

모바일게임 쌍두마차 컴투스 vs. 게임빌

# 함부로 넘보지 못할 우리만의 노하우 있다!

사회 전체를 오랫동안 짓누르고 있는 경기 불황에도 불구하고 모바일게임 산업은 본격적인 호황기를 맞고 있다. 아직 선두 업체와 후발업체를 가르기에도 조심스러운 시작 단계일 뿐이지만 고작 2인치 디스플레이 상에서 펼쳐지고 있는 진검 승부의 열기는 춘추전국시대의 치열함을 방불케 한다. 이러한 열기는 곧 모바일게임이 본격적인 산업 분야의 한 갈래로 형성되기 시작했음을 의미하는 것이기도 하다. 모바일게임 분야 1위 등극을 향해 내딛는 두 업체, 컴투스와 게임빌은 이동통신 서비스의 초창기부터 지금에 이르기까지 모바일게임의 시장 형성과 확대를 견인해 온 업체들이다. '모바일은 우리가 절대 강자'임을 실적으로 주장하는 두 업체의 면면을 살펴봤다.

글 / 김문영 객원기자



## ● 컴투스

컴투스(대표이사 박지영, www.com2us.com)는 원조 모바일게임 개발업체다. 1996년에 설립돼 1999년 국내 최초로 모바일게임 서비스를 실시했다. 크리에이티브 & 펀 (Creative & Fun)이라는 모토 아래 지금까지 '택티컬 퀘스트' '만마전' '붕어뽕타이쿤' '한국프로야구' '폰고도리' 등 수많은 인기 게임을 만들어왔으며 SK 텔레콤, KTF, LG텔레콤 등 국내 이동통신 3사에 총 70여 개의 모바일 게임을 서비스하고 있다. 국내뿐만 아니라 해외에도 진출해 국내 모바일게임의 위상을 높이고 있다. 일본, 중국, 유럽, 미국 등 해외 40여 개국에 '안드레아가시 테니스' '컴투스 볼링2' '드레곤파이어2' 등 40여 개의 모바일 게임을 서비스 하고 있다. 또한 ISO 9001과 ISO 14001을 획득하는 등 글로벌 모바일게임 전문 기업으로서 그 입지를 확보하고 있다.

## ● 게임빌

게임빌(대표이사 송병준, www.gamevil.com)은 국내 모바일게임의 살아있는 역사라 해도 과언이 아니다. 온라인게임을 기반으로 한 엔터테인먼트 포털 분야에서 쌓은 경험과 노하우를 바탕으로 본격적으로 모바일 분야에 뛰어든 2001년에는 국내 최초로 VM 게임을 서비스했다. 이후 3년여 기간 동안 다양한 장르의 모바일게임 50여종을 개발, 서비스하고 있다. 모바일게임 업계를 선도하는 기업으로서 한국모바일게임협회(KMGA) 초대 회장을 역임했다. 게임빌은 모바일게임에 대한 앞선 기술력으로 2001년 대한민국 게임 대상, 2001년, 2002년 2년 연속 정보통신부 선정 디지털콘텐츠 대상을 수상했다. 순수 창작 모바일게임 '놈'은 창작 게임 메뉴 신설의 계기가 되기도 했다. 국내뿐 아니라 해외 진출도 활발히 진행하고 있다.

모바일게임 무료 다운로드 이벤트를 벌이는 거리. 교복을 입고 가방을 둘러 멘 학생들이 줄을 서서 자기 차례를 기다리고 있다. 차례가 된 학생이 게임을 선택하고 행사 담당자에게 휴대폰을 내민다. 그런데 다운로드가 진행되는 도중 끊긴다. 이상해서 학생에게 물어보니 '알'이 떨어져 통신을 이용할 수가 없는 상태다. 혹시나 하는 마음에 대열에 합류했던 학생은 큰 잘못을 들키기라도 한 듯 얼굴까지 벌개진다. "그럼 게임 못 받는 거예요?" 묻는 학생의 얼굴은 이미 울상이다.

