

## ■ 국내 게임산업 수출입 현황 ■

이현우 (KOCCA 통계정보팀 선임연구원)

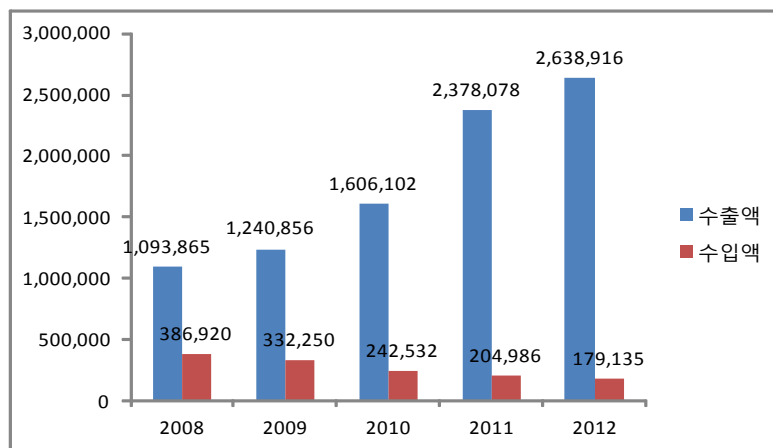
게임산업은 우리나라 전체 콘텐츠 수출액의 55.2%를 차지하여(문화체육관광부, 『2012 콘텐츠산업 통계조사』), 콘텐츠 산업 중에서 수출 기여도가 가장 높은 분야이다. 따라서 본고에서는 국내 게임산업의 수출 현황을 보다 다각적으로 조망해보기 위해서 (1) 국내 게임산업의 수출입 추이(2008년~2012년), (2) 국내 게임플랫폼별 수출입 규모와 비중(2009년~2012년), (3) 국내 게임플랫폼별 수출국가 비중 등을 검토해보고자 한다.

<표1> 2008년~2012년 국내 게임산업의 수출입 추이(단위: 천달러)

구분		2008	2009	2010	2011	2012
수출	수출액	1,093,865	1,240,856	1,606,102	2,378,078	2,638,916
	증감률	40.1%	13.4%	29.4%	48.1%	11.0%
수입	수입액	386,920	332,250	242,532	204,986	179,135
	증감률	-0.67%	-14.1%	-27%	-15.5%	-12.6%

자료: 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 『대한민국 게임백서(2011~2013)』 재구성.

<그림1> 2008년~2012년 국내 게임산업의 수출입 추이(단위: 천달러)



자료: 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 『대한민국 게임백서(2011~2013)』 재구성.

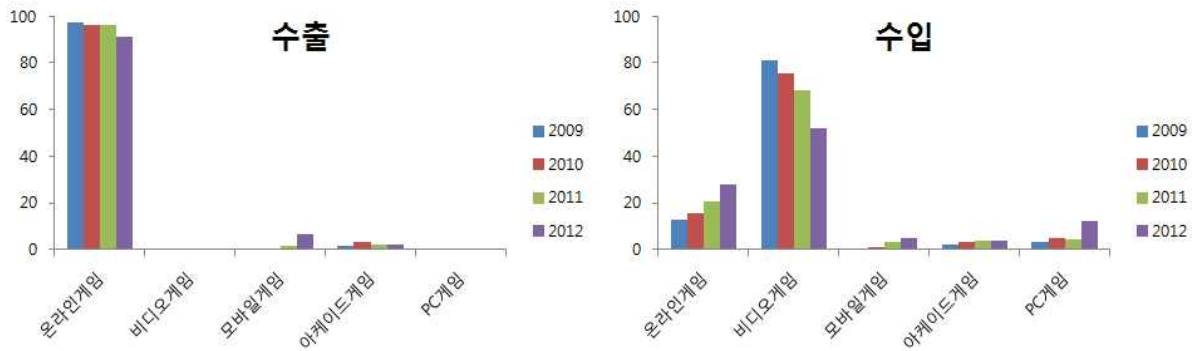
<표1>, <그림1>에서 제시된 바와 같이, 2008년부터 2012년까지 국내 게임산업 수출액은 꾸준히 증가하고 있으며, 수입액은 지속적으로 감소하는 추세를 보이고 있다. 2008년 10억 9천만 달러였던 게임산업 수출은 2009년 13.4% 성장한 12억 4천만 달러 규모로 성장하고, 특히 2010년(29.4%), 2011년(48.1%)에 수출액이 급격히 증가한 것에 힘입어 2012년에는 2008년의 약 2.5배에 해당하는 26억 3천만 달러 이상으로 성장하였다. 반면, 수입액의 경우 2008년 3억 8천만 달러 규모에서 매년 마이너스(-) 성장을 지속하였는데, 특히 2010년에는 -27%로 큰 감소를 보였다. 2012년 게임 수입액은 2008년 대비 약 1/2로 감소한 1억 7천 9백만 달러인 것으로 나타났다.

