



온라인게임, 애니메이션, 솔루션 분야 수출 두각 나타내

중국 떠오르는 시장, 무선인터넷 수출 공략 가능할 것으로 분석

급변하는 IT기술을 기초로 한 우리 경제의 디지털화를 향한 노력이 구체화돼 가고 있는 가운데, 정보통신 분야의 세계시장확대로 각 국가 간의 경쟁이 심화되고 있다. 디지털기술의 발전과 네트워크의 급속한 보급으로 인터넷 사용은 점점 더 보편화 되어가고 있으며, 이와 발맞추어 콘텐츠 제작구조의 효율개선과 인터넷 발전에 따른 유통구조 혁신 및 경로의 다변화로 디지털 콘텐츠 산업은 앞으로도 무궁한 발전 가능성을 가지고 있다. 한국소프트웨어진흥원 콘텐츠사업단의 조사결과인 2002년 디지털콘텐츠 업체 해외진출 실적을 게재한다.

「편집자 주」

2002년 한국의 디지털 콘텐츠 수출업체들은 '미국' 과 '일본' 을 주요 수출 대상으로 하고 있다. 전체 38%정도 되며, 그 중 일본의 비중이 23%로 미국의 두 배를 차지하고 있어 눈길을 끈다.

또한, 최근 신흥 시장으로서 주목받고 있는 '중국' 의 수출액 비중이 27.53%로 수출국 중 가장 큰 비중을 차지하고 있어 주목된다. 근래 중국인의 인터넷에 대한 인식 증가와 함께 중국의 네티즌 수도 1997년도의 62만명에서 현재 4587만명으로 증가했다. 또 한가지, 2002년 중국의 최대 히트 상품에 통신(핸드폰 및 무선인터넷), 컴퓨터, 인터넷 등이 선정돼 있어 이후에도 디지털 콘텐츠 주요 수출국으로써 커다란 시장성을 가지고 있음을 알 수 있다.

우리나라의 주력 수출 분야는 게임이 43.70%를 차지하고 있으며, 솔루션관련 업체도 21.82% 정도를 차지하고 있다.

게임 중에는 '온라인 게임' 의 수출이 62%로 가장 많았고, 수출국으로는 중국과 대만이 각각 37.26%와 29.09%로 1,2위를 차지하고 있다. 오락 게임용 분야는 다른 분야에 비해 중국을 주요 수출 대상으로 삼고 있는 업체가 가장 많아서, 중국이 오락 게임용 콘텐츠의 주요 시장으로 부상하고 있음을 알 수가 있다. 또한 중국 진출을 위해 준비하는 업체들도 속속 보이고 있다. 지난 2002년 11월부터 엔씨소프트가 중국시장진출의 파트너로 중국의 최대포탈업체인 시나닷컴과 계약을 체결하고 본격적으로 진출했다.

분야별 수출 상위업체를 보면, 애니메이션에서는 라온픽처스, 동우애니메이션, 투니파크 순이고, 게임부분은 '리니지' 의 엔씨소프트, '천년' 의 엑토스소프트, '미르의 전설' 의 위메이드 엔터테인먼트, '창세기전' 의 소프트맥스 순으로 수출 실적이 높았다.

인터넷부분에서는 e-HD.com, 멀티화인테크, 아이빌소프트 순이고, 모바일 서비스 부분은 로커스, 다날, 노틸러스효성 순으로 수출실적이 높았다. 마지막으로 솔루션 부분에서는 메이힐, 아이온커뮤니케이션, 퓨처시스템 순으로 수출실적이 높았다.

〈표1〉 수출 대상국별 빈도분석표

수출국	구분	개수별 빈도	계약액	빈도(계약액 기준)
미국		17.7%	23,877,722	13.87%
동남아		3.8%	1,792,519	1.04%
유럽		8.4%	18,739,246	10.89%
일본		35.9%	40,304,789	23.42%
중국		21.0%	47,374,553	★ 27.53%
대만		11.3%	23,397,080	13.59%
기타		1.9%	16,622,867	9.66%
합계		100%	172,108,776	100%

