발 간 등 록 번 호
11-1371000-000655-10

2024
스포츠산업 백서

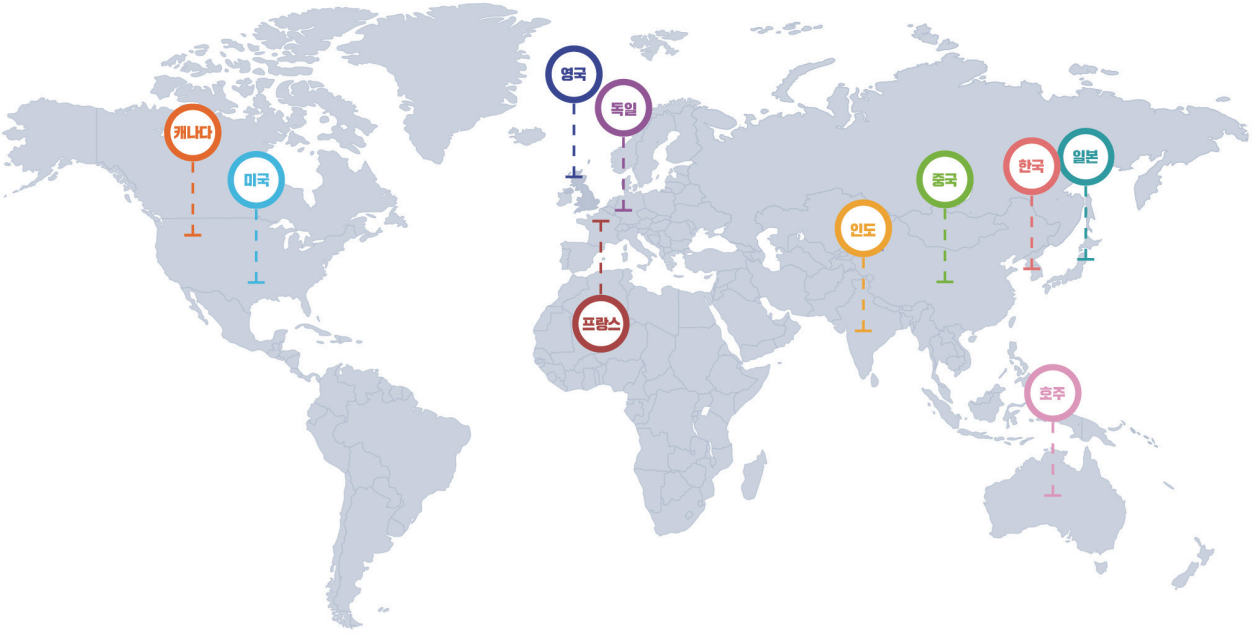
2024 Sport industry White Paper



문화체육관광부

국가별 스포츠산업 규모 29page

1조 6,195억 달러(한화 약 2,208조 원)
세계 2024년 기준



약 6,360억 달러 (한화 약 867조 원)
미국 2024년 기준

약 190억 달러 (한화 약 25.9조 원)
인도 2024년 기준

약 870억 파운드 (한화 약 151.6조 원) ★+
영국 2021년 기준

약 1,394억 유로 (한화 약 205.6조 원) ★+
독일 2022년 기준

약 3조 8,421억 위안 (한화 약 729.8조 원)
중국 2024년 기준

약 15조 5,204억 엔 (한화 약 139.8조 원) ★+
일본 2022년 기준

약 400억 호주달러 (한화 약 36.0조 원)
호주 2024년 기준

약 804억 유로 (한화 약 118.6조 원)
프랑스 2024년 기준

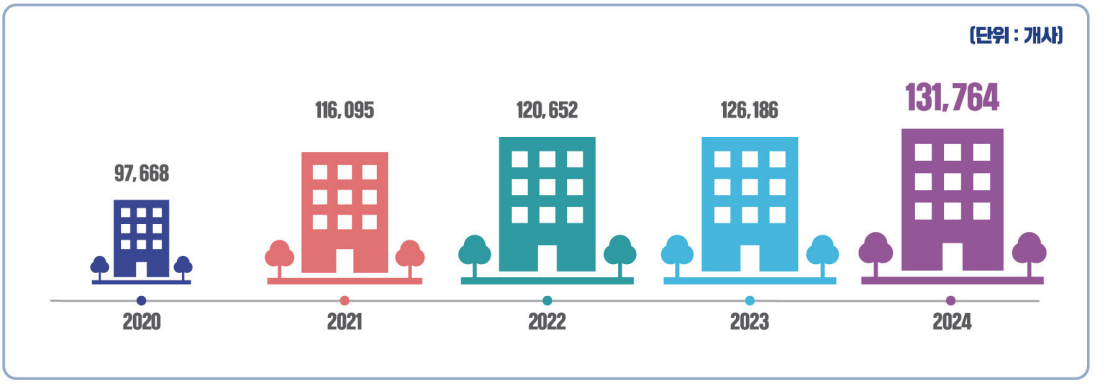
한화 약 84조 6,900억 원
한국 2024년 기준

약 169억 캐나다달러 (한화 약 16.8조 원) ★+
캐나다 2024년 기준

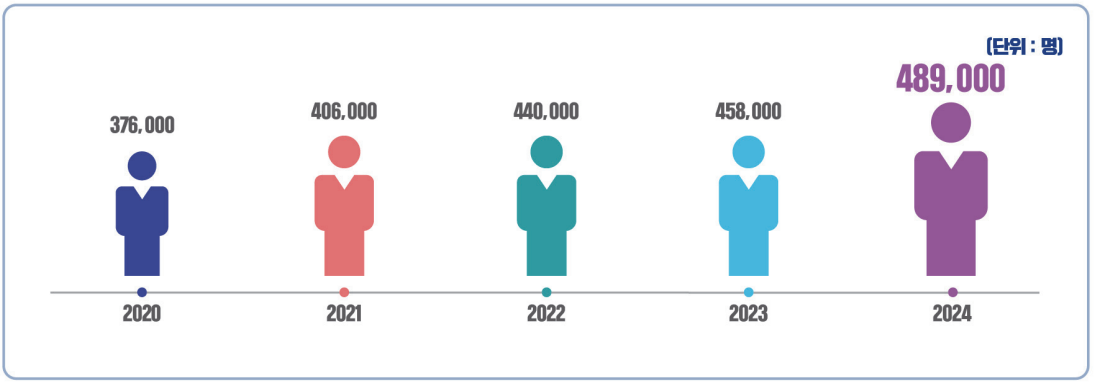
★+ : 부가가치 기준

국가별 자료는 매출액, 총산출액, 총생산, 스포츠 총공급, 부가가치, 민간 추정치 등 산출 기준과 범위가 상이하므로 직접 비교에는 한계가 있음.
Plunkett Research의 2024년 글로벌 스포츠산업 수입 규모 1조 6,195억 달러(약 2,208조 원) 역시 추정치로 활용하였음.

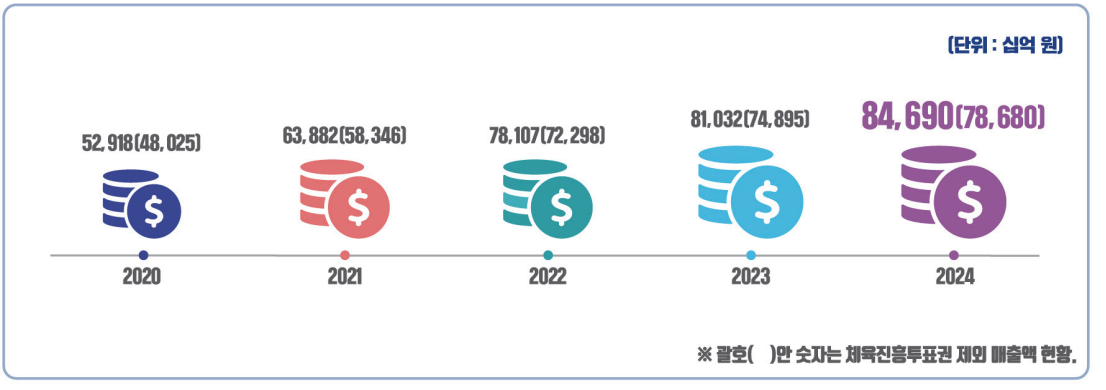
스포츠산업 사업체 수 53page



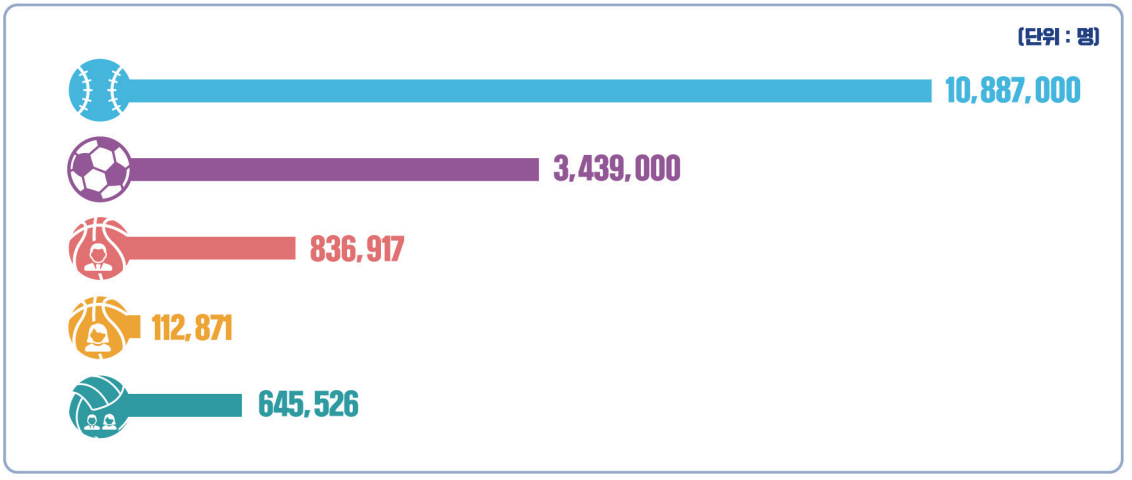
스포츠산업 종사자 수 57page



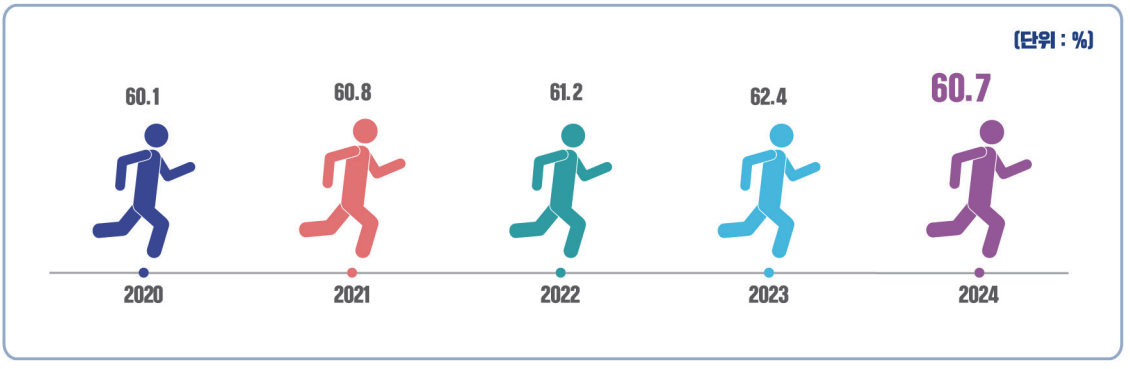
스포츠산업 매출(규모) 57page



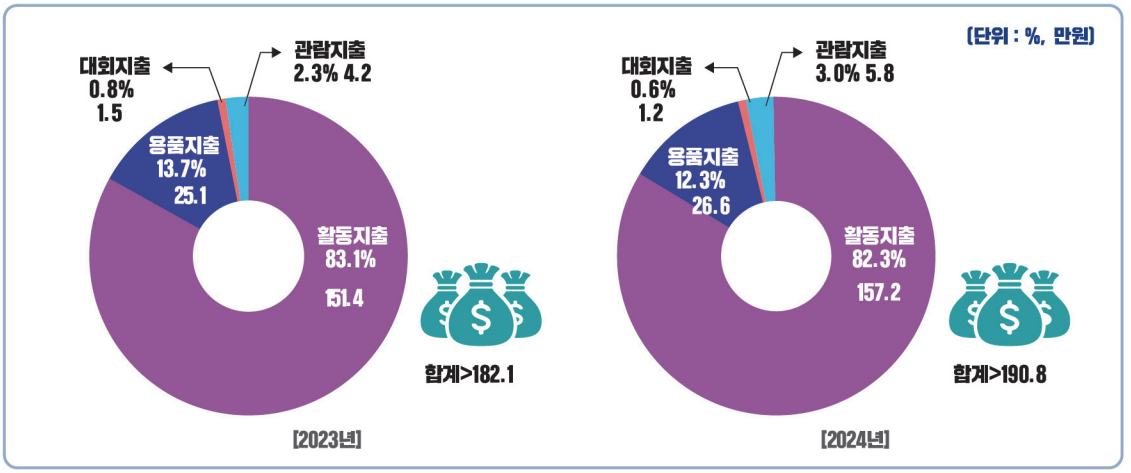
직접 관람객 수(2024년 기준) 238page



주 1회 이상 규칙적 생활체육활동 참여율 102page

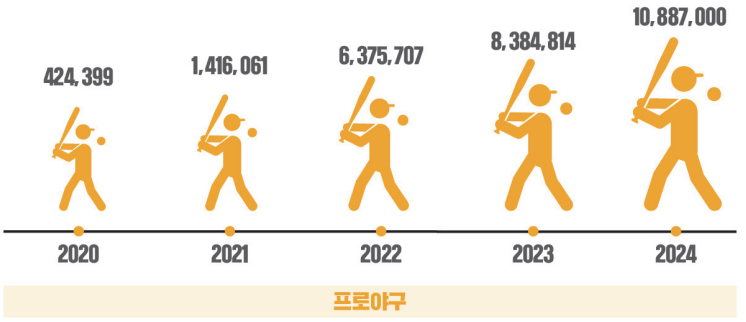


가구별 참여 & 관람 연간 지출 116page

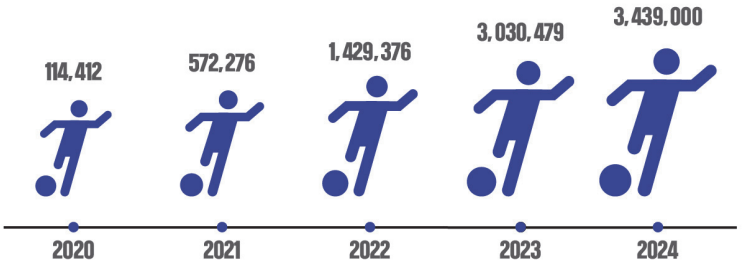


프로스포츠 전체관중수 238page

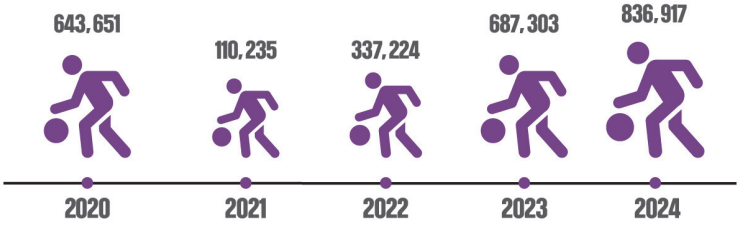
(단위 : 명)



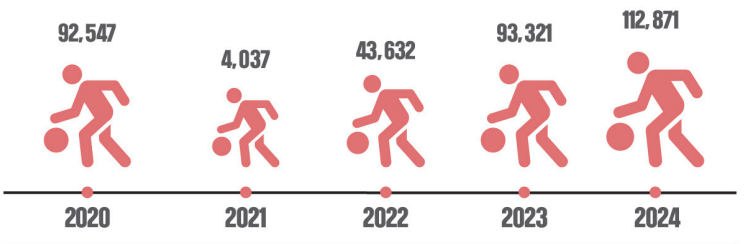
프로야구



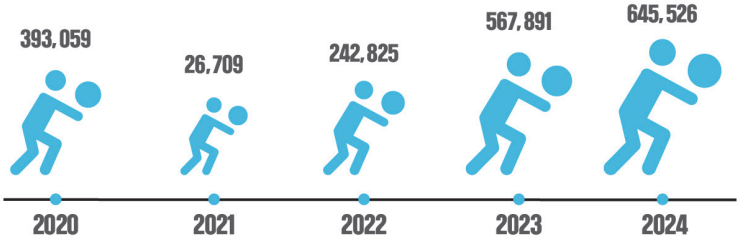
프로축구



프로농구(남)



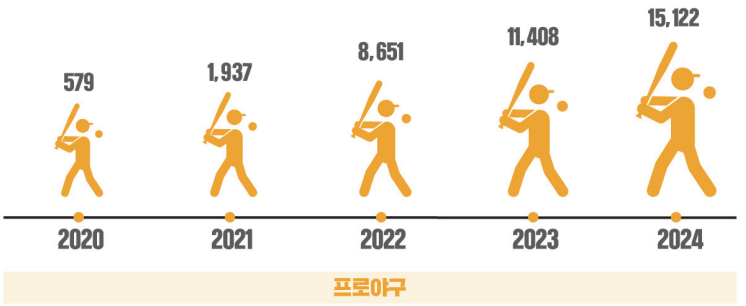
프로농구(여)



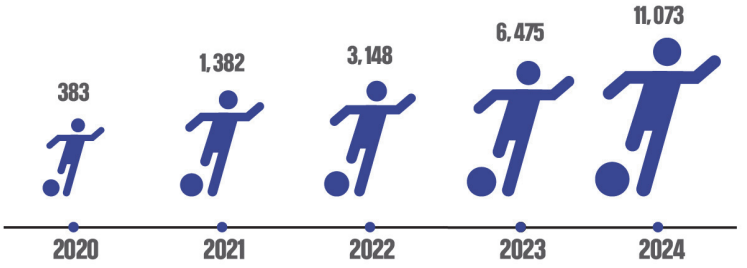
프로배구(남, 여)

프로스포츠 경기당 평균 관중수 239page

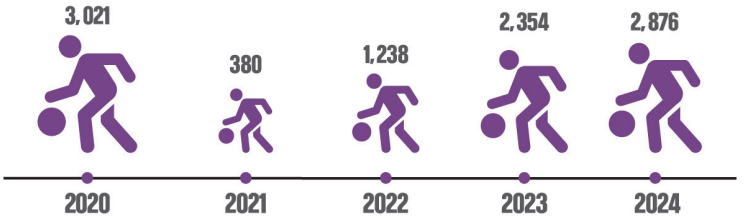
(단위 : 명)



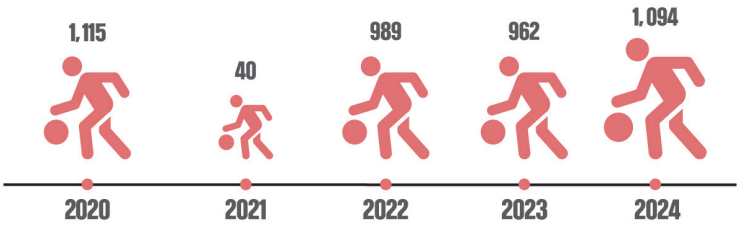
프로야구



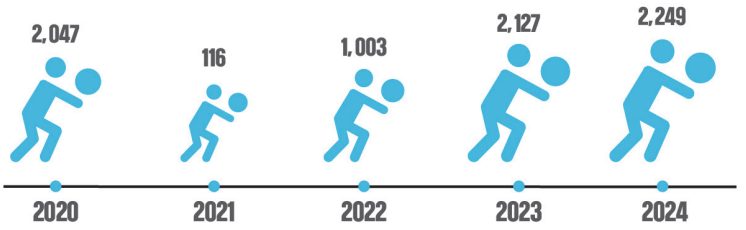
프로축구



프로농구(남)

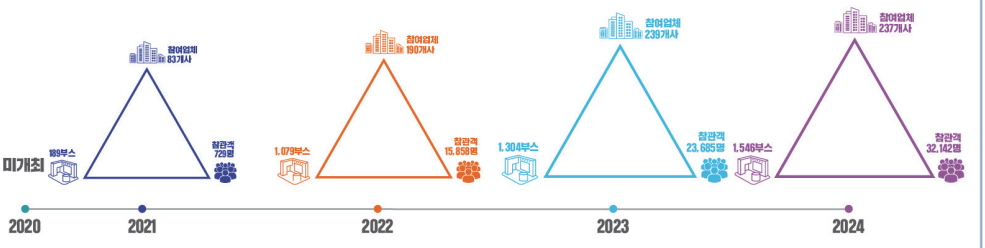


프로농구(여)



프로배구(남, 여)

서울국제스포츠레저산업전 전시 규모 현황(SPOEX) 166page



스포츠산업 융자사업의 추진실적 및 성과 141page

(단위 : 백만 원)



스포츠용품업



스포츠시설업



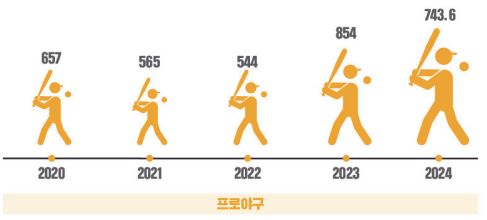
스포츠서비스업

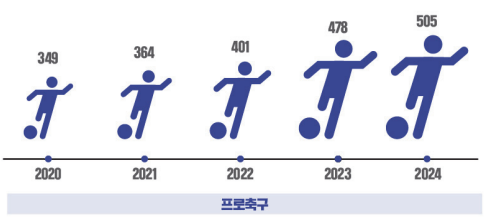


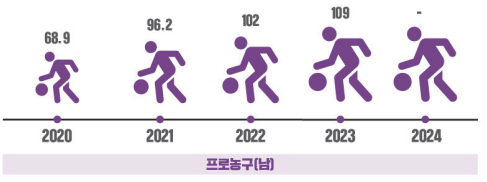
합계

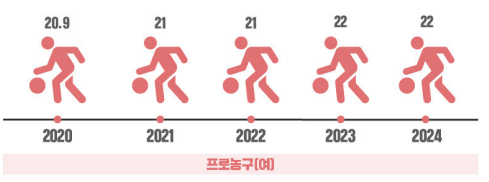
프로스포츠 스폰서 시장규모 243page

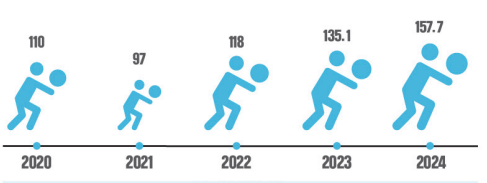
(단위 : 명)

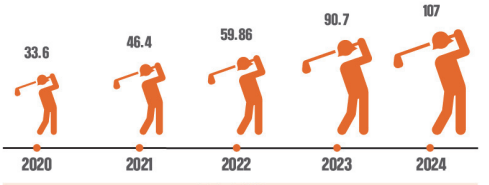




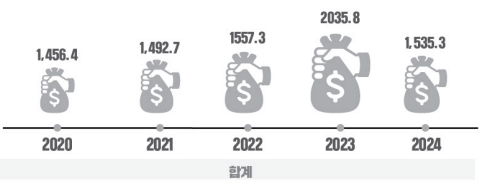






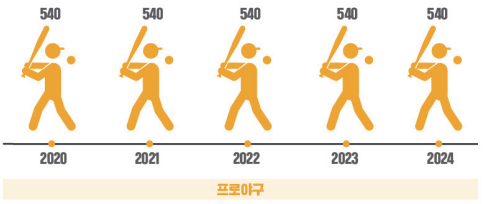




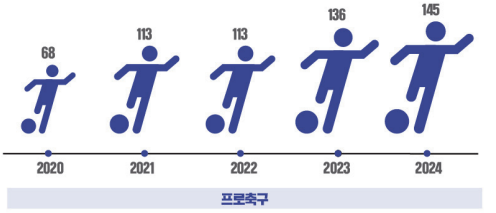


프로스포츠 중계권 시장규모 242page

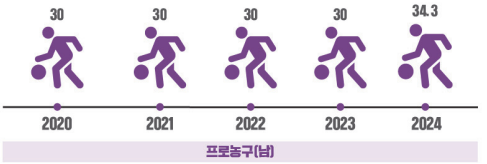
(단위 : 명)



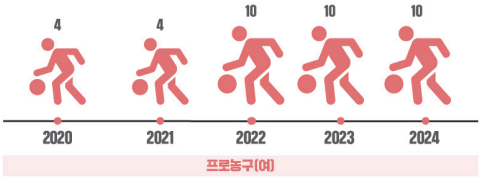
프로야구



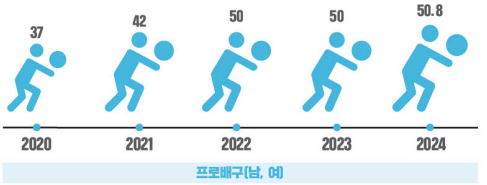
프로축구



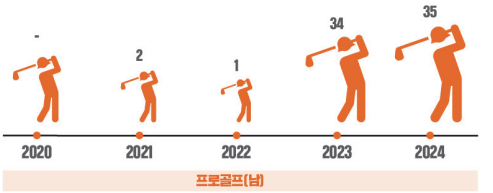
프로농구(남)



프로농구(여)



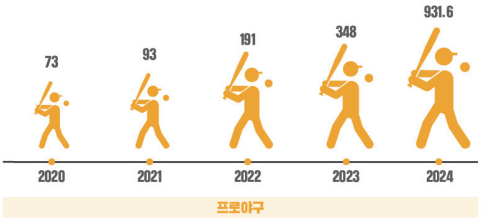
프로배구(남, 여)



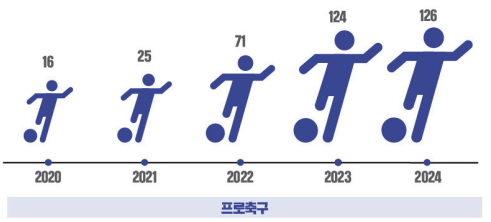
프로골프(남)

프로스포츠 머천다이징 시장규모 243page

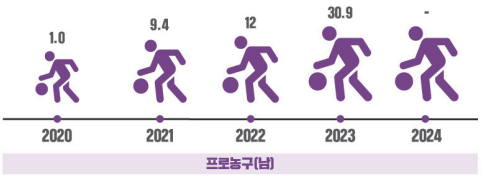
(단위 : 명)



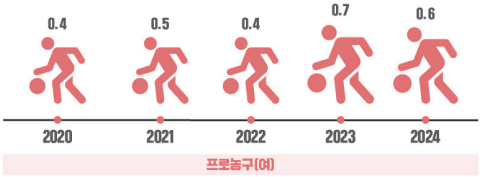
프로야구



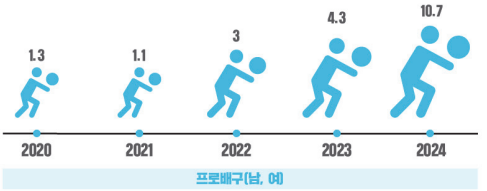
프로축구



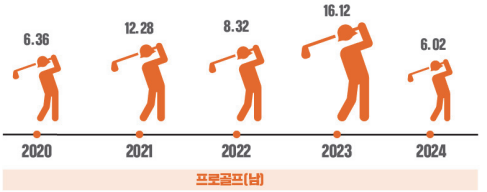
프로농구(남)



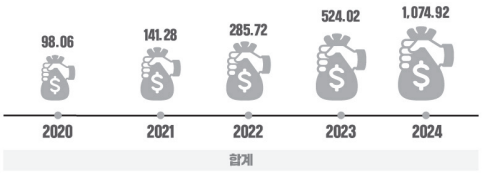
프로농구(여)



프로배구(남, 여)



프로골프(남)

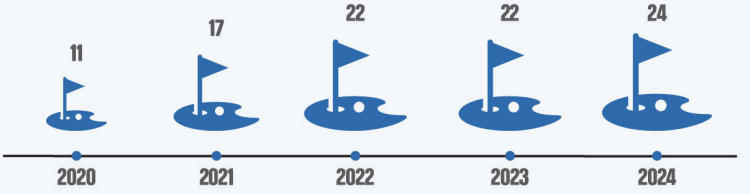


합계

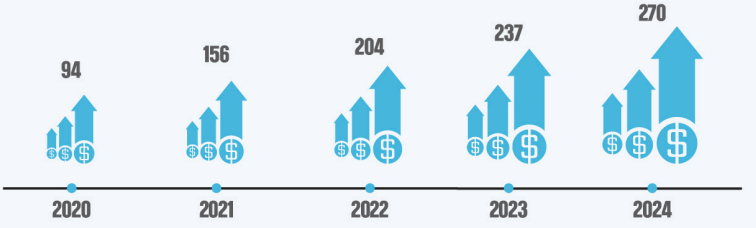
KPGA, KLPGA 271, 273page

(단위 : 회, 억 원)

