

4.3 게임산업 수출입액 현황

2009년 게임산업의 수출액은 124,085만 달러이며, 전년대비 13.4% 증가하였고, 연평균은 26.0% 증가하였다. 수입액은 33,225만 달러이며, 전년대비 14.1% 감소하였고, 연평균은 7.6% 감소하였다.

연도별로 보면 수출액은 2007년에 78,100만 달러에서 2008년에 109,386만 달러로 증가하였으며, 2009년에는 124,085만 달러로 추정되어 2007년부터 꾸준히 증가한 것으로 나타났다. 수입액은 2007년에 38,954만 달러였으며, 2008년에는 38,692만 달러, 2009년에는 33,225만 달러로 감소한 것으로 조사되었다

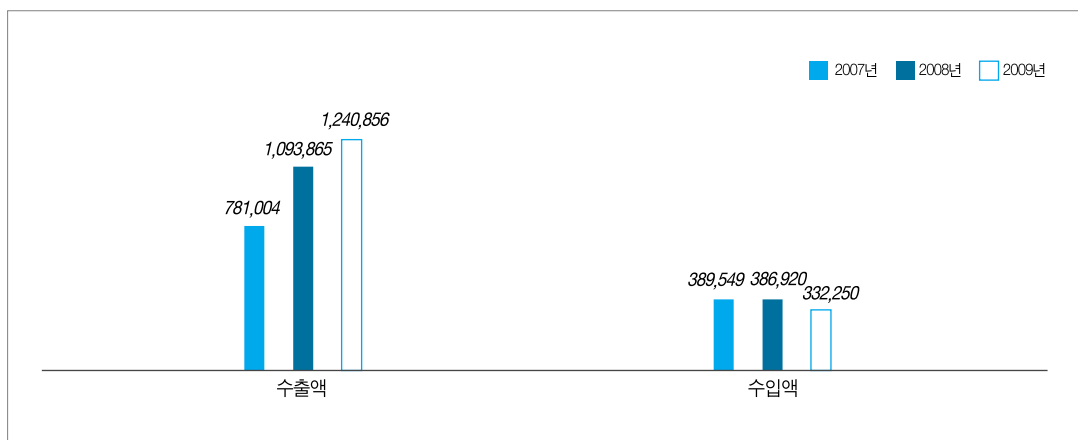
표 4.4.13 게임산업 수출 및 수입액 현황

(단위: 천달러, %)

| 구분 | 2007년 | 2008년 | 2009년 | 전년대비증감률(%) | 연평균증감률(%) |
|----|---------|-----------|-----------|------------|-----------|
| 수출 | 781,004 | 1,093,865 | 1,240,856 | 13.4 | 26.0 |
| 수입 | 389,549 | 386,920 | 332,250 | ▽14.1 | ▽7.6 |

그림 4.4.11 게임산업 수출 및 수입액 현황

(단위: 천달러)



4.3.1. 게임산업 지역별 수출액 현황

게임산업의 수출액이 가장 많은 나라는 중국이며, 수출액은 43,305만 달러로 추정되어 전체 수출액의 34.9%를 차지하였다. 일본 수출액은 32,882만 달러이며, 26.5%의 비중을 차지하였으며, 동남아는 18,612만 달러로 15.0%의 비중을 보였다. 그 외 다른 지역을 보면 북미 지역이 15,262만 달러(12.3%)이며, 유럽지역이 10,175만 달러(8.2%), 기타지역이 3,846만 달러(3.1%)로 조사되었다.

증감률을 보면 중국은 전년대비 48.3% 증가하였으며, 연평균은 34.0% 증가하여 다른 국가들에 비하여 큰 폭의 증가율을 보였다. 연도별로 보면 2007년에 24,133만 달러에서 2008년에 29,206만 달러로 증가하였으며 2009년에는 43,305만 달러로 나타나 큰 성장 폭을 나타냈다.

표 4.4.14 게임산업 지역별 수출액 현황 (단위: 천달러, %)

| 구분 | 2007년 | 2008년 | 2009년 | 비중(%) | 전년대비증감률(%) | 연평균증감률(%) |
|-----|---------|-----------|-----------|-------|------------|-----------|
| 중국 | 241,330 | 292,062 | 433,059 | 34.9 | 48.3 | 34.0 |
| 일본 | 242,892 | 227,524 | 328,827 | 26.5 | 44.5 | 16.4 |
| 동남아 | 103,093 | 241,744 | 186,128 | 15.0 | ▽23.0 | 34.4 |
| 북미 | 138,238 | 184,863 | 152,625 | 12.3 | ▽17.4 | 5.1 |
| 유럽 | 41,393 | 92,979 | 101,750 | 8.2 | 9.4 | 56.8 |
| 기타 | 14,058 | 54,693 | 38,467 | 3.1 | ▽29.7 | 65.4 |
| 전체 | 781,004 | 1,093,865 | 1,240,856 | 100.0 | 13.4 | 26.0 |

그림 4.4.12 게임산업 지역별 수출액 현황 (단위: 천달러)