금방 탄로날 일을 숨기려 했던 학생의 절박감이 느껴져 담당자는 슬쩍 웃음이 나온다. 그렇게라도 게임을 받아서 하고 싶어하는 마음이 귀여워 흐뭇해진 직원은 학생의 소원을 들어준다. 금세 환한 얼굴이 돼 돌아가는 학생의 모습을 보며 모바일게임의 인기를 새삼 실감한다.

고깃집도 힘들다 하고 술집도 전 같지 않다는, 그야말로 체감경기의 마지막 보루인 먹고 마시는 산업까지 불황의 여파에서 자유롭지 않은 지금 모바일게임은 순항 중이다. 국내 게임산업은 이미 세계 수준에 도달해 있는 바로 알려져 있지만 갓 태동한 모바일게임은 무섭게 성장한 이동통신 산업의 침병으로서 그 역할을 톡톡히 해내고 있다. 히트작의 경우, 일 평균 다운로드수가 3,000건에 달한다. 서비스 기간 동안 다운로드 수를 총 집계해보면 수십만 카피가 팔려 나간 셈이라는 결론이 나온다.

현재 400여개의 업체가 각축을 벌이고 있는 모바일게임 시장에 기존 게임 업체들, 즉 비디오게임 및 온라인게임 업체들까지 가세할 움직임을 보이고 있

다. 이미 가세한 업체도 상당수며 모바일게임 분야의 성장 가능성을 예의 주시하며 진출 기회를 탐색하는 업체도 적지 않다.

새로운 분야에서 산업이 형성되면 선발 업체들이 일궈놓은 땅에 인접 분야의 후발 업체들이 진출해 들어오는 일은 비일비재하다. 때때로 후발 업체들은 기존 분야에서 쌓은 브랜드 파워와 노하우, 자금력 등을 십분 동원해 선발 업체들을 앞지르기도 한다. 이것은 이미 도덕적 문제가 아니라 누가 시장에서 살아남느냐의 생존경쟁으로서 자연스럽게 받아들여지는 현상이다.

인접 분야 업체들의 진출이 태동기의 시장을 더욱 크게 키우는 역할을 한다면 긍정적인 일이다. 반대로 후발 업체의 합류가 시장 질서를 문란케 하거나 과도한 출혈경쟁으로 이어져 공멸을 가져올 위험성도 항상 지적됐다. 모바일게임 산업 역시 여지없이 내로라하는 게임 업체들이 눈독을 들이는 대상이 됐다. 기존 모바일게임 업체들은 온라인게임, 비디오게임 업체들이 모바일로 영역을 넘어오는 현상을 긍정적으로 받아들이는 편이다. 사용자들의 관심을 끌만한 모바일 게임이 계속 나온다는 것은 시장 자체를 키우는 일이라고 판단한다. 무엇보다 다른 분야의 후발 주지들에 대해 경쟁력을 갖고 있다고 자신하기 때문이다.

### 컴투스 VS. 게임빌

컴투스와 게임빌은 이론의 여지없이 국내 모바일게임의 역사이자 업계 선두 주자들이다. 국내 모바일게임의 역사는 PCS 3사가 이동통신 시장에 가세한 1998년경으로 거슬

러 올라간다.

서너 줄의 문자 작성이 고작이던 휴대폰 단말기로 게임을 한다는 것을 생각하기 어려웠던 당시에 두 회사는 최초의 휴대폰용 게임을 서비스하기 시작했다.

게임빌은 서울대학교 창업동아리 '벤처'의 초대회장이었던 송병준 대표를 주축으로 교수, 전자과 동기회, 서울대 출신 박사 및 연구원 20명 등이 주주로 참여해 설립한 회사. 컴투스 역시 박지영 대표가 고려대 컴퓨터학과에 재학중이던 1996년 설립하고 졸업이듬해인 1998년에 주식회사로서 틀을 갖췄다. 송병준 대표나 박지영 대표 모두 20대의 패기를 앞세워 새로운 시장을 개척한 경우에 속한다.

컴투스나 게임빌이나 설립 이후 모바일게임 업계 선두로 자리잡기까지 어려운 시기를 지나온 업체들이다. 사용자들이 기억하기로 휴대폰은 짧은 시기에 굉장한 발전을 거듭해 온 것처럼 보이지만 1998년부터 수 년간 모바일 게임을 위한 단말기 환경은 지지부진하게 발전하고 있었다.

휴대폰은 2002년에 이르러서야 컬러 액정 단말기로 바뀌었고, 이때부터 모바일 콘텐츠는 비약적인 성장을 맞게 된다. 컬러 액정으로 진화와 동시에 16폴리 사운드로의 이행이 이뤄졌고, 벨소리 콘텐츠도 급성장하기 시작했다. 휴대폰 배경화면 캐릭터와 게임 역시 2002년을 기점으로 급격한 성장세를 보이기 시작한다.

갑자기 크기 시작한 시장에서 두 회사가 선두로 자리잡을 수 있었던 것은 단지 오래 해왔다는 이유 때문만이 아

니다. 두 회사 모두 고스톱이나 테트리스류의 전통 보드 게임을 휴대폰에 접목해 안정적으로 사용자층을 확보했지만 모바일 전문기업으로서의 특화된 게임을 개발하는 데 노력을 경주했다. 컴투스가 2002년 11월 첫 서비스를 시작한 '붕어빵 타이쿤'은 최초의 모바일 창작게임으로 의미를 지니는 게임이다. PC나 기타 게임기에 비해 사용자 인터페이스가 취약한 휴대폰의 단점을 극복하고 휴대폰에 최적화된 게임 인터페이스를 구현했다.

성별과 연령에 관계없이 고른 사용자층을 확보한 '붕어빵 타이쿤'은 '타이쿤'이라는 게임 장르를 형성한 작품이기도 하다.

게임빌은 온라인게임 및 엔터테인먼트 포털에서 출발해 모바일로 진출한 경우에 속한다. 2001년 국내 인터넷 포털 중 세 번째로 게임빌 웹 게임 사이트에 도입한 아바타 서비스에 대해 유료화를 단행했다.

세이클럽, 프리챌 등과 더불어 유료화에 성공을 거두고 입지를 키워왔지만 게임빌은 모바일게임 전문기업으로서 자리매김하고자 회사 역량을 통합, 집중했다. 게임빌의 순수 창작 모바일게임 '놈'은 SK텔레콤에 창작게임 메뉴를 신설하는 계기가 된 작품이다.

### 붕어빵 타이쿤 VS. 놈

'붕어빵 타이쿤'은 컴투스의 모바일용 순수 창작게임으로 120만건 다운로드의 대기록을 가진 대표적 모바일게임이다. 붕어빵을 구워 판다는 단순한 스토리의 경연 시뮬레이션 게임으로서, 편리한 사용자 인터페이스, 편안하

고 깔끔한 그래픽이 인기 요인으로 꼽힌다. 휴대폰으로 전화를 걸 듯 1부터 9까지의 숫자 버튼을 눌러 붕어빵을 굽고 판다.

모바일게임 역시 라이프사이클이 점점 짧아지는 추세 속에 있지만 붕어빵 타이쿤은 2002년 11월 출시된 붕어빵 타이쿤2+에 이르기까지 꾸준히 업그레이드 버전이 나오며 지속적으로 다운로드가 이뤄지고 있다.

특히 붕어빵 타이쿤2+는 절묘한 타이밍으로만 구워낼 수 있는 황금 붕어빵을 비롯해 디자인 요소와 캐릭터를 추가하고 손님의 성격 변화 등이 가미된 업그레이드 버전으로서 많은 사랑을 받고 있다. 원조 마니아들 사이에서는 공략집이 나올 정도로 인기.