KPGA

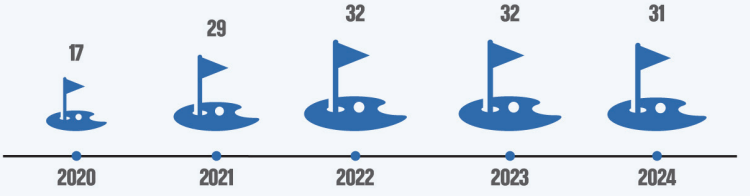


대회 수

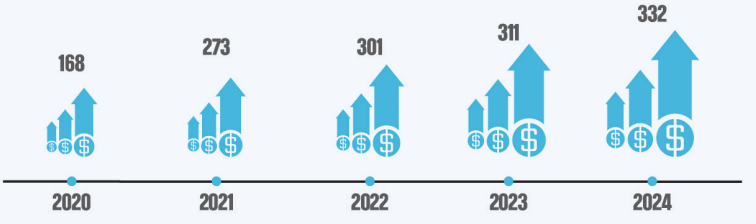


상금규모

KLPGA



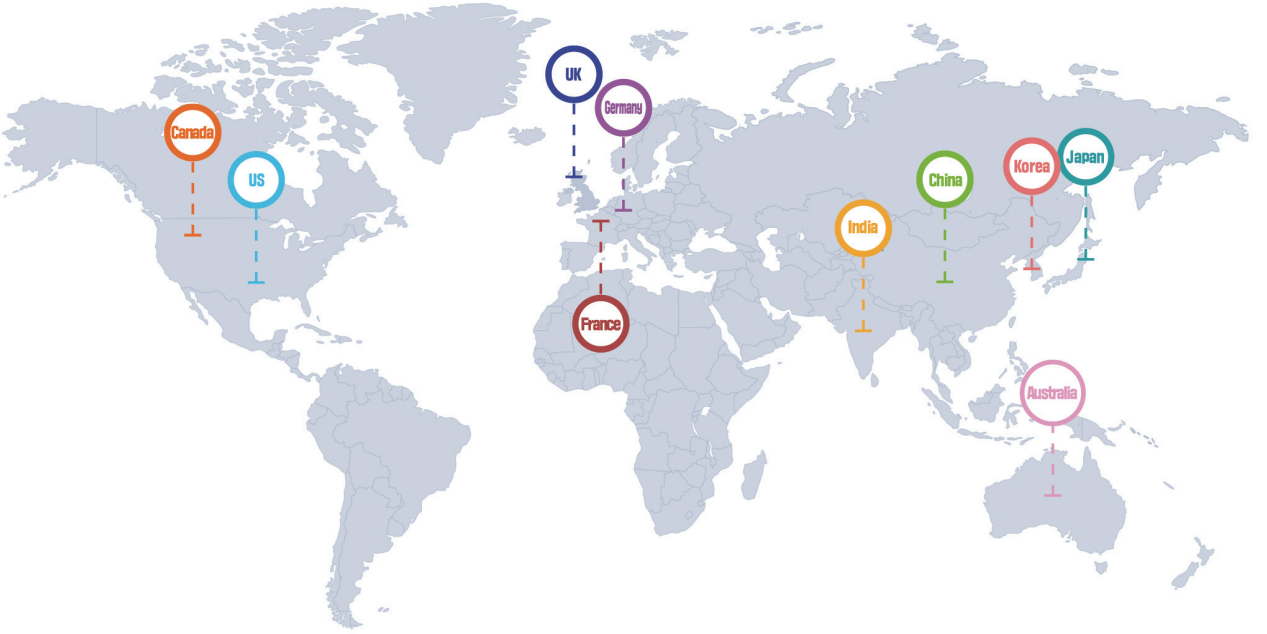
대회 수



상금규모

Global sport industry market size (by each country) 29page

1,619.5 billion(KRW 2,208 trillion)
Total sport industry market size



$ 636 billion (KRW 867 trillion)
US(2024)

₹ 19 billion (KRW 25.9 trillion)
India(2024)

£ 87 billion (KRW 151.6 trillion) ★
UK(2021)

€ 139.4 billion (KRW 205.6 trillion) ★
Germany(2022)

元 3.8421 trillion (KRW 729.8 trillion)
China(2024)

¥ 15.5 trillion (KRW 139.8 trillion) ★
Japan(2022)

A$ 40 billion (KRW 36 trillion)
Australia(2024)

€ 80.4 billion (KRW 118.6 trillion)
France(2024)

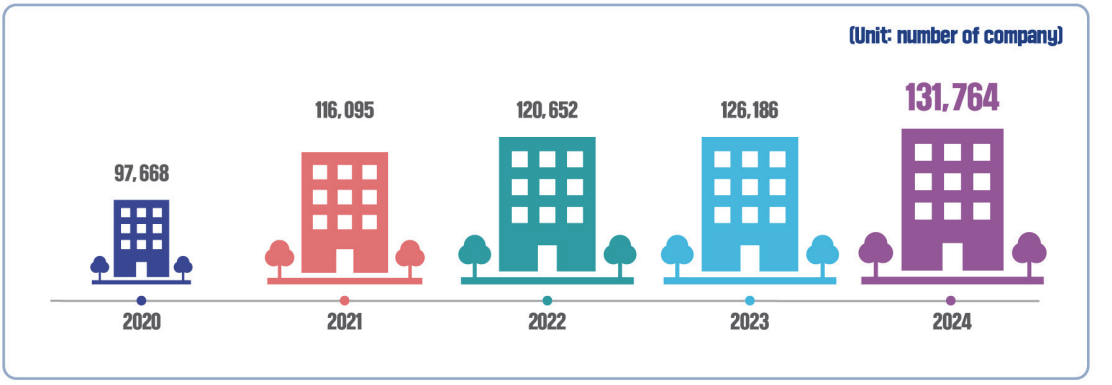
KRW 84.6,900 trillion
Korea(2023)

$ 16.9 billion (KRW 16.8 trillion) ★
Canada(2024)

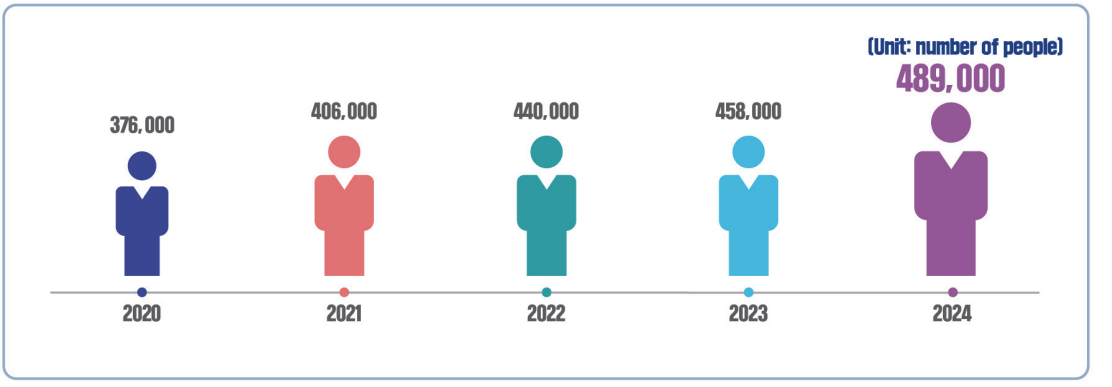
★ : Value added

The data for each country are not directly comparable, as they differ in calculation criteria and scope, including sales, total output, gross production, total sports supply, value added, and private-sector estimates.
Plunkett Research's 2024 global sports industry revenue figure of USD 1.6195 trillion, approximately KRW 2,208 trillion, was also used as an estimated reference value.

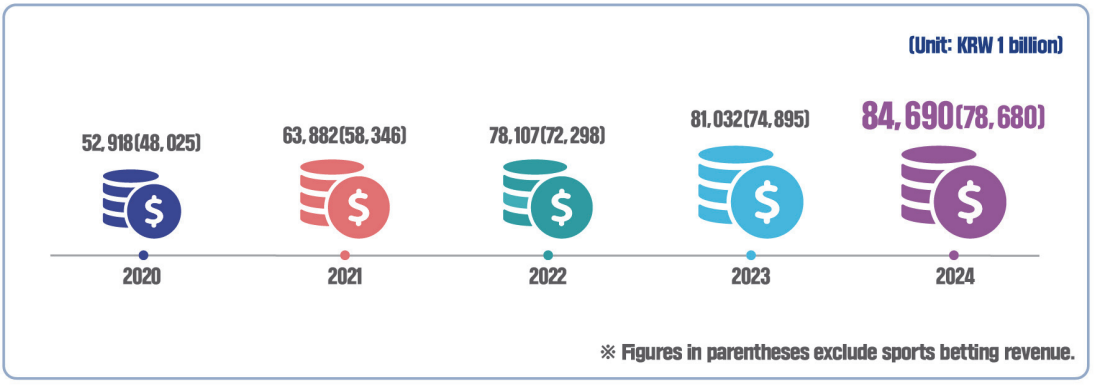
Number of businesses in the sport industry 53page



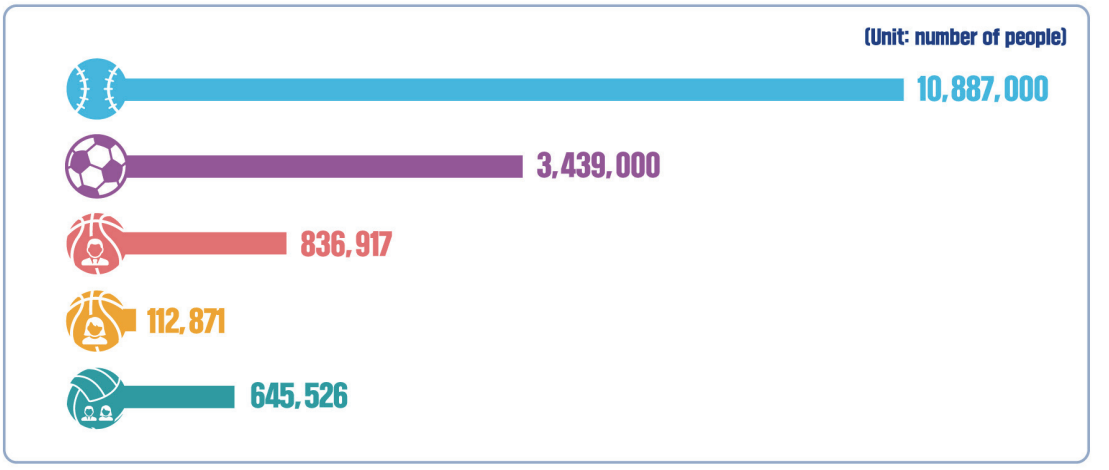
Number of employees in the sport industry 57page



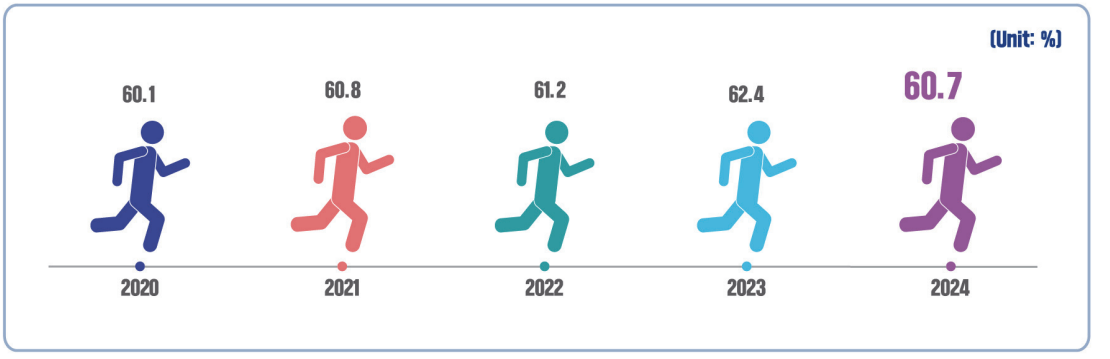
Sport industry revenue 57page



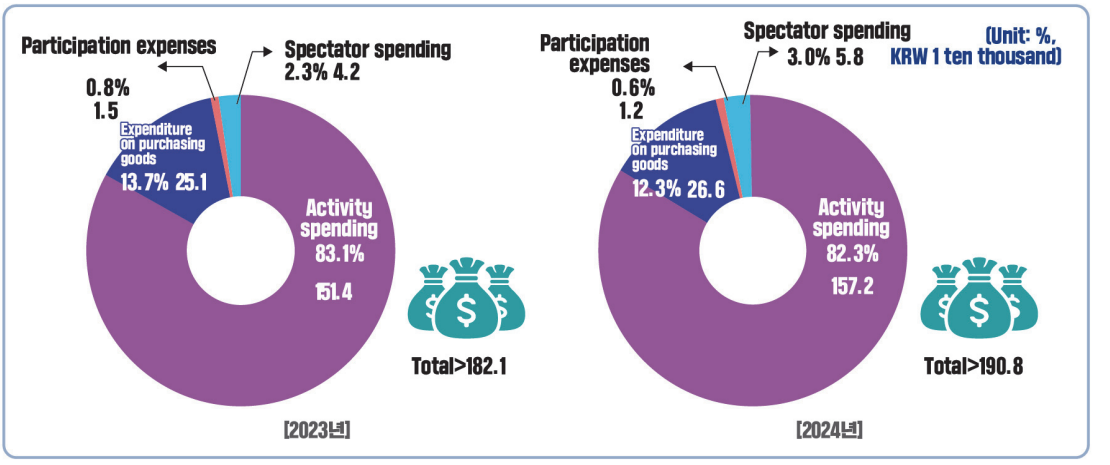
Number of spectators in sports (stadium attendance) 2023 238page



Sports activity (leisure sports, physical activity) participation rate in South Korea (at least over once a week) 102page



Annual expenditure in sport activity participation and attendance by household 116page



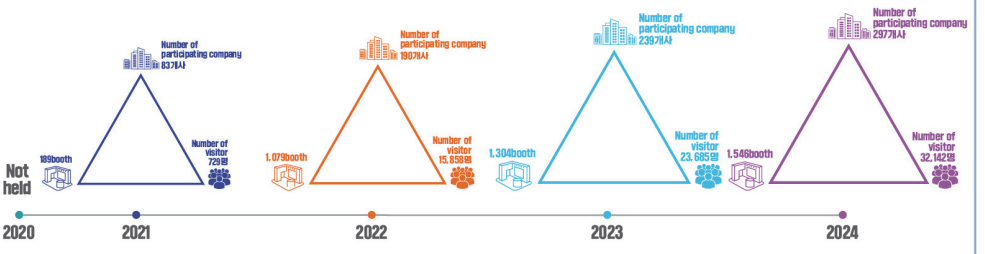
Total number of spectators in professional sports 238page



Average number of spectators per each match 239page



Current status of exhibition scale for SEOUL INTERNATIONAL SPORTS & LEISURE INDUSTRY SHOW (SPOEX) 166page



Financial progress and performance of loan business in sport industry 141page

(Unit: KRW 1 million)



Sport product sector



Sport facility sector



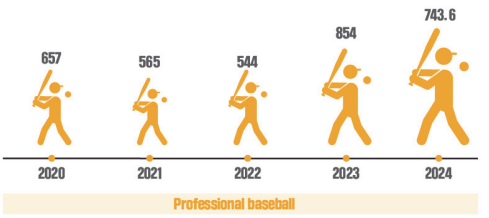
Sport servie sector



Total

Sports sponsorship market size in professional sports 243page

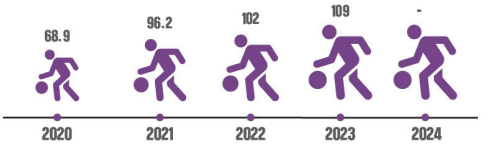
(Unit: KRW 1 hundred million)



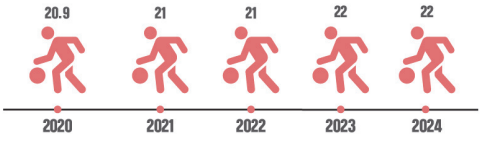
Professional baseball



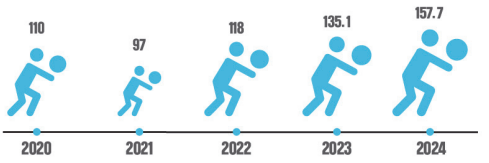
프로축구



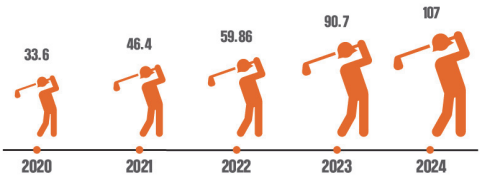
Professional basketball(M)



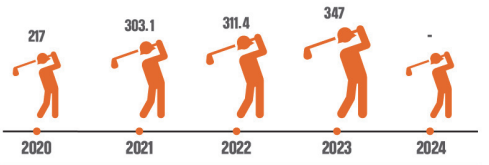
Professional basketball(W)



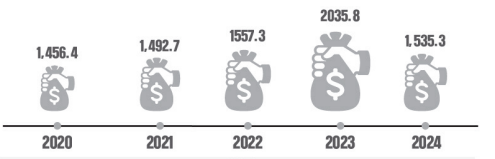
Professional volleyball(M, W)



Professional golf(M)



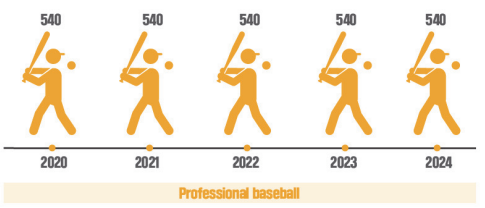
Professional golf(W)



Total

Sports broadcasting market size in professional sports 242page

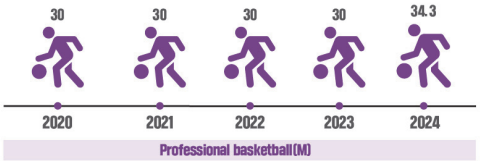
(Unit: KRW 1 hundred million)



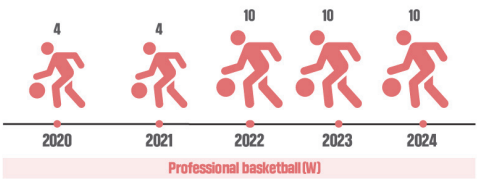
Professional baseball



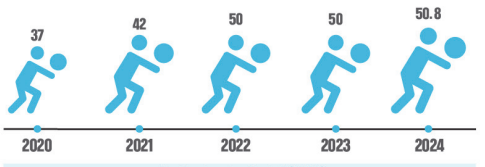
Professional soccer



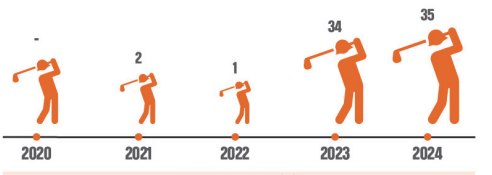
Professional basketball(M)



Professional basketball(W)



Professional volleyball(M, W)



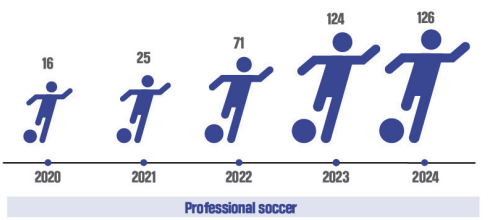
Professional golf(M)

Licensed sports merchandise market size in professional sports 243page

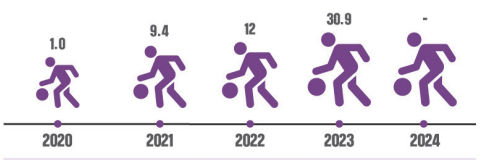
(Unit: KRW 1 hundred million)



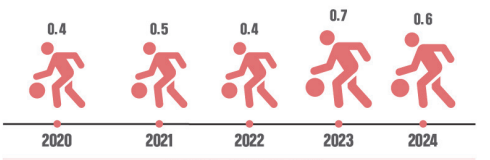
Professional baseball



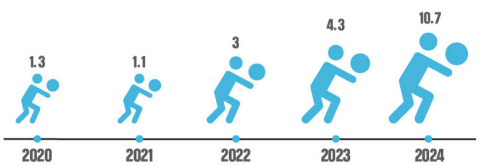
Professional soccer



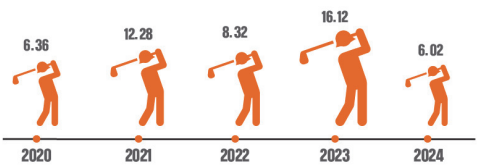
Professional basketball(M)



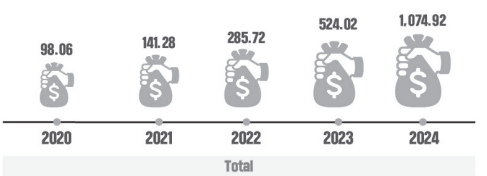
Professional basketball(W)



Professional volleyball(M, W)



Professional golf(M)

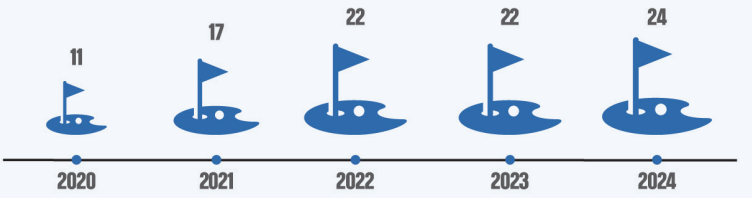


Total

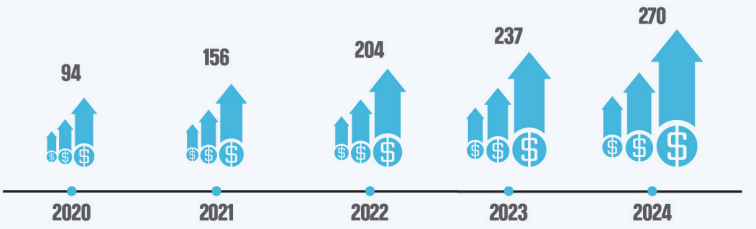
KPGA, KLPGA 271, 273page

(Unit: number of events, KRW 1 hundred million)

KPGA

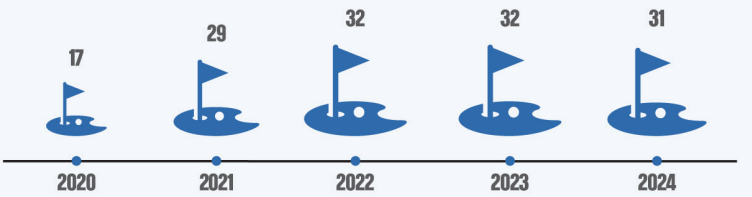


Number of KPGA events

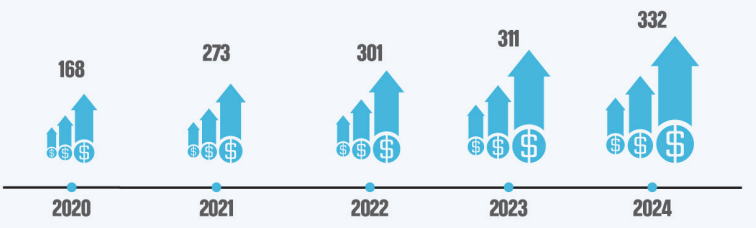


Prize pool (money)

KLPGA



Number of KLPGA events



Prize pool (money)

발 간 사

안녕하십니까? 문화체육관광부 장관 최휘영입니다.

『2024 스포츠산업백서』를 발간하게 되어 매우 뜻깊게 생각합니다. 2014년 이후 매년 발간되고 있는 이 백서는 우리 스포츠산업의 현황과 변화를 체계적으로 정리하고, 미래 발전 방향을 모색하기 위한 기초자료로서 중요한 역할을 해왔습니다. 이번 백서 발간을 위해 힘써주신 모든 분께 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

스포츠는 국민의 건강과 행복을 증진하는 중요한 생활 기반인 동시에, 첨단기술, 콘텐츠, 관광 등 다양한 분야와 융합하며 새로운 부가가치를 창출하는 미래 성장산업으로 자리매김하고 있습니다. 특히, 인공지능(AI), 데이터 기술의 발전과 디지털 전환의 가속화는 스포츠산업의 새로운 성장 동력으로 주목받고 있으며, 관련 기술을 활용한 다양한 시도와 혁신이 확산하고 있습니다. 이러한 흐름은 국민의 건강, 지역경제 활성화, 기업의 성장동력이 서로 맞물리는 긍정적 변화를 만들어내고 있습니다.

새 정부 역시 스포츠산업이 대한민국의 새로운 성장엔진으로 자리매김할 수 있도록 정책적 역량을 집중하고 있습니다. 문화체육관광부는「제4차 스포츠산업 중장기 진흥계획(2024~2028)」을 바탕으로 스포츠기업의 국제 경쟁력 강화를 지원하는 한편, 인공지능(AI)·로보틱스 등 첨단기술과의 융합을 통해 새로운 시장과 비즈니스 모델을 창출하고자 합니다. 아울러 지역을 기반으로 한 균형 있는 산업 생태계를 조성하여 스포츠 산업의 지속 가능한 발전 기반을 마련해 나가겠습니다.

급변하는 정책 환경과 산업 구조 속에서 정확한 통계와 분석은 효과적인 정책 수립과 산업 발전의 출발점입니다. 이번 백서가 산업계와 학계, 정책 현장에서 우리 스포츠산업의 현재를 객관적으로 진단하고 미래를 준비하는 데 유용한 참고자료가 되기를 기대합니다.

문화체육관광부는 앞으로도 스포츠가 국민의 일상에 더욱 가까이 자리하고, 우리 스포츠산업이 세계 시장에서 경쟁력을 갖춘 미래산업으로 성장할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

감사합니다.

2025. 12.

문화체육관광부 장관 **최 휘 영**

CONTENTS

제1장 스포츠산업 개관 1

1 스포츠산업 현황 2
1) 스포츠산업의 정의 2
2) 스포츠산업 활성화 추진배경 6
3) 스포츠산업 특수 분류 7
4) 세계 경제와 스포츠산업의 전망 21

2 스포츠산업 환경 변화 및 해외 동향 22
1) 스포츠산업 환경 변화 22
2) 해외 동향 29

3 2024 스포츠산업 이슈 39
1) 2024 파리 올림픽 · 패럴림픽 39
2) 파크골프의 확산과 산업 성장 41
3) 마라톤 열풍과 관련 산업의 성장 42
4) e스포츠 산업의 구조적 성장과 관전 스포츠로의 전환 43
5) 프로야구 관중수 회복 및 팬 마케팅 강화 45

제2장 스포츠산업 공급 현황 47

1 스포츠 사업체 현황 48
1) 산업부문별 스포츠산업 사업체 수 48
2) 종사자별 스포츠산업 사업체 수 51

2 스포츠산업 종사자 및 고용 현황 52
1) 부문별 종사자 현황 52

3 스포츠산업 매출 및 실적 57
1) 매출 현황 57
2) 국내 스포츠산업 사업 실적 61
3) 스포츠산업 부문별 사업 실적 63

4 스포츠 시설업 현황 65
1) 체육시설업 총괄 65
2) 업종별 현황 66

제3장 스포츠산업 수요 현황 81

제1절 관람스포츠 82

1 직접 관람 현황 82
1) 프로야구 82
2) 프로축구 86
3) 프로농구 90
4) 프로배구 94
5) 경주스포츠 98

2 간접 관람 현황 98

제2절 참여스포츠 101

1 생활체육 참여 실태 101
1) 생활체육 참여현황 101
2) 생활체육 소비지출 현황 105

제3절 스포츠산업 가계지출 가구별 조사 결과 113

1 가구별 스포츠 소비지출 113
1) 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균) 113
2) 지출항목별 연간 활동 지출 117

2 참여스포츠 연간 활동 지출 121

3 연간 대회참가 지출 125

4 관람스포츠 연간 직접 관람 경비 129

제4장 스포츠산업 정책 133

1 스포츠산업 정책의 변천 134

2 스포츠산업 금융 지원 136
1) 스포츠산업 융자·이차보전(튼튼론) 지원 136

2) 스포츠산업 모태펀드 조성 142
3 스포츠산업 경영 지원 150
1) 스포츠산업 선도기업 육성 지원 150
2) 글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원 157
3) 스포츠산업종합지원센터(SPORTS 360°) 운영 161
4 스포츠산업 신시장 개척 지원 164
1) SPOEX 스포츠산업 전시회 164
5 스포츠산업 창업 지원 168
1) 스포츠 액셀러레이팅 프로그램 지원 168
2) 스포츠산업 창업지원사업 170
6 스포츠산업 일자리 지원 173
1) 스포츠산업 일자리센터 운영 173
2) 스포츠산업 인턴십 지원 175
3) 스포츠산업 채용박람회 개최 사업 179
7 스포츠산업 전문인력 양성 지원 180
1) 실무맞춤형 전문인력 양성 180
2) 스포츠산업 융·복합 대학원 지원 181
8 첨단기술기반 스포츠산업 혁신 지원 184
1) 스포츠산업 기술개발(R&D) 지원 184
2) 지역사회기반 장애인 재활운동 서비스 기술 개발 188
3) 스포츠산업 혁신기반 조성 188
4) 종목별 경기력 향상 지원 190
5) 스포츠테크 프로젝트 191
6) 스포츠용품 시험 및 국내외 인증 지원 193
7) 가상현실 스포츠실 보급 사업 200
9 지역 융·복합 스포츠산업 기반 확충 202
1) 지역특화 스포츠관광산업 육성 202
10 스포츠산업 시장 활성화 지원 206
1) 전지훈련 특화시설(에어돔) 설치 지원 206
2) 비대면 스포츠 코칭 시장 창출 지원 208

11 스포츠산업 인프라 구축 209
1) 스포츠산업조사 209
2) 대한민국 스포츠산업대상 포상 214
12 스포츠산업 정보 제공 및 저변 확대 221
1) 개념 및 필요성 221
2) 추진과정 221
3) 추진성과 227

제5장 프로스포츠 233

1 프로스포츠 전개와 발전 234
1) 프로스포츠 역사 234
2) 프로스포츠 산업화 235
3) 프로스포츠 글로벌화 236
2 프로스포츠산업 238
1) 프로스포츠 관람객 238
2) 국내 프로스포츠 환경 및 운영구조 239
3) 국내 프로스포츠 시장규모 및 경제적 가치 241
3 종목별 프로스포츠산업 244
1) 프로야구 244
2) 프로축구 251
3) 프로농구 258
4) 프로배구 265
5) 프로골프 270

제6장 스포츠산업 관련 법제 275

1 개관 276
2 스포츠산업 관련 법제 현황 277
1) 문화체육관광부 소관 법령 277
2) 문화체육관광부 행정규칙(훈령·예규·고시·공시) 299

부록 스포츠산업 관련 국내 기관 및 단체현황 303

1 정부 기관 304

1) 문화체육관광부 304

2) 지방자치단체 체육조직 310

2 유관 기관 327

1) 서울올림픽기념 국민체육진흥공단 327

2) 한국도핑방지위원회 334

3) 태권도진흥재단 337

4) 한국프로스포츠협회 339

5) 국내 고등교육기관 340

6) 그 밖에 스포츠산업 관련 단체 347

CONTENTS 〈TABLE〉

〈표 1-1〉 제품과 구매자의 유형에 따른 분류 7
〈표 1-2〉 유럽연합의 스포츠산업 정의 9
〈표 1-3〉 중국의 스포츠산업 분류 12
〈표 1-4〉 스포츠산업 특수 분류 v1.0(2000.1) 12
〈표 1-5〉 스포츠산업 특수 분류 v2.0(2008.6) 14
〈표 1-6〉 스포츠산업 특수 분류 v3.0 16

