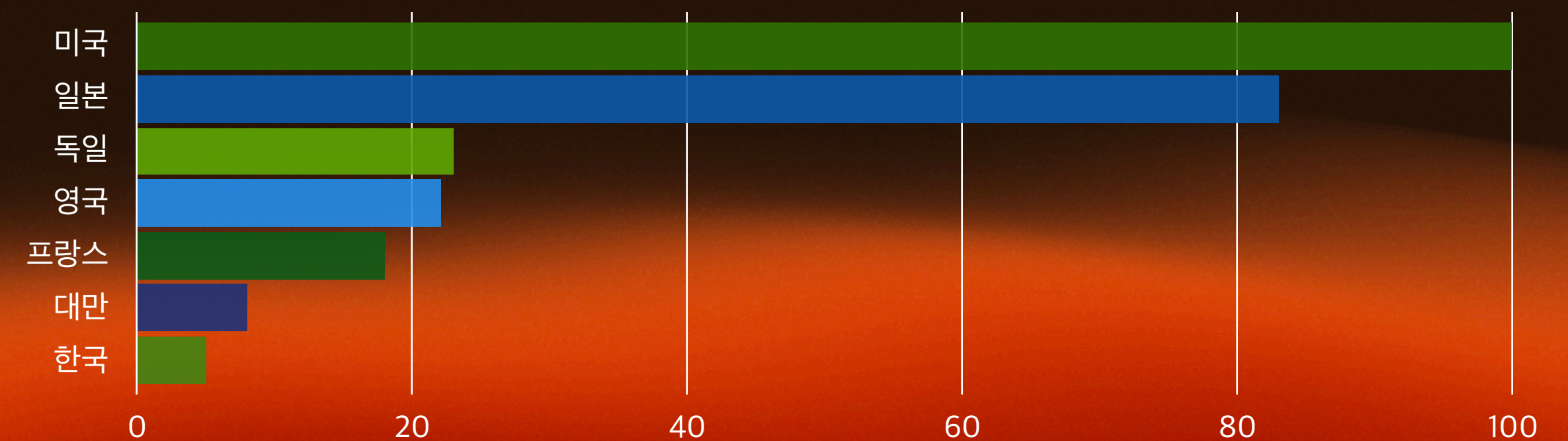
IP Value

전세계 10조원 (1.8억장) 수준의 매출을 올린 콘솔 시리즈의 최초의 모바일 게임
한국보다 미국 등 서구권(유럽/남미), 일본에서 더 인기가 많은 IP

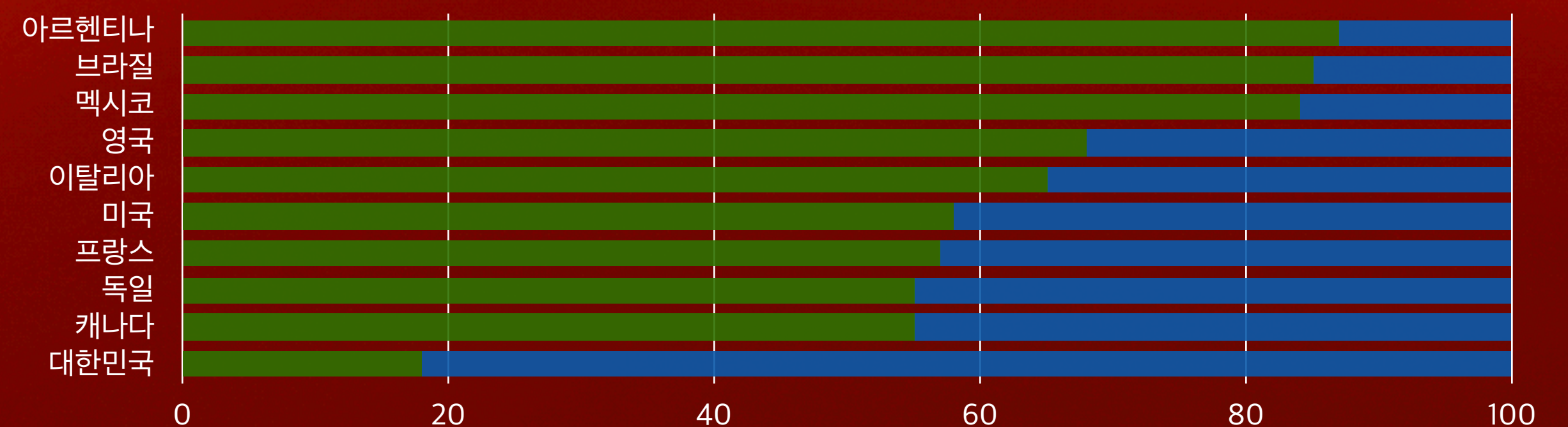


Media	Unit sales	Gross revenue (est.)
Video games	178,000,000 ^[1]	\$8,395,340,000
Main series	150,762,673+	\$7,524,340,000
Spin-offs	18,823,771+	\$871,000,000

바이오하자드 최근 5년간 국가별 총 관심도 지수



주요 국가별 IP 관심도 지수 비교 (BIOHAZARD VS Monster Hunter Series)



**Source: CAPCOM 공시자료 (<https://www.capcom.co.jp/ir/english/business/salesdatga.html>)

**Source: Google search trend; 'Resident Evil'

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

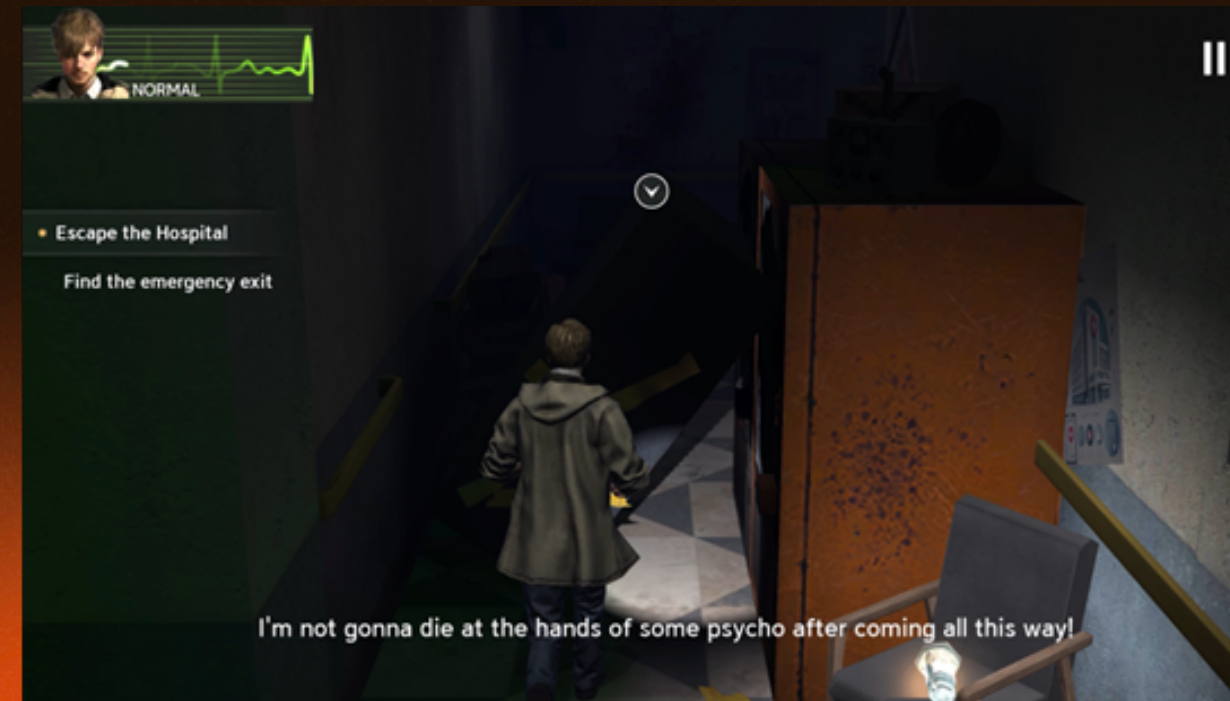
NEW BIOHAZARD, Survival Unit

전세계 게이머가 열광하는 원작 IP의 몰입감을 유지하면서,
4X의 긴 생명력을 성공적으로 구현하기 위해
최고의 정예멤버로 개발팀을 셋업, 그간의 개발 노하우를 전력투구

BIOHAZARD RE:2



Resident Evil Survival Unit



IP 요소



4X 요소

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

Business Model and Game Core

착한 밸런스의
영웅 수집 과금



누구나 모든 영웅을 획득할 수 있다는
모티베이션을 제공하여 높은 PUR 창출

성장을 위한 시간 과금
(자원/가속)



과금을 하지 않아도 게임을
지속할 수 있다는 안도감으로 RET 보호

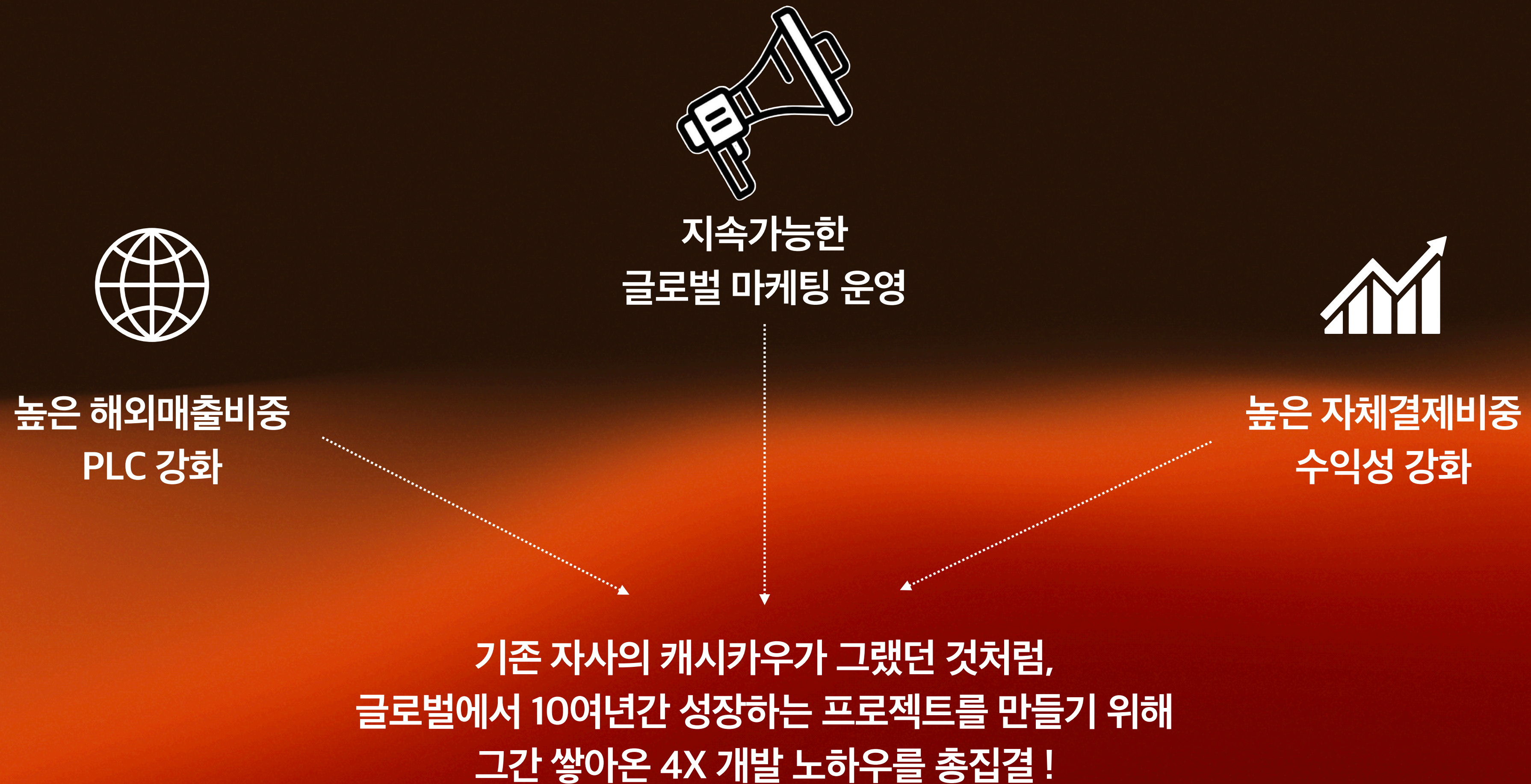
최상위 유저를 위한 고경쟁 과금
(상위자원/장비 등)