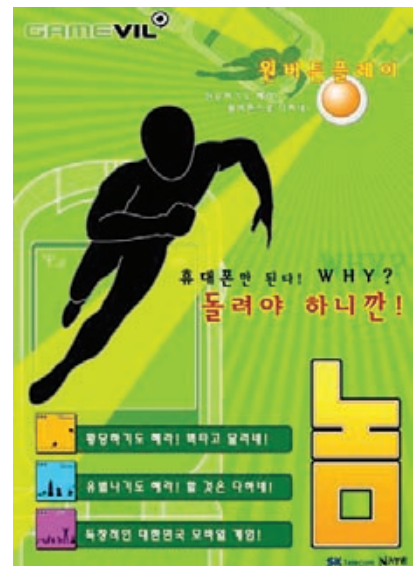
▲컴투스 '붕어빵타이쿤2'

붕어빵 타이쿤의 또 다른 의미는 모바일게임 사용자를 확대했다는 데 있다. 지금도 모바일게임 사용자 중 70~80%는 남성이다. 붕어빵 타이쿤은 여성 사용자가 60% 이상을 차지한다. 남학생들의 전유물처럼 여겨지던

모바일게임에서 성별이나 연령으로 또 다른 가능성을 확인시킨 작품이 붕어빵 타이쿤이다.

게임빌의 '놈(NOM)'은 2003년 2월에 출시돼 60만 다운로드를 돌파했으며, 모바일게임 시장에서 스테디셀러로 자리잡은 게임이다. 휴대폰으로만 할 수 있는 모바일 전용 창작게임이라는 점이 가장 큰 특징. 버튼을 눌러 접속하지만 휴대폰 기기 자체를 돌리면서 진행된다는 독특한 아이디어가 적용됐다.

휴대폰에 특화된 스타일을 고집한 게임빌의 장인정신이 만들어낸 작품이라 할 수 있다. 게임빌의 이러한 노력과 기술은 50만 다운로드라는 성과 외에도 '제3회 모바일기술 대상 정보통신부 장관상 콘텐츠 부문'을 수상하



▲게임빌 '놈'

는 결과로 이어졌다.

휴대폰을 돌리면 놈이 무조건 달리는 단순해 보이는 게임이지만 단순해 보이는 설정 안에서 각종 다양



한 이벤트가 발생해 유저들을 울리고 웃긴다.

게임빌의 '준(june) 삼국지' 또한 모바일에 특화된 창작 게임이다. 세계 최초로 모바일 LBS(Location Based Service : 위치기반서비스)를 적용한 전략시뮬레이션 게임이다.

전국 1만여 개의 SK텔레콤 기지국을 바탕으로, 봉천동, 가락동, 논현동 등 실제 우리가 살고 있는 지역에서 실시간 영토 쟁탈전을 벌이는 개념이다. 네트워크로 연결된 이용자들은 서로 동맹을 맺고 다른 지역을 협공하거나 원군을 요청해 자기 지역을 방어할 수도 있다. 이 게임은 모바일게임을 다양한 솔루션과 융합하려는 게임빌의 끊임없는 실험정신을 보여주는 좋은 사례라 할 수 있다.



▲게임빌 '준 삼국지'

## 세계 속의 모바일게임 전문기업

컴투스사와 게임빌은 국내 시장에서 축적한 경험과 노하우를 바탕으로 세계 무대에 진출해 좋은 성과를 거두고 있다. 2000년도에 처음 해외 시장으로 진출한 컴투스는 현재 아시아, 유럽, 미국 등 해외 40여 개국 시장을 모두 공략하고 있다.

유럽지역은 영국 런던에 사무소를 두고 영국, 독일, 프랑스, 스페인, 그리스, 이집트 등 유럽 21개 전 지역에 보다폰 글로벌, 티모바일, 오렌지, 텔레포니카 등을 통해 한국프로야구와 클래식 보드 게임인 백가몬을 제공하고 있다.

미국 지역도 버라이즌 와이어리스, AT&T 와이어리스, 티모바일 미국 등을 통해 '안드레아가시 테니스'를 포함한 8개 게임을 제공하고 있다.

일본에는 2002년 3월에 사무소를 개설하고, KDDI와 NTT 도코모를 통해 게임을 서비스하고 있다. 특히 세계 최초로 다운로드 방식의 자바게임 서비스를 시작한 기술력을 바탕으로 2003년에는 일본 자바포털에서 1위를 하는 등 모바일게임 강국인 일본 시장에서조차 그 기술력을 인정받고 있다. 2003년 4월에는 북경에 '레이 모바일'이라는 합작 법인을 설립하고 차이나 모바일과 차이나 유니콤에 게임을 제공 중이다.