<표2> 2009년~2012년 국내 게임플랫폼별 수출/수입 규모와 비중(단위: 천달러)

		온라인게임	비디오게임	모바일게임	아케이드게임	PC게임	합계
수출	2009	1,211,668	4,014	7,302	17,762	110	1,240,856
		97.6%	0.3%	0.6%	1.4%	0.0%	100%
	2010	1,544,852	3,963	8,482	48,740	65	1,606,102
		96.2%	0.3%	0.5%	3.0%	0.0%	100%
	2011	2,288,755	3,352	33,652	52,258	61	2,378,078
		96.2%	0.1%	1.4%	2.2%	0.0%	100%
	2012	2,410,856	2,187	168,982	56,839	52	2,638,916
		91.4%	0.1%	6.4%	2.2%	0.0%	100%
수입	2009	42,960	269,808	1,491	7,410	10,581	332,250
		12.9%	81.2%	0.4%	2.2%	3.2%	100%
	2010	37,974	183,002	2,537	7,327	11,692	242,532
		15.7%	75.5%	1.0%	3.0%	4.8%	100%
	2011	41,687	140,029	6,892	7,253	9,125	204,986
		20.3%	68.3%	3.4%	3.5%	4.5%	100%
	2012	49,616	92,859	8,327	6,922	21,411	179,135
		27.7%	51.8%	4.6%	3.9%	12.0%	100%

자료: 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 『대한민국 게임백서(2011~2013)』 재구성.

<그림2> 2009년~2012년 국내 게임플랫폼별 수출/수입 비중



자료: 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 『대한민국 게임백서(2011~2013)』 재구성.

다음으로 국내 게임산업의 수출/수입 현황을 게임플랫폼별로 세분화해 살펴보면, <표2>, <그림2>에 제시된 바와 같이 수출은 온라인 게임, 그리고 수입은 비디오 게임의 비중이 가장 큰 것을 알 수 있다. 수출의 경우 2012년을 기준으로 온라인 게임 91.4%, 모바일 게임 6.4%, 아케이드게임 2.2%, 비디오 게임 0.1% 등의 비중을 보여 온라인 게임 이외의 플랫폼은 수출 비중이 매우 미약한 것으로 나타났다. 2009년 97.6%에 달하던 온라인 게임 수출 비중은 2012년 91.4%로 감소하였고, 2009년 0.6%에 불과하던 모바일 게임 수출 비중은 2012년 6.4%로 증가하였다. 수입의 경우 2012년을 기준으로 비디오 게임 51.8%, 온라인게임 27.7%, PC 게임 12.0%, 모바일 게임 4.6%, 아케이드 게임 3.9%로 나타나 비디오 게임과 온라인 게임의 수입 비중이 높았다. 2009년 81.2%에 달하던 비디오 게임 수입 비중은 해마다 감소하여 2012년 51.8%에 도달하였고, 대신 온라인 게임 수입 비중이 2009년 12.9%에서 2012년 27.7%로 증가하였다. 그 외 모바일 게임, 아케이드 게임, PC 게임 수입 비중도 2009년 대비 상승한 것으로 나타났다.

<표3> 국내게임의 수출국가별 비중(단위: %)

		중국	일본	동남아	북미	유럽	기타
국가별 비중(%)	2009	34.9	26.5	15.0	12.3	8.2	3.1
	2010	37.1	27.1	15.1	9.2	8.6	2.9
	2011	38.2	27.4	18.0	7.6	6.5	2.4
	2012	38.6	26.7	18.8	7.7	6.0	2.2

자료: 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 『대한민국 게임백서(2011~2013)』 재구성.

국내 게임의 수출 국가별 비중을 살펴보면, 2012년 기준으로 중국이 38.6%로 가장 높으며 다음으로 일본 26.7%, 동남아 18.8%, 북미 7.7%, 유럽 6.0%, 기타 2.2% 등의 순서로 나타나 대부분의 게임 수출이 아시아 시장에 집중되고 있음을 알 수 있다. 2009년부터 2012년 사이의 국가별 비중변화 양상을 살펴보면 대체적으로 큰 폭의 변화는 발견하기 어려운 가운데, 중국(34.9%→38.6%)과 동남아(15.0%→18.8%) 비중이 다소 증가한 반면, 북미(12.3%→7.7%)와 유럽(8.2%→6.0%)은 다소 감소한 것으로 나타났다.

<표4> 국내게임 플랫폼별 수출국가 비중(단위: %)

		중국	대만	일본	동남아	미국	유럽	기타
온라인 게임	2009	35.3	8.4	26.1	6.8	12.1	8.2	3.0
	2010	37.2	8.5	26.9	6.9	9.0	8.6	2.9
	2011	38.1	9.6	27.6	8.2	7.5	6.3	2.7
	2012	38.6	9.8	26.9	8.9	7.6	6.2	2.0
모바일 게임	2009	2.8	0.5	30.0	0.8	56.1	9.4	0.5
	2010	2.3	0.2	28.7	1.1	57.2	9.7	0.8
	2011	4.2	0.3	26.2	1.4	57.6	9.9	0.4
	2012	4.4	0.5	25.1	1.8	58.0	9.9	0.3

자료: 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 『대한민국 게임백서(2011~2013)』 재구성.

<그림3> 2012년 게임 플랫폼별 수출국가 비중



자료: 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 『대한민국 게임백서(2011~2013)』 재구성.

다음으로 게임 수출 국가의 비중을 플랫폼별로 살펴보면, 온라인 게임의 경우 2012년 기준 중국 38.6%, 일본 26.9%, 대만 9.8%, 동남아 8.9%, 미국 7.6%, 유럽 6.2% 순으로 나타나 아시아 시장 위주로 수출이 진행되고 있었다. 2009년과 비교해보면 중국, 대만, 일본, 동남아 수출 비중은 모두 증가한 반면, 미국 및 유럽 비중은 감소한 것으로 나타나 아시아 시장 집중도가 더욱 높아졌음을 알 수 있다.

모바일 게임의 경우 2012년 기준 미국 58.0%, 일본 25.1%, 유럽 9.9%, 중국 4.4%, 동남아 1.8%, 대만 0.5% 순의 수출 비중을 보였다. 모바일 게임은 온라인 게임과 비교해 보았을 때 미국과 유럽의 수출비중이 상대적으로 크고 아시아 시장의 비중이 작은 것이 특징이라 할 수 있다. 2012년 국가별 수출 비중은 2009년과 거의 유사하나 미국, 유럽, 중국, 동남아 수출 비중이 다소 증가한 반면, 일본 수출 비중은 감소한 것으로 나타났다.

종합적으로 2008년부터 2012년까지 국내 게임산업의 수출액은 꾸준히 증가하고 있어 콘텐츠산업 중 대표적인 수출종목으로 자리매김하고 있음을 알 수 있다. 하지만 게임산업 수출의 90% 이상이 온라인게임 플랫폼에 집중되고 있다는 점, 그리고 국내 게임의 주 수출시장인 아시아 지역에 모바일 게임 수출이 활성화되지 않고 있다는 점 등 향후 개선이 필요한 사안 역시 내재되어 있었다. 스마트 디바이스의 보급과 더불어 전세계적으로 모바일 게임이 급속도로 확산되고 있음을 감안할 때, 국내 모바일 게임의 경쟁력 강화 및 수출 증대 방안 모색이 중요한 과제라 할 것이다.

※ 참고문헌

문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 『대한민국 게임백서(2011~2013)』.  
문화체육관광부, 『2012 콘텐츠산업 통계조사』.