whale급 커뮤니티 리더의 심리를
자극하여 ARPPU 극대화

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

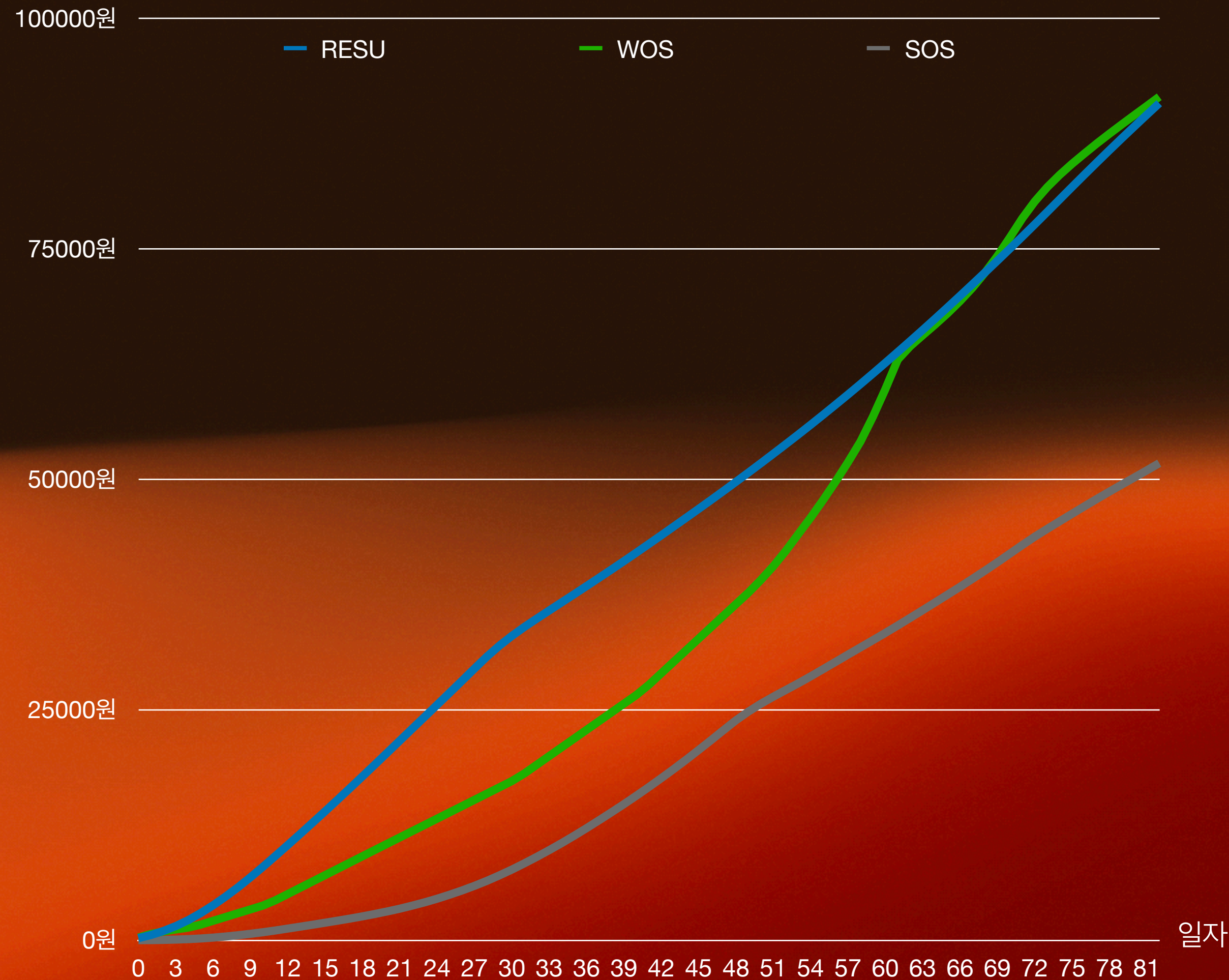
Business Model and Game Core



BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

소프트런칭을 통해 전망하는 사업적 가치

소프트런칭 4개국 앱출시 이후 누적 RPD 비교



일자

미국 벤치마크 국가인 호주,
일본 벤치마크 국가인 싱가포르를 포함한
소프트런칭 4개국 테스트 결과
SOS보다 높으며 WOS와 유사한 누적 RPD 수준을 확인



CENTURY GAMES

WOS : 화이트 아웃 서바이벌
- 23년 2월 출시
- 최고 월 매출 약 1,890억
- 누적 1.5억 다운로드



FUNPLUS

SOS : 스테이트 오브 서바이벌
- 19년 8월 출시
- 최고 월 매출 약 730억
- 누적 1.3억 다운로드

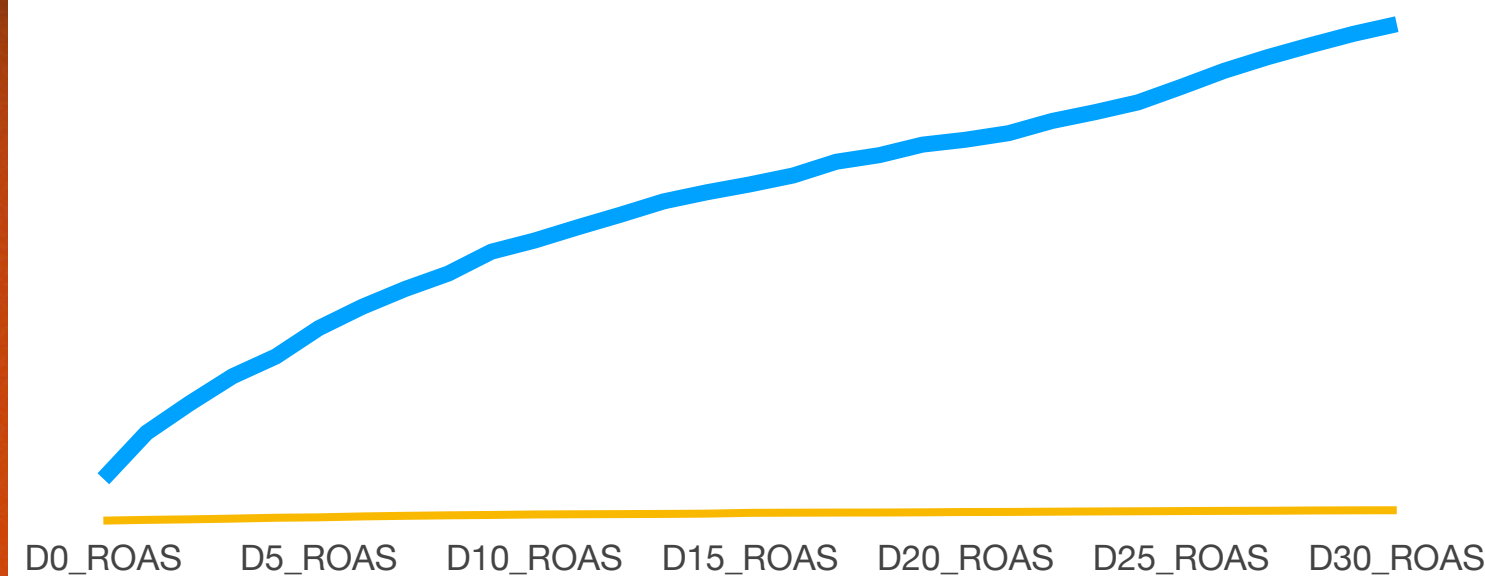
** RESU : RESIDENT EVIL SURVIVAL UNIT
** 누적 RPD : 다운로드 1건당 매출을 누적합산한 지표로서, 매출성과와 잔존성을 나타내는 대표 벤치마크 중 하나
** 출처 : SensorTower (<https://app.sensortower.com>)