해외 진출 3년 만에 총 40여 개의 게임을 수출하고 있는 컴투스는 2003년 비즈니스 위크지에 해외 진출 모바일 게임 대표 기업으로 소개됐으며, 2003년 6월에는 타임지의 '21세기를 이끌 14대 IT업체'로 선정되는 등 글로벌 모바일게임 전문 기업으로 그 입지를 공



▲게임빌 '2004 프로야구'



▲컴투스 '맛고'

고히 다져가고 있다.

게임빌 역시 미국, 유럽, 동남아시아 등 20여 개국에 모바일게임을 제공하고 있다. 해외 진출에 대한 게임빌의 전략은 양보다 '질'을 우선한다는 것이다. 국내용으로 출시된 게임을 해외 현지 실정과 사용자 마인드에 맞게 현지화하는 것은 중요한 일이다.

2004프로야구의 미국판 버전은 '현지화'에 성공한 대표적 게임으로 꼽는

다. CBS 베이스볼 2004라는 제목으로 출시한 이 게임은 브랜드, 네이밍, 기획, 마케팅 등 모든 면에서 현지화한 작품이다. 국내판인 2004 프로야구에 서 모티프만 차용했을 뿐 전혀 다른 게임이라고 해도 과언이 아니다. 현지화에 성공한 이 게임은 미국내 전 이통사 게임 메뉴의 1번을 석권하기도 했다. 전세계 게임 퍼플리셔보다는 의미 있는 개발회사가 되는 것이 게임빌의 목표다.

진출 국가도 여러 곳으로 분산돼 있지만 아직은 미국에 집중하는 전략을 취하고 있다. 게임빌 마케팅실 송재준 실장은 “미국시장은 최근 굉장한 속도로 성장하고 있다.

급속도로 고성능 단말기가 확산되고 있으며 내년 정도에는 우리 시장과 비슷한 수준으로 클 것으로 보인다”고 전망했다. 당분간 미국 시장에 집중하는 한편, 2005년부터는 큰 가능성이 보이는 중국 시장을 본격 공략하겠다는 계획을 갖고 있다.

### 1위 등극 향한 마케팅전 돌입

2002년을 기점으로 본격 성장세를 보이고 있는 국내 모바일게임 시장은 이제 종전까지와는 다른 국면으로 전개될 조짐을 보이고 있다.

이미 400여개의 업체가 경합하고 있는 이 시장에서 선두 업체들이 경주하는 부분은 ‘브랜드 파워 향상’이라는 과제다.

모바일 콘텐츠는 대체로 이동통신사에 종속돼 있다. 사용자들은 어떤 콘텐츠나 서비스를 이용하더라도 이통사를 먼저 인식한다.

‘폰고도리’ 나 ‘넷고스톱’ 같은 게임을 즐기면서도 사용자들은 ‘네이트 게임’, ‘멀티팩 게임’으로 인식한다. 컴투스나 게임빌 같은 이름을 떠올리는 사람은 많지 않다.

그러나 상황은 조금씩 변하고 있다. 모바일게임을 하나의 게임 장르로 인식하고 돈을 투자하기 시작한 사용자들은 좀더 재미있고 좀더 잘 만들어진 게임을 다운로드 하기 위해 많은 정보를 수집한다. 인터넷을 통해 게임 정보를 찾아가 하면 친구들이 갖고 있는 게임을 미리 이용해보고 다운로드를 결정한다.

불과 얼마 전까지도 모바일콘텐츠의 다운로드 순위는 무선인터넷 화면에 보여지는 게재 순서에 의해서 결정되는 경우가 많았다. 하지만 사용자들이 좀더 정보 수집에 적극적으로 나서고 좋은 게임을 받기 위해 노력하게 된 지금은 게임 자체의 질에 의해 인기 게임이 결정된다.