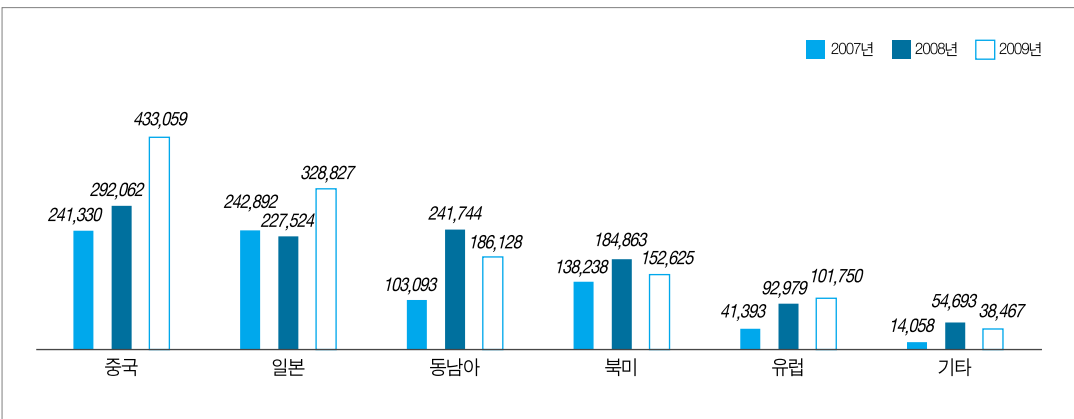
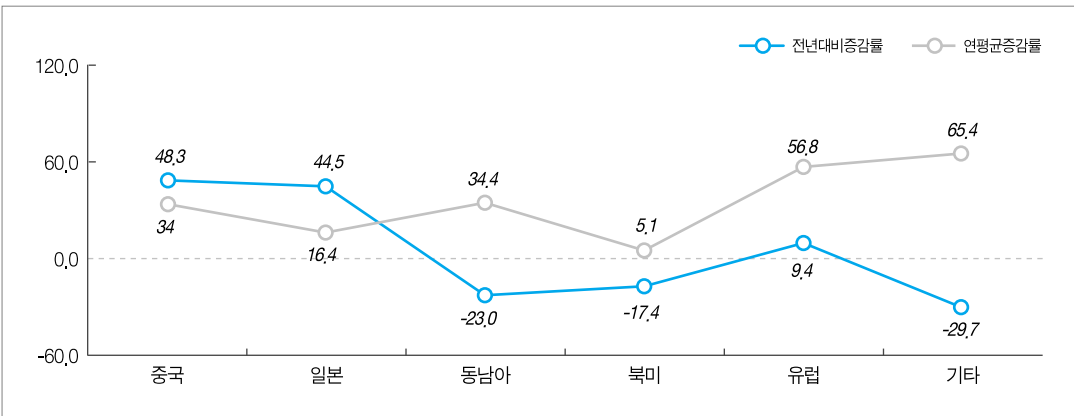


그림 4.4.13 게임산업 지역별 수출액 전년대비증감률 및 연평균증감률 (단위: %)



4.3.2. 게임산업 해외 수출방식

게임산업 해외 수출방식은 '해외 유통사/퍼블리셔와 직접 접촉'이 34.7%로 가장 많았으며 이는 전년대비 19.4% 감소한 수치이다. 그 다음은 '해외 전시회/로드쇼 투자상담회 등 참여'가 14.9%, '없음'이 13.7%, '국내 기업의 해외유통망 활용'이 12.5%, '온라인 등을 이용한 직접 판매'가 9.1%, '전문 에이전시 활용'이 8.9%, '해외 전시 합자/투자법인 설립, 활용'이 4.7%, '기타'가

1.5% 순으로 나타났다.

전년대비 증감을 보면 ‘해외 유통사/퍼블리셔와 직접 접촉’은 9.4% 감소하였고, ‘해외 전시회/로드쇼 투자상담회 등 참여’는 2.9% 감소하였으며, ‘국내 기업의 해외유통망 활용’은 0.8% 증가하였다. ‘전문 에이전시 활용’은 1.7% 감소하였고, ‘해외 전시 합자/투자법인 설립, 활용’은 4.1% 감소하였다. ‘온라인 등을 이용한 직접 판매’는 3.9% 증가한 것으로 나타났다.

표 4.4.15 게임산업 해외 수출방식 (단위: %, %P)

| 진출 경로 구분 | 2007년 | 2008년 | 2009년 | 전년대비증감(%P) |
|-----------------------|-------|-------|-------|------------|
| 해외 유통사/퍼블리셔와 직접 접촉 | 42.6 | 44.1 | 34.7 | ▽9.4 |
| 해외 전시회/로드쇼 투자상담회 등 참여 | 18.1 | 17.8 | 14.9 | ▽2.9 |
| 국내 기업의 해외 유통망 활용 | 15.2 | 11.7 | 12.5 | 0.8 |
| 전문 에이전시 활용 | 12.7 | 10.6 | 8.9 | ▽1.7 |
| 해외 전시 합자/투자법인 설립, 활용 | 6.8 | 8.8 | 4.7 | ▽4.1 |
| 온라인 등을 이용한 직접 판매 | 2.1 | 5.2 | 9.1 | 3.9 |
| 기타 | 2.5 | 1.8 | 1.5 | ▽0.3 |
| 없음 | - | - | 13.7 | - |
| 합계 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | - |