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

소프트런칭을 통해 전망하는 사업적 가치

출시 이후 1개월간 ROAS 성능

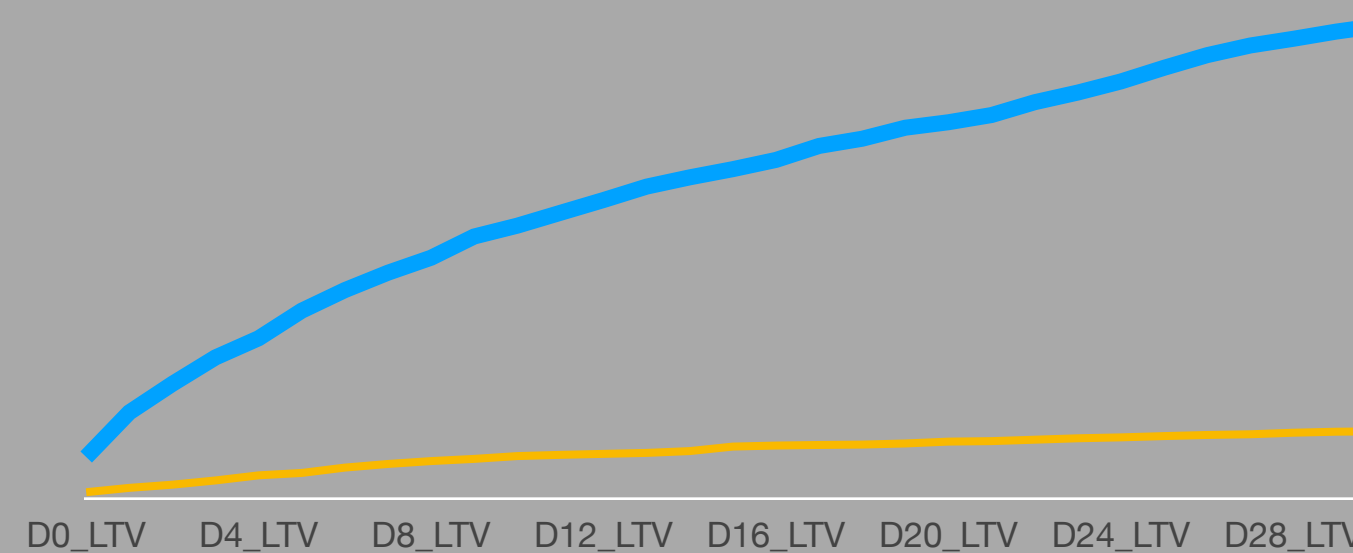
GBTW 소프트런칭 대비 **43배**



— GBTW

출시 이후 1개월간 LTV 성능

GBTW 소프트런칭 대비 **7배**



— RESU

모객성능

조이시티 4X 게임 중
가장 우수

자연유입

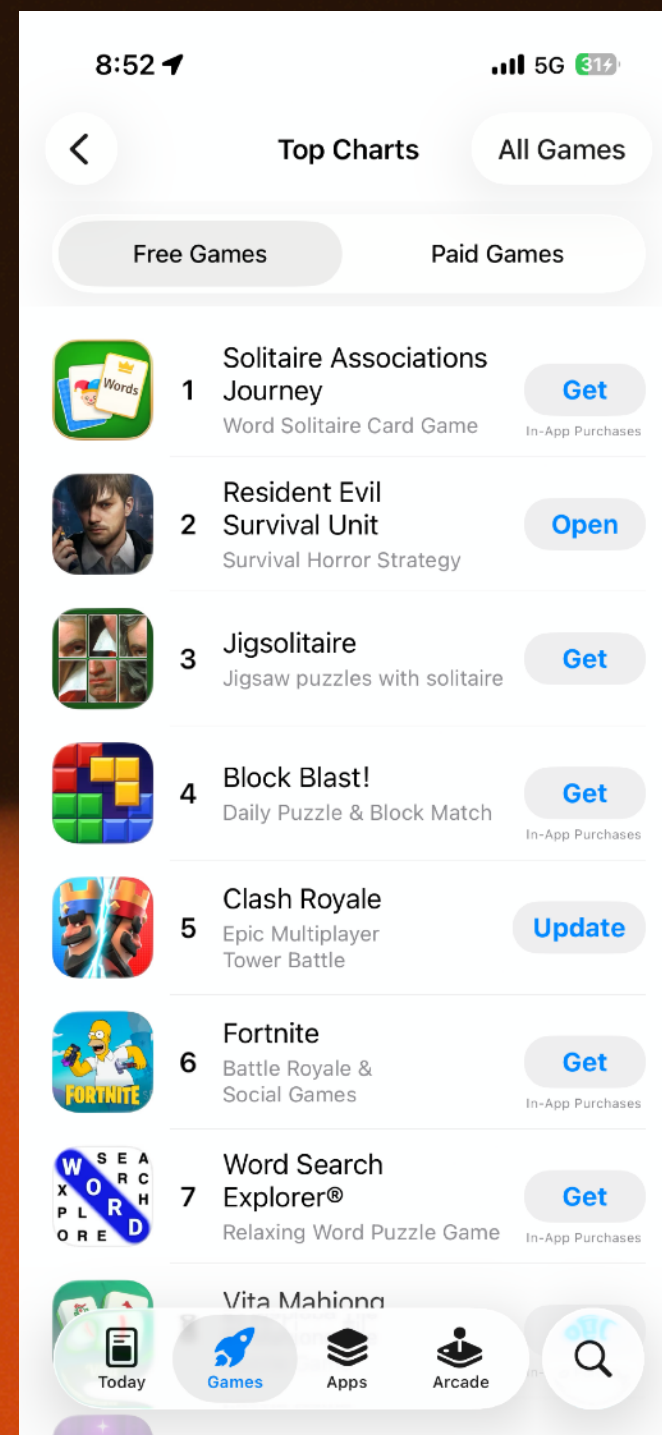
조이시티 4X 게임 중
가장 우수

** GBTW : GUNSHIP BATTLE TOTAL WARFARE
 ** ROAS : 마케팅 비용 대비 매출 효율, 수익화 성능을 나타냄
 ** LTV : 가입 유저 1명당 누적 매출, 장기 수익성을 나타냄
 ** 출처 : 조이시티 자사 데이터

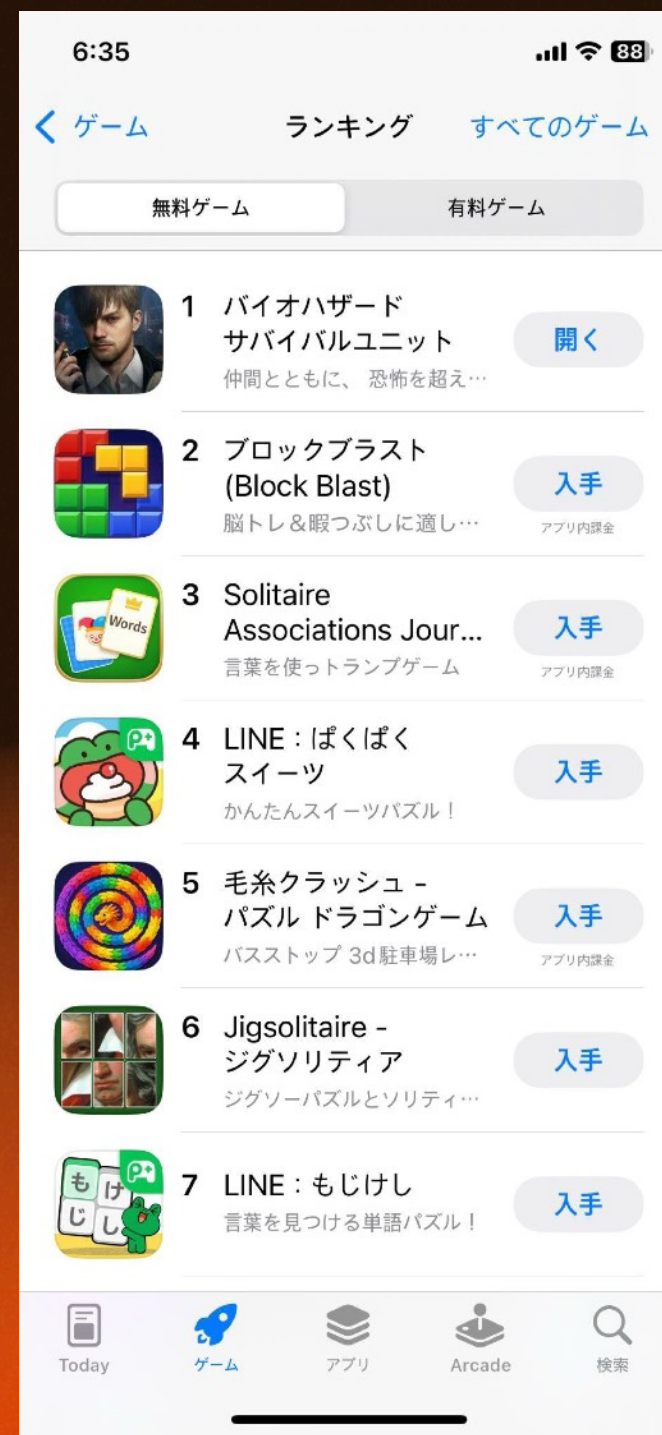
BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

글로벌런칭 1주일 성과리뷰

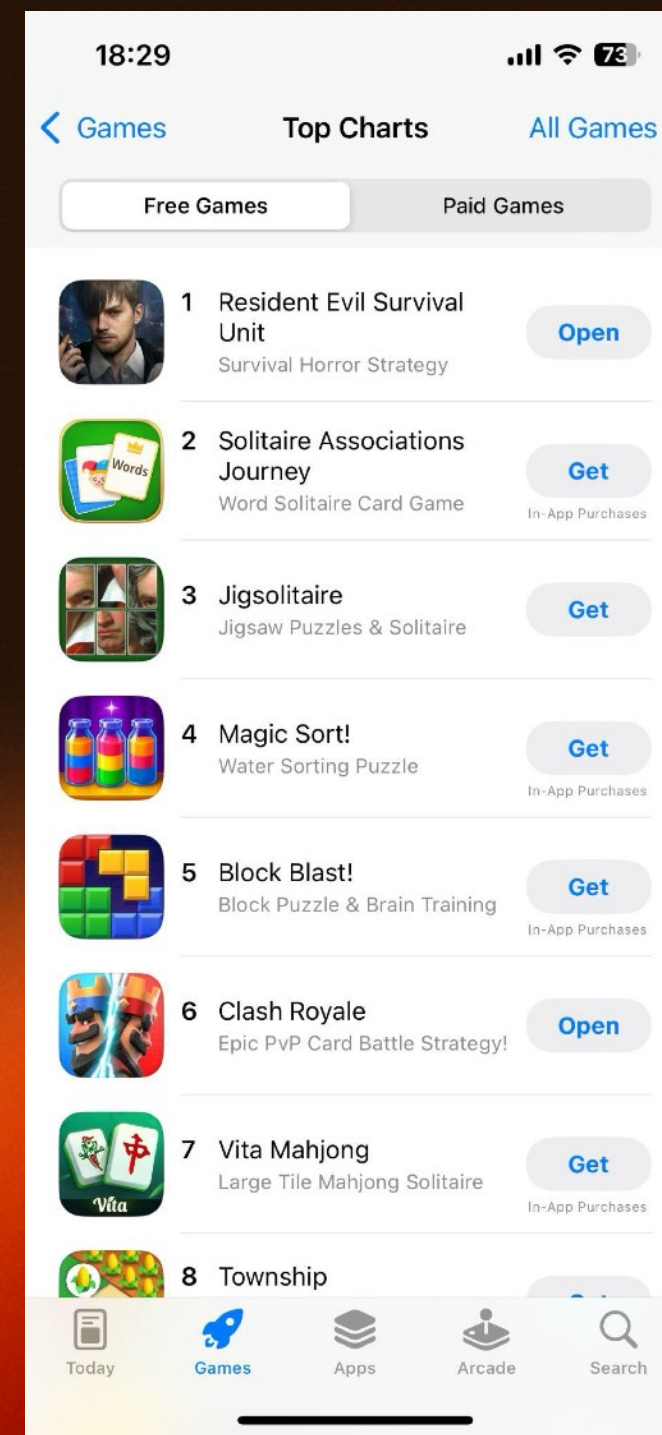
런칭 1일차, 일본/미국을 포함한 주요 17개국에서 애플 최상위권 랭킹 진입



미국 전체인기 2위
전략장르 매출 37위



일본 전체인기 1위
전체 매출 39위



영국 전체인기 1위
시뮬레이션 매출 27위



독일 전체인기 1위
시뮬레이션 매출 29위



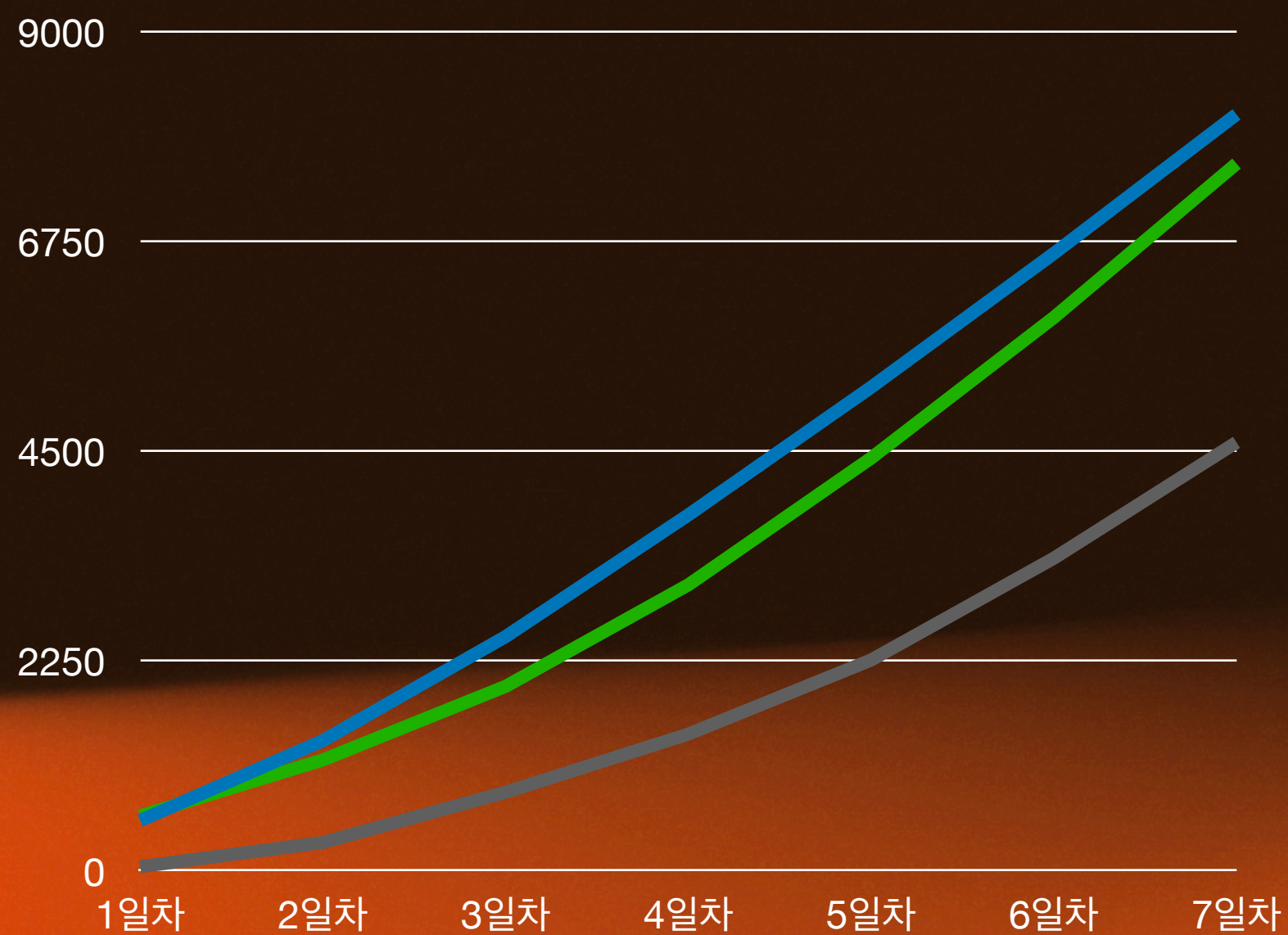
프랑스 전체인기 1위
시뮬레이션 매출 16위

런칭 7일차, 구글도 주요국 매출순위 상승 중 (일본 50위 / 미국 75위 등)