게임빌과 컴투스는 좋은 게임을 만드는 것은 물론, 1등 모바일게임 업체로서의 브랜드 파워를 형성하는 데 심혈을 기울이고 있다. 컴투스 마케팅팀



▲게임빌 ‘카오스 블레이드’

의 성지홍 대리는 “이용자 성향이 달라지고 있다. 입소문이 다운로드 횟수에 큰 영향을 미친다. 즉 마케팅이 가능해졌다는 이야기로 컴투스는 “\*\*777” 브랜드를 알리기 위해 마케팅을 펼치고 있다”고 말했다.

지난달부터 신작 출시게임이 봇물을 이루고 있는 게임빌은 야심작 RPG ‘카오스 블레이드’ 출시에 맞춰 대작 온라인게임 못지 않은 마케팅을 진행하고 있다. 3D로 제작한 게임 동영상

〈표 1〉 컴투스 VS. 게임빌 주요 현황 비교표

구분	컴투스	㈜게임빌	
설립일	1996년 8월(1998년 8월 법인전환)	2000년 1월(2001년 4월 법인전환)	
직원수	120명	80명	
자본금	30억원	10억원	
사업내용	모바일게임, 모바일 e-book	모바일게임, 유무선 엔터테인먼트 포털	
대표 게임	택티컬 퀘스트, 붕어빵 타이쿤2+, 한국프로야구, 폰고도리2 등	놈, 2004프로야구, 준삼국지, 카오스블레이드 등	
매출액	2003년	118억원	24억원
	2004년 상반기	-	25억원
매출비중	국내 80%, 해외 20%	국내 90%, 해외 10%	

〈표 2〉 컴투스 VS. 게임빌 주요연혁

컴투스	게임빌
1996. 8. 컴투스 회사 설립.	2000. 1. 서울대 창업 동아리 '벤처' 초대회장 송병준 대표이사 주식회사 피츠넷 설립
1998. 7. (주)컴투스로 법인 전환.	2000. 3. 온라인 자바게임 사이트 www.GameVil.com 오픈. 〈장기〉, 〈오목〉, 〈오델로〉, 〈세균전〉, 〈스네이크〉, 〈빠징고〉, 〈벽돌깨기〉 서비스 개시
1999. 8. LG텔레콤과 모바일게임 서비스 계약/서비스.	2000. 6. 산업자원부 주관 TBI 신기술 사업자 선정, 정보통신부 주관 선도기술개발보급 지원사업 사업자 선정
1999. 12. KTF와 핸드폰게임 서비스 계약체결/서비스 시작.	2000. 7. 디지털조선일보, 국민카드, 소프트뱅크 코리아, 아이팝콘에 자바게임 콘텐츠 공급 계약 체결
2000. 4. 011 SK텔레콤과 핸드폰게임 서비스 계약체결/서비스 시작.	2001. 1. LG텔레콤과 ez-java 모바일게임 콘텐츠 공급계약 체결모바일게임 〈사목쌍기〉, 〈나홀로포커〉, 〈지뢰찾기〉 출시
2000. 10. 세계 최초 자바게임 서비스 시작.	2001. 2. LG텔레콤 ez-java 모바일게임 추가. 〈숫자야구〉, 〈행맨〉 출시
2001. 8. 일본 KDDI에 게임 제공/서비스.	2001. 3. LG텔레콤 ez-java 모바일게임 추가 -〈펍권크래프트〉, 〈스패셜원카드〉, 〈월드사카〉 출시
2001. 10. 미국 버라이즌와이어리스에 게임 제공/서비스.	2001. 4. 모바일 엑스포' 행사 LG텔레콤 ez-i 시연회사명 게임빌로 변경
2002. 6. T-모바일을 통해 독일 및 오스트리아에 게임 제공/서비스.	2001. 5. 모바일게임 〈라스트워리어 에피소드1〉 출시
2002. 9. 싱가포르 싱텔, M1, 스타허브에 게임 제공/서비스	2001. 8. 송병준 사장 '한국 모바일게임 협회' 초대회장 선임
2002. 10. 보다폰 글로벌을 통해 영국, 이탈리아,독일 등 유럽 주요 국가에 게임 서비스.	2001. 9. 〈라스트워리어〉 SK텔레콤 n.top 마법사 콘텐츠 공모전 우수작 수상
2002. 11. TV시리즈 '마법사의 아들 코리' 제작.	2001. 11. SK텔레콤 SKVM 모바일게임 콘텐츠 공급 시작 〈라스트워리어 에피소드 1,2,3〉, 〈사무라이전설〉, 〈핸디베이스볼〉 출시
2003. 3. 미국 AT&T 와이어리스를 통해 게임제공/ 서비스.	2001. 11. 일본 NTT-X와 일본 내 모바일게임 서비스에 관한 NDA 체결
2003. 3. 텔레포니카를 통해 스페인에 게임제공/서비스.	2001. 12. 2001 대한민국 게임 대상 수상
2003. 3. 일본 iPark 도쿄에 컴투스 일본 사무실 개설.	2002. 1. KTF와 MAP 및 BREW 모바일게임 콘텐츠 공급 계약 체결
2003. 4. 중국 합작법인 양광 모바일 설립.	2002. 5. Nokia 단말기에 모바일게임 제공에 관한 NDA 체결
2003. 4. 중국 차이나유니콤, 차이나모바일을 통해 게임제공/ 서비스.	2002. 7. SK텔레콤 GVM, SKVM 모바일게임 추가 - 〈몽환〉, 〈야인시대〉 출시, LG텔레콤 ez-java 모바일게임 추가 - 〈캠퍼스 고스트〉, 〈챔피언〉 출시
2003. 12. KIPA 주최 '제4회 S/W 산업발전 유공자 정부 포상' 국무총리 표창 수상.	2002. 8. 영국 보다폰과 NDA 체결
2003. 12. 지식발전소 주최 '제4회 올해의 인터넷기업상' 우수상 글로벌 부문 수상.	2002. 9. 이투스그룹과 교육용 모바일게임 공동 개발 계약 체결
2003. 12. 한국경제-KTB 주최 '제28회 벤처 기업상' 대상 과학기술부 장관상	2003. 1. 벨록스소프트와 중국 모토롤라 Java 단말기 〈Boom Boom〉, 〈The Age of Vagabond〉 임베디드 게임 공급 계약 체결
2003. 12. '2003 대한민국 문화콘텐츠 수출 대상' 우수상 문화관광부 장관상 수상.	2003. 2. 오스트리아 통신사 Mobikom Austria 서비스
2003. 12. 환경경영시스템인증 ISO 14001 인증 통과.	2003. 3. 모바일 네트워크 게임 〈게임빌 넷고스트〉, 모바일게임 〈놈〉 출시
2004. 4. '2003년 LGT 자바게임 우수 업체 시상' 에서 대상 수여.	2003. 5. SK텔레콤 Nate 유명 브랜드 게임 포털 〈무선 게임빌〉 오픈
	2003. 10. 게임 업계 최초 ISO 9001 인증 획득(놈) 제3회 모바일 기술 대상 정보통신부 장관상 수상
	2003. 11. 네트워크 모바일게임 〈스피드 맞고〉 출시
	2004. 1. 네트워크 모바일게임 〈스피드 맞포커〉 출시

을 통해 이미지 프로모션을 진행하고 게임 OST를 제작해 MP3 파일 형태로 네티즌에 제공할 계획이다.

모바일게임으로서 방대한 규모의 투자가 선행되는 경우인데 게임빌은 성장세의 모바일게임 시장에 대한 믿음

과 자사 기술력, 마케팅력에 대한 자신감으로 공격적 투자를 단행하고 있다.

컴투스와 게임빌은 격변기를 맞고 있다. 최근 1년새 인력을 두 배 가까이 확충했다. 좀더 좋은 게임, 세계 시장에서 통할 게임을 만들기 위해 상당

수의 개발 인력을 확충하는 한편, 마케팅 강화를 통해 최고의 브랜드 파워를 형성하겠다는 야심찬 계획을 갖고 있다. 모바일게임업체 1위를 향한 발걸음을 가속화하는 두 업체의 앞날이 더욱 주목된다. 