〈표2〉 분야별 빈도분석표

분야	구분	계약액	입금액	분야별빈도 (계약액 기준)
애니메이션		24,681,595	15,066,293	14.34%
게임		75,218,923	59,917,902	★ 43.70%
인터넷		16,877,412	10,499,054	9.81%
모바일		17,777,499	16,810,729	10.33%
솔루션		37,553,348	14,408,097	21.82%
합계		172,108,777	116,702,075	100.00%

〈표3〉 게임 분야 수출 대상국별 빈도분석표

수출국	구분	개수별 빈도	계약액	빈도(계약액 기준)
미국		11.27%	9,251,000	12.30%
동남아		3.29%	417,667	0.56%
유럽		7.04%	4,297,572	5.71%
일본		27.23%	11,344,295	15.08%
중국		32.86%	28,024,425	★ 37.26%
대만		18.31%	21,883,964	29.09%
합계		100.00%	75,218,923	100.00%

각 분야별 분석

• 애니메이션 - 최대치 : 라온픽처스

〈표4〉 주요 수출국별 비교

수출국	구분	개수별 빈도	계약액	빈도(계약액 기준)
미국		30.00%	6,816,000	27.62%
동남아		6.67%	48,000	0.19%
유럽		30.00%	11,846,595	★ 48.00%
일본		20.00%	857,000	3.47%
중국		13.33%	5,114,000	20.72%
합계		100.00%	24,681,595	100.00%

애니메이션 부분은 유럽이 48%로 주요 수출국 중 가장 큰 비중을 차지했으며, 미국과 중국이 그 뒤를 이었다.

• 게임 - 최대치 : 엔씨소프트

〈표5〉 주요 수출국별 비교

수출국	구분	개수별 빈도	계약액	빈도(계약액 기준)
미국		11.27%	9,251,000	12.30%
동남아		3.29%	417,667	0.56%
유럽		7.04%	4,297,572	5.71%
일본		27.23%	11,344,295	15.08%
중국		32.86%	28,024,425	★ 37.26%
대만		18.31%	21,883,964	☆ 29.09%
합계		100.00%	75,218,923	100.00%

게임 부분은 위에서 언급했듯이 중국과 대만이 각각 37.26%와

29.09%로 1,2위를 차지하고 있다.

• 모바일 - 최대치 : 로커스

〈표6〉 주요 수출국별 비교

수출국	구분	개수별 빈도	계약액	빈도(계약액 기준)
미국		20.00%	4,465,560	★ 25.12%
유럽		5.00%	10,000	0.06%
일본		25.00%	1,829,656	10.29%
중국		5.00%	5,000	0.03%
대만		35.00%	695,616	3.91%
기타		10.00%	10,771,667	60.59%
합계		100.00%	17,777,499	100.00%

2002년 무선 인터넷이 통신분야의 새로운 추세로 자리잡으면서, 게임시장 못지 않게 주목을 받아야 할 분야이다. 현재는 미국이 차지하는 비율이 25%로 가장 높으면 그 다음으로 일본이 10%를 차지하고 있다. 그러나 한가지 염두에 두어야 할 것은 최근 몇 년 동안, 중국 내 각지의 이동전화 단말기 가격 및 인터넷 접속 가격이 지속적으로 하락했고, 이전에는 일부 계층만이 소유하던 휴대폰을 현재 상당수의 중국인이 소유하고 있다는 것이다. 우리나라에서는 이미 보편화됐지만, 모바일 관련해 모바일 게임이나, 문자 서비스 등 무선통신 서비스 분야도 중국을 공략할 수 있는 또 하나의 시장으로 대두될 수 있을 것으로 분석된다.

• 솔루션 - 최대치 : 메이힐

〈표7〉 주요 수출국별 비교

수출국	구분	개수별 빈도	계약액	빈도(계약액 기준)
미국		12.50%	2,465,000	6.56%
동남아		4.17%	497,852	1.33%
유럽		9.38%	1,445,815	3.85%
일본		52.08%	15,311,628	★40.77%
중국		17.71%	12,295,554	32.74%
대만		2.08%	37,500	0.10%
기타		2.08%	5,500,000	14.65%
합계		100.00%	37,553,349	100.00%

솔루션 부분에서는 일본의 빈도가 40.77%로 가장 높았는데, 그 내용은 대부분 디지털 콘텐츠 개발용 솔루션이었다. 