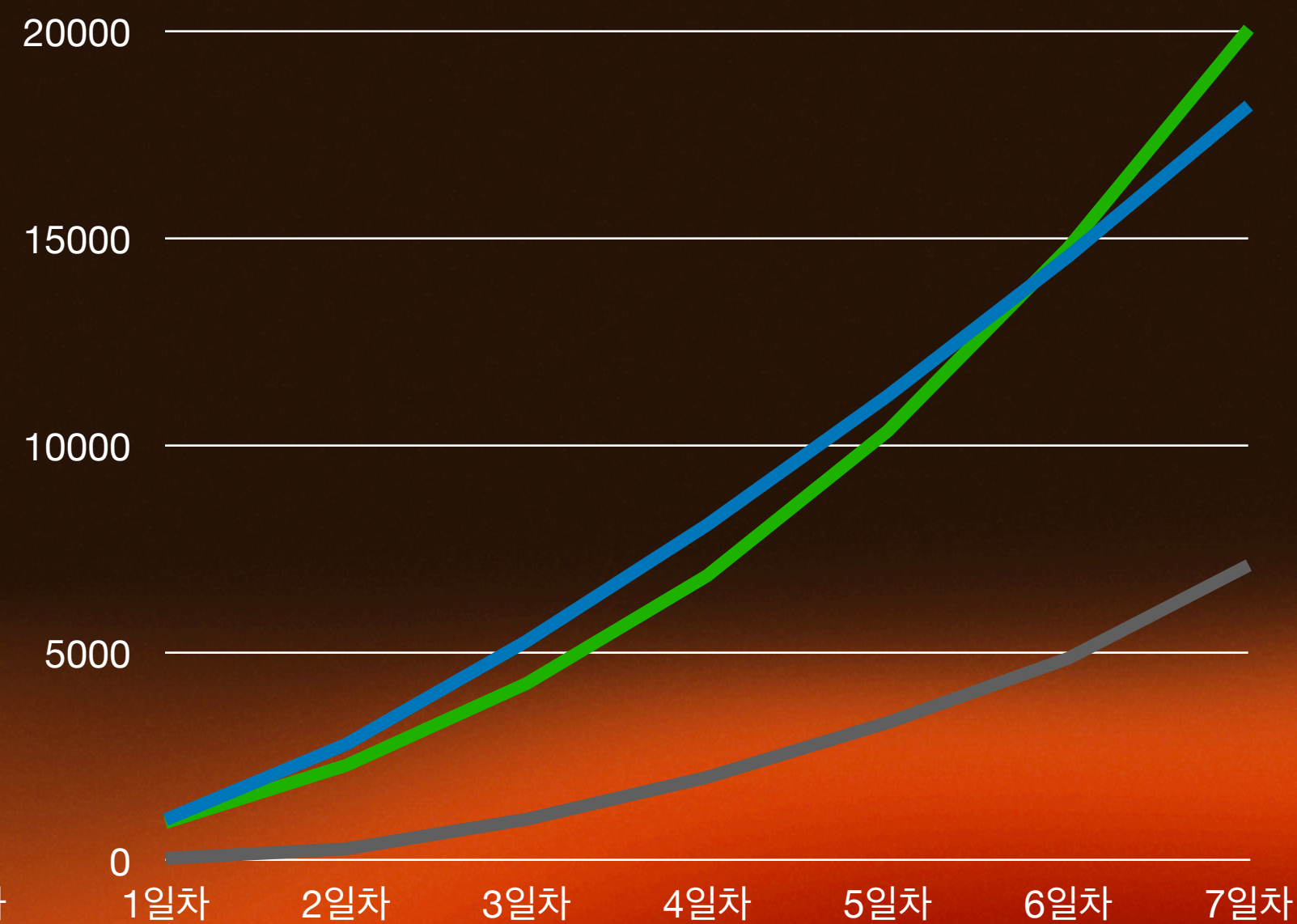
BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

글로벌런칭 1주일 성과리뷰

미국지역 앱출시 이후 누적RPD 비교



일본지역 앱출시 이후 누적RPD 비교



글로벌지역 앱출시 이후 누적RPD 비교



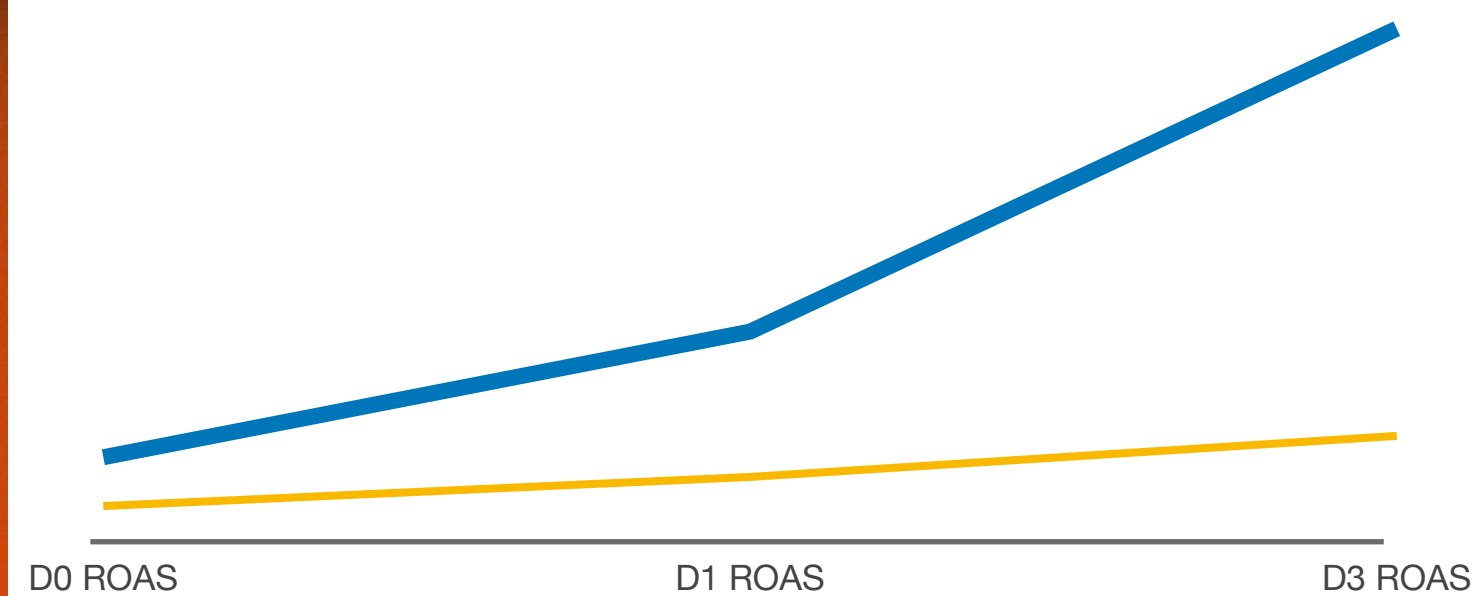
— RESU — WOS — SOS

현재 프로젝트가 서비스 중인 전 국가 기준,
특히 미국/일본 시장에서의 D7까지의 RPD 성과를 볼 때
글로벌 성공작들 대비 시장 경쟁력과 성장 가능성을 확인 중

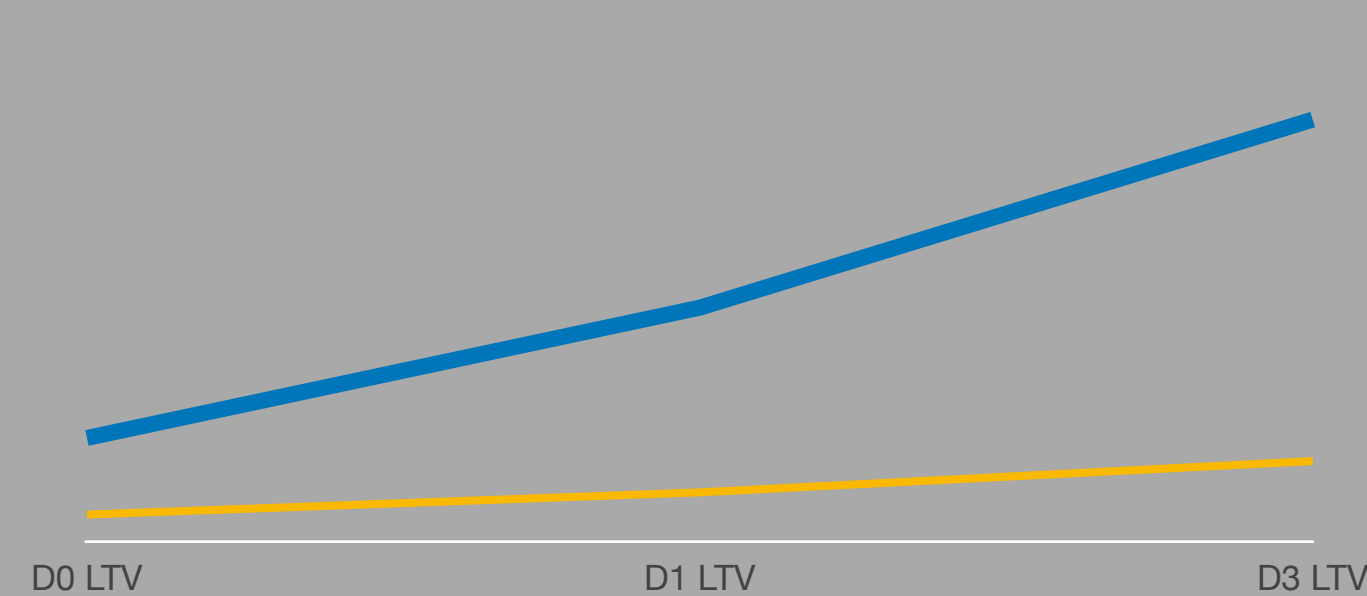
** RESU : 바이오하자드 서바이벌 유닛 / WOS : 화이트아웃서바이벌 / SOS : 스테이트오브서바이벌
 ** 누적 RPD : 다운로드 1건당 매출을 누적합산한 지표로서, 매출성능과 잔존성능을 나타내는 대표 벤치마크 중 하나
 ** 출처 : SensorTower (<https://app.sensortower.com>)

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

글로벌런칭 1주일 성과리뷰

출시 이후 D7까지의
ROAS 성능GBTW 글로벌런칭 대비 **6배**

— GBTW

출시 이후 D7까지의
LTV 성능GBTW 글로벌런칭 대비 **5배**

— RESU

모객성능

조이스티 4X 게임 중
가장 우수

자연유입

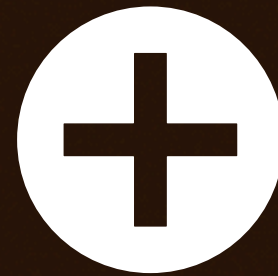
조이스티 4X 게임 중
가장 우수

** GBTW : 건쉽배틀 도탈워페어
** ROAS : 마케팅 비용 대비 매출 효율, 수익화 성능을 나타냄
** LTV : 가입 유저 1명당 누적 매출, 장기 수익성을 나타냄
** 출처 : 조이스티 자사 데이터

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

Project Visioning

현재 WOS와 보이는 RPD 차이가
유의미한 시점까지 유지된다면



WOS 수준의 모객 규모를
앞으로도 유지할 수 있다면

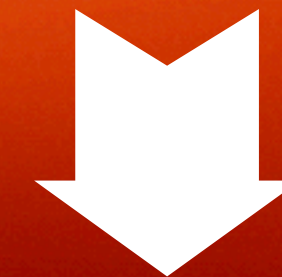
런칭 1년 경과

미국 애플 전략카테고리 매출순위 5위권
(월간 미국 총매출 약 400억원 추정규모)

/

일본 애플 전략카테고리 매출순위 8위권
(월간 일본 총매출 약 100억원 추정규모)

달성가능하다는 것을 의미



또한 WOS는 12개월차 이후에도 매출피크 지점까지
30개월간 꾸준한 성장을 지속하였고,

기존 자사 게임들 역시 장기간 안정적인 매출 지속이 된 것을 고려,

글로벌 시장에 안착한다면
이 프로젝트도 위 지점을 넘어 성장할 수 있을 것으로 기대

BIOHAZARD SURVIVAL UNIT

한국형 센츄리게임즈의 시작

하나의 엔진으로 성공을 복제한 사례



킹오브아발론



총기시대 (Guns Of Glory)



화이트아웃서바이벌



킹샷 (King Shot)



탑워 (Top War)



라스트워 (Last War)

중국형 빠른 공정

첫번째 성공모델을 엔진삼아
빠르게 2,3차 성공을 양산

확보된 성공엔진

확률높은 두번째 글로벌성공
안정적인 수익성 확보

이번 바이오하자드 프로젝트를 시작으로
역량 뿐 아니라 실적까지 인정받는 한국 4X 대표 게임사가 될 것



FREESTYLE FOOTBALL2



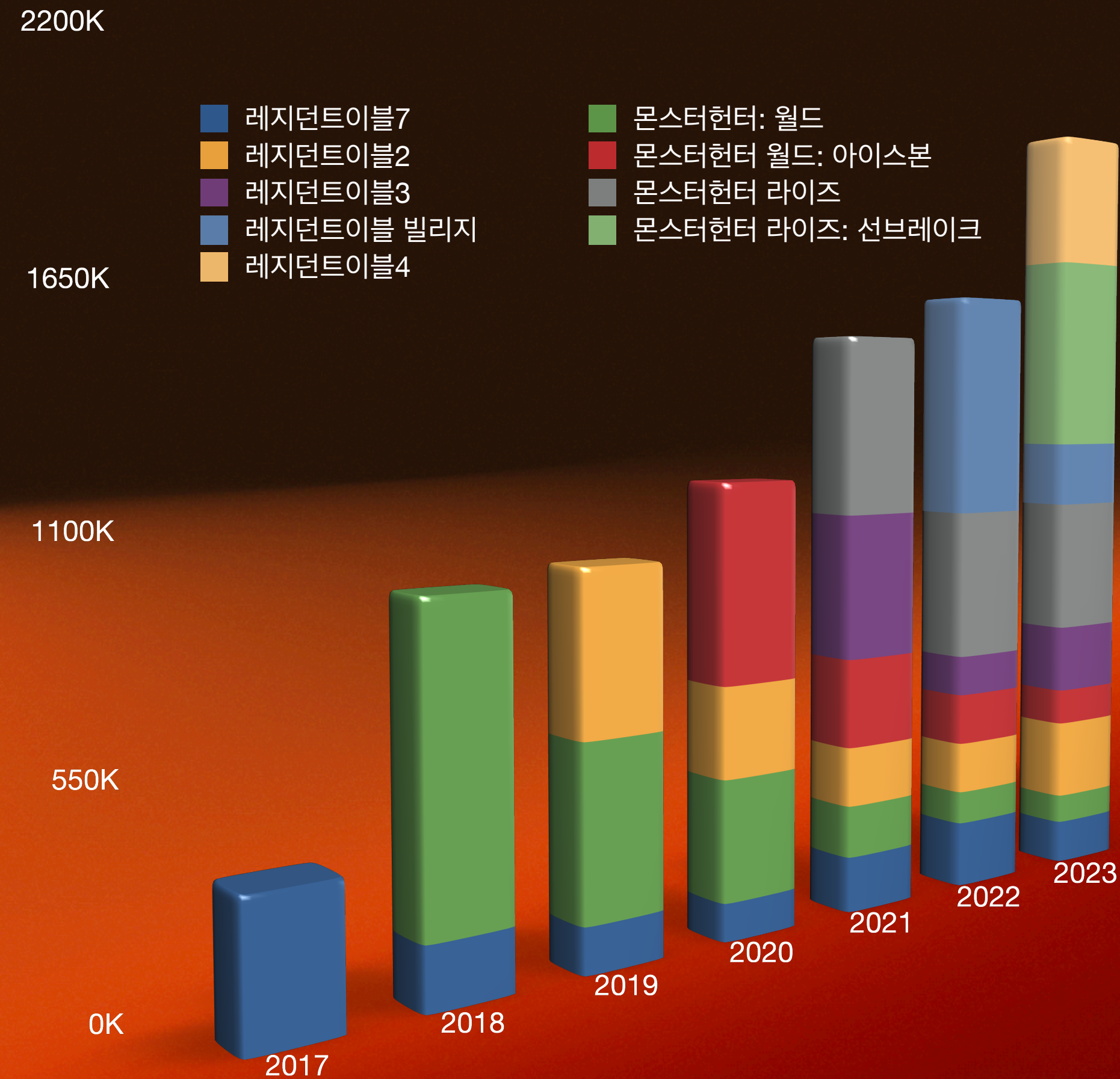
FREESTYLE FOOTBALL 2

0. PRESS START TO CONSOLE-MARKET

FREESTYLE FOOTBALL2

시리즈 콘솔게임의 사업적 가치

[CASE STUDY] 캡콤 대표IP 판매량 데이터 추이



캡콤은 꾸준히 매출의 외연이 확장하고 있는데
이는 안정적인 시리즈 콘솔게임의 힘에 기초한 것

꾸준히 발매되는 바이오하자드 시리즈와
몬스터헌터 시리즈는
충성유저 팬덤을 바탕으로
신규유저집단 또한 착실히 확보하며 성장 중

** 출처 : 캡콤 공식 IR 자료

https://www.capcom.co.jp/ir/english/data/pdf/annual/2024/annual_2024_01.pdf

https://www.capcom.co.jp/ir/english/data/pdf/explanation/2022/full/explanation_2022_full_01.pdf

FREESTYLE FOOTBALL2

시리즈 콘솔게임의 사업적 가치

	모바일게임시장	콘솔게임시장
시장 규모 (2024)	\$92.6B (49%)	\$51.9B (28%)
평균 ARPU	\$51.35	\$90 +
유저 유형	대중 지향적	순수혈통 게이머
DAY 1 RET	35% ~ 50%	50 ~ 60%
DAY 30 RET	5% ~ 10%	10% ~ 20%

꾸준히 성장하고 있는 콘솔게임시장,
특히 진성게이머를 타겟하는 장르의 경우 높은 사업적 기회 창출 가능

** 출처 :
<https://www.blog.udonis.co/mobile-marketing/mobile-games/gaming-industry>
<https://featureupvote.com/blog/game-retention/>
<https://generalistprogrammer.com/tutorials/pc-vs-console-game-development-platform-strategy-guide>



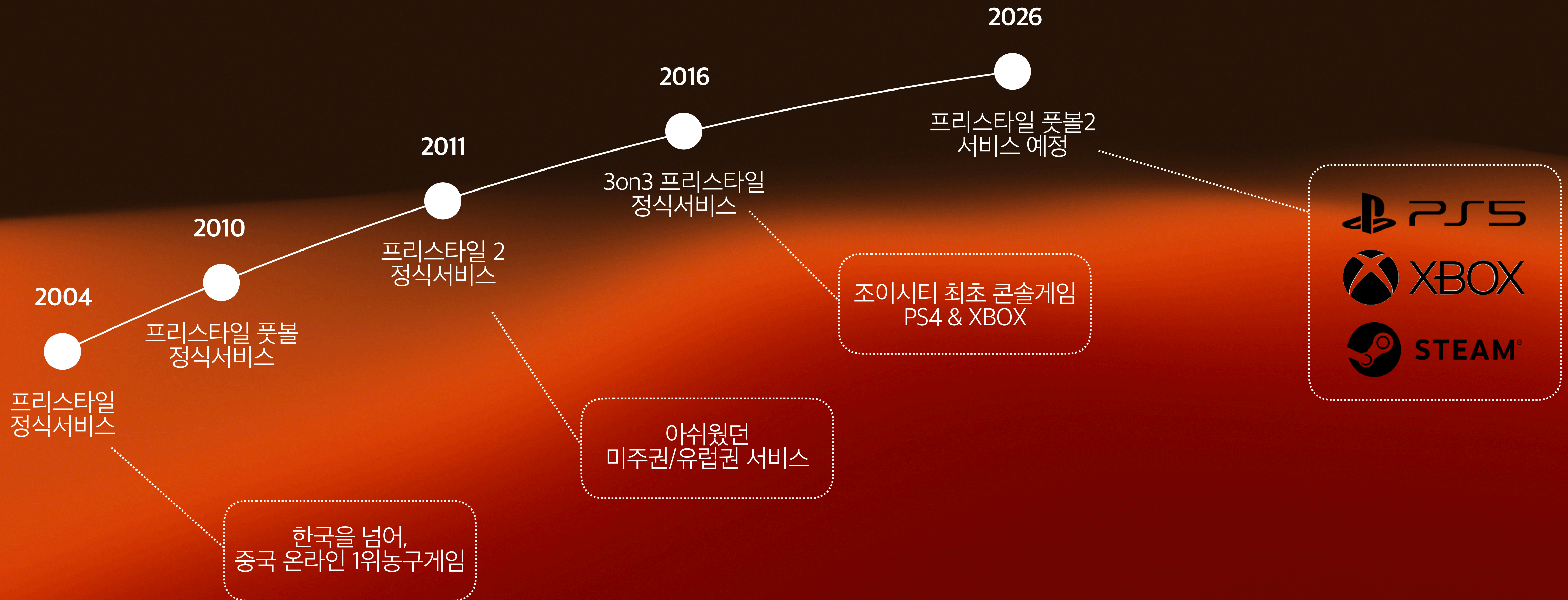
FREESTYLE FOOTBALL2

1. FREESTYLE SERIES

FREESTYLE FOOTBALL2

About Franchise

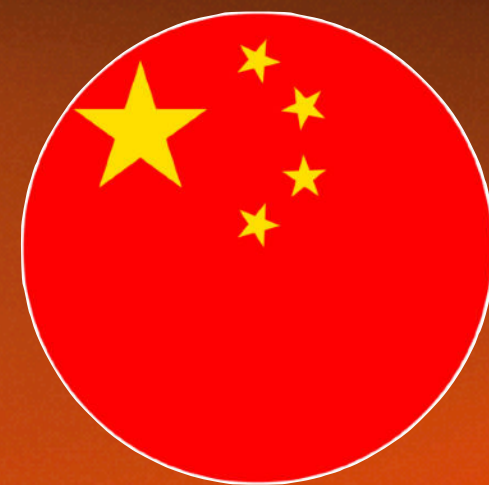
게임시장의 미래, 콘솔/스팀 플랫폼으로 탄생하는 새로운 프리스타일, FSF2



FREESTYLE FOOTBALL2

About Franchise

글로벌 잠재 유저풀을 가진 프랜차이즈 시리즈



중국
1억명



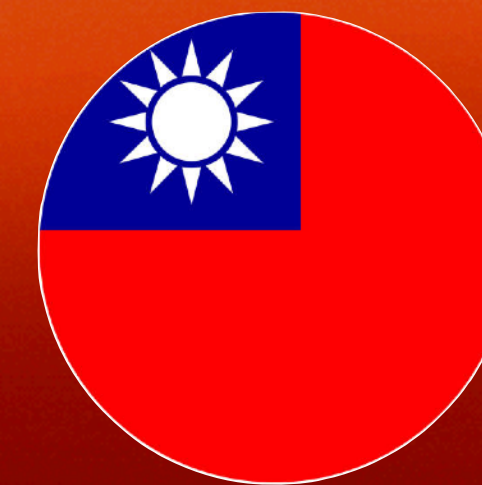
미국
1250만명



한국
760만명



유럽
720만명

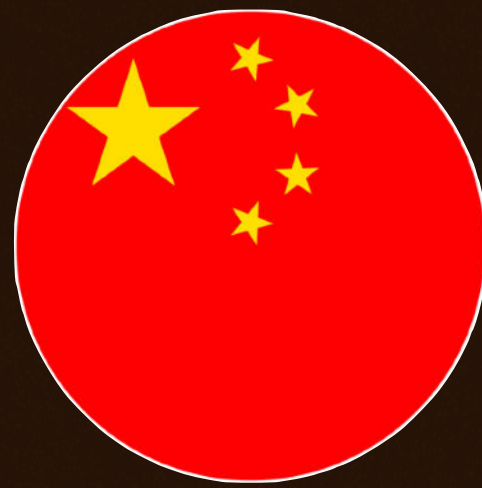


대만
500만명

FREESTYLE FOOTBALL2

About Franchise

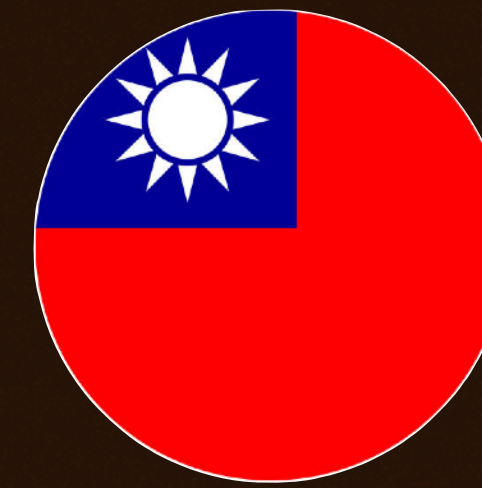
동양에서의 큰 사업적 성공
서양에서는 일부의 아쉬움, 하지만 기회와 가능성도 발견



중국
1억명



한국
760만명



대만
500만명

WEAKNESS

극단적인
동양형 Pay To Win
비즈니스모델로 인한
피로도 호소

글로벌 서비스를 감당하기에
부족했던
네트워크 및 서버 기술력



미국
1250만명



유럽
720만명

OPPORTUNITY

이미 콘솔시장에서
비주류 장르인 농구로
당시 최고 수준의
다운로드 기록한 3on3

하물며
글로벌 인기종목인 축구라면?



FREESTYLE FOOTBALL2

2. NEW-FREESTYLE, FSF2



[소개 영상 보러가기 \(링크\)](#)



풋볼2는
UNREAL5 ENGINE 기반으로 제작되어
프리스타일 전 시리즈 중

압도적인
HIGH QUALITY GRAPHIC
을 추구합니다

풋볼2는
1명의 플레이어가 1명의 1캐릭터를
실시간으로 컨트롤 하는
팀배틀 방식의 스포츠게임입니다



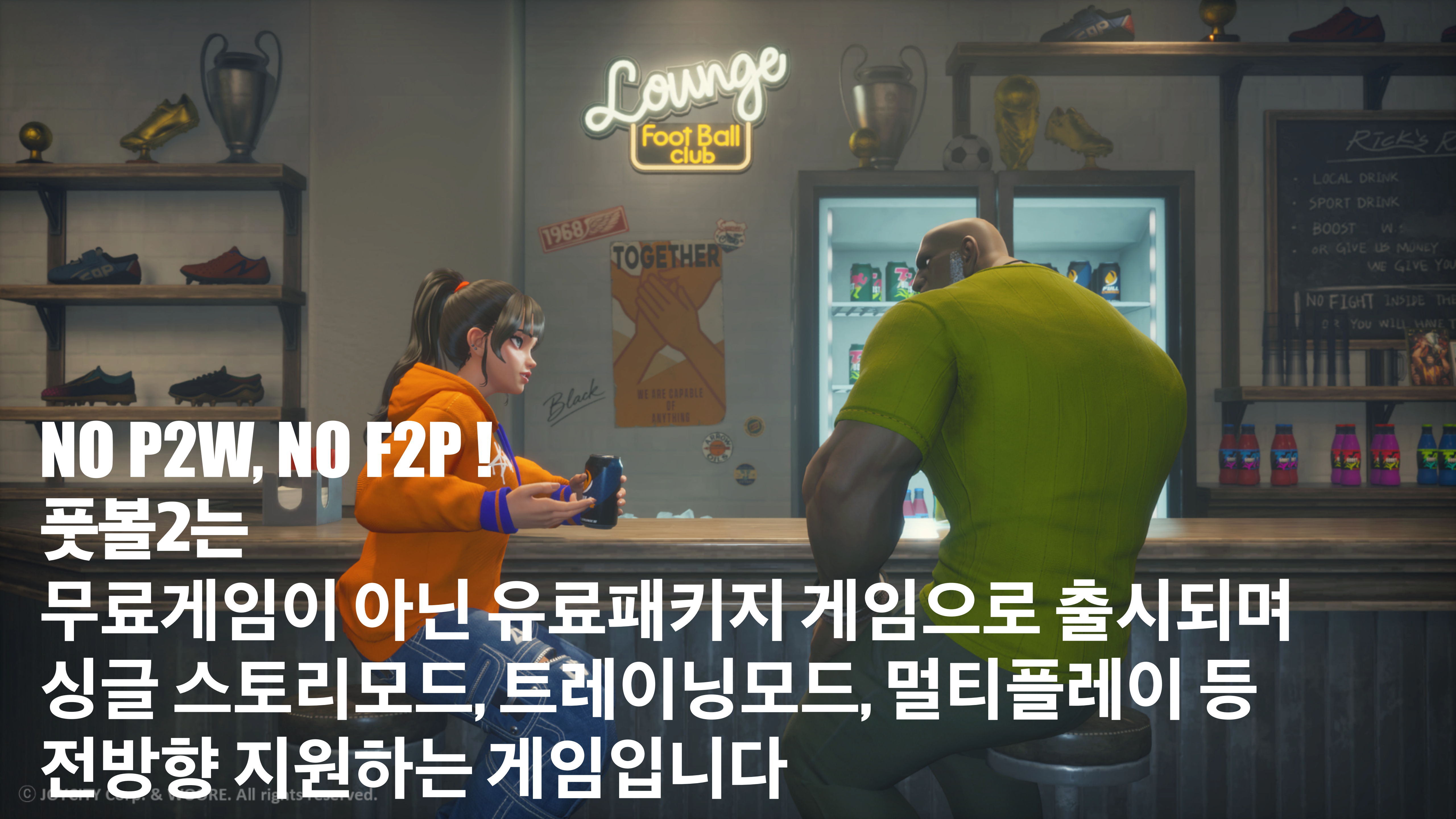
Goal
FW Queen Swift

Shot Assist
MF Jelly

2nd Assist
DF

DF





NO P2W, NO F2P !

풋볼2는

**무료게임이 아닌 유료패키지 게임으로 출시되며
싱글 스토리모드, 트레이닝모드, 멀티플레이 등
전방향 지원하는 게임입니다**

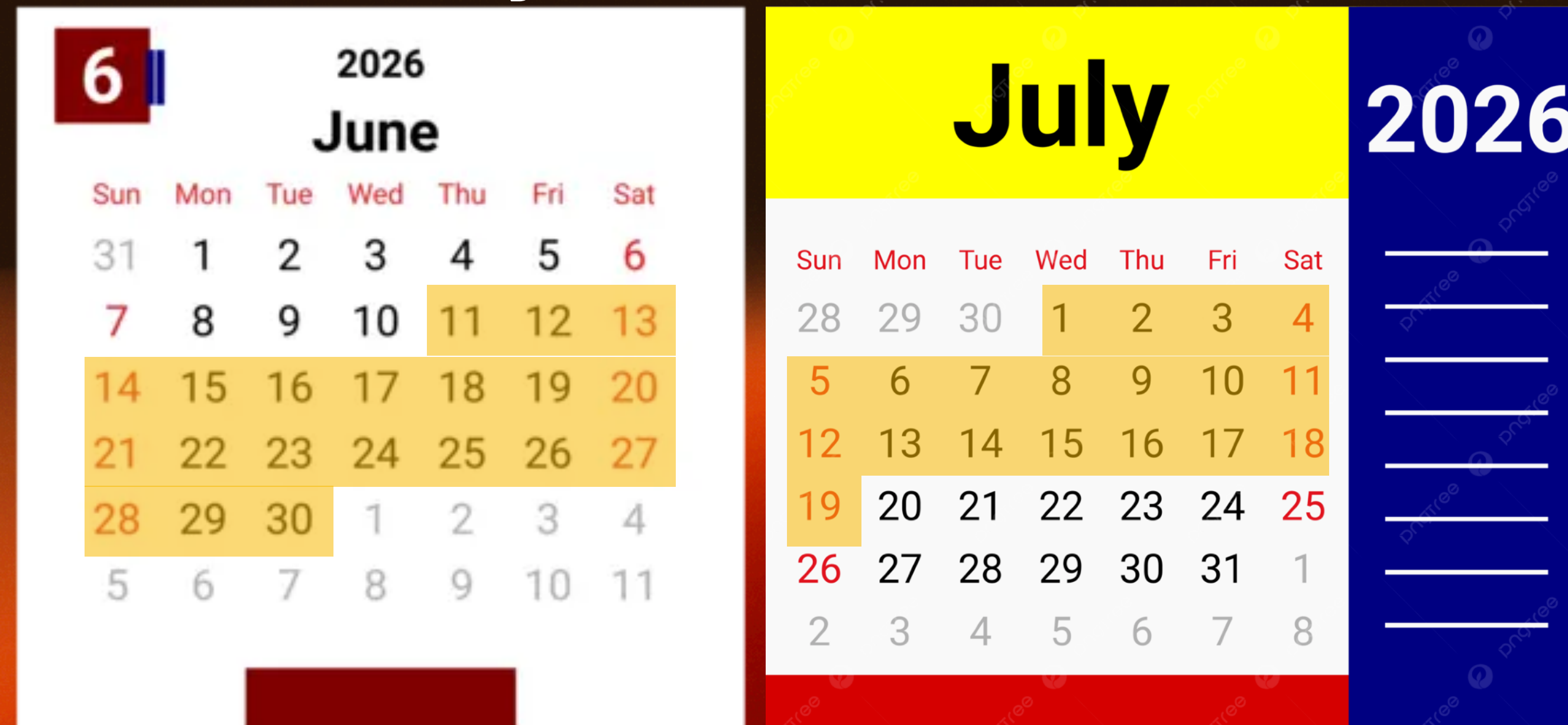
FREESTYLE FOOTBALL2

FSF2 Milestone

Pre-marketing : 2025년 12월
CBT : 2026년 1월
OBT : 2026년 3월

·
·

Grand Launching: 놓칠 수 없는 절호의 기회, 2026 월드컵



·
·


2nd Grand Launching (STEAM) : 2026년 4분기

FREESTYLE FOOTBALL2




NEW NORMAL FREESTYLE, FSF2


조이시티 최초의 프리미엄 게임 (유료 패키지 게임)

프리스타일 시리즈 최초의 Non-P2W 게임




 @Nodurnt 3일 전


페이투윈 없다 = 여기서 끝났네요 풋2 망할래야 망할 수가 없네요 풋2가 망할 수 있는 유일한 경우의 수 중에 하나가 페이투윈으로 인한 유저간의 매칭 밸런스 무너짐인데 그걸 안하겠다고 말씀하신 순간 " 이 게임은 절대 망하지 않고 피파와 롤, 오버워치등을 넘는 차기의 글로벌 게임이 될 것입니다 " 라고 선언한 것과 마찬가지로인 셈입니다. 예언을 하자면 이 말이 거짓이 아니라면 풋2는 성공할겁니다

10    답글




 @Lala788fkdkwjf3 3일 전


PAY -TO WIN 제도가 사라진다고 하면 이런 게임은 흥하지.

2    답글

 @waltuh_jr 3일 전

꼭 성공해서 리니지라이크만 나오는 한국 게임시장에 경각심을 주세요

   답글

 Lv.57 김애용 (692918)	BEST 페이투윈만 자제해주라..
라썸 (1662282) (IP보기클릭)	마지막으로 믿어볼까
리포만조- (5244441) (IP보기클릭)	그래 차라리 유료로 팔고 스텟관계없는 스킨으로 가자

FREESTYLE FOOTBALL2

Game Core and Business Model

콘솔게임 시장에서 익숙한 캐릭터 중심의 비즈니스 모델을 구성

기존의 프리스타일

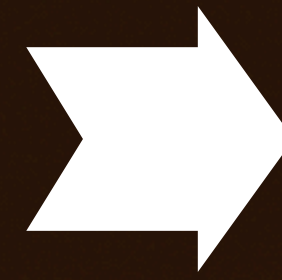
과금으로 강력한 캐릭터를 구매해서
상대를 손쉽게 제압하는 게임성

Pay To Win

:

실력과 승률을 판매

고성능캐릭터와 강화/성장도구를
부분유료화로 판매하는 방식



프리스타일 풋볼2

내 취향에 맞는 캐릭터를 연구하고
연습해서 정정당당 실력으로 겨루는 게임성

Play To Win

:

취향과 수집욕을 판매

DLC 시즌패스로
원하는 캐릭터를 구매,성장할 수 있는 방식



FREESTYLE FOOTBALL2

경쟁자 분석

축구게임/스포츠게임의 왕좌 FC(구 FIFA), 하지만 우리가 싸울 적은 아니다
(시장의 차이)



FC 시리즈(FIFA)

1인 1팀 플레이 게임
거시적 감독형 플레이
(스타크래프트)

유명 선수/팀의 플레이를 재현하는 재미

프리스타일 풋볼2

1인 1포지션 플레이 게임
역할 및 협력형 플레이
(오버워치 / 롤)

내가 축구를 하는 자체의 재미

FREESTYLE FOOTBALL2

경쟁자 분석

오히려 유의깊게 봐야할 시장 선례, 리매치



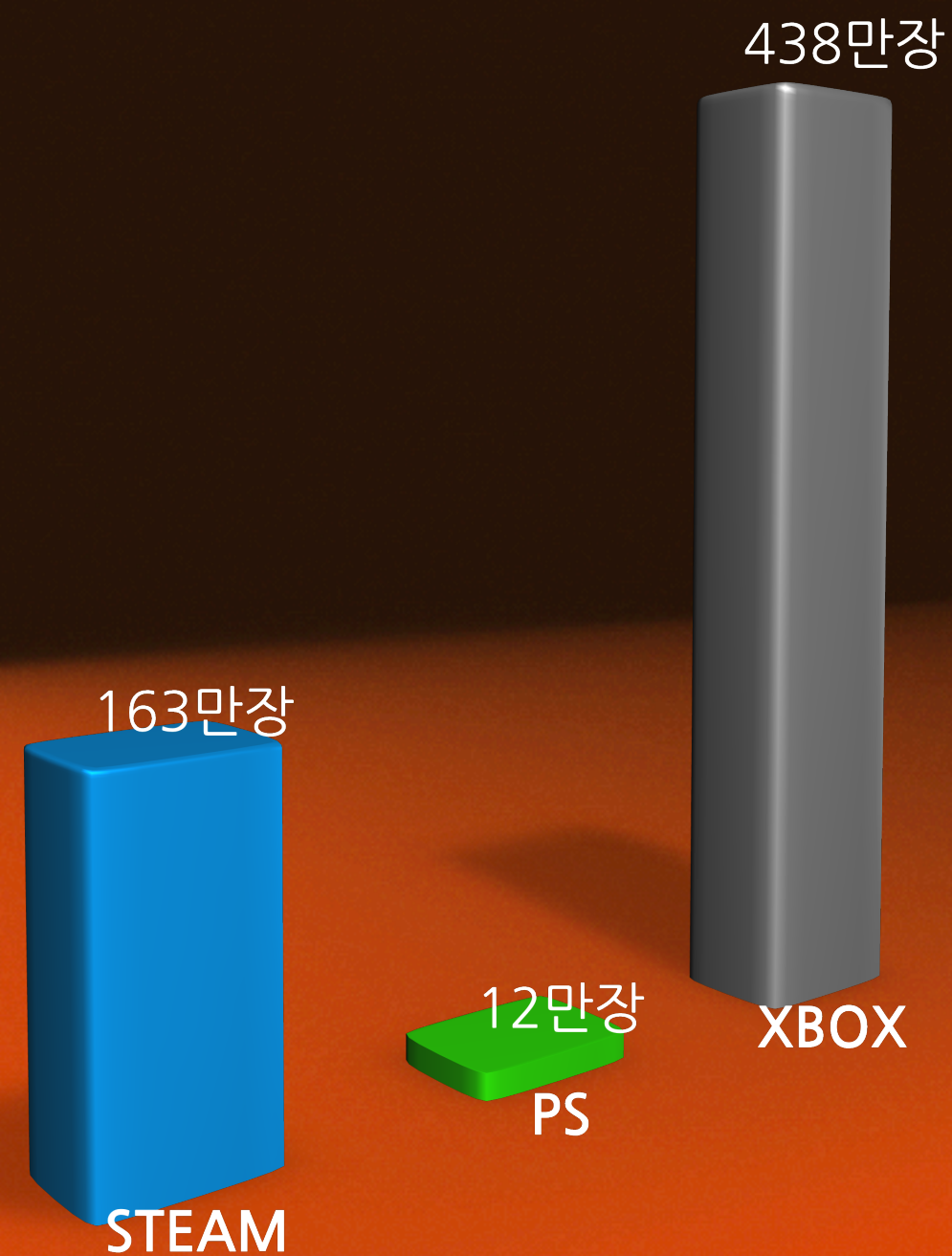
영상 보러가기 (링크)

FREESTYLE FOOTBALL2

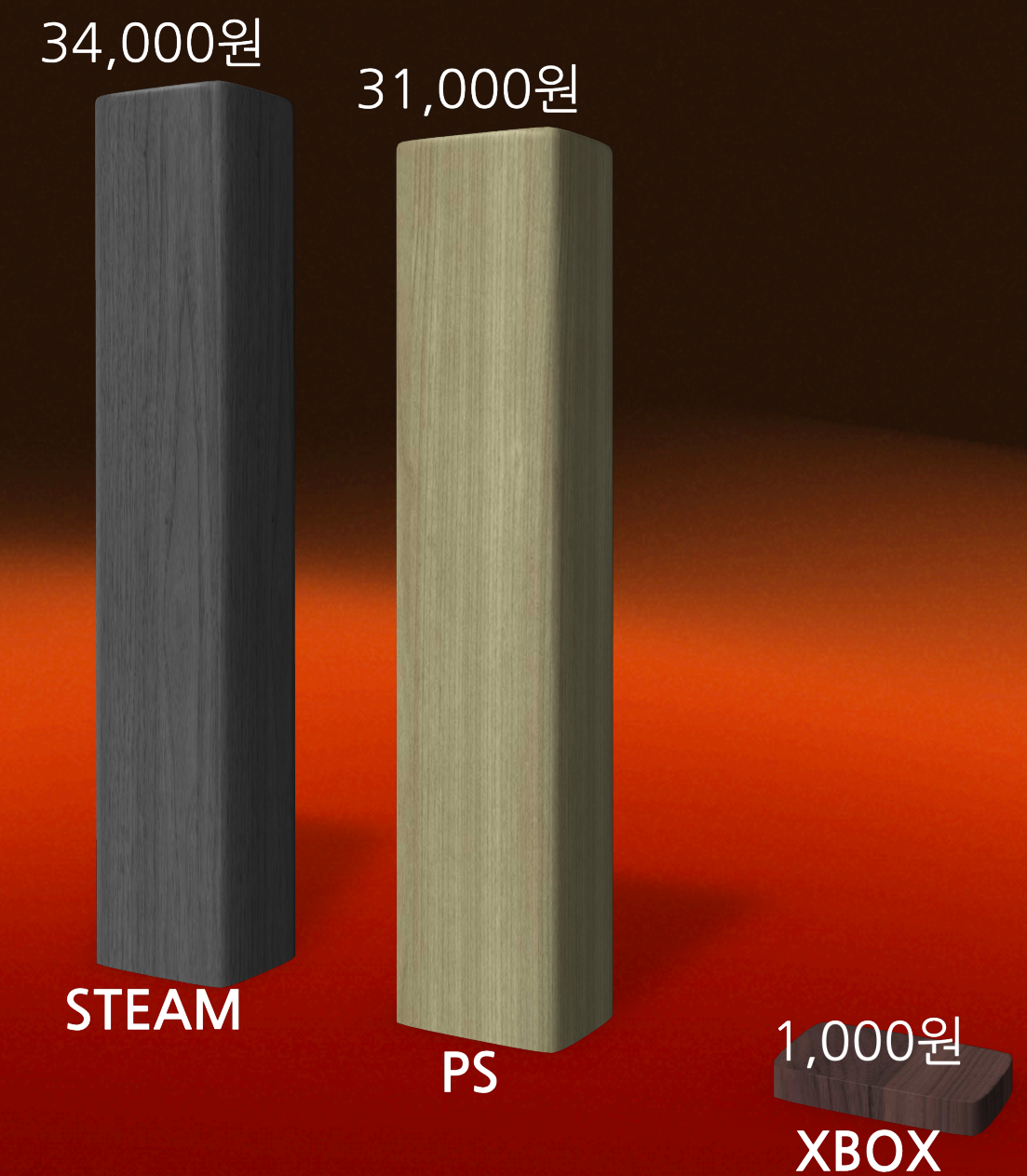
경쟁자 분석

오히려 유의깊게 봐야할 시장 선례, 리매치

출시 3개월 누적 다운로드수



출시 3개월 누적 RPD



게임 퀄리티의 아쉬움, 약점이 많았음에도

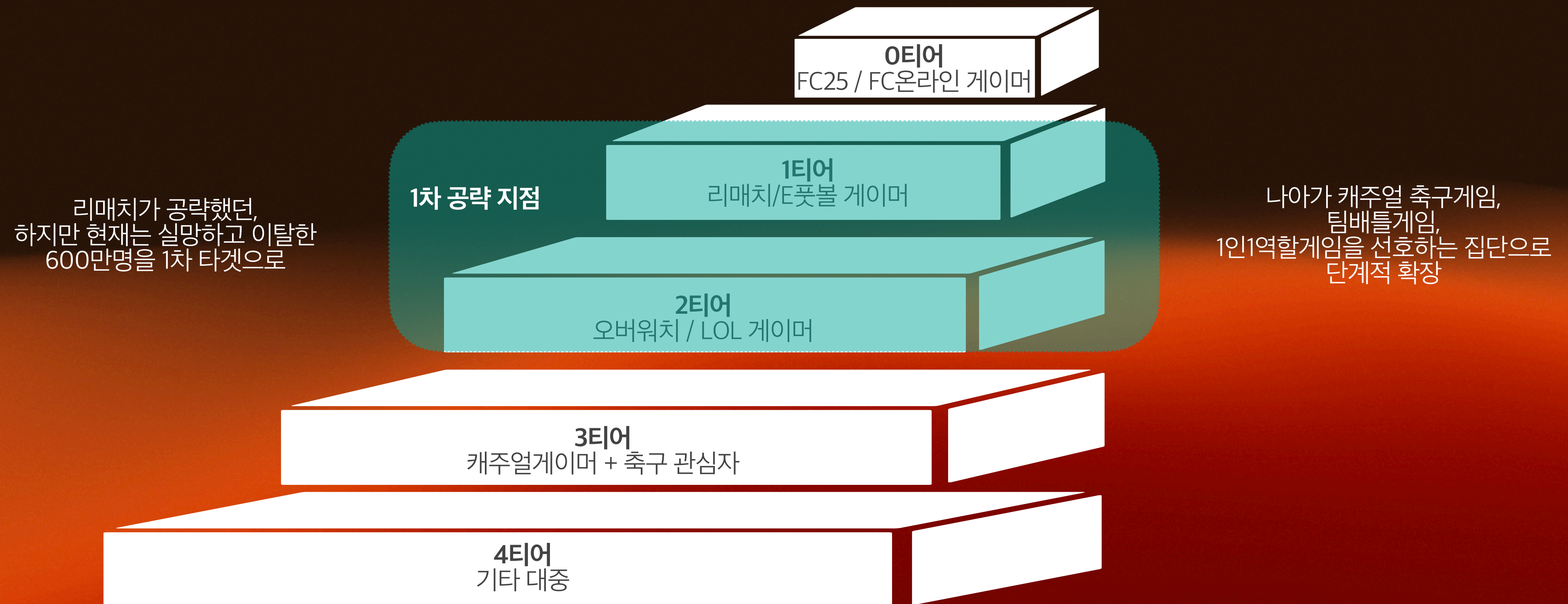
스팀출시 1일만에 축구 게임 1위
 출시 1개월 판매량 : 520만장 (462억원 매출 기록)
 출시 1년간 예상 성과 : 846만장 (846억원)

하지만
 불안한 네트워크와 크로스플레이 미지원,
 고가치 유저인 PS & STEAM 유저 확보에 실패하면서 빠른 쇠락 중

FREESTYLE FOOTBALL2

시장진입, 성장

FSF2의 타겟 유저 피라미드



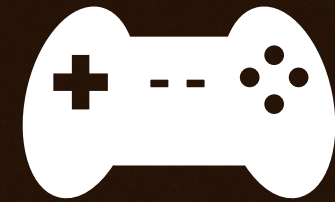
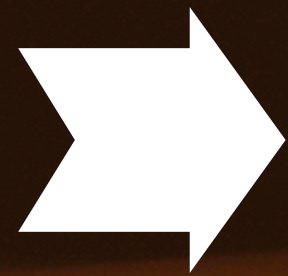
FREESTYLE FOOTBALL2

시장진입, 성장

REMATCH

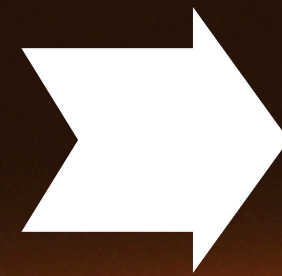
리매치 브릿지

프리마케팅 본격화 시점부터
적극적인 리매치 비교광고로
경쟁사 이탈고객을 확보



플랫폼 파트너십

MS X-BOX 게임패스
입점으로 트래픽 확보
+
PS 프로모션으로
매출 트래픽 확보



월드컵 시즌

월드컵 시즌에 맞춘
인지도 있는 글로벌 제휴로 이슈 극대화
캐릭터 DLC 판매를 통해
비용효율화 제고



전략적 스팀출시

확보된 브랜드파워를 바탕으로
글로벌 PC유저와
중국 유저를 향한
신속한 출시

FREESTYLE FOOTBALL2

시장진입, 성장

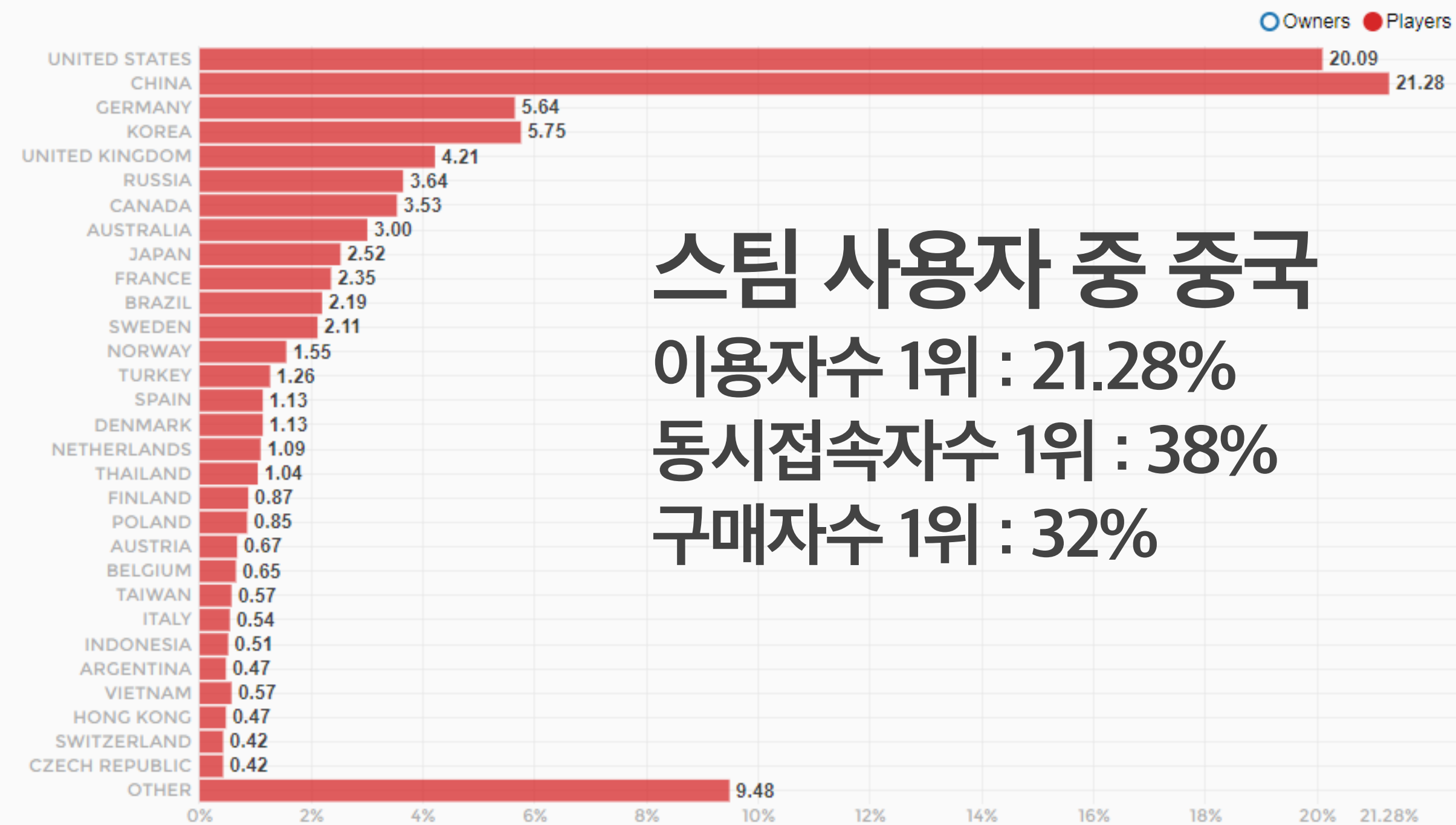
REMATCH

리매치 브릿지

프리마케팅 본격화 시점부터
적극적인 리매치 비교광고로
경쟁사 이탈고객을 확보

배틀그라운드 스팀 국가별 이용자 분포

Geography:



스팀 사용자 중 중국
이용자수 1위 : 21.28%
동시접속자수 1위 : 38%
구매자수 1위 : 32%



전략적 스팀출시

확보된 브랜드파워를 바탕으로
글로벌 PC 유저와
중국 유저를 향한
신속한 출시

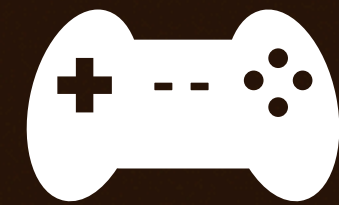
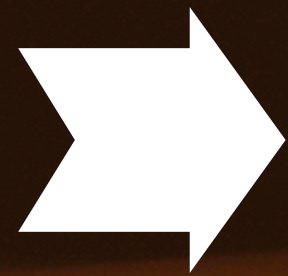
FREESTYLE FOOTBALL2

시장진입, 성장

REMATCH

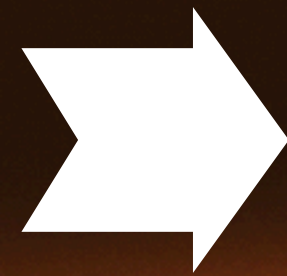
리매치 브릿지

프리마케팅 본격화 시점부터
적극적인 리매치 비교광고로
경쟁사 이탈고객을 확보



플랫폼 파트너십

MS X-BOX 게임패스
입점으로 트래픽 확보
+
PS 프로모션으로
매출 트래픽 확보



월드컵 시즌

월드컵 시즌에 맞춘
인지도 있는 글로벌 제휴로 이슈 극대화
캐릭터 DLC 판매를 통해
비용효율화 제고



전략적 스팀출시

확보된 브랜드파워를 바탕으로
글로벌 PC유저와
중국 유저를 향한
신속한 출시

위협이 될 수 있었던 경쟁자의 위기를 기회로,
4년에 한번 오는 귀중한 시즌을 날개삼아
콘솔시장에 안착하는 프리스타일 풋볼2

FREESTYLE FOOTBALL2

시장진입, 성장

성공의 불씨를 지속적인 성과로 만들기 위해



라이브서비스

조이시티가 그동안 잘해온
안정적인 운영, 유저 커뮤니케이션,
글로벌 네트워크 인프라 관리



이슈 지속화

글로벌 IP와의 적극적인 콜라보로
리매치의 2배 수준의 RPD를 계획,
사업성과 역시 2배 수준 달성을 목표로



On-Going 마케팅

그간 확보한 마케팅역량을
콘솔/스팀 시장으로 확대하기 위한
R&D 및 외부 협력 지속



후속 넘버링 출시

지속적인 시리즈 출시를 통해
IP 가치의 확대 및
조이시티 콘솔 비즈니스 고도화

FREESTYLE FOOTBALL2

FREESTYLE NEXT to JOYCITY NEXT



일회적이고 변칙적인 시도가 아니라
이 경험을 바탕으로 조이시티 미래 포트폴리오의 새로운 축으로 콘솔/스팀을 정조준 !



A promotional image for the game 'Biohazard Survival Unit'. It features a group of characters from the Resident Evil franchise. In the center is Chris Redfield, looking serious. To his left is Leon S. Kennedy, holding a handgun. Below them are Jill Valentine and Barry Burton. To the right are Claire Redfield and Sherry Birkin. The background is a dark, futuristic interface with glowing lines and data. The text 'BIOHAZARD Survival Unit' is overlaid in white.

BIOHAZARD Survival Unit

US/WE 중심의 고가치 시장에서
검증된 기반을 확보하여 4X 성공작 양산화 전략

A promotional image for the game 'Freestyle Football 2'. It features a vibrant, stylized illustration of soccer players. In the foreground, a player with a beard and a red and white jersey is shown in a dynamic pose. Behind him, a player with purple hair and a white jersey is also in action. A soccer ball is visible in the upper right. The background is a mix of purple and blue with abstract patterns. The text 'FREESTYLE FOOTBALL 2' is overlaid in white.

FREESTYLE FOOTBALL 2

연간 3~4종 이상의 도전으로
콘솔/스팀 기반 NEW포트폴리오 확보

BIOHAZARD Survival Unit

US/WE 중심의 고가치 시장에서
검증된 기반을 확보하여 4X 성공작 양산화 전략

지속성장 가능한 글로벌 시장의 K게임의 리더로의 도약

FREESTYLE FOOTBALL 2



연간 3~4종 이상의 도전으로
콘솔/스팀 기반 NEW포트폴리오 확보



The End Of Document

조이스티의 꿈을 향하는 미래