〈표 2-1〉 '22~'24년 세세분류별 스포츠산업 모집단 사업체 수 48
〈표 2-2〉 '24년 지역별·사업종류별 스포츠산업 사업체 수 51
〈표 2-3〉 '22~'24년 종사자 수별 스포츠산업 사업체 수 51
〈표 2-4〉 '22~'24년 종사자 수별·사업종류별 스포츠산업 사업체 수 52
〈표 2-5〉 '22~'24년 사업종류별 종사자 수 53
〈표 2-6〉 '22~'24년 스포츠산업 세세분류별 종사자 수 53
〈표 2-7〉 '22~'24년 조직형태별 종사자 수 55
〈표 2-8〉 '22~'24년 종사자 규모별 종사자 수 56
〈표 2-9〉 '24년 지역별·사업종류별 종사자 수 56
〈표 2-10〉 '22~'24년 스포츠산업 산업분류별 매출액 57
〈표 2-11〉 '22~'24년 사업종류별 매출액 60
〈표 2-12〉 '22~'24년 조직형태별 매출액 60
〈표 2-13〉 '22~'24년 종사자 규모별 매출액 61
〈표 2-14〉 '20~'24년 스포츠산업 사업 실적 61
〈표 2-15〉 '23~'24년 스포츠산업 중분류별 사업 실적 62
〈표 2-16〉 '22~'24년 스포츠산업 사업종류별 내수·수출실적 63
〈표 2-17〉 '22~'24년 스포츠 용품업 상품별 구성비 63
〈표 2-18〉 '22~'24년 스포츠 시설업 연간 영업개월 수 및 이용 인원 64
〈표 2-19〉 '22~'24년 스포츠 서비스업 고객유형별 매출액 비중 64
〈표 2-20〉 '24년 전국 시·도별 체육시설 총괄 65
〈표 2-21〉 '24년 등록체육시설업 현황 66
〈표 2-22〉 '24년 전국 시·도별 골프장 현황 67

〈표 2-23〉 '24년 전국 스키장 현황 68
〈표 2-24〉 '24년 전국 자동차 경주장 현황 68
〈표 2-25〉 '24년 신고체육시설 현황 69
〈표 2-26〉 '24년 전국 요트장 현황 70
〈표 2-27〉 '24년 전국 빙상장 현황 70
〈표 2-28〉 '24년 전국 카누장 현황 70
〈표 2-29〉 '24년 전국 승마장 현황 71
〈표 2-30〉 '24년 전국 종합체육시설 현황 71
〈표 2-31〉 '24년 전국 수영장 현황 72
〈표 2-32〉 '24년 전국 체육도장 현황 73
〈표 2-33〉 '24년 전국 골프연습장 현황 75
〈표 2-34〉 '24년 전국 가상체육시설업 현황 76
〈표 2-35〉 '24년 전국 야구장 현황 76
〈표 2-36〉 '24년 전국 체력단련장 현황 77
〈표 2-37〉 '24년 전국 당구장 현황 77
〈표 2-38〉 '24년 전국 썰매장 현황 78
〈표 2-39〉 '24년 전국 무도장 현황 78
〈표 2-40〉 '24년 전국 무도학원 현황 79
〈표 2-41〉 '24년 전국 체육교습업 현황 79

〈표 3-1〉 프로야구 관중수 현황 83
〈표 3-2〉 프로야구 정규시즌 경기 수 및 평균관중수 84
〈표 3-3〉 '24년 프로야구 경기장 방문 횟수 85
〈표 3-4〉 '24년 프로야구 경기 관람시 평균 지출금액 85
〈표 3-5〉 프로축구 관중수 현황 86
〈표 3-6〉 프로축구 경기 수 및 평균관중수 88
〈표 3-7〉 '24년 프로축구 경기장 방문 횟수 89
〈표 3-8〉 '24년 프로축구 경기 관람시 평균 지출금액 89
〈표 3-9〉 프로농구 관중수 현황 91
〈표 3-10〉 프로농구 경기 수 및 평균관중수 92
〈표 3-11〉 '24년 프로농구 경기장 방문 횟수 94
〈표 3-12〉 '24년 프로농구 경기 관람시 평균 지출금액 94
〈표 3-13〉 프로배구 관중수 현황 95
〈표 3-14〉 프로배구 경기 수 및 평균관중수 96

〈표 3-15〉 '24년 프로배구 경기장 방문 횟수 97
〈표 3-16〉 '24년 프로배구 경기 관람시 평균 지출금액 97
〈표 3-17〉 경주스포츠업 주요업종 이용자 수 98
〈표 3-18〉 '24년 기준 프로야구 경기 중계방송 시청 경험 100
〈표 3-19〉 규칙적 체육활동 참여여부 및 빈도 연도별 비교 101
〈표 3-20〉 주 1회 이상 규칙적 생활체육활동 참여율 변화 102
〈표 3-21〉 연령별 주 2회 이상 규칙적 체육활동 참여율 연도별 비교 102
〈표 3-22〉 참여종목 연도별 비교표 103
〈표 3-23〉 1회 평균 체육활동 참여시간 연도별 비교 103
〈표 3-24〉 체육활동 평균 참여 기간 연도별 비교 104
〈표 3-25〉 생활체육 참여 주요 이용시설 104
〈표 3-26〉 월 평균 체육활동 경비 연도별 비교 105
〈표 3-27〉 월 평균 체육활동 경비 106
〈표 3-28〉 스포츠용품 구입 종류(복수응답) 108
〈표 3-29〉 스포츠용품 구입비용 109
〈표 3-30〉 체육동호회 조직 가입 여부 111
〈표 3-31〉 체육동호회 조직 가입 종목(상위 10개 종목) 112
〈표 3-32〉 '22년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균) 114
〈표 3-33〉 '23년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균) 115
〈표 3-34〉 '24년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균) 116
〈표 3-35〉 '22년 지출항목별 연간 활동 지출 118
〈표 3-36〉 '23년 지출항목별 연간 활동 지출 119
〈표 3-37〉 '24년 지출항목별 연간 활동 지출 120
〈표 3-38〉 '22년 참여스포츠 연간 활동 지출 122
〈표 3-39〉 '23년 참여스포츠 연간 활동 지출 123
〈표 3-40〉 '24년 참여스포츠 연간 활동 지출 124
〈표 3-41〉 22년 연간 대회참가 경비지출 126
〈표 3-42〉 23년 연간 대회참가 경비지출 127
〈표 3-43〉 24년 연간 대회참가 경비지출 128
〈표 3-44〉 '22년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비 130
〈표 3-45〉 '23년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비 131
〈표 3-46〉 '24년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비 132

〈표 4-1〉 국내 스포츠산업체들의 자금지원에 대한 수요 136
〈표 4-2〉 '24년 융자 및 이차보전 지원 현황 137
〈표 4-3〉 '24년 스포츠용품 우수체육용구 생산업체 138
〈표 4-4〉 '24년 직접융자 지원한도 및 상환기간 139
〈표 4-5〉 '24년 이차보전 지원한도 및 상환기간 140
〈표 4-6〉 스포츠산업체 융자·이차보전 추진 현황 141
〈표 4-7〉 대중제 전환 골프장 융자·이차보전 추진 현황 141
〈표 4-8〉 '24년 융자·이차보전 신청금액, 결정금액, 집행금액 현황 141
〈표 4-9〉 '24년 국민체육진흥기금 스포츠산업 분야별 융자·이차보전 현황 142
〈표 4-10〉 '20~'24년 스포츠산업체 설립연도 비율 142
〈표 4-11〉 스포츠산업 육성발전 장애요인 143
〈표 4-12〉 '24년 스포츠산업분야 모태펀드 출자규모 및 출자자 선정기준 144
〈표 4-13〉 '24년 출자자 우대선정기준 144
〈표 4-14〉 '24년 모태펀드 출자사업 공통 출자 주요조건 145
〈표 4-15〉 '18~'24년 스포츠계정 모태조합 운용 중 조합 현황 147
〈표 4-16〉 조합원 연도별 출자내역 147
〈표 4-17〉 '24년 모태펀드 자펀드 누적 결성액 및 투자실적 148
〈표 4-18〉 모태펀드 스포츠계정 출자 및 결성현황 148
〈표 4-19〉 '24년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 일정 및 추진절차 150
〈표 4-20〉 '24년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 운영 및 추진과정 151
〈표 4-21〉 '24년 스포츠산업 예비선도기업 육성 사업 운영 및 추진과정 152
〈표 4-22〉 '18년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 1기) 153
〈표 4-23〉 '19년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 2기) 154
〈표 4-24〉 '20년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 3기) 154
〈표 4-25〉 '21년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 4기) 155
〈표 4-26〉 '22년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 5기) 155
〈표 4-27〉 '23년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 6기) 156
〈표 4-28〉 '24년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 7기) 156
〈표 4-29〉 '24년 스포츠산업 예비선도기업 육성 사업 최종 선정기업(예비선도기업 1기) 157
〈표 4-30〉 '24년 글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원사업 일정 및 추진절차 158
〈표 4-31〉 '24년 글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원사업 운영 및 추진과정 158
〈표 4-32〉 '24년 글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원(해외진출 역량강화) 최종 선정기업 160
〈표 4-33〉 '24년 글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원(해외전시 개별 참가지원) 최종 선정기업 160
〈표 4-34〉 '24년 글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원(해외전시 공동관 참가지원) 최종 선정기업 161

〈표 4-35〉 스포츠산업종합지원센터 추진 개요 162
〈표 4-36〉 스포츠산업종합지원센터 추진경과 163
〈표 4-37〉 스포츠산업 전체 요약 164
〈표 4-38〉 대외경쟁력 강화부문 스포츠산업체 수요조사 164
〈표 4-39〉 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원사업 추진과정 165
〈표 4-40〉 서울국제스포츠레저산업전 전시규모 현황 166
〈표 4-41〉 서울국제스포츠레저산업전 품목별 참가비율 166
〈표 4-42〉 '24년 SPOEX 온라인 수출상담회 상담실적(총괄) 167
〈표 4-43〉 '24년 수출상담회 현황 167
〈표 4-44〉 '24년 수출상담회 국내기업 품목별 참가 현황(중복참가 미포함) 167
〈표 4-45〉 수출상담회 실적 168
〈표 4-46〉 '24년 스포츠산업 액셀러레이팅 지원사업의 추진과정 169
〈표 4-47〉 '24년 스포츠산업 액셀러레이팅 실적 및 현황 170
〈표 4-48〉 '24년 스포츠산업 액셀러레이팅 프로그램 지원 성과 170
〈표 4-49〉 통계청 고용동향조사 결과 170
〈표 4-50〉 스포츠산업 창업지원사업의 사업내용 171
〈표 4-51〉 '24년 스포츠산업 창업지원센터 지정 현황 172
〈표 4-52〉 '24년 스포츠산업 창업활성화 사업 운영 현황 172
〈표 4-53〉 '24년 스포츠산업 창업지원사업 운영 실적 173
〈표 4-54〉 스포츠산업 전문 인력에 대한 필요성 174
〈표 4-55〉 일자리 상담실과 일자리 정보 시스템(잡스포이즈) 운영 실적 175
〈표 4-56〉 스포츠산업분야 인턴십 지원사업 추진과정 176
〈표 4-57〉 '24년 체육분야 인턴 지원사업 모집공모 및 채용결과 178
〈표 4-58〉 '17~'24년 체육분야 국내 인턴 지원사업 채용 연계 실적 178
〈표 4-59〉 '18~'24년 체육분야 인턴십 지원사업 성과 178
〈표 4-60〉 '18~'24년 체육분야 인턴십 지원사업 인턴종료 후 취업현황 179
〈표 4-61〉 2024년 하반기 스포츠산업 채용박람회 개요 179
〈표 4-62〉 스포츠산업 실무맞춤형 전문인력 양성 지원 사업 추진과정 181
〈표 4-63〉 스포츠산업 실무맞춤형 전문인력 양성 지원 사업 성과목표치 181
〈표 4-64〉 스포츠융복합대학원 지원 사업 추진과정 182
〈표 4-65〉 스포츠산업기술개발 사업 예산 현황 184
〈표 4-66〉 부처별 연구·개발사업 예산 현황 185
〈표 4-67〉 스포츠산업기술개발 사업 과제지원 실적 186
〈표 4-68〉 '24년 스포츠산업 혁신기반조성 사업 추진과제 세부 현황 187

〈표 4-69〉 스포츠산업기술개발 사업 종합성과 187
〈표 4-70〉 지역사회기반 장애인재활운동서비스 기술개발 사업 개요 188
〈표 4-71〉 스포츠산업 혁신기반조성(R&D) 사업 개요 189
〈표 4-72〉 종목별 경기력 향상 지원 사업 개요 190
〈표 4-73〉 스포츠테크 프로젝트 주요 내용 191
〈표 4-74〉 스포츠테크 프로젝트 지원 추진성과(2023년 공모사업) 192
〈표 4-75〉 자유무역협정(FTA) 추진 현황 193
〈표 4-76〉 '23년 스포츠용품 시험 및 인증사업의 구성 194
〈표 4-77〉 스포츠 인증 제도를 위한 투자현황 194
〈표 4-78〉 '24년 KISS 품질인증 실적 195
〈표 4-79〉 '14~'24년 인증 시험·검사장비 현황 196
〈표 4-80〉 스포츠용품 시험 및 인증현황 197
〈표 4-81〉 '24년 스포츠용품 시험 및 인증 사업의 추진실적 197
〈표 4-82〉 '23년 스포츠용품 해외인증 지원현황 197
〈표 4-83〉 가상현실 스포츠실 보급 사업 추진과정 200
〈표 4-84〉 '23년 가상현실 스포츠실 보급 사업 지자체별 기금지원 규모 201
〈표 4-85〉 가상현실 스포츠실 보급 사업 추진결과 201
〈표 4-86〉 지역특화 스포츠기반 조성사업 추진과정 202
〈표 4-87〉 지역특화 스포츠기반 조성 사업 경제적 효과 205
〈표 4-88〉 '24년 지역특화 스포츠기반 조성사업 성과 205
〈표 4-89〉 '24년 전지훈련 특화시설(에어돔) 설치 지원사업 개요 206
〈표 4-90〉 스포츠산업 비대면 시장 융합인력 양성 사업 추진과정 208
〈표 4-91〉 스포츠산업 비대면 시장 융합인력 양성 지원 성과 209
〈표 4-92〉 스포츠산업조사 주요 추진 현황 210
〈표 4-93〉 '23년 기준 스포츠산업조사 사업개요 211
〈표 4-94〉 '15~'16년 대분류별 모집단 비율(구분류 기준) 213
〈표 4-95〉 '20~'23년 대분류별 모집단 비율(신분류 기준) 213
〈표 4-96〉 제20회 대한민국 스포츠산업대상 포상사업 추진과정 214
〈표 4-97〉 스포츠산업대상 및 디자인 공모전 역대 수상 현황 216
〈표 4-98〉 스포츠산업 백서 발간 사업개요 221
〈표 4-99〉 SI 포커스 및 이슈페이퍼 발행 사업개요 222
〈표 4-100〉 스포츠산업 동향 정보 제공(뉴스레터 발간) 사업개요 223
〈표 4-101〉 스포츠산업 콘퍼런스 개최 사업개요 224
〈표 4-102〉 글로벌 스포츠산업 리포트 발행 사업개요 226

〈표 4-103〉 스포츠산업 백서 사업 실적 227
〈표 4-104〉 SI 포커스 발행 실적 228
〈표 4-105〉 이슈페이퍼 발행 실적 228
〈표 4-106〉 스포츠산업 동향 정보 제공 사업 실적 229
〈표 4-107〉 스포츠산업 동향 뉴스레터 발행 실적 230
〈표 4-108〉 스포츠산업 콘퍼런스 개최 사업 실적 230
〈표 4-109〉 글로벌 스포츠산업 리포트 발행 실적 232

〈표 5-1〉 리그수입에 따른 전 세계 프로스포츠 순위(2024년 기준) 237
〈표 5-2〉 프로스포츠 전체관람객 추이 238
〈표 5-3〉 주요 프로스포츠 경기 수 및 경기당 평균 관중수 239
〈표 5-4〉 주요 프로스포츠 등록선수 숫자 240
〈표 5-5〉 프로스포츠 종목별 구단 운영형태 240
〈표 5-6〉 프로스포츠 입장수입 규모 241
〈표 5-7〉 프로스포츠 중계권 시장규모 242
〈표 5-8〉 프로스포츠 머천다이징(라이선싱 포함) 시장규모 243
〈표 5-9〉 프로스포츠 스폰서 시장규모 243
〈표 5-10〉 프로스포츠단체 현황 244
〈표 5-11〉 과거 KBO리그 팀 변천사 246
〈표 5-12〉 현재 KBO리그 팀 변천사 247
〈표 5-13〉 KBO리그 팀 개요 247
〈표 5-14〉 프로야구단 홈구장 및 2군 경기장 개요 248
〈표 5-15〉 프로야구 관람객 규모 249
〈표 5-16〉 프로스포츠클럽 자격요건(제1조) 252
〈표 5-17〉 프로축구 K리그1 '참가팀 253
〈표 5-18〉 프로축구 K리그2 참가팀 253
〈표 5-19〉 프로축구 K리그 구단 변천사 254
〈표 5-20〉 프로축구 관람객 규모 256
〈표 5-21〉 축구 시스템 구축 방안 258
〈표 5-22〉 프로농구 구단 변천사 259
〈표 5-23〉 '24~'25년 프로농구 참가 구단 개요 261
〈표 5-24〉 여자프로농구 구단 변천사 263
〈표 5-25〉 '24~'25년 여자 프로농구 참가 구단 개요 264
〈표 5-26〉 프로농구 관람객 규모 264

〈표 5-27〉 연도별 KBA등록선수 규모 265
〈표 5-28〉 '24~'25년 V-리그 경기 남자부 참가팀 267
〈표 5-29〉 '24~'25년 V-리그 경기 여자부 참가팀 267
〈표 5-30〉 프로배구 관람객 규모 268
〈표 5-31〉 '24년 KPGA 대회 개요 271
〈표 5-32〉 '24년 KLPGA 대회 개요 273

〈표 6-1〉 문화체육관광부 소관 스포츠산업 관련 법령 제·개정 현황 278
〈표 6-2〉 스포츠산업 진흥법 주요 개정 내용 280
〈표 6-3〉 스포츠산업 관련 문화체육관광부 행정규칙(훈령·예규·고시·공시) 299

〈표 7-1〉 정부 체육부처 연혁 308
〈표 7-2〉 지방자치단체 체육발전 계획 수립 현황(2004~2024) 310
〈표 7-3〉 광역자치단체 체육행정조직과 인력(2024) 311
〈표 7-4〉 기초자치단체 체육행정조직과 인력 314
〈표 7-5〉 국민체육진흥공단 연혁 327
〈표 7-6〉 국민체육진흥공단 인력 현황 330
〈표 7-7〉 국민체육진흥공단 유형자산 330
〈표 7-8〉 국민체육진흥공단 법인회계 예산 331
〈표 7-9〉 국민체육진흥공단 기금회계 예산 333
〈표 7-10〉 한국도핑방지위원회 인력 현황(2024) 334
〈표 7-11〉 한국도핑방지위원회 사업 추진 전략목표 및 전략과제 336
〈표 7-12〉 한국도핑방지위원회 MOU 체결 현황(2024) 336
〈표 7-13〉 한국도핑방지위원회 재정 현황(2020~2024) 336
〈표 7-14〉 태권도진흥재단 인력 현황 337
〈표 7-15〉 태권도진흥재단 연혁 338
〈표 7-16〉 태권도진흥재단 연도별 예산 현황(2020-2024) 339
〈표 7-17〉 국내 대학 스포츠산업 관련 학과 설치 현황 340

CONTENTS 〈FIGURE〉

〈그림 1-1〉 Milano & Chelladurai에 의한 스포츠산업 분류 8
〈그림 1-2〉 스포츠산업의 두 부문 모델 10
〈그림 1-3〉 하라다와 마노의 스포츠산업 분류 기준 변화 11
〈그림 1-4〉 국내 스포츠산업 분류(스포츠산업 특수 분류 v3.0) 20
〈그림 1-5〉 연도별 관중현황 45

〈그림 3-1〉 프로야구 관중수 현황 83
〈그림 3-2〉 프로야구 정규시즌 경기 수 및 평균 관중수 84
〈그림 3-3〉 프로축구 관중수 현황 87
〈그림 3-4〉 프로축구 경기 수 및 평균 관중수 88
〈그림 3-5〉 프로농구 관중수 현황 91
〈그림 3-6〉 남자 프로농구 경기 수 및 평균관중수 92
〈그림 3-7〉 여자 프로농구 경기 수 및 평균관중수 93
〈그림 3-8〉 프로배구 관중수 현황 95
〈그림 3-9〉 프로배구 경기 수 및 평균 관중수 96
〈그림 3-10〉 스포츠용품 구입 종류(복수응답) 107
〈그림 3-11〉 스포츠용품 구입비용 109
〈그림 3-12〉 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균) 113
〈그림 3-13〉 지출항목별 연간 스포츠 활동 지출 117
〈그림 3-14〉 참여스포츠 연간 활동 지출 121
〈그림 3-15〉 연간 대회참가 지출 125
〈그림 3-16〉 관람스포츠 연간 직접 관람 경비 129

〈그림 4-1〉 생산장려품목 및 우수체육용구 생산업체 지정 절차 137
〈그림 4-2〉 국민체육진흥기금 스포츠산업 융자 추진절차 137
〈그림 4-3〉 국민체육진흥기금 스포츠산업 이차보전 추진절차 137
〈그림 4-4〉 스포츠산업분야 모태펀드 운용구조 143
〈그림 4-5〉 투자조합 결성 절차 146
〈그림 4-6〉 스포츠산업 선도기업 육성 사업 추진절차 153
〈그림 4-7〉 스포츠 보육사업 지원 절차 172

〈그림 4-8〉 온라인 자동매칭 일자리 시스템 운영체계 174
〈그림 4-9〉 스포츠 에듀 클러스터 활성화 176
〈그림 4-10〉 스포츠산업기술개발 사업 시행 체계 186
〈그림 4-11〉 지정공모과제 기획 및 선정절차 186
〈그림 4-12〉 스포츠테크 프로젝트 추진절차 192
〈그림 4-13〉 KISS 인증절차 194
〈그림 4-14〉 스포츠산업조사 수행 절차 212

〈그림 5-1〉 한국야구위원회 조직도 245
〈그림 5-2〉 KBO 전문위원회 245
〈그림 5-3〉 (주)케이비오피(KBOP) 246
〈그림 5-4〉 한국프로축구연맹 조직도 251
〈그림 5-5〉 한국농구연맹 조직도 259
〈그림 5-6〉 한국여자농구연맹조직도 262
〈그림 5-7〉 한국배구연맹 조직도 266
〈그림 5-8〉 한국프로골프협회 조직도(이사회 및 분과위원회) 270
〈그림 5-9〉 한국프로골프협회 조직도(사무국) 271
〈그림 5-10〉 한국여자프로골프협회 조직도(이사회 및 분과위원회) 272
〈그림 5-11〉 한국여자프로골프협회 조직도(사무국) 272

〈그림 6-1〉 스포츠산업관련법령 제정현황 277

〈그림 7-1〉 문화체육관광부 체육국 조직도 304
〈그림 7-2〉 국민체육진흥공단 조직도 329
〈그림 7-3〉 한국도핑방지위원회 조직도 335
〈그림 7-4〉 태권도진흥재단 조직도 338

제1장
스포츠산업 개관

2024 Sport Industry White Paper



문화체육관광부

제1장 스포츠산업 개관

1 스포츠산업 현황

1) 스포츠산업의 정의

스포츠산업 진흥법 제2조에 의하면, 스포츠는 “건강한 신체를 기르고 건전한 정신을 함양하며 질 높은 삶을 위하여 자발적으로 행하는 신체활동을 기반으로 하는 사회문화적 행태를 말한다”라고 정의되고, 이에 기초하여 스포츠산업은 “스포츠와 관련된 재화와 서비스를 통하여 부가가치를 창출하는 산업”으로 정의되었다. 즉, 스포츠산업이란 스포츠 활동에서 요구되는 용품과 장비, 스포츠시설과 서비스, 스포츠경기, 이벤트, 스포츠강습 등과 같은 유·무형의 재화나 서비스를 생산·유통시켜 부가가치를 창출하는 산업이라 개념화할 수 있다. 또한, 스포츠산업을 국민체육진흥법과 연계할 경우 운동경기, 야외운동 등 신체활동을 통하여 건전한 신체와 정신을 기르고 여가를 선용하는 활동을 지원하는 제조업, 건설업, 관련 서비스업(시설업, 기타 운동 관련 서비스업)과 스포츠라는 재화를 수동적 여흥 거리로 제공하기 위해 재화와 서비스를 생산 및 유통하는 산업(스포츠 정보 제공업, 스포츠 이벤트업)을 포괄한다.

스포츠산업은 이에 포함되는 분야마다 서로 다른 산업분류에 속하는 업종의 집합체로서 다음과 같은 특성이 있다. 첫째, 스포츠산업은 복합적인 산업분류 구조를 가진 산업이다. 영국의 경제학자인 C. G. Clark(1940)은 그의 저서 ‘경제 진보의 조건(The Conditions of Economic Progress)’에서 사용한 산업구조의 분류와 연관 지어 보면 스포츠 용품업 중 운동 및 경기용품 제조업, 스포츠 시설업 중 스포츠시설 건설업은 2차 산업으로 분류할 수 있으며, 스포츠 용품업 중 운동 및 경기용품 유통 및 임대업, 스포츠 시설업 중 스포츠시설 운영업, 스포츠 서비스업 중 스포츠경기 서비스업과 스포츠 정보 서비스업 등은 3차 산업으로 분류할 수 있다. 따라서 스포츠산업은 2차 산업과 3차 산업에 포함되어 복합적인 산업분류 구조의 특성을 지니고 있다. 또한, 한국표준산업분류의 관점에서 보면, 운동 및 경기 용품업에서 운동 및 경기용구 제조업은 스포츠산업에 속하는 것으로 보기보다는 각각 제품에 해당하는 제조업에 속하기도 하고 운동 경기용품 유통 및 임대업은 다른 산업에 해당하는 등 각기 다른 산업분류가 통합된 복합적인 구조로 되어있어 산업분류의 경계가 모호한 측면도 있다. 스포츠산업은 이러한 특성으로 인해 전통적인 산업분류에서 그 내용을 규정할 수 없는 복합적인 산업분류 구조를 가진 산업이다. 이러한 이유로 문화체육관광부는 스포츠산업을 특수분류를 이용하여 분류하고 있다.

둘째, 스포츠산업은 공간·입지 중시형 산업이다. 스포츠 참여 활동은 적절한 장소와 입지 조건이 선행되어야 하며, 시설에 대한 의존도가 높다. 예를 들어, 서울 고척 스카이돔이나 광주 챔피언스 필드 등의 프로구단의 야구장, 강원도 일대의 스키장 그리고 주로 도심 외곽에 분포한 전국의 골프장은 접근 용이성과 시설의 규모 등이 소비자들에게 주된 관심의 대상이 된다. 그뿐만 아니라 수상스키, 윈드서핑 같은 해양스포츠나 스노우보딩, 스키 등의 겨울스포츠는 고유의 특성으로 제한된 장소에서만 즐길 수 있으므로 입지 조건에 크게 의존할 수밖에 없는 공간 및 입지 중시형 산업이다.

셋째, 스포츠산업은 시간 소비형 산업이다. 스포츠산업은 산업의 발달에 따른 노동시간의 감소(예: 주5일 근무제), 삶의 질 제고를 위한 여가 활동의 증대와 노동과 휴식에 대한 인식 및 가치관의 변화로 인하여

발전한 산업으로 관람스포츠와 참여스포츠가 활성화되는 것은 스포츠 활동에 소비하는 시간이 많이 늘어난 것이 일조한 것으로 보인다. 프로야구의 평일 야간 경기의 경우 18시 30분에 경기를 시작해서 21시 혹은 22시가 넘어서 끝나기도 한다. 골프 18홀 플레이의 평균 시간은 약 4시간 30분이 소비된다. 따라서 스포츠 소비자들은 관람스포츠와 참여스포츠 모두 사용가치를 지불하고 시간을 소비하며 스포츠를 즐기기 때문에 스포츠는 시간 소비형 산업의 성격을 나타낸다.

넷째, 스포츠산업은 최종소비재·서비스를 다루는 산업으로 소비자와 직접 접촉하는 산업이다. 스포츠는 그 자체의 특성에서 선택재로서의 성격을 지니고 있으며, 소비자의 능동적인 참가를 통해 산업이 성립하는 특징을 가지고 있다. 따라서 스포츠산업은 오락성이 중심 개념인 산업이라고 할 수 있다. 스포츠가 하나의 산업으로 자리할 수 있었던 이유는 '필요'보다는 '재미'와 관련이 있는 '오락'이 존재하고 있기 때문이다. 즉, 대중들은 경제적 및 시간적 여유를 가지게 되면서 친구, 가족, 혹은 주변인들과의 친목 도모를 위해 다양한 활동 중에서 선택하여 스포츠 활동에 참여하거나 관람하게 된다. 하지만 스포츠 참여 혹은 스포츠 관람에 대한 전제조건은 오락적인 재미(fun)를 배제할 수 없다. 스포츠 소비자들은 강팀들의 경기, 즉 수준 높은 스포츠 경기를 관람하기를 원하며 멋진 플레이를 보기 위해서 기꺼이 입장료를 내고 장거리를 이동하여 관람한다. 이러한 활동의 내재적 측면에는 '재미'와 관련이 있는 '오락'이 존재함을 알 수 있다. 따라서 프로스포츠는 조금 더 재미있고 수준 높은 경기를 보여줌으로써 소비자들의 오락에 대한 욕구를 충족시키면서 이윤을 창출하게 된다.

다섯째, 스포츠산업은 감동과 건강을 가져다주는 산업이다. 흔히 스포츠를 각본 없는 드라마라고 이야기한다. 각본에 따라 감동을 주는 영화나 연극과는 달리 스포츠는 각본이 없고 결과의 불확실성 때문에 승부를 섣불리 예측하기 힘들다. 이러한 결과의 불확실성은 극적인 승부를 만들어 내며 스포츠 소비자들에게 감동을 전해준다. 올림픽게임, 아시안게임, 월드컵 축구경기 등을 통해 국가를 대표하는 자국의 선수들을 응원하며 승리에 함께 기뻐하고 패배에 같이 눈물을 흘리는 감동을 느낄 수 있다. 이러한 감정이입을 통해 선수들을 응원하는 과정에서 쌓여있던 에너지와 스트레스를 분출하고 대리만족을 경험하기도 한다. 참여 스포츠의 경우 직접 스포츠를 즐기면서 건강을 유지할 수 있게 한다. 따라서 스포츠산업은 스포츠 소비자들에게 정신적 및 육체적 건강을 증진할 기회를 제공하고 간접 경험을 통해 대리만족과 감동을 제공하는 산업이다.

현대 사회에서 스포츠는 건강하고 질 높은 문화적인 생활의 이상을 추구하기 위해 필수 불가결한 기능과 의의가 있고, 그 진흥은 기본적으로 사회의 공통 관심사가 되고 있어서 스포츠산업은 공익적 성격이 있다. 스포츠산업은 스포츠의 다양한 발전을 지원함으로써 국민 생활에 기여하는 사회적 사명이 있어서 그 책무 수행에 학계, 산업체 및 정부 기관의 연계가 필요하며 동시에 스포츠산업 자체도 항상 소비자 입장에 서서 사업을 수행해야 하며 스포츠가 가진 다양한 기능이 충분히 발휘될 수 있도록 해야 한다. 또한, 스포츠는 전 세계적으로 표준화된 기술과 규칙을 공유하고 전 지구적인 공통 문화로서 광범위한 시장기반을 가지고 있을 뿐만 아니라, 정보통신기술 분야의 급속한 성장과 함께 스포츠가 중요한 비즈니스 콘텐츠로 주목받고 있는 등 다양한 특성이 있다. 따라서 스포츠산업이 국가 경제를 위한 독립적 정책영역으로 중요한 산업인 이유를 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 스포츠산업은 고부가가치 산업이다. 많은 국가에서 새로운 성장동력으로 인정받고 있는 스포츠산업은 본질적으로 월드컵과 올림픽 같은 메가 스포츠 이벤트를 통해, 또는 프로스포츠를 통해 손흥민, 정현, 추신수, 박인비 등과 같은 스타선수에 의해 고부가가치를 지닌 제품을 생산하고 있다. 예를 들어, 박지성, 김연아의

경우 실제로 스포츠선수로서 경기장에서 자신이 지닌 경기력과 스포츠가 지니는 고유한 가치와 선수들의 경기력이 결합한 상품성을 지님으로써 소비자들이 선호하는 정보가치를 제공하고, 이를 통해 선수보증광고(endorsement) 혹은 스폰서십 등의 형태를 통해 부가가치를 생산하고 있다. 이들은 이미 현역에서 은퇴했지만, 스포츠 선수였던 고유한 가치를 바탕으로 다양한 활동을 통해서 지속해서 여러 부가가치를 생산하고 있다. 또한, 단일종목의 스포츠 이벤트가 가지는 효과도 상당하다고 할 수 있는데, UEFA(Union of European Football Associations, 유럽축구연맹)의 「Financial Report 2023/24 Annex」에 따르면, UEFA의 2023/24 회계연도 연결 기준 총수입은 67억 7,657만 유로(한화 약 10.0조 원)[1]로, 2022/23 회계연도의 43억 2,082만 유로(한화 약 6.4조 원) 대비 약 56.8% 증가하였다. 이러한 급격한 증가는 UEFA EURO 2024 관련 수입이 해당 회계연도에 반영된 데 크게 기인한다고 할 수 있다. 2023/24 회계연도 총수입 중 UEFA EURO 2024 관련 수입은 24억 9,938만 유로, 한화 약 3.7조 원이었으며, EURO 2024를 제외한 기타 수입은 42억 7,719만 유로, 한화 약 6.3조 원이었다. UEFA의 주요 수입원은 미디어권, 상업권, 티켓 및 기타 수입으로 구성된다. 또한, FIFA(International Federation of Association Football, 국제축구연맹)의 경우에도 2024년 총수입 및 기타수익은 4억 8,267만 달러(한화 약 6,581억 원)로, 2023년의 11억 6,965만 달러(한화 약 1조 5,947억 원) 대비 약 58.7% 감소하였지만(FIFA Annual Report 2024), FIFA의 주요 국제대회 개최 여부와 수익 인식 시점에 따라 수입이 크게 변동하는 FIFA의 이벤트 중심 수익구조 및 4년 단위 월드컵 사이클의 특성을 고려하여 해석할 필요가 있다. 일례로 FIFA World Cup Qatar가 개최된 2022년 FIFA의 총수입 및 기타수익은 57억 6,921만 달러(한화 약 7.87조 원)에 달했다. 이러한 수치는 FIFA World Cup이 FIFA의 핵심 수익 창출 이벤트이며, 글로벌 스포츠산업에서 단일 스포츠 이벤트가 지니는 재정적 파급력을 보여주는 대표 사례임을 시사한다.

둘째, 스포츠산업은 무한한 성장 잠재력이 있다. 스포츠산업은 제조업, 서비스업, 유통업 등 기존 산업과 연계된 복합 산업으로서 기능할 때, 다른 어떤 콘텐츠보다도 성장 잠재력이 무한한 산업이다. 세계 스포츠산업의 총규모는 2024년 기준 1조 6,195억 달러(약 2,208조 원)로 전년 대비 약 4% 증가한 수준을 보이고 있어, 세계 스포츠 시장은 지속적으로 성장하고 있음을 알 수 있다(Plunkett Research, 2026). 이러한 수치는 스포츠산업이 단순한 경기 운영이나 관람 산업에 그치지 않고, 스포츠용품, 스포츠의류, 레크리에이션 시설, 스포츠베팅, 스폰서십, 라이센스 상품, 게임, 광고 등 다양한 연관 영역과 결합하며 성장하고 있음을 보여준다.

국내 산업의 경우 2024년 기준 국내 스포츠산업 종사자 규모는 48만 9,000명으로 2023년 45만 8,500명에 비해 약 6.7% 증가하였다. 스포츠산업은 4차 산업혁명 시대 유망 미래 신성장 산업으로도 꼽힌다. 4차 산업혁명 기술과 스포츠 분야를 접목해 스포츠산업의 신시장이 출현하고 그 외연이 확장되고 있다. IMARC Group의 「South Korea Sports Technology Market」 자료에 따르면, 한국 스포츠테크 시장 규모는 2024년 4억 1,610만 달러(약 5,673억 원)로 추정하였으며, 2033년에는 8억 3,710만 달러(약 1.14조 원)에 이를 것으로 전망하고 있다. 스포츠 빅데이터 분석시장의 경우 전 세계적으로 2020년부터 2030년까지 연평균 14.52%의 성장률을 보이며 약 297억 달러 시장으로 성장할 것으로 예측된다(Market Research Future, 2020).

1) 원화 환산액은 2024년 EUR/KRW 평균환율 1유로=약 1,475.22원(USD/KRW 환율 1달러=1,363.4381원)을 적용한 단순 환산액이며, 환율 기준 시점에 따라 달라질 수 있음.

셋째, 스포츠산업은 미디어적 가치를 지니고 있다. 스포츠 이벤트는 각종 미디어의 중요한 방송 콘텐츠로 다루어지고 있다. 또한, 여러 메가 스포츠 이벤트나 경기장 그리고 스포츠 스타는 그 자체가 하나의 미디어적 가치를 가지고 있으며 기업들의 중요한 마케팅 수단으로 활용될 수 있다. 예를 들어, 프로스포츠 경기장을 보면 경기장 펜스에 여러 기업의 로고를 볼 수 있으며 골프 같은 개인 종목의 경우 기업들은 특정 스포츠 선수를 이러한 미디어적 가치를 고려하여 후원하게 된다. 다시 말해, 특정 선수를 응원하는 스포츠 팬층이 확보된 상태에서 특정 기업이 자사 제품의 광고를 위하여 금전적인 보상을 통해 그 선수를 자사의 제품광고에 출연시키거나 선수의 모자, 가방, 의류 등에 기업 로고를 부착하여 미디어에 노출하게 된다. 이때 스포츠 소비자들이 그 선수를 좀 더 자주 미디어 매체를 통해 만나기를 원할 때 이 선수의 미디어적 가치는 극대화된다. 따라서 선수 자체가 미디어적 가치를 지닌 하나의 상품으로 인식되기도 한다. 따라서 스포츠산업은 스포츠이벤트, 경기장, 선수 등의 구성요소가 모두 미디어적 가치를 지닌 산업이다.

넷째, 스포츠산업은 국민복지에 이바지한다. 스포츠산업은 스포츠 참여를 통해 그 어떤 산업보다 국민의 삶의 질 향상에 공헌한다. 최근에는 단순히 경기장 혹은 미디어를 통해 관람하는 수준에 그치는 것이 아니라 직접 참여를 통하여 생산과 소비를 동시에 누릴 수 있는 복합적인 형태의 스포츠 수요가 증가하고 있다. 스포츠에 참여를 원하는 대중의 수요가 늘어나자, 이들의 욕구를 충족시키기 위해 정부는 여가 선용과 체력 증진을 목표로 체육정책을 정립하고 스포츠에 대한 적극적인 지원을 아끼지 않고 있다. 문화체육관광부는 2030문화비전 '사람이 있는 문화' 아래 '생활체육활성화와 스포츠경쟁력 강화로 국민행복을 실현한다'라는 전략목표를 수립해 정책을 펼치고 있다. 2024년에는 생활체육 분야의 예산으로 5,962억 원이 편성되었으며, 이는 생애주기별 생활체육 활성화를 위한 참여 여건 개선에 이바지하고 있다(문화체육관광부, 2024). 스포츠산업의 성장은 국가의 경제활동 기여뿐만 아니라 국민복지와 삶의 질 향상과도 연결되며, 배드민턴, 볼링, 축구, 농구, 수영 등 대중적 참여도가 높은 종목부터 새롭게 등장하는 스포츠 종목 전반에 걸쳐 스포츠 참여와 활동에 관한 수요는 계속해서 증가할 것으로 예상된다.

문화체육관광부는 스포츠산업을 육성하고자 일자리 규모를 확충하고 국제교류를 증진해 왔다. 그 결과 스포츠산업 시장 규모와 일자리 수가 꾸준히 증가하고 있다('22년 44만 명, '23년 45만 8,500명, '24년 48만 9,200명). 스포츠산업 일자리(창업) 창출을 도모하기 위해 실시한 스포츠산업 구직자 대상 취업역량 강화 서비스 지원, 기업체 현장 방문을 통한 기업회원 유치, 잡스포이즈 홍보 강화 등을 통한 채용 또한 증가하고 있으며('21년 665명, '22년 700명, '23년 735명, '24년 750명), 스포츠산업 분야 구인 기업과 구직자 간 맞춤형 일자리 매칭 서비스(12,500건)도 제공하였다. 문화체육관광부는 2022년 스포츠산업 국가경제 기여도를 발표하면서 대한민국 스포츠산업의 경제적 파급을 다음과 같이 설명하였다. 스포츠산업의 생산유발계수는 2.06으로 국내 전체산업 평균인 1.79를 훨씬 웃도는 수치를 나타냈다. 다음으로 스포츠산업의 취업 유발효과는 15.25명으로 전체산업 평균인 10.1명의 1.5배의 효과를 나타냈다(산업연구원, 2022).

2024년 문화체육관광부는 '문화로 행복한 사회, K-컬처가 이끄는 글로벌 문화 강국'이라는 비전을 제시하고, 체육 분야에서는 일상 스포츠 활성화와 스포츠산업 도약을 주요 정책 방향으로 설정하였다. 2024년 문화체육관광부의 스포츠산업 육성 부문별 국민체육진흥기금 기금지원 실적을 살펴보면 다음과 같다. 스포츠산업 연구 및 기술개발(R&D)(84억 원), 기금조성기반 시설지원(734억 원), 스포츠산업 활성화 지원(594억 원)으로 1조 3,427억 원의 국민체육진흥 기금 중 1,412억 원을 지원하였다.

2024년 한국은 국내총생산(GDP) 기준 세계 14위 수준의 경제 규모를 유지하고 있으며, 1인당 GDP 역시 3만 6천 달러대에 이르는 고소득 국가로 분류된다. 이러한 경제구조 속에서 스포츠산업은 전 세계적으로도 국내총생산(GDP) 대비 성장률이 높은 산업이며, 문화체육관광부의 스포츠산업조사에 따르면 2024년 기준(과거 시계열 연속성을 고려하여 신분류 기준 적용) 국내 스포츠산업은 매출액 기준 약 84조 6,900억 원으로 국내총생산(GDP)대비 약 3.3%를 차지하는 것으로 나타났다.

2) 스포츠산업 활성화 추진배경

국내 스포츠산업은 건강과 여가 활동에 관한 관심 증가로 스포츠 용품업(예: 스포츠 의류, 아웃도어 의류, 신발 등 제조 및 도·소매업), 스포츠 시설업(예: 골프장, 스키장, 경기장 건설업 및 운영업), 스포츠 서비스업(예: 프로스포츠, 스포츠 마케팅업, 스포츠 미디어업, 스포츠 베팅업 등)을 중심으로 빠르게 성장하고 있다. 여가 시간 증대와 건강에 관한 높은 관심에 따라 스포츠 참여가 급격히 증가하고 있으며 4차 산업혁명으로 신기술과 스포츠산업이 연계되면서 스포츠산업의 시장 성장 속도는 더욱 빨라지고 있다. 특히 빅데이터를 기반으로 한 국민 운동·체력 데이터 등 스포츠 분야의 체계적인 데이터의 수집과 활용을 통한 시스템 구축과 첨단기술을 활용한 선수 경기력 향상이 이루어졌다. 또한 증강현실(AR), 사물인터넷(IoT) 등 첨단기술이 활용되는 스마트 경기장과 같은 스포츠 관람 플랫폼의 시범 구축 등 전체 스포츠산업 시장이 성장함에 따라 국내 중소기업의 매출도 서서히 증가하고 있다.

코로나19 발생 후 2년 동안 큰 타격을 입은 스포츠산업체들도 점차 예전의 모습으로 돌아가고 있다. 그 예로 첫째, 스포츠산업 매출액은 2021년부터 증가하면서 2022년에는 전년 대비 22.7% 증가했으며, 2024년 기준 스포츠산업 매출액은 전년 대비 4.5% 증가한 84조 6,900억 원으로 나타났다. 또한 국민의 스포츠 및 생활체육 활동이 증가하면서 스포츠 사업체의 매출액 증가와 폐업이 감소하는 것의 결과로 스포츠산업 일자리가 2020년 37.6만 명에서 매년 증가하여 2024년에는 48만 9,200명까지 증가하는 수치를 보이고 있다.

또한, 국내 스포츠산업의 시장 환경은 우리 기업이 국내외 시장 확대에 따른 이익을 제대로 누리지 못하고 대부분을 해외기업이 가져가는 문제를 보이며, 소상공인 형 국내기업과 내수시장을 주도하는 외국계 대기업 위주로 운영되고 있다. 나이키, 아디다스와 같은 글로벌 브랜드가 스포츠산업 전체 국내시장의 70% 이상을 점유하여 양질의 일자리가 부족하고, 공급자 위주의 정책 위주로 새로운 수요에 대응하는 힘이 부족하다고 판단된다. 향후 포스트 코로나를 대비한 4차 산업으로 스마트화, 경량화, 친환경 등으로 흐르는 국내·외 스포츠·레저용품의 트렌드와 헬스·피트니스, 스포츠용품 및 운동장, 체육시설, 캠핑카, 아웃도어 및 캠핑용품, 자전거, 수중·수상스포츠용품 등 다양한 분야의 스포츠 용품업 시장의 확대에 대비해야 한다. 스포츠산업의 글로벌 시장은 지속해서 성장하고 있으며 1조 6,195억 달러(약 2,208조 원)에 달하는 거대한 시장(plunkett research, 2024)으로 국내기업에도 기회를 제공할 수 있을 것으로 기대되면서 앞으로도 소득 수준의 지속적인 상승에 따라 국내외 스포츠산업 시장의 빠른 확대가 예상된다. 따라서 수요자 맞춤형 생산과 첨단소재 제품 개발, 스포츠 시설업의 IoT, 클라우드를 활용한 시설 이용률 제고 및 콘텐츠 개발, 관람스포츠업의 선수 관리 효율화를 통한 볼거리 제공, 스포츠 서비스업의 사용자 창업 활성화 등 스포츠산업을 전략산업으로 육성하고, 국내기업의 경쟁을 강화할 방안을 마련할 필요성이 있다.

3) 스포츠산업 특수 분류

(1) 스포츠산업 특수 분류 v1.0

스포츠의 경제적 가치에 대한 인식이 제고되면서 스포츠산업의 개념 및 스포츠산업의 분류에 대한 논의도 활발하게 진행됐다. 스포츠산업의 정의가 학자들에 따라 다양하게 제시되는 것처럼 스포츠산업의 분류도 나라마다 다양하며 학자들에 따라 다양한 의견이 제시되고 있다. 미국은 1990년대 중반 이후 본격적으로 스포츠산업의 분류에 대한 논의가 이루어지고 있으며 Brooks(1994)와 Pitts, Fielding, & Miller(1997), Meek(1997) 등을 주요 연구로 꼽을 수 있다. 2000년대 들어서는 Milano & Chelladurai(2011)가 GDP(Gross Domestic Product)의 개념에서 착안하여 GDSP(Gross Domestic Sports Product) 개념을 도입하여 미국 스포츠산업의 크기를 측정하고 소비, 투자, 정부지출, 수출·입의 네 가지 범주로 새롭게 스포츠산업을 분류하였다. Brooks(1994)는 스포츠산업을 신체활동이라는 주된 상품을 생산하는 핵심구조(primary infrastructure)와 상품 소비 과정에서 제공되는 부가서비스를 생산·유통하는 주변부구조(secondary infrastructure)로 나누고 있다. Meek(1997)은 국민소득계정 모형을 이용하여 1995년 기준의 미국 스포츠산업 규모를 추정하였다. 한편, Pitts, Fielding & Miller(1997)는 스포츠, 피트니스, 레크리에이션 등을 스포츠 상품으로 규정하고 이를 제공하는 기업 등을 스포츠산업이라고 정의하였으며, 스포츠산업을 그 제품과 구매자의 유형에 따라 스포츠 행위(Performance) 부문, 스포츠 제품 생산(Production) 부문과 스포츠 촉진(Promotion) 부문의 세 가지로 분류하였다. 이처럼, 스포츠산업의 분류는 나라마다 혹은 학자마다 다양한 시각으로 다르게 분류하고 있다. 그러므로 스포츠산업의 규모를 측정하기 위해서 스포츠산업을 정의하고 스포츠산업에 대한 분류가 선행되어야 한다.

〈표 1-1〉 제품과 구매자의 유형에 따른 분류

구분	의미	종류
스포츠 행위 (Performance) 부문	참여나 관람 제품으로서 소비자에게 제공된 제품	• 운동경기-아마추어, 프로 스포츠, 민간 비스포츠 사업 • 민간 비스포츠 사업 • 세금이 지원된 스포츠, 비영리 스포츠 조직 • 후원제가 지원된 스포츠 조직 • 스포츠 교육, 피트니스-스포츠회사
스포츠 제품생산 (Production)부문	스포츠 경기력 생산에 필요한 제품	• 준비제품-장비, 의류 • 경기력 생산제품-피트니스 훈련지, 의료, 스포츠 시설
스포츠 촉진 (Promotion)부문	스포츠 제품을 촉진시키기 위하여 제공된 제품	• 촉진 거래제품-촉진행사·미디어 • 후원-행사후원, 팀 및 개인후원, 서키트 또는 리그후원, 공동후원 • 서포트 광고-개인 서포트 광고, 팀 서포트 광고

※ 출처: Pitts, B. G., Fielding, L., & Miller, L. K.(1994), Industry segmentation theory and the sport industry: Developing a sport industry segment model. Sport Marketing Quarterly, 3(1), 15-24.

Milano & Chelladurai(2011)는 기존의 연구와는 달리 GDSP(Gross Domestic Sports Product) 개념을 도입하여 미국 스포츠산업의 크기를 측정하였고 미국 스포츠산업을 구체적으로 스포츠 소비, 스포츠 투자, 정부의 스포츠 관련 지출, 스포츠 수·출입의 네 가지 범주로 나누어 분석하였다. 스포츠 소비에는 엔터테인먼트 및 레크리에이션, 용품 및 서비스, 스포츠 관련 광고 등을 포함하고 있고 스포츠 투자에는 레크리에이션 센터 건립, 실내 수영장, 실내 아이스 링크, 야외 수영장 및 야외 레크리에이션장 등의 건설을 포함하고

있다. 이 분류에서는 정부의 스포츠 관련 지출을 따로 분류해 놓았지만, 정부의 스포츠 관련 지출은 거의 없는 것으로 나타났다. 마지막으로 스포츠 수·출입의 경우에는 스포츠 장비의 무역수지를 통해 표기하고 있다. Brown, Rascher, Nagel, & McEvoy(2021)는 같은 방식으로 2017년 미국통계국 자료를 분석하여, 무역수지 적자를 제외한 모든 분야에서 미국 스포츠산업이 성장했다고 보고했다. 스포츠용품과 서비스 부분의 성장이 가장 높았으나, 보고에서 용품과 서비스의 국내총생산이 구분되지 않아 개별 성장 영역이 구분되지 못하는 제한점이 있다. 이는 Humphreys & Ruseski(2009)가 주장하는 스포츠 분야의 복합성에 따른 정확한 경제가치 추산의 어려움이 여전히 존재함을 실증한다. 결국, Milano & Chelladurai(2011)가 주장하는 스포츠산업의 범위는 스포츠 소비(Consumption)와 스포츠 투자(Investment)의 두 가지로 나누어 질 수 있다.

〈그림 1-1〉 Milano & Chelladurai에 의한 스포츠산업 분류



※ 출처: Milano, M. & Chelladurai, P.(2011), Gross domestic sport product: The size of the sport industry in the United States. Journal of Sport Management, p.27.

한편, 유럽연합은 2000년대 들어 스포츠산업이 회원국들의 경제, 사회에 미치는 영향이 증가하고 있는 현실에 주목하여, 스포츠산업 분야와 관련된 정책개발에 활용할 수 있는 신뢰도 있고 활용도 높은 통계자료를 확보하고자 하였다. 이에 2006년 EU Working Group on Sport & Economics를 설립하여, 회원국들이 스포츠의 경제적 효과를 측정할 수 있는 공통의 방법인 스포츠 위성 계정(Sport Satellite Accounts: SSAs)을 개발하도록 하였다. 2007년부터 2011년에 걸쳐 만들어진 스포츠 위성 계정은 스포츠산업을 통계적(statistical), 협의적(narrow), 광의적(broad) 세 가지로 정의한 Vilnius 정의를 따라 스포츠산업이 창출하는 부가가치(gross value added), 고용시장에 미치는 영향(effect of sport on employment),

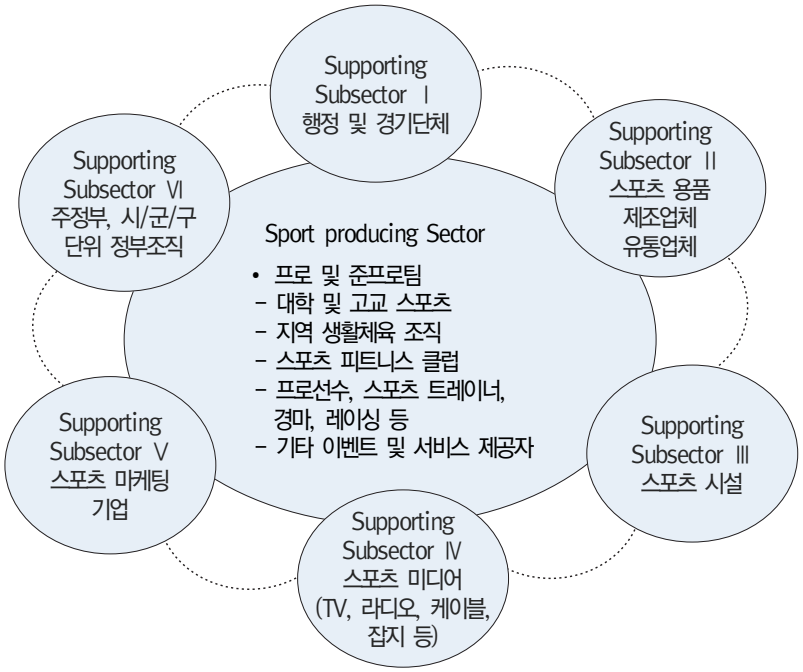
소비자 지출(consumer spending)로 측정하도록 하고 있다. 유럽연합의 스포츠산업에 대한 정의(Vilnius definition)에 따르면, 경기장, 수영장, 프로스포츠 등 유럽공동체 경제활동 통계분류에 의해 스포츠 관련 활동으로 규정된 산업은 통계적 정의에 포함된다. 한편, 협의적 정의에 따른 스포츠산업은 통계적 정의로 규정된 산업과 더불어 스포츠를 하는 데 필요한 제품과 서비스 산업을 아우르고 있으며 여기에는 스포츠화 및 의류, 경주마, 스포츠용 자동차 및 모터바이크, 피트니스 센터 등이 포함된다. 끝으로 스포츠산업에 대한 광의적 정의에는 협의적 정의에 의해 규정된 산업에 덧붙여 수의사, 식품 보조제, 스포츠 도박, TV 중계 등 스포츠를 하는 데 필요하지는 않으나 스포츠 활동과 관련된 제품 및 서비스 산업이 포함된다. 오스트리아, 사이프러스, 독일, 네덜란드, 헝가리, 폴란드, 그리고 영국의 7개 국가가 이미 스포츠 위성계정을 기반으로 스포츠산업 규모를 측정하고 있으며, 이는 다른 회원국들로 확대될 예정이다.

〈표 1-2〉 유럽연합의 스포츠산업 정의

정의 수준	정의	산업 분류
통계적 정의 (Statistical Definition)	유럽공동체 경제활동 통계분류(Statistical classification of economic activities in the European Community, NACE)에 의해 스포츠 관련 활동으로 규정된 산업	경기장, 수영장, 프로스포츠 등
협의적 정의 (Narrow Definition)	스포츠를 하는데 필요한 제품과 서비스 산업 및 통계적 정의로 규정된 산업	스포츠화 및 의류, 경주마, 스포츠용 자동차 및 모터바이크, 피트니스 센터, 시계 등
광의적 정의 (Broad Definition)	스포츠를 하는데 필요하지는 않으나 스포츠 활동과 관련된 제품과 서비스 산업 및 협의적 정의로 규정된 산업	수의사, 식품 보조제, 스포츠 도박, 의료 서비스, 호텔, 레스토랑, TV 중계 등

또한, Li, Hofacre, & Mahony(2001)에 따르면 스포츠산업을 스포츠산업의 핵심인 스포츠 생산 부문과 이를 지원하는 부문으로 구분하였다. 스포츠 생산 부문(Sport Producing Sector)에는 프로스포츠팀, 대학 스포츠, 생활체육, 피트니스, 경마, 레이싱, 기타 스포츠 이벤트 및 서비스 제공자 등이 있으며, 지원 부문(Supporting Subsectors)에는 정부, 연맹 및 협회, 스포츠용품 제조·유통업체, 스포츠 시설, 스포츠 미디어, 스포츠 마케팅 등의 6개로 구성되어 있다. 스포츠 활동 생산 조직이 스포츠산업의 중심이며 나머지 6개 하부 지원 부문은 핵심부문의 활동을 촉진하거나 수익증대에 기여하기 위해 존재한다. 때로는 6개의 하부 조직 또한 직접 스포츠 활동을 생산하기도 하며 스폰서를 통해 스포츠 활동을 생산하기도 한다.

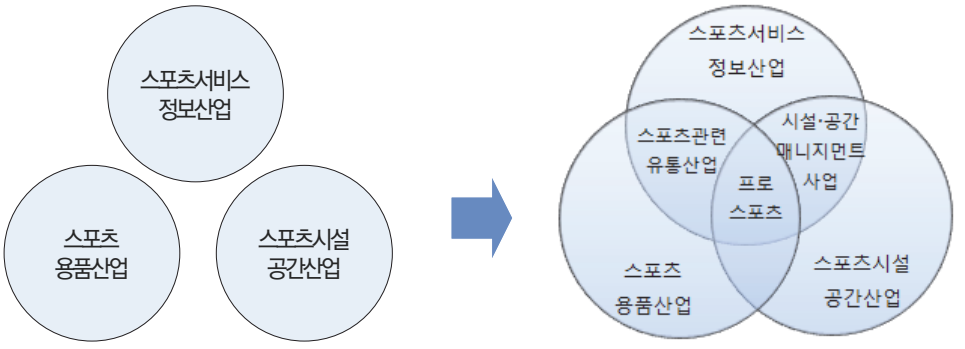
〈그림 1-2〉 스포츠산업의 두 부문 모델



※ 출처: Li, Hofacre, & Mahony(2001)

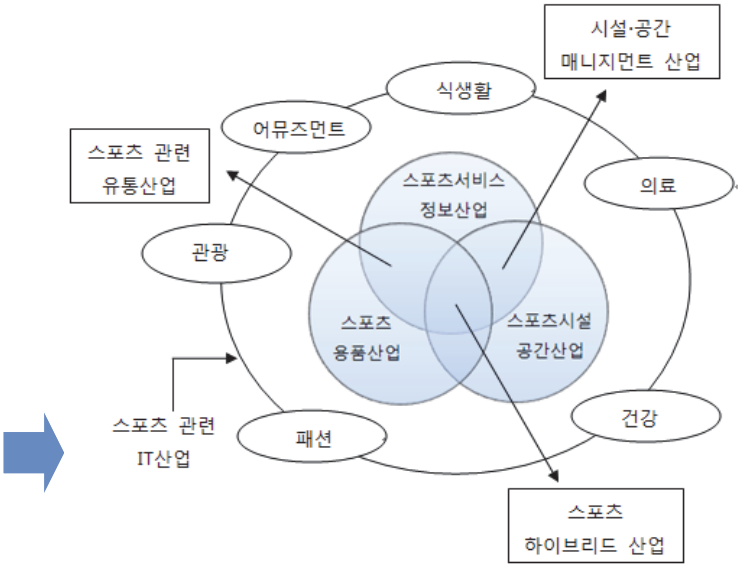
하라다(原田)와 마노(間野)(2011)는 20세기 후반 이전의 스포츠 전통영역을 독립적인 스포츠용품, 스포츠 서비스·정보, 스포츠 시설의 3개의 독립적 영역으로 분류하다가 20세기 후반에 이르면서 각 영역이 상호 융합하였다고 보고 있다. 스포츠 영역의 상호 융합을 통해 스포츠 관련 유통산업, 프로스포츠, 시설·공간 매니지먼트 사업이 새로이 형성되었고, 프로스포츠는 전통적인 3개 영역을 모두 아우르는 융합 업종이라고 보고 있다. 더 나아가 21세기에는 스포츠산업 이외의 패션, 건강, 의료, 관광 등 비 스포츠 분야와의 융합도 이루어졌다고 해석하고 있다. 이 과정에는 스포츠 관련 IT산업이 타 산업과의 융합에 결정적 역할을 한다고 주장하고 있다.

〈그림 1-3〉 하라다와 마노의 스포츠산업 분류 기준 변화



〈스포츠산업의 전통 3영역〉
(20세기 후반 이전)

〈스포츠산업 3영역의 융합〉
(20세기 후반 이후)



〈스포츠산업 3영역 융합의 심화 – (현재)〉

※ 출처: 原田宗彦, 間野(2011)

중국 스포츠산업 통계 조사위원회는 중국 스포츠산업을 스포츠 경쟁 시범업(프로스포츠), 헬스·여가 스포츠업, 스포츠 중개(仲介) 서비스업, 스포츠 용품업, 스포츠 건설업 및 기타 스포츠 서비스업의 6개의 유형으로 구분하였으며, 각 유형별로 2-3개의 산업분류를 하였다. 유형은 시장에서 통용되고 학자들에 인식되고 있는 분류를 말하며 2-3개의 산업분류는 국민경제산업분류(國民經濟産業分類)를 따르고 있다. 이처럼 오늘날의 스포츠산업은 포괄하는 범위와 내용이 매우 다양하며 각기 다른 산업분류가 통합된, 복합적인 구조로 되어있다.

〈표 1-3〉 중국의 스포츠산업 분류

	산업분류
스포츠경쟁시범업	스포츠조직 관리활동
	스포츠시설 관리활동
스포츠헬스여가업	여가 헬스 오락 활동
	기타 오락 활동
스포츠중개서비스업	스포츠중개서비스
스포츠 용품업	스포츠 용품, 복장, 신발, 모자 및 연관 스포츠 제품 판매
스포츠건설업	스포츠시설 건설업
기타 스포츠 서비스업	기타 스포츠서비스

※ 출처: 中国体育学学会(2011)

또한, 특정산업이 스포츠산업인지 아닌지를 분류하는 것은 스포츠의 외연 확대와 관련해서 파생되는 문제이며 스포츠 관련 상품이 지속적으로 생겨나는 가운데 전문화된 산업영역의 발현이 진행 중이기 때문에 발생하는 문제이다. 이러한 스포츠산업의 특성을 고려하여 국내에서는 2000년 1월 스포츠산업 특수 분류 v1.00이 제정되었고 대분류 3개, 중분류 12개, 소분류 23개로 구성되어 있다.

〈표 1-4〉 스포츠산업 특수 분류 v1.0(2000.1)

그룹	KSIC	항목명	품목명
1		• 운동 및 경기용품 제조업	
1-1	18141	• 셔츠 및 체육복 제조업	스포츠의류 제조
1-2	19302	• 기타 신발 제조업	경기용 및 특수용 신발 제조
1-3		• 운동 및 경기용구 제조업	
1-3-1	36931	• 체조, 육상 및 체력단련용 장비 제조업	
1-3-2	36932	• 놀이터용 장비 제조업	
1-3-3	36933	• 낚시 및 수렵용구 제조업	
1-3-4	36939	• 기타 운동 및 경기용구 제조업	
2		• 경기 및 오락스포츠업	

그룹	KSIC	항목명	품목명
2-1		• 경기장 운영업	
2-1-1	88311	• 실내경기장 운영업	
2-1-2	88312	• 실외경기장 운영업	
2-1-3	88313	• 경마 및 경주장 운영업	
2-2		• 경기 전문종사업	
2-2-1	88321	• 프로 및 실업 경기단체	
2-2-2	88329	• 기타 경기 전문종사업	
2-3		• 골프장 및 스키장 운영업	
2-3-1	88331	• 골프장 운영업	
2-3-2	88332	• 스키장 운영업	
2-4		• 기타 운동시설 운영업	
2-4-1	88391	• 체력단련시설 운영업	
2-4-2	88392	• 수영장 운영업	
2-4-3	88393	• 볼링장 운영업	
2-4-4	88394	• 당구장 운영업	
2-4-5	88395	• 종합오락운동시설 운영업	
2-4-6	88399	• 그 외 기타 운동시설 운영업	
2-5		• 수상스포츠시설 운영업	
2-5-1	88921	• 해수욕장 운영업	
2-5-2	88929	• 기타 수상오락 서비스업	수상 스포츠시설 운영
2-9		• 기타 경기 및 오락스포츠업	
2-9-1	75995	• 연예인 및 기타 공인 매니저업	스포츠인 매니저
2-9-2		• 그 외 기타 경기 및 오락스포츠업	
3		• 운동 및 경기용품 유통 및 임대업	
3-1	51474	• 운동 및 경기용품 도매업	
3-2		• 운동, 경기용품 및 자전거 소매업	
3-2-1	52641	• 운동 및 경기용품 소매업	
3-2-2	52642	• 자전거 및 기타 운송장비 소매업	자전거 소매업
3-3	71303	• 경기 및 여가용품 임대업	

※ 출처: 통계청. 스포츠산업 특수 분류 v1.0(2013)

(2) 스포츠산업 특수 분류 v2.0

국가승인통계 지정 목적에 부합하기 위해서 2008년 6월 스포츠산업 특수 분류 v1.0을 개정한 스포츠산업 특수 분류 v2.0은 대분류 4개, 중분류 15개, 소분류 46개로 구성되어 있으며, 스포츠산업의 현실을 반영하기 위해서 소분류 항목에 스포츠 미디어(스포츠 방송업, 스포츠 신문업) 분야가 추가되었다. 스포츠 미디어 분야는 스포츠산업 진흥기반에 필요한 분야이며 2차 자료를 활용한 정확한 통계산출이 가능하다. 스포츠산업 특수 분류 v2.0의 구체적인 분류내용은 〈표 1-5〉와 같다.

〈표 1-5〉 스포츠산업 특수 분류 v2.0(2008.6)

대분류	중분류	중분류명	세분류	KSIC	산업분류명	품목명
1. 운동 및 경기 용품 제조업	1-1	기타 비알콜음료 제조업	1-1-1	11209	기타 비알콜음료 제조업	스포츠음료 (알카리성 이온음료)
	1-2	섬유제품 및 의복 제조업	1-2-1	13224	천막 및 기타 캔버스 제품 제조업	캠핑용 직물제품
			1-2-2	13229	기타 직물제품 제조업	구명자켓, 구명벨트
			1-2-3	14191	셔츠 및 체육복 제조업	스포츠의류 제조
			1-2-4	14199	그 외 기타 봉제의복 제조업	스포츠의류 부분품
	1-3	가방 및 신발 제조업	1-3-1	15129	가방 및 기타 보호용 케이스 제조업	등산용 배낭
			1-3-2	15219	기타 신발 제조업	경기용 및 특수용 신발 제조
			1-3-3	15220	신발부분품 제조업	경기용 운동화 부분품
	1-4	운동 및 경기용구 제조업	1-4-1	25200	무기 및 총포탄 제조업	수렵용 공기총, 경기용 총포탄
			1-4-2	31120	오락 및 스포츠용 보트 건조업	범선, 요트, 카누, 카약
			1-4-3	31991	자전거 및 환자용 차량 제조업	스포츠용 자전거, 자전거 부품
			1-4-4	33301	체조, 육상 및 체력단련용 장비 제조업	
			1-4-5	33302	놀이터용 장비 제조업	
			1-4-6	33303	낚시 및 수렵용구 제조업	
			1-4-7	33309	기타 운동 및 경기용구 제조업	
			1-4-8	33409	기타 오락용품 제조업	볼링용구, 당구용구
			1-4-9	33999	그 외 기타 달리 분류되지 않은 제품 제조업	회전목마, 기타 흥행장용품
2. 경기 및 오락 스포츠업	2-1	경기장 운영업	2-1-1	91111	실내경기장 운영업	

대분류	중분류	중분류명	세분류	KSIC	산업분류명	품목명
			2-1-2	91112	실외경기장 운영업	
			2-1-3	91113	경주장 운영업	
	2-2	기타 스포츠 서비스업	2-2-1	91191	스포츠 클럽 운영업	
			2-2-2	91199	그 외 기타 스포츠 서비스업	*스포츠미디어 (방송,신문)
	2-3	골프장 및 스키장 운영업	2-3-1	91121	골프장 운영업	
			2-3-2	91122	스키장 운영업	
2. 경기 및 오락 스포츠업	2-4	기타 스포츠시설 운영업	2-4-1	91131	종합 스포츠시설 운영업	
			2-4-2	91132	체력단련시설 운영업	
			2-4-3	91133	수영장 운영업	
			2-4-4	91134	볼링장 운영업	
			2-4-5	91135	당구장 운영업	
			2-4-6	91136	골프연습장 운영업	
			2-4-7	91139	그 외 기타 스포츠시설 운영업	
			2-4-8	91291	무도장 운영업	무도장
			2-4-9	91292	체육공원 및 유사 공원 운영업	체육공원 운영
	2-5	수상스포츠시설 운영업	2-5-1	91231	낚시장 운영업	
			2-5-2	91239	기타 수상오락 서비스업	수상스포츠 시설 운영
	2-6	갬블링 및 베팅업	2-6-1	91241	복권발행 및 판매업	스포츠토토
			2-6-2	91249	기타 갬블링 및 베팅업	경마. 경륜. 경정 관련 베팅시설
	2-9	기타 경기 및 오락스포츠업	2-9-1	73901	매니저업	스포츠인 매니저
			2-9-2		그 외 기타 경기 및 오락스포츠업	
3. 운동 및 경기 용품 유통. 임대업	3-1	운동 및 경기용품 도매업	3-1-1	46464	운동 및 경기용품 도매업	
			3-1-2	46465	자전거 및 기타 운송장비 도매업	스포츠용 자전거 및 부품 도매
	3-2	운동, 경기용품 및 자전거 소매업	3-2-1	47631	운동 및 경기용품 소매업	
			3-2-2	47632	자전거 및 기타 운송장비 소매업	스포츠용 자전거 소매
	3-3	스포츠 및 레크리에이션 용품 임대업	3-3-1	69210	스포츠 및 레크리에이션 용품 임대업	
4. 스포츠 및 레크리에이션 교육기관	4-1	스포츠 및 레크리에이션 교육기관	4-1-1	85611	스포츠 교육기관	
			4-1-2	85612	레크리에이션 교육기관	댄스교습

※ 주: 스포츠미디어(방송, 신문)는 특수 분류에 미포함부분으로 문화체육관광부의 판단에 따라 포함시킴

※ 출처: 통계청. 스포츠산업 특수 분류 v2.0(2013)

이러한 분류체계에 따르면 스포츠산업은 운동 및 경기용품 제조업, 경기 및 오락스포츠업, 운동 및 경기용품 유통 및 임대업, 스포츠 및 레크리에이션 교육기관으로 대분류된다. 운동 및 경기용품 제조업은 크게 기타 비알코올음료 제조업, 섬유제품 및 의복 제조업, 가방 및 신발 제조업, 운동 및 경기용구 제조업으로 분류된다. 경기 및 오락스포츠업은 경기장 운영업, 기타 스포츠 서비스업, 골프장 및 스키장 운영업, 기타 스포츠시설 운영업, 수상스포츠시설 운영업, 갬블링 및 베팅업, 기타 경기 및 오락스포츠업으로 분류된다. 운동 및 경기용품 유통 및 임대업은 운동 및 경기용품 도매업, 운동, 경기용품 및 자전거 소매업, 스포츠 및 레크리에이션용품 임대업으로 분류된다.

스포츠산업 특수 분류 v2.0에 근거하여 시행된 스포츠산업 실태조사는 2010년 11월 국가승인통계(승인번호 제11321호)로 지정되었다. 2011년 기준 스포츠산업 실태조사까지는 스포츠산업 특수 분류 v2.0을 적용하였으나 2012년 12월 스포츠산업 특수 분류 v2.0을 개정하여 2012년 기준 스포츠산업 실태조사부터는 스포츠산업 특수 분류 v3.0을 적용하였다.

(3) 스포츠산업 특수 분류 v3.0

스포츠산업 특수 분류 v2.0을 개정하게 된 배경 및 필요성을 살펴보면 첫째, 스포츠산업 정책상의 분류와 스포츠산업 특수 분류 간의 괴리 발생 즉, 스포츠산업 진흥 기반에 필요한 스포츠 미디어 분야 등이 스포츠산업 특수 분류에서 제외되어 있어 스포츠산업 정책 시 스포츠산업 특수 분류 이용이 어렵다는 점이다. 둘째, 바둑의 스포츠 종목 인정, 자전거의 대중화 등 스포츠산업 개념 확대에 따른 스포츠산업 환경 변화 반영이 필요하다는 점이다. 셋째, 스포츠산업 현실을 최대한 반영하여 실제 스포츠산업 정책상 활용 가능한 스포츠산업 특수 분류체계가 필요하다는 점이다. 개정안의 주요 내용을 살펴보면 첫째, 대분류 구조에서 스포츠산업 정책 시 사용되는 분류를 최대한 반영하여 대분류를 기존의 운동 및 경기용품 제조업, 경기 및 오락스포츠업, 운동 및 경기용품 유통 및 임대업, 스포츠 및 레크리에이션 교육기관에서 스포츠 시설업, 스포츠 용품업, 스포츠 서비스업으로 분류하였다. 둘째, 스포츠산업 유통구조 및 현실을 반영할 수 있도록 스포츠 관련 재화 및 서비스가 제조에서 유통까지의 흐름이 이어지도록 세부산업을 추가하고, 스포츠산업의 개념 확대에 따른 현실을 반영하였다. 셋째, 기존의 한국표준산업분류 명칭을 그대로 사용하고 있는 스포츠산업 특수 분류를 스포츠산업의 특징을 나타낼 수 있는 명칭으로 변경하였다. 아래 표는 2018년 일부 개정된 스포츠산업 특수 분류로 10차 한국표준산업분류와 연계되어 있다.

〈표 1-6〉 스포츠산업 특수 분류 v3.0

대분류	중분류	세분류	세세분류		KSIC	산업분류명
스포츠시설업	101 스포츠 시설 운영업	10101 경기장운영업	1010101	실내 경기장 운영업	91111	실내 경기장 운영업
			1010102	실외 경기장 운영업	91112	실외 경기장 운영업
			1010103	경주장 운영업	91113	경주장 및 동물 경기장 운영업
		10102 참여스포츠시설 운영업	1010201	종합 스포츠시설 운영업	91131	종합 스포츠시설 운영업
			1010202	체력단련시설 운영업	91132	체력단련시설 운영업
			1010203	수영장 운영업	91133	수영장 운영업

대분류	중분류	세분류	세세분류		KSIC	산업분류명
스포츠시설업	101 스포츠 시설 운영업	10102 참여스포츠시설 운영업	1010204	볼링장 운영업	91134	볼링장 운영업
			1010205	당구장 운영업	91135	당구장 운영업
			1010206	골프연습장 운영업	91136	골프연습장 운영업
			1010207	스포츠 무도장 운영업	91291	무도장 운영업
			1010208	체육공원 운영업	91292	체육 공원 및 유사 공원 운영업
			1010209	기원 운영업	91293	기원 운영업
		10103 골프장 및 스키장 운영업	1010301	골프장 운영업	91121	골프장 운영업
			1010302	스키장 운영업	91122	스키장 운영업
		10104 수상스포츠시설 운영업	1010401	낚시장 운영업	91231	낚시장 운영업
			1010499	기타 수상스포츠시설 운영업	91239	기타 수상오락 서비스업
		10199 기타 스포츠시설 운영업	1019900	기타 스포츠시설 운영업	91139	그 외 기타 스포츠시설 운영업
	102 스포츠 시설 건설업	10200 스포츠시설 건설업	1020001	스포츠시설 조경 건설업	41226	조경 건설업
			1020002	스포츠 토목시설물 건설업	41229	기타 토목시설물 건설업
스포츠용품업	201 운동 및 경기 용품업	20101 운동 및 경기용품 제조업	2010101	운동 및 경기용 장비 제조업	33309	기타 운동 및 경기용구 제조업
					33409	기타 오락용품 제조업
			2010102	체력단련용 장비 제조업	33301	체조, 육상 및 체력 단련용 장비 제조업
			2010103	자전거 제조업	31991	자전거 및 환자용 차량 제조업
			2010104	낚시 및 수렵용 장비 제조업	33303	낚시 및 수렵용구 제조업
			2010105	놀이터용 기구 제조업	33302	놀이터용 장비 제조업
			2010106	스포츠용 보트 건조업	31120	오락 및 스포츠용 보트 건조업
			2010199	기타 운동 및 경기용품 제조업	25200	무기 및 총포탄 제조업
					33999	그 외 기타 달리 분류되지 않은 제품 제조업
		20102 스포츠 의류 및 관련 섬유제품 제조업	2010201	스포츠 의류 제조업	14192	근무복, 작업복 및 유사의복 제조업
			2010202	캠핑용 직물제품 제조업	13224	천막, 텐트 및 유사 제품 제조업
			2010203	스포츠 관련 직물제품 제조업	13229	기타 직물제품 제조업
			2010204	스포츠 관련 의류부분품 제조업	14199	그 외 기타 봉제의복 제조업

대분류	중분류	세분류	세세분류		KSIC	산업분류명
		20103 스포츠 가방 및 신발 제조업	2010301	스포츠 가방 제조업	15129	가방 및 기타 보호용 케이스 제조업
			2010302	스포츠 신발 제조업	15219	기타 신발 제조업
			2010303	스포츠 관련 신발부분품 제조업	15220	신발 부분품 제조업
스포츠용품업	201 운동 및 경기 용품업	20201 운동 및 경기용품 도매업	2020101	운동 및 경기용구 도매업	46464	운동 및 경기용품 도매업
					46463	장난감 및 취미, 오락용품 도매업
			2020102	자전거 도매업	46465	자전거 및 기타 운송장비 도매업
			2020103	스포츠 의류 도매업	46413	남녀용 겉옷 및 셔츠 도매업
			2020104	스포츠 가방 도매업	46491	가방 및 보호용 케이스 도매업
			2020105	스포츠 신발 도매업	46420	신발 도매업
	202 운동 및 경기용품 유통 및 임대업	20202 운동 및 경기 용품 소매업	2020201	운동 및 경기용구 소매업	47631	운동 및 경기용품 소매업
					47640	게임용구, 인형 및 장난감 소매업
			2020202	자전거 소매업	47632	자전거 및 기타 운송장비 소매업
			2020203	스포츠 의류 소매업	47419	기타 의복 소매업
			2020204	스포츠 가방 소매업	47440	가방 및 기타 가죽제품 소매업
			2020205	스포츠 신발 소매업	47430	신발 소매업
			2020206	스포츠 관련 무점포 소매업	47911	전자상거래 소매 중개업
					47912	전자상거래 소매업
					47919	기타 통신 판매업
					47993	방문 판매업
					47999	그 외 기타 무점포 소매업
		20203 운동 및 경기 용품 임대업	2020300	운동 및 경기용품 임대업	76210	스포츠 및 레크리에이션 용품 임대업
스포츠서비스업	301 스포츠 경기 서비스업	30101 스포츠 경기업	3010100	스포츠 경기업	91191	스포츠 클럽 운영업
		30102 스포츠 베팅업	3010201	스포츠 복권발행 및 판매업	91241	복권발행 및 판매업
			3010299	기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업	91249	기타 사행시설 관리 및 운영업
		30103 스포츠 마케팅업	3010301	스포츠 에이전트업	73901	매니저업
			3010302	회원권 대행 판매업	73903	사업 및 무형 재산권 중개업
			3010303	스포츠 마케팅 대행업	71531	경영컨설팅업
			3010399	기타 스포츠 마케팅업	9119	그 외 기타 스포츠 서비스업

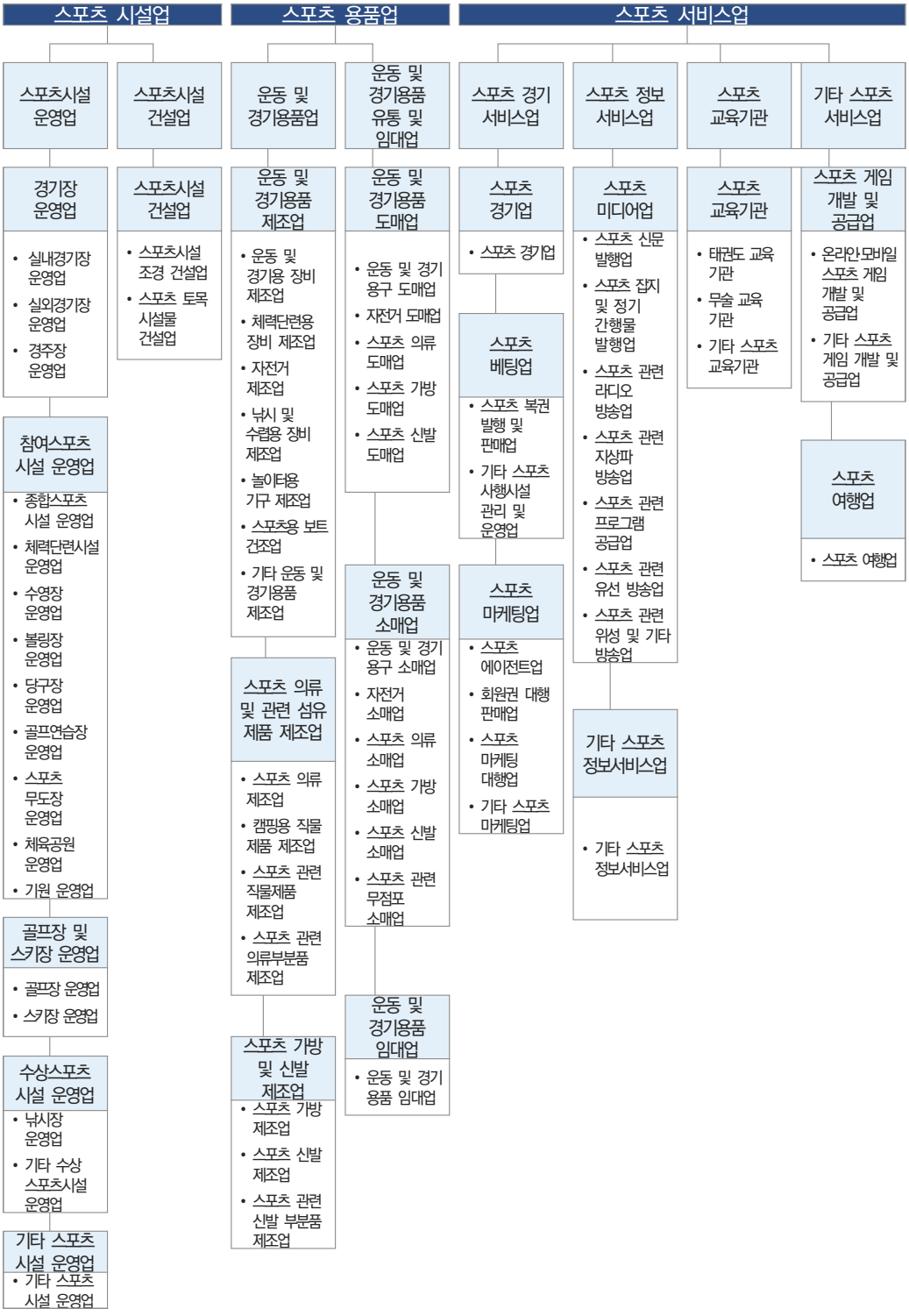
대분류	중분류	세분류	세세분류		KSIC	산업분류명
스포츠서비스업	302 스포츠 정보 서비스업	30201 스포츠 미디어업	3020101	스포츠 신문 발행업	58121	신문 발행업
			3020102	스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	58122	잡지 및 정기간행물 발행업
			3020103	스포츠 관련 라디오 방송업	60100	라디오 방송업
			3020104	스포츠 관련 지상파 방송업	60210	지상파 방송업
			3020105	스포츠 관련 프로그램 공급업	60221	프로그램 공급업
			3020106	스포츠 관련 유선 방송업	60222	유선 방송업
			3020107	스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	60229	위성 및 기타 방송업
		30299 기타 스포츠 정보 서비스업	3029900	기타 스포츠 정보서비스업	63991	데이터베이스 및 온라인정보 제공업
	303 스포츠 교육 기관	30300 스포츠 교육기관	3030001	태권도 교육기관	85611	태권도 및 무술 교육기관
			3030002	무술 교육기관	85611	태권도 및 무술 교육기관
			3030099	기타 스포츠 교육기관	85612	기타 스포츠 교육기관
					85613	레크리에이션 교육기관
	399 기타 스포츠 서비스업	39901 스포츠 게임 개발 및 공급업	3990101	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	58211	유선 온라인게임 소프트웨어 개발 및 공급업
					58202	모바일게임 소프트웨어 개발 및 공급업
			3990199	기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	58219	기타 게임소프트웨어 개발 및 공급업
		39902 스포츠 여행업	3990200	스포츠 여행업	75210	여행사업
					75290	기타 여행보조 및 예약서비스업

※ 주: 스포츠산업 특수 분류 v3.0은 2012년 12월에 제정되었고, 2018년 일부 개정 및 10차 한국표준산업분류(KSIC)에 따른 연계표 개정이 있었다.

※ 출처: 통계분류포털(kssc.kostat.go.kr). 스포츠산업 특수 분류 v3.0

스포츠산업 특수 분류 v3.0은 3개의 대분류, 8개의 중분류, 20개의 세분류, 66개의 세세분류로 구분된다. 스포츠산업은 대분류의 경우 스포츠 시설업, 스포츠 용품업, 스포츠 서비스업으로 구분된다. 스포츠 시설업은 크게 스포츠시설 운영업, 스포츠시설 건설업으로 분류되고 스포츠 용품업은 운동 및 경기용품업, 운동 및 경기용품 유통 및 임대업으로 분류된다. 스포츠 서비스업은 스포츠 경기 서비스업, 스포츠 정보 서비스업, 스포츠 교육기관, 기타 스포츠 서비스업으로 분류된다. 스포츠산업 특수 분류 v3.0은 〈표 1-6〉과 같고 이를 그림으로 표현한 것이 〈그림 1-4〉이다.

〈그림 1-4〉 국내 스포츠산업 분류(스포츠산업 특수 분류 v3.0)



4) 세계 경제와 스포츠산업의 전망

2024년 세계경제는 전반적으로 완만한 성장세를 이어가고 있으나, 국가별·지역별 경기 흐름은 차별화되는 양상을 보이고 있다. 대외경제정책연구원(KIEP)은 2024년 5월 발표한 「2024년 세계경제 전망(업데이트)」에서 2024년 세계경제 성장률을 종전 전망치보다 0.2%p 상향한 3.0%로 전망하고, 2025년에는 3.2%를 기록할 것으로 예상하였다. 이는 2023년 11월 발표 당시의 2024년 전망치 2.8%보다 개선된 수치이다.

주요 선진국 가운데 미국은 예상보다 견조한 소비지출, 민간투자 회복, 정부지출 등을 바탕으로 상대적으로 양호한 성장세를 보였다. KIEP는 2024년 미국 경제성장률 전망치를 기존보다 0.9%p 상향한 2.4%로 제시하였으며, 이후 미국 상무부 경제분석국(BEA) 자료를 기반으로 한 FRED 연간 실질 GDP 통계에서도 2024년 미국 실질 GDP 성장률은 2.8%로 확인된다. 다만 미국 경제는 높은 공공부채와 고금리 부담이라는 구조적 위험을 동시에 안고 있다. 미국의 총공공부채는 2024년에도 GDP 대비 120.2% 수준을 기록했으며, 2024년 11월에는 총국가채무가 36조 달러(약 4경 9,084조 원)를 넘어섰다. 2024년 12월 연방공개시장위원회(FOMC)는 기준금리 목표범위를 4.25~4.50%로 낮추었지만, 여전히 높은 금리 수준은 가계의 이자 부담과 기업의 투자비용에 영향을 미치는 요인으로 남아 있다.

중국 경제는 부동산 경기 둔화, 내수 회복 지연, 대외 불확실성 등으로 중장기 저성장 경로 진입 가능성이 지속적으로 제기되었다. KIEP는 2024년 중국 경제성장률을 4.8%로 전망했으나, 중국 국가통계국(NBS)이 발표한 2024년 중국 GDP 성장률은 5.0%로, 정부의 '5% 내외' 성장 목표에 부합하였다. 2024년 중국의 GDP 규모는 134조 9,084억 위안으로 집계되었고, 4분기 성장률은 전년 동기 대비 5.4%를 기록하였다. 다만 이러한 성장에도 불구하고 부동산 부문 조정, 청년층 고용 문제, 소비심리 위축, 미·중 갈등과 공급망 재편은 향후 중국 경제의 지속가능성을 제약하는 요인으로 작용할 가능성이 있다.

일본 경제는 2023년의 회복세 이후 2024년에는 상대적으로 부진한 성장 흐름을 보일 것으로 전망되었다. KIEP는 일본의 2024년 경제성장률을 0.9%로 전망하면서, 내수의 완만한 회복에도 불구하고 2023년 성장을 견인했던 수출입 부문의 기여도가 약화될 가능성을 지적하였다. 한편 일본은행은 2024년 3월 금융정책 결정에서 기존의 양적·질적 금융완화와 수익률곡선관리(YCC), 마이너스 금리정책이 역할을 다했다고 평가하고, 단기금리를 주요 정책수단으로 운용하는 방향으로 정책체계를 전환하였다. 이는 2016년 이후 지속된 일본의 마이너스 금리정책이 종료되었다는 점에서 일본 경제 정상화 과정의 중요한 변화로 볼 수 있다.

이와 같은 세계경제 여건 속에서도 글로벌 스포츠산업의 성장 전망은 비교적 긍정적으로 평가된다. Deloitte는 「2024 Sports Industry Outlook」에서 2024년 스포츠산업의 전반적 경제성이 계속 견조할 것으로 전망하면서도, 최근 수년간 변화해 온 상업모델이 기존 수익원과 신흥 수익원 전반에서 지속적으로 재편될 것으로 보았다. 특히 스폰서십, 티켓 판매, 라이선싱, 머천다이즈 등 전통적 수익원은 팬 데이터의 수집·분석·활용 고도화와 결합하면서 발전할 것으로 전망된다. 동시에 투자자와 미디어 권리 보유자의 다양화, 스포츠의 글로벌화, 여성 스포츠 성장, 경기장 및 복합개발 기반의 신규 부동산 벤처 등은 새로운 수익 창출 가능성을 확대하는 요인으로 제시되었다.

스포츠산업의 디지털 전환도 중요한 변화 요인이다. Deloitte는 스포츠 조직들이 팬 행동·상호작용 데이터를 통합하고, 이를 기반으로 독자적인 팬 데이터베이스를 구축하는 데 더 많은 투자와 노력을 기울일 것으로

전망하였다. 이러한 팬 데이터는 맞춤형 마케팅, 프로모션, 팬 경험 개선뿐 아니라 스폰서십, 네이밍 권리, 미디어 권리 계약 등 새로운 수익원 강화에도 활용될 수 있다. 또한 생성형 AI는 콘텐츠 제작과 관리, 실시간 경기 중계, 선수 평가, 팬 참여, 백오피스 운영 등 스포츠산업의 다양한 영역에 빠르게 확산될 가능성이 높다.

여성 스포츠산업의 성장도 2024년 글로벌 스포츠산업의 주요 특징으로 볼 수 있다. Deloitte는 2024년 여성 엘리트 스포츠 수입이 처음으로 10억 달러를 넘어 12억 8,000만 달러(약 1조 7,452억 원)에 이를 것으로 전망하였다. 이 가운데 상업수입은 6억 9,600만 달러(약 9,490억 원, 55%), 방송수입은 3억 4,000만 달러(약 4,636억 원, 27%), 경기일 수입은 2억 4,000만 달러(약 3,272억 원, 18%)로 제시되었다. 이는 여성 스포츠가 단순한 참여 확대 단계를 넘어 미디어 권리, 스폰서십, 경기장 수입을 갖춘 독립적 산업 영역으로 성장하고 있음을 보여준다.

종합하면, 2024년 세계경제는 미국과 인도 등 일부 국가의 견조한 성장에도 불구하고, 중국의 성장 둔화 가능성, 고금리와 고부채 부담, 지정학적 충돌, 공급망 재편, 정책 불확실성이라는 복합적 위험에 직면해 있다. 그러나 스포츠산업은 팬덤, 미디어 권리, 데이터 기반 마케팅, 여성 스포츠, 글로벌 이벤트, 복합개발형 경기장 등 다양한 성장 동인을 바탕으로 비교적 강한 회복력과 확장성을 보이고 있다. 따라서 2024년 이후 스포츠산업의 경쟁력은 단순한 관람객 회복이나 경기 수요 증가를 넘어, 팬 데이터 활용 역량, 디지털 콘텐츠 유통, 글로벌 시장 진출, 여성 스포츠 및 신흥 종목 투자, 경기장 기반 부가가치 창출 능력에 의해 좌우될 것으로 전망된다.

2 스포츠산업 환경 변화 및 해외 동향

1) 스포츠산업 환경 변화[2)]

(1) 고령사회와 시니어 스포츠산업의 부상

① 고령화의 진전과 스포츠 참여 확대

세계적으로 고령화가 빠르게 진행되면서 시니어 세대의 스포츠 참여와 관련된 산업이 급격히 성장하고 있다. World Bank의 최신 통계에 따르면, 2024년 기준 전 세계 인구 중 65세 이상이 차지하는 비율은 약 10%로 나타났다. 이 수치는 1990년의 6% 수준에서 꾸준히 상승한 결과이며, 향후 2050년에는 약 16%에 이를 것으로 전망되고 있다. 이러한 인구구조 변화는 고령층 중심의 스포츠 시장 확대를 촉진하고 있으며, 선진국뿐 아니라 중·저소득 국가에서도 시니어 체육활동의 정책적 중요성이 커지고 있다. 일본·독일·이탈리아·한국 등은 이미 초고령사회로 진입하여, 신체활동 증진을 복지정책과 연계하는 형태로 발전하고 있다. 미국의 65세 이상 인구는 약 6,118만 명으로 전체의 18%를 차지하며, 이들 고령층은 건강관리와 사회참여를 위해 스포츠·레저 소비에 적극적으로 참여하고 있다. 미국의 National Senior Games는 1987년 2,500명이던 참가 규모가 2023년에는 1만 1,681명으로 증가하였으며, 21개 종목이 정식 채택되어

2) 스포츠산업 환경변화에 관한 내용은 국민체육진흥공단 한국스포츠과학원에서 발간하는 연구보고서 글로벌 스포츠산업 리포트를 기반으로 작성하였음.

시니어 세대의 생활스포츠 참여가 제도화되고 있다. 유럽에서도 유사한 흐름이 나타나고 있으며, 영국의 Age-Friendly Sport Network, 독일의 Active Aging through Movement 프로그램은 노년층의 자율적 참여 기반 생활체육 확산에 기여하고 있다.

② 헬스케어 융합형 시니어 스포츠 시장의 성장

시니어 스포츠는 단순한 여가활동을 넘어 헬스케어·테크놀로지·보험 산업과 융합하며 복합 생태계로 발전하고 있다. 미국의 보험사 United Health Group은 웨어러블 기기를 통해 실시간 생체 데이터를 수집하고, 개인별 건강상태를 분석하여 운동량과 강도를 조절하는 프로그램을 운영한다. 애플의 Fitness+ Senior Edition은 고령층 전용 콘텐츠를 추가하여 근력·균형감각 유지·호흡 조절 등을 중심으로 한 운동법을 제공한다. 일본은 스포츠청 및 보건복지부 주도의 지역 연계형 운동처방 시스템을 통해 의사의 운동처방 정보를 체육지도자에게 전달하고 지역 체육시설에서 실행하는 구조를 제도화하고 있다. 캐나다의 Healthy Aging through Sport 프로그램은 체육지도자와 물리치료사, 간호사 간 협업을 통해 고령층 대상 예방의학형 운동을 제공하고 있다. 이러한 서비스들은 고령층의 자립도 향상과 사회적 고립 해소에 기여하며, 시니어 스포츠를 복지정책에서 산업정책의 영역으로 확장시키고 있다. 유럽에서는 독일 Senior functional training center, 프랑스 운동처방센터 사례와 같이 예방의료 연계를 강조하는 형태가 보편화되고 있다.

③ 소비구조의 다양화와 시니어 경제의 부상

시니어 스포츠 소비는 종목 경험·용품·보조기기에서 멈추지 않고, 원정형 스포츠 이벤트 소비, 스포츠 관광, 디지털 운동콘텐츠까지 확장되고 있다. 워킹, 수중운동, 게이트볼, 파크골프 등 부담이 적은 종목 중심의 생활형 참여가 대표적이며 장비·보조기기 제품류가 고령자 전용시장으로 빠르게 자리 잡고 있다. 또한 온라인 운동 서비스는 지역시설 의존도를 낮추며 지속사용성을 높이고 있으며, 대회 참여 경험은 소비의 감정적 가치와 사회적 관계가 강화되는 방향으로 소비심리를 전환시키고 있다. 특히 북미의 시니어 스포츠 대회는 참여 경험이 용품 소비, 원정 참가, 서비스 이용으로 이어지는 연계형 소비 구조를 형성하고 있어, 이러한 "참여-소비 연결 모델"은 글로벌 시장에서도 모범 사례로 평가받고 있다.

④ 정책적 지원과 제도 기반의 강화

정책적 측면에서 미국은 스포츠·피트니스·영양위원회(PCSFN: President's Council on Sports, Fitness, and Nutrition)를 중심으로 전 연령대에 걸쳐 스포츠 참여를 확대해 나가는 국가 차원의 "전 생애 스포츠 참여 체계"를 유지하고 있으며, 캐나다는 「국가 스포츠정책 2023-2033」을 기반으로 고령층 스포츠 참여율 제고 및 좌식생활 감소를 핵심 목표로 설정하고 있다. 영국은 국가보건서비스(NHS: National Health Service)가 주도하는 운동처방 제도를 확산시키고 있으며, 일본은 시니어 전용 체육시설 확충과 지역단위 운영체계 강화로 고령층의 체육 접근성을 높이고 있다. 이 같은 정책은 시니어 스포츠가 의료·복지·돌봄 중심의 지원영역에 머무르지 않고 산업정책 및 공공서비스 영역으로 확장되고 있음을 보여주며, 공공성과 산업성장이 동시에 추구되는 방향으로 진화하고 있다.

⑤ 국가별 모델의 차이와 비교분석

국가별 시니어 스포츠 산업 발전 방식은 뚜렷한 차이를 보인다. 북미 지역은 경쟁 중심·리그 중심의 참여 구조를 바탕으로 민간시장 주도의 산업화가 강하게 나타나며, 유럽은 지역 커뮤니티 기반의 생활체육형 모델이 일반화되어 있다. 아시아는 일본의 의료연계 통합형 모델과 한국의 지역복지센터 연계형 운영방식이 혼재하는 복합적 구조가 특징적이다. 또한 캐나다는 노인요양시설을 기반으로 한 시니어 스포츠대회 운영이 제도화되어 있으며, 프랑스는 예방 의료 개념을 적용한 운동처방센터를 공공보험 체계 안에 포함하고 있다. 이러한 국가별 차이는 시니어 스포츠가 단순한 신체활동 참여 영역을 넘어, 사회적 관계 형성·정체성 유지·노년기 자기실현과 같은 의미 기반 가치교환이 이루어지는 시장으로 확장되고 있음을 보여준다. 그리고 향후 각국은 의료비 절감 효과, 지역사회의 유지 능력 확보, 노후 라이프스타일 경제 등 각 국가가 상대적으로 강점을 지닌 영역을 중심으로 차별화 전략을 강화해 나갈 것으로 전망된다.

(2) 글로벌 아웃도어 스포츠산업의 확장과 지속가능성

① 아웃도어 스포츠 시장의 확장 추세

팬데믹 이후 건강과 자연 중심의 생활양식이 확산되며 아웃도어 스포츠는 세계 스포츠산업의 새로운 성장 축으로 부상하고 있다. 일본 아웃도어 시장은 2024년 4조 3,624억 원 규모로 확대되었으며 걷기·트레킹·캠핑 등 일상 기반 야외활동 참여가 대표적인 소비 증가 요인으로 나타나고 있다. 프랑스는 유럽 아웃도어 시장에서 약 16%를 차지하며 약 21%의 독일과 함께 핵심 소비국으로 자리하고 있으며, 북미도 대형 스포츠용품 소비 확대를 중심으로 팬데믹 이전 대비 높은 수준의 수요 회복세가 지속되고 있다. 중국과 한국을 포함한 아시아·오세아니아 지역에서도 캠핑 및 산악레저 중심의 야외활동 소비가 두드러지게 증가하고 있으며 이러한 변화는 글로벌 산업 외연 확장에 기여하고 있다.

② 지속가능성 중심의 경영과 친환경 소비 확산

유럽을 중심으로 아웃도어 기업들은 재활용 소재 사용 확대, 제품 수명 연장, 생산·유통 단계 탄소 정보 공개 등 친환경 중심 경영전환을 본격화하고 있다. 프랑스는 제품 환경정보 공개 의무화 정책을 통해 소비자가 제품의 환경 영향을 확인하도록 제도 기반을 강화하고 있으며, 독일·스웨덴 등은 재활용 섬유 및 순환형 의류서비스 확대를 통해 환경 부담 감소와 책임소비 촉진을 동시에 추진하고 있다. 북미 기업들도 탄소중립 달성을 목표로 신소재 기반의 제품 상용화를 확대하고 있으며, 아시아 지역에서는 친환경 소재 기술 개발과 폐기물 저감 중심의 산업전환 움직임이 나타나고 있다

③ 관광산업과의 융합을 통한 지역경제 활성화

아웃도어 스포츠는 숙박, 교통, 관광, 축제 등 다양한 지역 서비스 산업과 연계되며 지역경제 활성화의 촉매역할을 하고 있다. 프랑스는 산악레저 관광을 계절 제약 없이 운영하는 사계절형 구조로 전환하고 있으며, 일본 홋카이도와 나가노의 경우 산악레저 산업과 지역재생전략의 결합을 통해 지역소득 창출 기반을 육성하고 있다. 호주는 아웃도어 스포츠활동 관련 지출이 지속 증가하며 관광소비 확대와 연계되는 경제 효과가 나타나고 있으며, 미국 국립공원 협력 프로그램과 중동지역 사막형 관광단지 조성사업은 새로운 형태의 어드벤처형 관광 수요를 만들어내고 있다. 한국은 지역 관광형 캠핑시설을 중심으로 지역 수요확대와 인구유입 유도 가능성을 정책적으로 검토하고 있다.

④ 기후변화 대응과 산업구조 전환

기후변화는 아웃도어 산업의 지속가능성에 직접적인 위험요인으로 작용하고 있으며 각국은 기후위험을 고려한 산업구조 전환을 추진하고 있다. 알프스 지역 스키장은 눈 감소 문제에 대응하여 여름철 레저 중심의 사계절형 콘텐츠를 강화하고 있고, 프랑스는 스키리프트 운영과 전기차 충전 인프라를 연계하여 이동수단 전환을 통한 탄소저감 효과를 높이고 있다. 일본과 캐나다는 재생에너지 사용률 확대, 친환경 제설장치 개발, 합성연료 연구 등을 통해 탄소 감축 기반을 확보하고 있으며, 호주는 산불과 폭염에 대비하여 야외활동 시간대 조정, 대피시설 정비 등 제도 대응체계를 강화하고 있다. 이러한 대응은 산업의 기후위험 관리 능력 제고와 장기적 지속가능성 확보라는 두 가지 목적을 동시에 추구하는 구조로 전환되고 있다.

⑤ 국가별 산업구조의 차이와 발전 방향

아웃도어 스포츠산업은 단순히 국가별 특성이 다르다는 차원에서가 아니라, 각국이 어떤 방식으로 지속가능성과 지역경제 활성화, 환경대응 전략을 결합하느냐에 따라 상이한 발전구조를 형성하고 있다는 점에서 의미가 있다. 미국은 민간 브랜드 중심의 시장주도형 구조가 뚜렷하며, 혁신소재 개발과 책임소비 독려를 통해 산업성장을 견인하는 민간혁신형 모델을 발전시키고 있다. 유럽은 공공정책을 통한 관리와 규제 기반을 강화하며, 환경기준·생산투명성·제품정보공개 등을 제도화하여 산업 전체의 지속가능성을 제도적 방식으로 유도하는 관리형 구조가 일반화되어 있다. 일본은 지역사회 참여형 운영모델을 적용하여 지역레저·관광·생활체육의 연계를 강화하고 있고, 중국은 지방정부 주도의 산업단지형 구조를 통해 장비·부품·관광 서비스까지 연계한 통합 생산체계를 구축하며 산업 내 밸류체인 일체화를 지향하고 있다. 인도는 히말라야 지역의 지리적 특성을 관광자산화하여 어드벤처형 스포츠관광을 성장동력으로 삼고 있으며, 호주는 공공과 민간이 공동계획체계를 구축해 교육·관광·환경을 하나의 정책체계 안에서 통합 관리하고 있다. 이러한 국가별 구조는 단순한 산업유형의 차이를 넘어, 아웃도어 산업이 어떤 방식으로 지역사회와 조화되고, 친환경 생산·소비 전환을 유도하며, 관광산업과 시너지를 만들 수 있는지에 대한 전략적 선택의 차이로 해석할 수 있다.

(3) 자전거·마이크로모빌리티 산업의 상업적 진화

① 세계 시장의 성장과 기술혁신

자전거 산업은 교통·생활·레저·스포츠 기능이 융합된 복합형 모빌리티 산업으로 자리 잡고 있으며, 시장 구조의 중심축은 명확하게 전기자전거로 이동하고 있다. 2023년 세계 자전거 시장 규모는 617억 달러이며, 전기자전거는 전체 매출의 55.5%를 차지할 정도로 비중이 확대되고 있다. 판매량 측면에서는 2023년 기준 전 세계 자전거 판매량 1억 3,900만 대 중 중국이 30.2%를 차지하고 있고, 북미가 22.0%, 유럽이 16.6%로 그 뒤를 있고 있다. 전기자전거는 향후 물류, 통근, 관광 등 다층적 용도로 확대되며 신규 수요 생성이 지속될 전망이며, 특히 유럽 고급형 e-bike 시장은 브랜드 중심의 가격 경쟁 심화, 교통정책 전환, 기후정책 연계 등으로 고부가 산업군으로 전환되고 있다.

② 공유모빌리티 서비스의 확산과 디지털 인프라화

공유형 마이크로모빌리티는 도시 교통 구조를 실질적으로 변화시키는 핵심 변수가 되고 있다. 글로벌 공유자전거 시장 매출은 2023년 약 84억 달러 규모이며, 아시아가 이 중 83% 비중을 차지하고 있고 중국만으로도 52억 달러 수준이다. 중국의 헬로바이크(HelloBike)와 메이투안(Meituan) 등은 4억 명 이상의 이용 기반을 구축하며 골목·생활·근거리 교통의 대표 인프라로 완전히 정착한 상태다. 이들 플랫폼은 AI 기반 회전율 예측, 교체형 배터리 운영, 위치기반 자동결제 등 데이터·운영기술을 결합하여 효율성을 극대화하고 있다. 한국의 따릉이, 일본의 도코모 바이크 쉐어(Docomo Bike Share)는 QR 인증·GPS 실시간 위치서비스·자동결제 등 도시 디지털 인프라 기반 서비스를 선도모델로 구축하고 있으며, 미국 라임(Lime)과 버드(Bird)는 전기자전거·전동킥보드 통합 운영으로 2~5km 생활권 이동을 대체 교통영역으로 확장시키고 있다. 이러한 구조는 교통혼잡 완화, 대중교통 보완, 환경부담 감소 등 복합형 사회효과를 창출하고 있다.

③ 정책적 지원과 인프라 투자 확대

각국의 정책지향성은 단순 친환경 교통수단 장려 수준을 넘어 산업 생태계 육성 전략과 연결되고 있다. 프랑스는 플랜 벨로(Plan Vélo) 2030을 통해 자전거도로를 38,000km까지 확장하고 e-bike 구매보조금을 제공하고 있으며, 독일은 e-Mobility 관련 개정을 통해 충전시설 보조비율을 60%까지 확대하는 방식으로 산업기술 확산을 제도화하고 있다. 중국은 2030년까지 전반적인 국민 건강 수준을 향상시키기 위해 추진하는 국가 전략이자 중장기 비전 “Healthy China 2030”과 연계하여 자전거도로망 확장과 배터리 재활용센터 인프라를 결합한 순환경제형 모빌리티 체계를 구축하고 있으며, 싱가포르는 2030년까지 도로의 10%를 전용 모빌리티 구역으로 전환하고 있다.

④ 사이클링 투어리즘과 지역경제 활성화

사이클링 투어리즘은 관광산업의 재구조화를 촉진하는 대표적 융합형 시장으로 자리 잡았다. 유럽의

EuroVelo 루트는 국가 간 연결형 국제 네트워크 기반으로 운영되며, 프랑스는 Tour de France를 중심으로 개최지 중심 축제·관람형 이벤트를 결합하여 스포츠관광을 지역브랜드화하였다. 일본의 시코쿠현은 'Cycling Island' 프로젝트를 통해 지역농촌을 연계한 관광형 코스를 운영하며, 한국의 4대강 자전거길은 지역축제·숙박·음식산업을 포함한 복합관광형 네트워크로 발전하고 있다. 특히 사이클링 투어리즘은 단순히 "한 도시만 소비하는 관광"이 아니라 "길 전체에서 소비가 나누어지는 여행 방식"으로 확산되고 있고 있다. 이는 체류시간 분산·소비 분산·리스크 분산이 동시에 발생하는 구조이며, 축제형 단발 이벤트 중심 소비를 지양하고 일상형 스포츠관광으로 확장시키는 데 기여한다. 기후·생태·환경 감수성이 높아진 소비세대는 대규모 자원투입형 관광보다 지속형 이동경험 기반 관광을 선호하는 경향이 강해지고 있으며, 이는 사이클링 관광을 향후 "탄소중립·지역균형형 관광모델"로 재정의하는 근거로 작동하고 있다.

⑤ 기술 융합형 비즈니스 모델의 확산

자전거 산업은 단순 제조 중심 수익모델에서 데이터·보험·물류·지역경제 결합형 플랫폼 모델로 확장되고 있다. IoT 기반 스마트 헬멧, GPS 트래킹, 사고감지형 안전기기 등을 통해 생성되는 이용 데이터는 보험료율 차등 적용, 교통정책 검증, 지역상권 보상형 탄소절감 포인트제 등으로 가치 전환이 가능해지고 있다. 또한 자전거 주행데이터는 도시 설계, 교통 흐름 분석, 위험구간 진단 등 공공데이터 활용모델로 확장되며 지방정부 정책 의사결정 인프라까지 연결되고 있다. 향후 e-모빌리티, 물류, 스마트시티 데이터 비즈니스가 결합된 복합 생태계 산업으로의 심화가 진행될 것으로 전망된다. 나아가 자전거를 활용한 배송 서비스나, 가까운 거리를 중심으로 하는 라스트마일 물류, 그리고 물건을 맡기거나 찾아가는 거점(PUDO: Point Pick Up & Drop Off)과 결합한 생활 물류 서비스가 확대되면, 기존의 택배 시스템 비용 구조 자체가 달라질 가능성이 크다. 또한 자전거 플랫폼 안에서 광고가 붙거나, 기업이 라이딩 데이터를 활용해 맞춤형 후원 모델을 만드는 것, 자전거 이용을 통해 탄소를 얼마나 줄였는지를 계산하고 이를 포인트나 크레딧으로 거래하는 방식까지 등장할 수 있다. 즉, 자전거 산업은 단순히 "제품을 만들어 파는 산업"이 아니라, 데이터를 기반으로 다양한 서비스를 묶어서 수익을 만드는 디지털 비즈니스 산업으로 이동하는 대표 사례가 될 수 있다.

(4) 스포츠데이터와 기술 기반 산업생태계의 심화

① 데이터 기반 스포츠테크 시장의 성장

스포츠데이터는 경기력 향상은 물론, 리그 운영, 미디어 제작, 커머스, 팬 서비스까지 전 과정의 핵심 인프라로 확장되고 있다. 2024년 글로벌 스포츠테크 시장은 약 500억 달러 규모로 추산되며, 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT), 클라우드, 빅데이터 분석 기술이 결합되면서 산업의 구조적 성장을 이끄는 핵심 동력이 되고 있다. FIFA가 승인한 센서 내장형 축구공(SELECT Brillant Super iBall)은 공이 이동하는 속도, 위치, 궤적, 터치 패턴 등 기존에 측정할 수 없었던 새로운 형태의 데이터를 제공한다. 이러한 기술은 코칭, 경기 판정, 팬 해설 등 다양한 영역에서 데이터 활용 범위를 넓히고 있다. 한편 글로벌 데이터 기업은 스포츠리그와 장기 파트너십을 체결하며 데이터 수집, 가공, 배포 체계를 고도화하고 있다. 글로벌 기업

스포츠레이더(Sportradar)는 2025년 1분기 매출 3억1,100만 유로(전년 대비 17% 증가)를 발표했으며, 미국 메이저리그(MLB)와 데이터 및 미디어 공급 계약을 8년간 연장하였다. 이를 통해 경기 데이터가 방송, 베팅, 콘텐츠 제작으로 전환되어 수익을 발생시키는 새로운 산업 구조가 확립되고 있다.

② 팬 경험의 디지털 전환과 몰입형 콘텐츠의 확산

팬 경험은 단순하게 중계를 보는 형태에서 벗어나, 데이터를 기반으로 팬이 직접 참여하는 방식으로 변화하고 있다. 유럽 프로축구는 가상현실(VR), 증강현실(AR) 기술을 적용하여 실시간 경기 데이터를 시각적으로 제공하는 형태가 확산되고 있으며, 방송사들은 VR 기반 중계를 도입하여 현장감을 강화한 관람 방식을 확대하고 있다. 맨체스터 시티는 버추얼 스타디움 형태로 팬이 3차원 공간에서 경기를 경험할 수 있도록 기술을 적용했고, 팬은 아바타로 입장해 경기 상황을 새로운 시점에서 체험할 수 있다. 북미 지역도 AI 음성 해설과 개인 맞춤형 영상 생성 기술을 본격 도입하고 있으며, 하이라이트 자동 요약, 장면별 실시간 분석 해설이 가능한 형태로 발전하고 있다. 디지털 카드(NFT)와 같은 팬 참여형 자산 역시 확산되고 있다. 디지털 자산은 소유권과 희소성이 명확하게 관리되며, 팬이 직접 참여하고 거래할 수 있고, 구단은 이를 새로운 라이선스 수익과 연결시키고 있다. 이러한 변화는 팬 데이터가 개인화된 경험과 상호작용을 이끌어내고, 이를 통해 수익원이 다양해지는 순환 구조를 만드는 데 기여하고 있다.

③ 데이터 윤리와 표준화 제도의 구축

스포츠데이터 활용이 확산되면서 개인정보 보호, 데이터 소유권, 책임 주체를 명확히 설정할 필요성이 커지고 있다. 유럽연합은 데이터 관리 원칙을 제도화하며 활용 범위와 처리 기준을 명확히 하고 있고, 영국과 EU는 데이터 처리 투명성과 책임 있는 사용을 제도적으로 뒷받침하는 방안을 논의하고 있다. 스포츠 현장에서는 데이터 무결성이 중요한 문제로 등장하고 있으며, 이는 경기 조작, 베팅 부정행위와 같은 위험을 사전에 탐지하기 위한 기술 개발로 이어지고 있다. 예를 들어 탁구 국제연맹은 의심 경기를 판독하기 위해 데이터 기반 사기 탐지 시스템을 운영하고 있으며, 이는 계정 수준에서 발생하는 베팅 데이터를 분석하여 비정상적 패턴을 실시간으로 모니터링하고 위험성을 판단하는 방식이다. 이러한 흐름은 단순한 기술관리 차원을 넘어 데이터 활용 규칙과 책임 분배를 명확히 할수록 산업 전반의 신뢰도와 안정성을 높일 수 있다는 점을 보여준다.

④ 글로벌 기업의 전략적 확장과 산업 구조의 변화

글로벌 데이터 기업들은 그동안 선수 분석 중심으로 구축되었던 비즈니스 모델을 확장하여 스폰서십 효과 분석, 광고성과 측정, 팬 행동 예측, 방송 제작 자동화, 베팅 리스크 관리 같은 고부가 영역으로 진입하고 있다. 북미와 유럽 방송사는 자동 영상 편집, 동적 하이라이트 생성, 인공지능 해설 등의 기술을 적용하며 방송 제작의 효율성과 다양성을 높이고 있다. 동일한 경기라도 팬 특성이나 시청 성향에 따라 다른 버전의 콘텐츠를 생성하고 배포할 수 있는 기술이 상용화되면서 콘텐츠 소비 방식의 변화 속도가 가속화되고 있다. 이러한 변화는 데이터가 콘텐츠 제작과 수익화 과정 모두에서 핵심 자원이 되고 있다는 점을 보여준다.

동시에 블록체인 기술을 활용한 판권 검증과 원본 신뢰도 확인, 팬 참여 보상형 플랫폼과 같은 데이터 커머스 모델도 확산되고 있다. 소레어(Sorare)의 디지털 선수 카드 사례처럼 팬이 직접 디지털 자산을 소유하고 거래할 수 있는 구조가 등장하면서, 스포츠 산업은 콘텐츠 중심 수익모델에서 데이터 중심 수익모델로 전환되고 있다. 이처럼 장비 기반 데이터 수집, 플랫폼 기반 분석과 유통, 콘텐츠 제작, 커머스 수익화 과정이 하나의 생태계 안에서 연결되며 스포츠 산업은 전통적인 콘텐츠 기업 중심 구조에서 데이터 비즈니스 중심 구조로 재편되고 있다.

2) 해외 동향

전 세계 스포츠산업의 규모는 2024년 기준 1조 6,195억 달러(약 2,208조 원)의 규모로 추정되고 있다(Plunkett Research, 2026). 특히, 국가별 스포츠산업 규모의 경우 한국과 같이 매년 스포츠산업 전체의 규모를 통계로 작성하는 국가는 거의 없는 실정이며, 대부분의 국가에서는 스포츠산업 내 주요 영역(프로스포츠, 용품업, 시설업, 교육 시장 등)으로 분류하여 스포츠산업의 규모를 추정하고 있다. 본 장의 국가별 자료들은 공식적인 국가 기관의 자료를 우선하고자 하였고, 해당 자료가 보고되지 않은 국가의 경우 민간 보고서 자료 및 위성계정 기반 연관 총 산출 등 여러 가지 기준을 바탕으로 각국의 스포츠산업 규모에 대한 추정치를 기록하고 있다.

국가별 스포츠산업 규모를 살펴보면, 미국은 2024년 스포츠 및 레크리에이션 시장이 약 6,360억 달러(한화 약 867조 원), 중국은 2024년 약 3조 8,421억 위안(약 729.8조 원), 독일은 2022년 기준 1,394억 유로(약 205.6조 원), 일본은 2022년 기준 약 15조 5,204억 엔(약 139.8조 원), 프랑스는 2024년 804억 유로(약 118.6조 원), 호주는 2024년 약 400억 호주달러(약 36.0조 원), 영국은 2021년 기준으로 870억 파운드(약 151.6조 원), 인도는 2024년 약 190억 달러(약 25.9조 원), 캐나다는 2024년 169억 캐나다달러(약 16.8조 원)로 추정되고 있다.

(1) 미국

2024년 미국 스포츠산업은 약 6,360억 달러(한화 약 867조 원) 규모로 추정되며, 전년 대비 약 4.7% 성장하였다(Plunkett, 2025). 이는 전 세계 스포츠산업의 37~40%에 해당하며 단일 국가 기준으로는 압도적인 비중이다. 미국은 미디어 권리, 스폰서십, 입장권 판매, 머천다이징, 스포츠용품, 스포츠베팅, 디지털 기술 등 다양한 수익 구조를 갖춘 산업 생태계를 통해 안정적 성장을 이어가고 있다. 미국 가구당 평균 스포츠 관련 지출은 2023년 1,065달러(약 150억 원)에서 2024년 1,122달러(약 159억 원)로 5.4% 증가하였으며(Deloitte, 2024), 이는 소비 회복세와 현장 관람 증가에 따른 효과로 풀이된다.

관객 스포츠 시장도 회복세가 뚜렷하다. Mordor Intelligence의 전망에 의하면 미국 관객 스포츠 시장은 향후 연평균 6% 이상의 성장을 보일 것으로 예상된다. 또한 Sports ETA의 「State of the Industry: Spectator Sports Tourism」(2024)에 따르면, 미국 관객 스포츠 관광의 경제적 효과는 2024년 1,144억 달러(약 162조 원)에 달했으며, 이는 전년 대비 6.1% 증가한 수치다. 같은 보고서에 의하면 직접 지출은 471억 달러(약 66조 원), 고용 창출은 2023년 61만 명에서 2024년 66만 명으로 약 8% 증가하였다.

대표적으로 2024년 라스베이거스 슈퍼볼은 개최 도시 경제에 약 10억 달러(약 1조 원) 규모의 직접 소비를 발생시켜 스포츠 이벤트의 지역 경제 파급력을 입증하였다.

미국 스포츠의류 시장은 기능성 제품과 여성용 액티브웨어를 중심으로 성장세를 이어가고 있다. Statista에 따르면, 미국 스포츠의류 시장은 2023년 861억 달러(약 121조 원)에서 2024년 약 890억 달러(약 125조 원) 수준으로 확대되었으며, 2027년까지 1,050억 달러(약 148조 원)를 넘어설 것으로 전망된다. 스포츠용품 시장은 공급·소비 측면 모두에서 견조한 성장세를 보였다. P&S Intelligence의 보고서에 따르면 2024년 미국 스포츠용품시장 규모는 약 355억 달러로, 2023년 334억 달러에서 6.3% 증가하였다. 2032년까지는 연평균 6.9% 성장해 600억 달러(약 84조 원)를 넘어설 것으로 전망된다.

스포츠 미디어 권리 시장은 미국 스포츠산업 내에서 가장 급속한 성장세를 보이는 부문이다. 2024년 미국의 스포츠 미디어 권리 지불액은 295억 4,000만 달러(약 42조 원)로 추정된다(S&P Global, 2024). 이는 2015년의 146억 4,000만 달러(약 21조 원) 대비 약 두 배 이상 증가한 수치로, 지난 9년간 스포츠 콘텐츠의 경제적 가치가 크게 상승했음을 보여준다. 특히 NFL과 NBA의 대형 미디어 계약이 시장 성장을 견인했다. NFL은 2021년 CBS·FOX·NBC·ESPN·Amazon과 11년간 약 1,100억 달러(약 155조 원) 규모의 중계권 계약을 체결하였다. 이 계약은 방송과 스트리밍을 결합한 하이브리드 유통체계를 구축한 것으로, 스포츠 리그 운영의 안정적 재원 확보 모델로 평가된다. 이어 NBA가 2024년에 디즈니(ESPN), 워너브라더스 디스커버리(TNT), 아마존과 11년간 약 760억 달러(약 107조 원) 규모의 새로운 계약을 체결했다. 이 계약을 통해 NBA는 디지털 전송 중심의 구조를 강화하였으며, 향후 리그 총수익의 약 60%가 미디어 권리에서 발생할 것으로 예상된다.

프로스포츠 구단의 가치 또한 지속 상승하고 있다. Forbes의 「The World's 50 Most Valuable Sports Teams 2024」에 따르면, 댈러스 카우보이스(NFL)는 101억 달러(약 14조 원)로 평가되어 세계 최초로 구단 가치 100억 달러를 돌파했다. 골든스테이트 워리어스(NBA)는 88억 달러(약 12조 원), LA램즈(NFL)는 76억 달러(약 10조 7,000억 원), 뉴욕 양키스(MLB)는 75억 5,000만 달러(약 10조 6,000억 원), 뉴욕 닉스(NBA)는 75억 달러(약 10조 5,000억 원)로 뒤를 이었다. NFL 구단의 평균 가치는 전년 대비 11% 상승했으며, 32개 구단 모두 최소 40억 달러(약 6조 원) 이상의 가치를 기록했다. 이는 프로스포츠 구단이 단순한 경기 운영체를 넘어 글로벌 엔터테인먼트 자산으로 진화하고 있음을 보여준다.

스포츠베팅 산업은 가장 빠르게 성장한 분야 중 하나다. 2024년 미국 스포츠베팅 총 베팅액은 1,500억 달러(약 211조 원), 총수익은 137억 달러(약 19조 원)로 각각 전년 대비 22%, 25% 증가했다. 주정부 세수는 29억 달러(약 5조 원)로 확대되었으며, 온라인 베팅이 전체의 95%를 차지했다. 특히 NFL·NBA 경기 중 실시간 베팅이 팬의 참여도와 시청률을 높이는 주요 요인으로 작용하고 있다(ESPN, 2025).

스포츠 테크 산업도 급속 성장 중이다. Grand View Research(2024)에 따르면, 미국 스포츠 테크 시장은 2024년 36억 달러(약 6조 원)로 전년 대비 24% 성장했다. AI 분석, AR·VR 응원 서비스, 비접촉 결제 등 첨단 기술이 경기장 운영에 도입되며, 관람 환경이 체험형 소비 플랫폼으로 전환되고 있다.

대학 스포츠는 상업화와 준프로화가 빠르게 진행되고 있다. NCAA의 2024 회계연도 총수익은 13억 7,700만 달러(약 2조 원)로 전년 대비 6.7% 증가했다(Sports Business Journal, 2025). 대학교별 가치를 보면, 오하이오 주립대가 13억 2,000만 달러로 가장 가치있는 대학교로 평가받았고, 텍사스대학교 오스틴

캠퍼스가 12억 8,000만 달러, 텍사스 A&M 대학교가 12억 6,000만 달러로 뒤를 이었다. 2021년 부터 시행된 NIL(Name, Image, and Likeness) 제도는 미국 대학 선수들이 자신의 이름·초상권·이미지를 활용해 광고나 협찬 등으로 합법적인 수익을 얻을 수 있도록 허용한 정책으로, NCAA의 아마추어리즘 규정 완화의 상징적 전환점이 되었다. NIL 제도는 2021년 약 9억 1,700만 달러(약 1조 원) 규모로 출발했으며, 2024년에는 약 16억 7,000만 달러(약 2조 원)로 성장해 3년 만에 약 82% 증가하였다(Athletic Business, 2024). 이 제도의 확산은 대학 선수들의 상업적 권리 보장과 개인 브랜드 시장의 급성장을 촉진하며, NCAA 대학 스포츠 구조의 변화를 이끄는 핵심 요인으로 평가된다

(2) 캐나다

캐나다의 스포츠산업은 2024년에도 여전히 중요한 경제 축으로 자리매김하고 있으며, 특히 관람 스포츠, 스포츠용품·의류, 피트니스 장비, 스포츠테크 및 스포츠 베팅 영역에서 두드러진 성장 흐름을 보이고 있다. 팬데믹 이후의 회복세는 지속되고 있으며, 디지털 전환과 팬 경험 혁신이 산업 전반의 성장을 견인하고 있다. 캐나다 통계청에 따르면 2024년 관람 스포츠 및 이벤트·예술 관련 산업의 운영 수익이 전년 대비 8.2 % 증가하여 169억 캐나다달러 수준(한화 약 16.8조 원)을 기록하며 사상 최고치를 갱신했다. 이 수치는 팬데믹 이전 수준의 약 120.2 % 수준이다. 2024년 기준 캐나다의 관전 스포츠산업 매출을 약 42억 달러(USD 기준/약 6조 원) 수준으로 추정하고 있으며, 이는 최근 5년간 연평균 -1.9 % 하락한 흐름을 반영한 값이다(IBISWorld, 2024). 즉, 일부 종목이나 지역에서는 성장 둔화 압력이 존재하는 반면, 인기 종목과 대형 리그 중심으로는 안정적 수익 창출이 이어지고 있다.

스포츠용품·소매 부문에서는 IBISWorld 통계 기준으로 2024년 매출이 약 94.4 억 달러(USD 기준/약 13조 원)로 전년 대비 2.4 % 증가하였다. 이는 경기장 기반 소비와는 별도로, 일반 소비자들의 장비 및 복장 구매 수요가 여전히 탄탄함을 보여준다. 한편 캐나다 내 스포츠용품 소매업은 과거 10% 수준의 성장세가 보고되기도 했지만, 최근 온라인 유통과 국제 경쟁 심화가 구조적 부담 요인으로 작용하고 있는 것으로 보인다.

스포츠테크 및 데이터 분석 영역은 캐나다 내에서 빠른 속도로 성장 중이다. 2023년 기준 캐나다의 스포츠테크 시장은 약 4억 5,430만 달러(USD 기준/약 6,400억 원)를 기록했으며, 향후 2024-2030년 간 연평균 성장률 17.9%를 전망한다는 보고가 있다(Grand View Research, 2024). 또한 스포츠 분석 시장은 2024년에 약 1억 3,254만 달러(USD 기준/약 2,000억 원) 규모로 예상되어, 데이터 중심의 경기 운영 및 팬 관리 수요가 증가하고 있음을 보여준다(Market Research Future, 2025). e스포츠 부문도 주목할 부분으로, MRFR 보고서는 2024년 캐나다 e스포츠 시장 규모를 약 9,517만 달러(USD 기준/약 1,300억 원)로 추정하며, 2025년 이후 약 16.4 % 수준의 성장률을 전망하고 있다(Market Research Future, 2025).

스포츠 베팅 시장은 2024년에 약 41억 500만 달러(USD 기준/약 6조 원)의 수익을 창출한 것으로 평가되며, 2030년까지 약 87억 6,000만 달러(USD 기준/약 12조 원) 규모로 확대될 가능성을 보이고 있다(Grand View Research, 2025). 이는 규제 변화, 디지털 플랫폼 확장, 라이브 베팅 확대 등이 영향을 미친 결과로 보인다.

리그 및 미디어 권리 측면에서도 변화가 포착된다. 로저스(Rogers Communications)는 2026년부터 적용할 NHL 미디어 권리를 중앙 집중 방식으로 12년간 110억 캐나다달러(약 12조 원)에 계약하였으며, 이는 캐나다 내 스포츠 미디어 권리의 중요성과 수익화 가능성을 보여주는 사례다. 또한 향후 WNBA 첫 캐나다 팀이 2026년부터 토론토를 중심으로 출범 될 예정이며, 이는 여성 스포츠 상업화 확장의 일환으로 해석된다.

종목별 참여 흐름에서도 변화 조짐이 보인다. 피클볼(pickleball)의 경우, Pickleball Canada 조사에 따르면 2024년 말 기준 회원 수가 85,223명으로 2023년 대비 약 25 % 증가했으며, 매월 최소 1회 이상 피클볼을 즐기는 인구는 약 154만 명 수준으로 추정된다. 반면 캐나다의 전통 강세 스포츠인 하키는 청소년 참여율 감소가 지속되고 있다. 예를 들어 2022년 기준 미성년자 등록은 약 41만명 수준까지 떨어졌으며, 일부 반등은 있었지만 여전히 구조적 과제를 안고 있다는 평가가 있다.

이처럼 2024년 캐나다 스포츠산업은 관람 스포츠 매출이 리그별·종목별 변동성을 보이는 가운데, 스포츠용품·소매는 점진적 성장세를 유지하고 있으며, 스포츠테크·데이터·e스포츠·베팅 부문은 비교적 빠른 확장 국면에 있다. 특히 미디어 권리 중심의 수익 모델 변화와 디지털 전환은 향후 산업 구조를 재편할 핵심 축이 될 것이다.

(3) 유럽연합(EU)

유럽연합(EU) 지역의 스포츠 시장은 2024년을 기준으로 더욱 확대된 양상을 보이고 있다. 우선 유럽 전체 스포츠용품 시장은 2024년 기준 약 1,844억 7,000만 달러(한화 약 261조 원) 규모로 평가되며, 향후 2024~2031년 간 연평균 성장률 6.15% 수준으로 증가할 것으로 전망된다(Verified Market Research, 2024). 다만 일부 조사에서는 2024년 기준 1,760억 달러(약 249조 원) 수준으로 제시하며, 이후 연평균 7% 정도의 성장세가 지속될 것으로 보기도 한다(Market Data Forecast, 2025). 이처럼 전반적인 스포츠용품 시장은 건강 트렌드, 레저 활동 활성화의 증가에 힘입어 안정적인 성장세를 나타내고 있다.

스포츠의류 부문은 기능성과 패션 요소의 융합이 강화되며 시장 내 비중이 커지고 있다. 2024년 유럽의 액티브웨어 시장 매출은 약 1,042억 8,940만 달러(약 148조 원)로 집계되었으며, 이후 2025~2030년 기간에 연평균 8.4%의 성장률이 예상되고 있다(Grand View Research, 2024). 이러한 성장 배경에는 젊은 세대를 중심으로 일상복과 운동복 간의 경계가 흐려지고, '애슬레저' 패션이 정착한 현상이 크게 작용하고 있다. 또한 프리미엄 스포츠웨어 시장 역시 2024년 기준 약 307억 4,490만 달러(약 44조 원) 규모로 파악되며 지속적인 확대 흐름을 보인다(Grand View Research, 2024).

피트니스 및 가정용 운동기기 수요 확대도 시장 성장을 견인하는 요소다. 스마트 웨어러블, IoT 연계 장비, AI 기반 운동 코칭 기능 등이 통합된 제품들이 소비자에게 각광받고 있으며, 제조사들은 기술 경쟁력을 더욱 강조하는 전략을 택하고 있다. 글로벌 스포츠 장비 시장 전체는 2024년 기준 약 1,130억 7,000만 달러(약 160조 원) 규모로 집계되었고, 향후 2034년까지 연평균 6.9%의 성장률이 예상된다. 유럽 시장도 이 흐름에 동반되어 기술 통합 제품 중심의 성장세가 두드러진다(Fact.MR, 2024).

고용 측면에서는 2024년 기준 EU 전체에서 약 160만 명이 스포츠 산업에 종사하며 이는 전체 고용의 약 0.8% 수준이다. 2023년 대비 고용은 약 6.5% 증가했으며, 이는 코로나19 이후 회복 국면이 지속되는

가운데 나타난 현상이다. 고용 증가는 연속 3년간 이어지는 추세이며, 특히 15~29세 연령층이 스포츠 관련 업종 고용에서 약 36.8%의 비중을 차지하고 있다. 성별 구성에서는 남성 종사자가 56.3%로 다소 우세하며, 교육 수준으로 보면 고졸 이상 또는 중등·고등 교육을 받은 인력이 많은 비중을 차지한다 (Eurostat, 2025).

정책·재정 측면에서는 EU의 2021-2027 다중연도재정계획(MFF) 하에서 스포츠 부문에 대한 지원이 강화되고 있다. 유럽 집행위원회에 따르면, Erasmus+ 프로그램 내 스포츠 분야 예산은 약 5억 유로(약 8,300억 원) 규모이며, 이는 스포츠 교류·연계 사업 및 소규모 유럽 프로젝트 지원 등을 대상으로 한다. 또한 연구·혁신 프로그램인 Horizon Europe과 연계한 스포츠 기술 및 디지털 전환 관련 사업들이 주요 지원 대상이 되고 있다. 한편 향후 2028-2034 재정 틀 수립을 앞두고 체육 및 신체활동 분야 예산 확보를 요구하는 목소리도 커지고 있다. 이러한 제도적 지원 강화는 스포츠 시장의 지속 성장 기반을 마련하는 중요한 요인으로 평가된다.

(4) 영국

영국 문화미디어스포츠부(DCMS)「Sport Satellite Account for the UK 2024」에 따르면, 2021년 기준 잉글랜드의 스포츠 관련 직접 산출은 870억 파운드(약 151.6조 원)로, 영국 전체 스포츠 관련 직접 산출 996억 파운드의 87.4%를 차지하였다. 또한, 잉글랜드의 스포츠 관련 직접 부가가치(GVA)는 467억 파운드(약 81.4조 원), 간접효과를 포함한 총산출은 1,410억 파운드(약 245.6조 원), 총 GVA는 726억 파운드(약 126.5조 원)로 제시되었다. 한편 2024년 단년도 기준으로는 DCMS가 넓은 의미의 영국 스포츠부문이 영국 경제에 632억 파운드(약 110.1조 원)의 직접 GVA를 기여하고, 130만 개의 일자리를 창출한 것으로 잠정 추정하고 있다. 이러한 자료는 영국·잉글랜드 스포츠산업이 경기 관람이나 클럽 서비스에 한정되지 않고, 스포츠용품, 스포츠웨어, 시설 운영, 교육, 미디어, 운송, 스포츠베팅 등 다양한 연관 부문을 포함하는 복합산업으로 기능하고 있음을 보여준다.

영국의 스포츠산업은 2024년 기준으로도 지속해서 성장 궤도에 있으며, 시장 구조에도 변화가 감지되고 있는데, IMARC Group은 향후 2025~2033년 연평균 복합성장률을 약 4.32%로 예측하고 있다. 또한 영국 내 스포츠 기술 분야는 2023년 기준 매출이 약 11억 9,090만 달러(약 1조 6,000억 원)에 이르렀으며, 2024~2030년 기간 동안 연평균 성장률 20.7% 수준으로 확장될 것으로 전망하고 있다(Grand View Research, 2024). 스포츠 분석 부문도 2023년 기준 매출 약 6,600만 달러(약 932억 원)를 기록했고, 2024~2030년간 복합성장률 30.7% 수준의 성장세가 예견된다(Grand View Research, 2024). 영국 내 스포츠 참여 및 소비 지출에도 주목할 필요가 있는데, Mintel은 2023년 기준 스포츠 참여 지출이 약 38억 파운드(약 7조 원) 수준이라고 밝히고 있으며, 성인 인구의 약 57%가 지난 12개월간 최소 한 번 이상 스포츠 활동을 했다고 분석했다.

이와 같은 구조와 흐름 속에서 잉글랜드 프리미어리그는 영국 스포츠산업에서 핵심 동력이자 국제적 브랜드로 자리 잡고 있다. Deloitte의 'Annual Review of Football Finance 2025' 보고서에 따르면, 2023/24 시즌 프리미어리그 클럽들이 창출한 총수익은 약 63억 파운드(약 12조 원)로, 전년 대비 4% 증가한 수준이다. 이 수익은 방송권 수익이 33억 파운드(약 6조 원) 수준, 상업·스폰서십 수익이 약 23억 파운드(약

4조 4,000억 원)대, 경기장 매출이 9억 파운드(약 1조 7,000억 원)를 조금 넘는 수준이었다. 특히 상업 수익 부문의 증가가 두드러져, 프리미어리그 클럽들은 브랜드 활용, 상품화, 글로벌 스폰서 유치 등에 집중하고 있다.

더 나아가 유럽 축구 시장 전체 규모도 2023/24 시즌 기준으로 380억 유로(약 72조 원)를 기록하며 전년 대비 8% 확대되었고, 그중 '빅5' 리그가 전체의 절반 이상을 차지하는 구조가 지속되고 있다. 특히 프리미어리그는 유럽 내에서도 방송권, 상업력, 팬 기반 등에서 선두 지위를 유지하고 있으며, 이러한 리그 수익 확대는 잉글랜드 스포츠산업 전체의 브랜드 가치 제고와 연계되어 있다.

(5) 독일

독일의 경우 2024년 기준 스포츠산업 전체 규모를 직접 제시한 최신 국가 단위 자료는 확인되지 않지만, 스포츠위성계정(Sport satelliten konto, SSK)을 통해 스포츠의 거시경제적 규모를 파악할 수 있다. 독일 연방스포츠과학연구소(BISp)의 위탁으로 GWS와 2HMforum이 작성한 「Die ökonomische Bedeutung des Sports in Deutschland: Sportsatellitenkonto (SSK) 2022」에 따르면, 2022년 독일의 스포츠 관련 총생산은 1,394억 유로(약 205.6조 원)로 나타났으며, 스포츠 관련 GDP는 825억 유로(약 121.7조 원)로 나타났는데, 이는 독일 GDP의 2.1%에 해당한다. 또한, 스포츠 관련 총부가가치는 731억 유로(약 107.8조 원)로 집계되었다. 이러한 수치는 독일에서 스포츠가 단순한 여가활동이나 경기 관람의 영역을 넘어, 가계소비, 스포츠시설, 서비스, 제조, 유통, 미디어 및 공공·민간 부문의 다양한 경제활동과 연결된 중요한 산업 영역임을 보여준다. 특히 스포츠 관련 GDP가 국가경제의 2% 이상을 차지한다는 점은 스포츠가 독일 경제 내에서 독립적인 경제적 비중을 가진 복합산업으로 기능하고 있음을 시사한다고 할 수 있다.

스포츠용품 제조업의 경우, 2025년 기준 독일의 스포츠용품 제조 산업 매출은 약 15억 유로(약 2조 5,000억 원) 수준으로 전망되며, 2020~2025년 간 연평균 성장률 약 2.8%를 유지할 것으로 예상된다(IBISWorld, 2025). 유통·소매 분야에서도 독일의 스포츠 장비 소매시장 매출은 2023년 기준 약 124억 달러(약 17조 5,000억 원) 규모로 보고된 바 있으며, 2018~2023년 간 연평균 성장률은 약 6.5% 수준이었다(Research and Markets, 2024). 독일 내 스포츠용품 소매기업 수는 구체적 감소 추세보다는 오프라인 매장 체인 통합 및 온·오프라인 병행 전략 강화 등 시장 구조 조정이 진행 중인 점이 지적된다.

프로 스포츠 경기의 관중 동원 규모는 증가세이며, 2023/2024 시즌 기준 독일 프로스포츠 경기 전체 관중 수는 약 4,750만 명에 달한 것으로 보고된다(Two Circles, 2025). 또한 DFL(Deutsche Fussball Liga) 발표에 따르면, 2023-24 시즌 기준 분데스리가와 분데스리가2를 합한 프로축구 부문의 매출은 58억 7,000만 유로(약 10조 원)로 역대 최고치를 기록했다. 이는 전년도(2022-23 시즌)의 52억 4,000만 유로(약 8조 6,000억 원) 대비 약 12% 상승한 수치이다. 분데스리가의 수익 구조를 구체적으로 살펴보면, 미디어 권리 및 방송 수익과 스폰서십이 주요 축을 형성한다. 2024-25 시즌을 기준으로 분데스리가는 스폰서십 수익이 약 6,775만 달러(약 1조 원) 수준으로 평가되고 있으며, 방송권 판매 및 중계 패키지 수익이 전체 재원에서 상당한 비중을 차지하고 있다. 또한 분데스리가와 분데스리가2 통합 매출의 증가와 고용 규모 확대는 프로축구 클럽들이 지역 경제와 연계된 고용 및 세수 창출자로서 위상이 강화되고 있음을 시사한다.

한편, 스포츠팀 및 클럽 시장 전체를 보면, 2024년 기준 독일 클럽·팀 시장 규모는 약 228억 달러(약 32조 원) 수준으로 평가되고 있다(Spherical Insights, 2025). 이 시장은 티켓 판매, 방송권 배분, 머천다이징, 스폰서십 수익 및 회원권 수익 등을 핵심 수익원으로 하며, 기술 혁신(데이터, AI, 팬 인터랙션 플랫폼 등)이 수익 다변화를 견인하는 모멘텀이 되고 있다.

(6) 중국

중국은 국가통계국과 국가체육총국이 스포츠산업의 총산출액과 부가가치를 공식적으로 산출·발표하고 있다. 양 기관이 발표한 「2024년 전국 스포츠산업 총규모 및 증가치 데이터 공고」에 따르면, 2024년 중국 스포츠산업의 총규모, 즉 총산출액은 3조 8,421억 위안(약 729.8조 원)이며, 스포츠산업 부가가치는 1조 6,033억 위안(약 304.5조 원)으로 나타났다. 스포츠산업 부가가치는 중국 국내총생산(GDP)의 1.19%를 차지하여 전년보다 0.04%포인트 상승하였다. 산업 내부 구조를 보면, 스포츠서비스업의 부가가치는 1조 1,548억 위안(약 219.3조 원)으로 전체 스포츠산업 부가가치의 72.0%를 차지하였다. 스포츠용품 및 관련 제품 제조업의 부가가치는 4,245억 위안(약 80.6조 원)으로 26.5%를 차지했으며, 스포츠시설 건설업의 부가가치는 240억 위안(약 4.6조 원)으로 1.5%를 차지하였다. 이러한 구조는 중국 스포츠산업이 제조업 기반을 유지하면서도 스포츠서비스업 중심으로 확장되고 있음을 보여준다.

한편 스포츠용품 분야에서도 성장 가능성이 확인된다. 중국체육용품연합회가 공개한 「China Sporting Goods Industry Development Report」에 따르면, 중국 스포츠화·스포츠의류 시장은 2023년 4,926억 위안(약 93.6조 원) 규모로 회복세를 보였으며, 2024년에는 5,425억 위안(약 103.0조 원) 규모로 확대될 것으로 전망되었다. 또한 중국체육용품연합회는 2025년 동향 자료에서 2024년 스포츠용품 수출액이 283.96억 달러(약 38.7조 원), 수입액이 14.88억 달러(약 2.0조 원)였다고 제시하여, 중국 스포츠용품 산업의 높은 수출 지향성을 보여주고 있다.

기술 융합 분야의 성장은 더 주목되고 있는데, 중국의 스포츠 기술 시장은 2023년 기준 15억 달러(약 2조 원)를 기록했으며, 2024~2030년 동안 연평균 21.5% 이상의 성장률이 예상된다. 특히 스마트 경기장, 데이터 분석 및 통계 솔루션, e-스포츠 기술 응용 등이 주요 성장 동력으로 손꼽힌다(Grand View Research, 2024). 또한 중국의 e-스포츠 산업은 2024년 기준 약 275.68억 위안(약 5조 5,000억 원) 매출을 기록해 전년 대비 4.62% 증가했으며, 해당 매출 중 생중계 콘텐츠가 약 80.84%를 차지한다(ESI Media Inc., 2024). 스포츠 분석 시장 또한 2024년에 약 2억 3,194만 달러(약 3,330억 원) 규모로 성장할 것으로 보이며, 향후 10여 년간 연평균 20~25%대 성장이 기대된다(Market Research Future, 2025).

소비 및 이벤트 측면에서도 활발한 변화가 관찰된다. 2024년 중국의 온라인 아웃도어 스포츠 소비는 전체 3,000억 위안(약 60조 원)을 상회했으며, 활동 참여자 수는 약 2억 건에 달했다(China Daily, 2025). 마라톤, 사이클링, 철인 3종 등 대규모 스포츠 이벤트는 2023년 133개가 실행되었으며, 2024년에도 지역 활성화와 참여 확대를 목표로 지속 추진되고 있다. 또한 2024년 말에는 축구·농구·배구 등 유소년 종목 중심의 전국 청소년 경기가 처음 개최될 예정으로 정부는 이를 통해 선수 풀 강화 및 생활체육 기반 확대를 도모하고 있다(Youth Sports Business Report, 2024).

종합하면, 중국의 스포츠 산업은 2023년 기준 안정적인 성장세를 유지하면서 서비스 중심 구조로 점차 고도화되고 있으며, 2024년 이후에는 제조업과 수출 기반 위에 기술 융합과 소비 확장이 더해져 복합적인 성장 모멘텀을 가질 것으로 보인다. 정부 정책과 산업 주체들이 기술 혁신, 데이터 애널리틱스, 소비자 맞춤형 서비스에 집중하는 가운데, 중국은 스포츠 산업 분야에서 국제 경쟁력 강화와 내수 중심의 지속 가능한 발전을 동시에 모색하고 있다.

(7) 일본

일본은 장기적 저성장 국면 속에서도 인구 고령화와 여가 트렌드 변화, 그리고 건강·웰빙에 대한 관심 확대로 스포츠 참여 수요가 꾸준히 증가해 왔고, 이러한 흐름은 스포츠산업의 구조 변화 및 시장 확대를 촉진해 왔다. 일본정책투자은행의 「わが国スポーツ産業の経済規模推計 日本版スポーツサテライトアカウント 2011~2022年推計」에 따르면, 2022년 일본의 스포츠시장 규모, 즉 스포츠 총공급은 15조 5,204억 엔(약 139.8조 원)으로 나타났다. 같은 자료에서 스포츠GDP는 10조 2,582억 엔(약 92.4조 원)으로 일본 명목 GDP의 1.83%를 차지하였다. 이는 일본 스포츠산업이 코로나19 이전 수준을 회복하여 추계 이후 최대 규모에 도달했음을 보여주며, 스포츠 활동, 스포츠 관련 유통, 스포츠 교육, 미디어, 용품·의류, 여행서비스 등 다양한 영역을 포괄하는 복합산업으로 기능하고 있음을 시사한다.

스포츠 용품 및 스포츠웨어 시장은 최근 몇 년간 회복과 성장이 교차하는 모습을 보이고 있다. 일본 스포츠청이 발간한 스포츠 산업 국제 전개 컨트리 리포트에 따르면, 2023년 일본의 스포츠웨어 시장 규모는 약 117억 달러(약 17조 원) 수준으로 추정되며, 이는 약 1조8,000억 엔(약 18조 원)대에 해당한다. 스포츠용품 시장은 2024년 기준 연 매출 약 70억 달러(약 10조 원) 수준이 될 것으로 전망되며, 2024-2028년 기간의 연복합성장률은 약 2.6% 수준으로 예측되고 있다. 또한 일본 국내 출하 기준으로 보면, 2024년 스포츠용품 시장은 전년 대비 1.3% 증가한 약 1조6,735억 엔(약 16조 원)이 될 것으로 예측되기도 한다(Yano Research Institute Ltd., 2025). 이러한 수치는 단순 회복을 넘어 안정적 구조를 형성해 가고 있다는 의미로 해석할 수 있다.

더욱이, 스포츠 참여 시장 또한 급격한 증가세를 보이고 있다. 일본의 시장조사 기관인 마크로밀의 2024년 스포츠 마케팅 기초조사 발표에 따르면, 15세부터 69세 사이 인구를 대상으로 한 스포츠 참여 시장 규모는 약 1조7,257억 엔(약 16조 원)에 달하며, 전년 대비 24.0% 증가한 것으로 보고된다. 특히 스태디움 관전 시장이 전년 대비 57.0% 증가한 점이 두드러진다. 이는 코로나 이후 관중 회복이 본격화되고, 이벤트 회복 수요가 급증하고 있다는 신호로 해석할 수 있다.

프로스포츠 시장 규모에 대해서는 개별 리그의 공개자료나 리서치 기관 발표가 제한적이지만, 일본 정부의 제3기 스포츠 기본계획에서는 2025년까지 스포츠시장 규모를 15조 엔(약 142조 원)으로 확대한다는 목표를 제시하고 있다(Japan Sports Agency, 2022). 다만, 이 목표치는 관전, 시설 이용, 용품, 방송권, 스폰서십 등을 모두 아우르는 "시장규모" 개념에 기반한 것이며, 실제 달성 여부는 리그 구조 개선, 미디어 권리 확보, 지역 활성화와의 연계 등에 달려 있는 것으로 보인다. 실제로 일본 정부는 제3기 기본계획 내에서 스포츠 혁신, 사회 연결성, 참여 보장 등을 핵심 축으로 제시하며 산업 활성화 의지를 명시하고 있다. 일부 민간 기업 및 컨설팅 기관들도 리그와 클럽의 기업 제휴 확대, 디지털 미디어 수익 모델 강화

등을 강조하며 프로스포츠의 수익성 향상을 과제로 지적하고 있다(ABeam Consulting Ltd., 2024).

일본 정부의 스포츠 관련 예산 배정 동향도 주목할 만하다. 스포츠청은 2024년 예산안에서 스포츠 분야 예산을 약 361억 엔(약 3,429억 원) 수준으로 책정하고 있다. 이는 전년도 예산 359억 엔(약 3,410억 원) 대비 소폭 증가한 수치이다. 스포츠청의 예산 구성 항목을 보면, 지역 스포츠 클럽 활동 체제 정비, 학교 체육 시설 정비, 경쟁력 향상 사업, 국제 전개 사업, 스포츠 산업 성장 촉진 사업 등 다양한 사업들이 포함되어 있으며, 2024년부터는 정부가 사업 평가 시스템을 강화하여 각 사업의 성과를 검증하고, 정책 집행 결과를 국민이 쉽게 확인할 수 있는 공개형 웹사이트를 통해 사업 실적을 투명하게 공개하는 제도를 도입하였다는 점도 주목된다(Sasakawa Sports Foundation, 2025).

그럼에도 몇 가지 구조적 제약 조건이 남아 있다. 우선 일본은 인구 감소·고령화 추세 하에서 젊은 세대의 스포츠 참여 확대 한계가 있으며, 지역 격차가 상당하다. 또한 프로스포츠 구단이나 리그 운영 주체의 수익 기반이 미약한 경우가 많고, 방송권·중계·디지털 콘텐츠 수익 창출 능력이 리그별로 천차만별이라는 지적이 존재한다. 정부의 성장전략 문서인 『스포츠 미래 개척 회의』 보고서에서도, 코로나 이후 스포츠산업은 전반적으로 반등세를 나타내고 있으나 그 성장 지속 가능성은 리그 구조 개혁 및 수익성 모델 강화 여부에 달렸다는 분석이 제시된 바 있다. 또한 해외 시장 진출, 디지털 미디어·데이터 기반 사업 확대, e스포츠 융합 등의 융복합 전략이 향후 경쟁력 확보의 핵심 축으로 제안되고 있다. 일본의 e스포츠 시장은 2023년 기준 약 146억 8,500만 엔(약 1,395억 원) 수준으로 전년 대비 117% 성장했으며, 향후 2025년에는 약 200억 엔(약 1,900억 원) 규모에 근접할 가능성도 제시되고 있다. 이처럼 전통 스포츠 산업뿐 아니라 디지털·게임 융합 부문에서도 기회 요인이 확대되고 있다.

(8) 프랑스

프랑스의 스포츠산업은 2024년을 기점으로 다각적인 성장과 변화를 보이고 있다. DGE의 「Dynamiser l'économie du sport en France」와 BPCE L'Observatoire의 2025년 보고서에 따르면, 2024년 프랑스 스포츠산업은 약 14만 7천 개 기업으로 구성되어 있으며, 이들 기업은 804억 유로(약 118.6조 원)의 매출액을 창출한 것으로 추정된다. 또한 BPCE L'Observatoire는 소비, 투자, 무역수지 조정 등을 반영한 프랑스 스포츠경제 규모를 782억 유로(약 115.4조 원)로 산정하고, 이는 프랑스 GDP의 2.7%에 해당한다고 제시하였다. 이러한 수치는 프랑스에서 스포츠가 기업활동, 소비, 투자, 고용을 포괄하는 주요 경제 부문으로 기능하고 있음을 보여준다.

스포츠 이벤트 시장 측면에서는, 2024년 프랑스 스포츠 이벤트 시장 수익을 약 2,070만 달러(한화 약 295억 원)로 추산하며 2025년부터 2030년까지 연평균 약 4 % 성장할 것으로 전망하고 있다(Grand View Research, 2024). 아울러 스폰서십 및 광고시장에서도 2024년을 기준으로 프랑스 스포츠스폰서십 시장 규모가 약 52억 7,000만 달러(약 7조 5,100억 원)로 산정되었으며, 향후 2033년까지 약 107억 달러(약 15조 원) 규모까지 성장할 것으로 기대된다(Deep Market Insights, 2024). 이처럼 스포츠 관련 수익구조가 다양해지면서 전통적인 경기관람 및 용품판매 외에 광고·미디어권·디지털 콘텐츠 등이 새로운 성장축으로 부각되고 있다.

용품제조 및 유통 측면에서도 변화가 감지된다. 스포츠 유통시장에 대한 분석은 프랑스 내 경기용품 및

스포츠의류, 액세서리 유통이 치열한 경쟁과 재편 국면에 놓여 있다는 점을 지적하고 있으며, 특히 2024년 대회를 기점으로 리테일러들에게는 기회요인이 커지고 있다. 또한 산업 전체 고용구조 등 세부 통계는 최신 자료가 제한적인 상태지만 과거 자료에서 제시된 연령·성별·학력별 고용분포가 개선될 여지가 있다.

스포츠 참여와 관람 측면에서는 2024년 프랑스 내 스포츠 관람자 수가 약 4,100 만 명에 달했으며 이는 전년 대비 5년간 기준으로 약 16 % 증가한 수치로 나타났다(Two Circles, 2025). 이처럼 스포츠 관객 저변이 확장된 배경에는 파리 2024 및 국제대회 개최 효과뿐 아니라 디지털 미디어를 통한 스포츠 접근성 강화 등이 복합적으로 작용한 것으로 분석된다.

(9) 그 외 국가

인도에서는 스포츠 산업이 계속해서 강한 성장세를 보이고 있으며, 특히 리그 기반 크리켓이 산업의 중심을 차지하고 있다. KPMG in India의 「Sportlight-The Business of Sports in India」에 따르면, 인도 스포츠산업은 현재 약 190억 달러(약 25.9조 원) 규모로 추정되며, 연평균 12~14% 성장해 2030년에는 약 400억 달러(약 54.5조 원)에 이를 것으로 전망된다. 이 보고서는 인도 스포츠산업을 인프라, 정책, 기술, 제조, 미디어, 팬 참여 등을 포괄하는 스포츠 생태계로 파악하고 있으며, 세부적으로 스포츠용품 제조업 67억 달러(약 9.1조 원), 스포츠테크 16억 달러(약 2.2조 원), 스포츠 인프라 투자 27억 달러(약 3.7조 원)를 주요 성장 영역으로 제시하고 있다. 한편 리그·스폰서·미디어 수익 중심인 전체 스포츠 산업 측면에서는 인도가 2030년까지 약 1,300억 달러(약 185조 원) 규모에 도달할 수 있다는 분석이 나왔다(The Economic Times, 2024). 또한 2024년에는 스포츠 기술 분야가 약 4억 400만 달러(약 5,747억 원) 수준으로 성숙해졌으며, 2025년 이후 연평균 약 13.3% 성장할 것으로 보인다(IMARC, 2025). 수출 측면에서도 2024 회계연도에 인도는 약 5억 200만 달러(약 7,141억 원) 상당의 스포츠용품을 수출했으며, 이는 전년 대비 거의 변동이 없었다고 보고됐다(India Brand Equity Foundation, 2025).

인도네시아에서는 건강·레저에 대한 인식 확산과 정부의 스포츠 관련 인프라 투자 확대가 맞물리며 스포츠용품 및 관련 제조업이 성장 중이다. 최근 시장 조사 기관은 인도네시아의 스포츠 장비 시장이 2024년부터 2029년까지 연평균 약 9.12% 성장이 예상된다고 제시했다(Bonafide Research, 2024). 아울러 스포츠웨어 시장도 2024년 기준으로 계속된 가치 기준 성장세에 있으며, 건강·피트니스 트렌드가 이를 견인하고 있는 것으로 보인다. 전자상거래 활성화, 로컬 브랜드의 부상 등이 특징으로, 인도네시아 시장은 제조뿐 아니라 내수 소비 측면에서도 매력적인 시장으로 평가된다.

베트남의 경우 2024년 스포츠 장비 전자상거래 시장은 약 6억 900만 달러(약 8,664억 원) 수준으로, 전년 대비 약 25~30%의 성장세를 보였다(ECDB, 2025). 또한 스포츠용품 및 라이프스타일 의류 시장은 약 35 억 달러(약 5조 원) 규모로 평가되고 있다(Ken Research, 2025). 전반적으로 베트남 내 스포츠·레저 활동을 증진하기 위한 정부의 정책적 추진이 병행되고 있으며, 도심지역 중심의 소비 증가, 피트니스 센터·홈 트레이닝의 확산 등이 시장 성장을 촉진하고 있다.

호주는 스포츠 관광 및 스포츠 웨어 시장과 더불어 스포츠테크 시장이 의미 있는 성장 궤도에 있는 것으로 보고되고 있다. Australian Sports Technologies Network(ASTN)의 「Sports Innovation Report 2024」에 따르면, 호주 스포츠산업은 연간 약 400억 호주달러(약 36.0조 원) 규모로 추정되며, 15만

명 이상을 고용하고 있다. 또한 호주 스포츠테크 부문은 2024년 46억 9천만 호주달러(약 4.2조 원)의 매출을 창출했으며, 765개 기업과 약 1만 4,906명의 고용으로 구성되어 있다. ASTN은 스포츠테크 부문이 호주 전체 스포츠산업의 약 10~12%를 차지한다고 설명하고 있어, 디지털 기술, 데이터, 웰니스, 게임, 팬 경험 등이 호주 스포츠산업의 새로운 성장축으로 자리 잡고 있음을 보여준다. 한편 호주 정부의 「National Sport Strategy 2024-2034」는 스포츠를 호주의 새로운 국가 전략 영역으로 설정하고, 참여 확대, 고성능 스포츠, 국제 engagement, 경제 및 환경 등을 주요 우선과제로 제시하고 있다. 이러한 흐름은 호주 스포츠산업이 참여스포츠, 엘리트스포츠, 스포츠테크, 이벤트, 교육·훈련, 미디어 및 국제 스포츠 비즈니스와 결합하며 성장하고 있음을 시사한다. 이러한 추세로 2024년부터 2030년까지 연평균 약 18.5% 성장할 것으로 전망하는 보고서도 발표되고 있다(Grand View Research, 2024). 또한 2024년 기준 호주의 스포츠웨어 시장은 약 34억 4,000만 호주 달러(약 3조 원) 규모로 평가되며, 2025~2034년 기간 동안 연평균 약 7.5% 성장할 것으로 보인다. 이러한 흐름은 호주 내 아웃도어 활동 및 레저 패션의 증가, 국제 스포츠 이벤트·스포츠 관광의 확대 등이 맞물려 나타난 결과로 해석된다(Claight Corporation, 2025).

3 2024 스포츠산업 이슈

1) 2024 파리 올림픽 · 패럴림픽

2024년 파리 올림픽·패럴림픽(이하 파리 올림픽)은 1924년 이후 정확히 100년 만에 프랑스에서 열린 하계 올림픽이자, 프랑스 역사상 최초로 개최된 패럴림픽이었다. 이번 대회는 'Games Wide Open'이라는 표어 아래 파리뿐 아니라 프랑스 전역을 무대로 한 새로운 형태의 도시형 스포츠 메가 이벤트로 기획되었다. 파리는 세계적 관광지이자 유서 깊은 문화유산 도시라는 강점을 극대화해, 에펠탑, 샹드마르스, 베르사유 궁전 등 세계적 상징성을 지닌 공간들을 경기장으로 탈바꿈시켜 관람객과 선수 모두가 스포츠와 도시 문화를 동시에 체험할 수 있도록 설계되었다. 이 같은 혁신적이고 상징적인 개최 방식은 세계인의 관심과 참여를 극대화하는 동시에, 재정적으로도 안정적인 대회 운영으로 이어졌다. 실제로 파리 올림픽과 패럴림픽을 합산해 총 1,212만 장의 입장권이 판매되며, 2012년 런던 올림픽의 1,100만 장 기록을 훌쩍 넘어섰다(The Paris 2024 Olympic Games in review, 2024). 이 중 올림픽이 약 955만 장, 패럴림픽이 약 257만 장을 차지하여 하계 올림픽 역사상 가장 많은 관람객이 올림픽 현장을 찾은 대회 중 하나로 기록되었다.

이러한 관객 동원 성과는 단순한 티켓 판매에 그치지 않고 전체 재정 성과로도 이어졌다. 조직위원회가 대회 이후 발표한 공식 자료에 따르면, 최종 수익은 총 44억 8천만 유로, 지출은 약 44억 5천만 유로로 집계되어 최소 2,680만 유로의 흑자를 기록한 것으로 나타났다(The Paris 2024 Olympic Games in review, 2024). 주요 수익 항목으로는 티켓과 호스피탈리티 판매 수익이 14억 9천만 유로에 달했으며, 공식 스폰서십 수익도 12억 4천만 유로로 집계되어 전체 수익의 큰 비중을 차지했다. 특히 전체 수익의 95% 이상을 민간 재원으로 충당함으로써 공공 재정부담을 최소화한 점은 파리 올림픽 운영 모델의 가장 큰 성과 중 하나로 평가된다. 아울러 남은 수익은 다시 프랑스 스포츠계와 지역사회의 지속 가능한 발전을 위해 환원될 예정이다.

파리 올림픽은 단순한 스포츠 이벤트를 넘어 프랑스 경제 전반에 중장기적인 파급효과를 창출했다. 조직위원회가 대회종료 후 발표한 “Paris 2024 Sustainability & Legacy post-Games report summary”(2024) 보고서에 따르면 이번 대회는 약 181,000명의 직접 고용 효과를 발생시켰으며, 공급망에 참여한 전체 업체의 88%가 프랑스 기업으로 구성되었고, 그중 다수가 중소기업과 사회적 연대경제 조직이었다 이를 통해 대회가 국가 경제에 미친 효과는 대규모 일자리 제공뿐만 아니라 지역 기반 경제 활성화로도 이어졌다. 특히 파리 북동부 센생드니 지역은 이번 대회를 통해 대표적인 재생·개발 지역으로 거듭났다. 보고서에 따르면 센생드니에는 5개의 공공 수영장과 18개의 새로운 풀장을 포함해 다양한 체육시설이 신설·개보수되었고, 경기장과 연결된 접근도로, 녹지축, 자전거 도로망 등 지역 인프라가 대폭 정비되었다(The Paris 2024 Olympic Games in review, 2024). 이로 인해 지역 주민의 생활환경이 개선되었을 뿐만 아니라, 대회 기간 이후에도 지역 커뮤니티가 활용할 수 있는 지속 가능한 레거시가 마련되었다. 뿐만 아니라, 선수촌은 대회 종료 후 4,000채 이상의 사회주택으로 전환되어 지역 내 주거 취약 계층에 안정적인 주거를 제공하고, 지역 인구 구조와 도시 환경을 동시에 개선하는 장기 자산으로 남게 되었다. 이와 같은 물리적 유산은 파리시가 강조한 'Games Wide Open'의 핵심 가치 중 하나인 포용성과 접근성과도 맞닿아 있다.

한편 Sustainability & Legacy 관련 보고서에 따르면 이번 대회가 2018년부터 2034년까지 프랑스 수도권(일드프랑스) 지역에 미칠 경제적 파급효과는 최소 67억 유로에서 최대 111억 유로로 추산된다(Paris 2024 Sustainability & Legacy post-Games report summary, 2024). 이는 단기 투자 효과를 넘어 스포츠·관광·문화산업 전반의 활성화와 지역 재생 사업에 따른 추가 고용 창출, 연계 서비스 산업의 성장 등 다층적인 경제적 성과로 이어질 것으로 전망된다.

환경적 측면에서도 파리 올림픽은 ‘역대 가장 지속가능한 올림픽’으로 평가받았다. Sustainability & Legacy 관련 보고서에 따르면 전체 경기장과 관련 시설의 95%를 기존 시설이나 임시 구조물로 활용하고, 모든 경기장 운영에 100% 재생에너지를 공급했다(Paris 2024 Sustainability & Legacy post-Games report summary, 2024). 이를 통해 2012년 런던 올림픽과 2016년 리우 올림픽에 비해 평균 탄소배출량을 54.6% 줄였으며, 운영 과정에서 발생한 폐기물도 2012년 런던 대비 60% 이상 감축하는 성과를 거두었다. 또한 디지털 장비의 75% 이상이 임대·재사용 방식으로 운영되었고, 전체 물품의 90% 이상이 순환경제 전략에 따라 다시 활용되었다.

올림픽 효과는 파리 시내에만 국한되지 않았다. 전국적으로 4,900개가 넘는 지방자치단체가 ‘Terre de Jeux 2024’ 인증을 받아 지역 단위의 스포츠·문화 프로그램을 활발히 운영했다(The Paris 2024 Olympic Games in review, 2024). ‘Terre de Jeux 2024’는 파리 올림픽 조직위원회가 지역 주민 누구나 스포츠를 즐기고 올림픽 정신을 체감할 수 있도록 마련한 공식 참여 프로그램으로, 인증을 받은 지자체는 자체적으로 주민이 참여할 수 있는 다양한 스포츠 행사와 문화 이벤트를 기획·운영할 수 있도록 지원받았다. 이를 통해 전국 곳곳에서 총 10만 건이 넘는 지역 스포츠·문화 행사가 개최되어 올림픽의 가치가 지역 사회 전반으로 확산되었다. 또한 시민 누구나 참여할 수 있는 마라톤 프로그램인 ‘Marathon Pour Tous’에는 약 47만 명이 참여해 스포츠 참여 문화의 저변을 한층 넓혔다.

이렇듯 파리 올림픽과 프랑스 최초의 패럴림픽은 경제, 환경, 사회, 문화 전반에 의미 있는 성과를 남기며 메가 스포츠 이벤트의 새로운 모델을 제시했다. 조직위원회는 ‘Games Wide Open’이라는 표어에 걸맞게

도시, 시민, 기업이 함께 만들어 낸 성과를 단발성으로 끝내지 않고 남은 수익을 스포츠와 지역사회에 다시 투자해 프랑스 전체가 함께 누릴 지속 가능한 국가적 유산으로 이어갈 계획이며, 이를 통해 파리 올림픽은 단순한 스포츠 대회를 넘어 지속가능성, 경제 효과, 지역 균형 발전, 사회적 포용을 실현한 21세기형 메가 이벤트의 새로운 기준으로 자리매김했다.

2) 파크골프의 확산과 산업 성장

파크골프는 1983년 일본 홋카이도 마쿠베쓰 공원에서 '누구나 쉽게 즐길 수 있는 평생스포츠'라는 취지로 탄생한 종목으로, 골프의 경기 방식을 간소화해 작은 코스와 단일 채, 플라스틱 볼로 플레이한다는 특징이 있다(일본파크골프협회, 2024). 경기 규칙이 단순하고 경기 시간이 짧으며, 장비와 시설 설치 비용이 적게 들어 접근성이 높다. 이러한 특성은 남녀노소, 특히 신체 부담이 큰 운동을 기피하는 고령층에게 큰 매력으로 작용해 발상지 일본에서는 빠른 속도로 전국으로 확산됐다. 우리나라에서는 2000년 진주시 판문동 종합사회복지관에 상락원 파크골프장이 복지시설로 조성된 것이 시초이며, 2004년 5월 서울 여의도에 한강파크골프장이 조성되면서 공식적인 보급이 시작됐다(대한파크골프협회, 2024). 이후 2016년 대한파크골프협회가 창립되면서 제도적 기반이 마련되었고, 각종 대회 개최, 지도자·심판 양성, 공인 코스 인증 등 체계가 갖춰지면서 동호인 수가 폭발적으로 증가했다. 여기에 저출산·고령화로 인한 건강·여가 복지 수요 증가, 기존 골프 대비 저렴한 이용료, 지자체의 유휴부지 활용 정책, 언론과 SNS를 통한 입소문 등이 맞물리며 파크골프는 전국적인 생활스포츠로 자리 잡게 됐다. 특히 경기의 난이도가 비교적 낮고 실력이 다른 연령층이 함께 플레이하기 쉬운 구조 덕분에 세대 간 교류를 촉진하는 장점도 부각되고 있다.

대한파크골프협회 집계에 따르면 국내 등록 회원 수는 2016년 약 1,700명에서 2017년 16,728명, 2022년 10만 명을 돌파했고, 2023년 142,664명, 2024년에는 183,788명으로 전년 대비 약 29% 증가하며 역대 최고치를 기록했다. 같은 기간 전국 파크골프장 수는 2019년 226곳에서 2024년 411곳까지 증가했다. 지역별로는 경남이 회원 수 36,268명으로 1위, 대구·경북이 각각 21,536명, 20,067명으로 뒤를 이었으며, 코스 수는 경남이 66곳으로 가장 많았다. 공인인증 파크골프장은 17곳, 공인 심판은 847명으로, 제도·인력 인프라도 지속 확충되고 있다.

파크골프 관련 산업 전반의 성장세도 주목할 만하다. 장비·용품 부문에서는 채·공·가방·의류·장갑 등 전용 제품군이 빠르게 확대되고 있으며, 국내에만 100여 개 이상의 브랜드가 경쟁하며 디자인, 소재, 경량화 기술을 차별화 요소로 내세우고 있다. 일부 기업은 연 매출 173억 원, 순이익률 20%를 넘기거나, 연 매출 37억 원과 116% 성장률을 기록하는 등 가파른 실적 향상을 보였다. 이와 함께 파크골프장 설계·시공 업체, 잔디·코스 관리 장비 업체, 예약·회원 관리 시스템을 제공하는 기업 등 서비스·인프라 부문도 성장 중이다. 일부 지방자치단체와 민간 사업자는 파크골프장을 지역 관광과 연계하거나 숙박·외식·교통 패키지 프로그램을 운영해 부가가치를 높이고 있다. 아울러 실버 헬스케어와의 융합도 확대되어, 이용자를 대상으로 한 건강검진, 운동처방, 맞춤형 보험상품 등이 새로운 시장을 형성하고 있다.

향후 한국의 파크골프 산업은 단기적으로 규제 완화에 따른 시설 확충과 신규 이용자 증가가 이어질 것으로 보인다. 그러나 무분별한 시설 확장으로 인한 환경 훼손이나 주민 반발 가능성이 존재하므로 친환경 설계와 공원 다기능화, 지역사회 협력 체계 구축이 필요하다. 중기적으로는 장비·패션 브랜드의 시장 재편, 보험·건

강검진·물리치료 등 실버 헬스케어 결합 상품 확대가 전망되며, 산업이 안정기에 접어들면 표준 규격 제정, 지도자·심판 양성 체계 고도화, 안전관리 매뉴얼 강화, 데이터 기반 수요·시설 운영 플랫폼 도입이 중요한 과제로 부상할 것이다.

한편 발상지인 일본은 다른 양상을 보인다. 일본파크골프협회(NPGA) 자료에 따르면 전국 등록 개인 회원 수는 2016년 57,305명에서 2019년 45,280명, 2021년 38,090명으로 지속 감소했다. 홋카이도의 경우 2008년 47,000명이던 회원이 2024년 12,000명으로 약 70% 줄었고, 공인 코스 수도 2016년 196개에서 2024년 169개로 감소했다. 감소 요인으로는 고령층의 경제활동 지속에 따른 여가 시간 부족, 시설 노후화와 관리비 상승, 게이트볼·그라운드골프 등 대체 스포츠와의 경쟁 심화가 꼽힌다. 일부 지역에서는 청년층 참여 확대를 위해 홍보·관광 연계 프로그램을 시도하고 있으나, 전국적 감소세를 반전시키기에는 역부족이라는 평가가 나온다. 이는 한국에서도 향후 급격한 성장 이후 질적 관리가 소홀해질 경우 비슷한 하락세를 겪을 수 있음을 시사하며, 이에 따라 코스 관리·안전·환경·코칭 품질을 강화하고 다양한 연령층을 아우르는 프로그램 개발과 복지 연계가 필요할 것으로 예상된다.

3) 마라톤 열풍과 관련 산업의 성장

코로나19 팬데믹이 완화된 이후 한국에서는 러닝과 마라톤에 대한 열풍이 폭발적으로 확산되며, 전국적으로 마라톤 대회가 연 300~400개 수준으로 상시 운영되고 있다. 실제로 2022년 346개였던 대회 수가 2023년에는 389개로 늘어나며 가속적인 성장세를 보여주었다(마라톤 온라인, 2024). 2024년 서울마라톤은 세계육상연맹 플래티넘 라벨로 개최되었으며, 79개국에서 약 3만 8천 명이 참가하는 등 글로벌 러너의 참여가 크게 늘었다. 춘천마라톤 등 일부 지역 대회는 접수 직후 매진되는 '피켓팅' 현상이 반복되며 참가 열기와 함께 대회 비용에 대한 관심도 높아지고 있다.

이 같은 마라톤 열풍의 배경에는 여러 요인이 복합적으로 작용하고 있다. 특히 국내 러닝 인구의 폭발적 증가는 마라톤 산업 확산의 핵심 동력이다. 스포츠업계에 따르면 한국의 러닝 인구는 약 1,000만 명으로 추산되며, 이는 2017년 약 500만 명 대비 두 배 이상 증가한 수치다. 한국갤럽이 2023년에 발표한 '아웃도어 활동과 실내외 운동 15개 종목별 경험 관련 조사'에서도 연간 러닝(조깅 포함) 경험률은 2021년 23%에서 2023년 32%로 9%포인트 상승했으며, 남녀와 전 연령층 모두에서 고른 증가세를 보였다. 실제로 조깅·달리기 경험률은 남성 36%, 여성 27%, 10대 38%, 60대 이상 27%로 나타나 세대와 성별을 막론하고 인기가 확산되고 있음이 확인된다. 이러한 인구 기반 확대가 '접수 경쟁', 러닝화 시장 급성장, 러닝 크루 활성화 등 마라톤 대회 수요를 지속적으로 견인하고 있다.

MZ세대를 중심으로 한 SNS 기반 러닝 크루 문화는 "같이 달리고 인증한다"는 경험을 중심으로 재참여를 유도하고 있으며, 건강과 여가에 대한 가치 재정립은 러닝 인구 증가와 맞물려 시장 확산에 촉매 역할을 하고 있다. 이러한 흐름은 해외 대회 운영 모델과도 연결된다. 예를 들어, 런던 마라톤은 매년 80만 명 이상이 지원해 추첨제로 참가자를 선발하며, 보스턴 마라톤은 엄격한 기록 기준과 함께 자선 기부 프로그램을 운영해 대회의 사회적 가치를 높이고 있다. 뉴욕과 시카고 마라톤은 대회 종료 후 경제효과, 자선 모금액, 고용 창출 수치를 공식 발표해 지역사회의 지지를 확보하며, 시카고의 경우 2024년 대회에서 6억 8,300만 달러의 경제효과를 기록했다(Bank of America, 2025). 일본 도쿄마라톤은 3만 6,965명의 러너와 1만

명의 자원봉사자가 참여하는 국가적 이벤트로 자리 잡았으며(도쿄마라톤재단, 2024), 자원봉사자 교육과 코스 안전관리 매뉴얼을 국가 차원에서 표준화하여 안정적 운영과 높은 참가자 만족도를 유지하고 있다. 이러한 해외 사례들은 한국 마라톤 산업이 장기적으로 지향할 수 있는 운영·브랜딩 모델로 평가된다.

국내 시장 측면에서도 성장세가 뚜렷하다. 2022년 한국의 애슬레틱 풋웨어 시장은 약 29억 달러 규모로 추정되며, 2023년부터 2030년까지 연평균 약 6% 성장률이 기대된다(Grand View Research, 2023). 러닝화가 시장 내 주력 카테고리로 자리잡았으며, 대회 운영 역시 참가비 외에 스폰서십, 용품 부스, 사진·기록 서비스, 보험 상품 등 복합 수익 구조로 고도화되고 있다. 뉴욕, 시카고 등 해외 메이저 마라톤이 보여준 것처럼, 마라톤은 숙박·외식·관광 소비 증가를 통해 도시 경제에 직접적인 기여를 할 수 있으며, 서울국제마라톤 역시 약 2,700만 달러의 경제적 효과를 기록하며 세계 마라톤 브랜드 순위 37위에 올랐다(Brand Finance, 2025).

그러나 한국 마라톤 산업이 안정적이고 지속 가능한 성장을 이루기 위해서는 해결해야 할 과제가 적지 않다. 첫째, 현재 대부분의 대회가 선착순 접수 방식을 고수해 외국인 러너나 초심자에게 접근성이 낮다. 해외처럼 추첨제와 외국인 참가 쿼터를 도입하면 참가자 다양성을 확보하고 국제 경쟁력을 높일 수 있을 것으로 기대된다. 둘째, 교통 통제와 소음 문제 등 주민 불편을 최소화하기 위한 코스 설계와 사전 협의가 필요하다. 이를 위해 소상공인과의 상생 프로그램, 지역 축제와 연계한 운영 모델을 확대할 필요가 있다. 셋째, 안전 관리 강화가 요구된다. 여름철 폭염, 겨울철 한파, 에이드 스테이션 운영 미흡 등은 참가자 안전을 위협할 수 있어, 데이터 기반 리스크 관리와 응급 대응 체계 구축이 필수적이다. 넷째, 환경 지속가능성을 높이기 위해 컵리스 운영, 재활용 유니폼 보급, 대중교통 연계 강화 등 친환경 정책을 도입할 필요가 있다. 마지막으로, 일본 도쿄마라톤처럼 자원봉사자 교육·관리 표준화를 도입하면 대회 품질과 참가자 경험을 동시에 높일 수 있다. 도쿄마라톤은 대회 전 3회의 사전 교육을 실시해 응급처치, 동선 안내, 긴급 상황 대응 등을 훈련하고, 역할별 매뉴얼과 경험자 배치를 통해 운영 안정성을 확보한다. 이러한 체계는 안전성과 신뢰도를 높이며 장기적으로 도시 브랜드 가치 제고에도 기여할 수 있다.

산업 전반적으로는 러닝화, 웨어러블 기기, 영양 제품, 보험, 피트니스 플랫폼, 런투어 등 밸류체인의 수직결합이 확대되고 있으며, 러닝 전문 여행사의 코칭·페이싱·관광 결합 패키지 상품 수요도 늘고 있다. 해외 주요 대회에서 이미 정착된 도시·대회·스폰서의 3자 브랜딩 모델(BMW 베를린, TCS 뉴욕·런던, 애보트 월드마라톤 메이저스 등)은 한국 대회에도 적용 가능성이 크며, 안정적인 재원 확보와 국제적 브랜드 가치 제고에 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

4) e스포츠 산업의 구조적 성장과 관전 스포츠로의 전환

2024년 e스포츠 산업은 전 세계적으로 전례 없는 성장세와 구조 변화를 동시에 겪으며, 단순한 게임 경기를 넘어 본격적인 '관전 스포츠'로의 전환을 가속화한 한 해였다. 글로벌 시장 규모는 2023년 약 19억 8천만 달러에서 2024년 약 23억 9천만 달러로 확대되어 전년 대비 20.7% 성장할 것으로 전망됐으며, 특히 미국 시장은 8억 7,100만 달러에서 10억 7천만 달러로 22.8% 증가할 것으로 예측됐다(DemandSage, 2025). 이어 2025년에는 약 28억 9천만 달러, 2026년에는 35억 달러를 넘어설 것으로 예상되며, 2023~2026년 기간 연평균성장률(CAGR)은 20%를 상회할 전망이다. 시청자 규모 역시 이에

발맞춰 확대되어, 2024년 전 세계 e스포츠 예상 시청자는 약 6억 1,100만 명으로 추정된다. 이 중 핵심 시청자는 3억 200만 명, 간헐 시청자는 3억 80만 명으로, 2023년 총 시청자 5억 7,400만 명 대비 약 6% 증가했다. 2025년에는 총 시청자가 6억 4천만 명에 이를 것으로 전망돼, 매년 약 3천만 명 이상의 신규 또는 재유입 시청자가 발생하는 추세다.

이러한 확장은 현장 관람과 온라인 시청 모두에서 기록 경신으로 나타났다. 2024년 리그 오브 레전드 월드 챔피언십 결승은 런던 O2 아레나에서 1만 4,500명의 관객을 모았으며, 중국을 제외한 최고 동시 시청자 수는 694만 명으로 사상 최고치를 기록했다. 이는 2023년 결승 시청자 640만 명 대비 약 8% 증가한 수치다. 결승전 전 단계부터 온라인 동시 시청자가 평균 450만 명 이상을 유지하는 등 전 구간에서 안정적인 시청률을 보였다. 또한 사우디아라비아에서 열린 Esports World Cup은 총상금 규모 약 6,000만 달러, 21개 종목으로 역대 최대 규모를 기록했으며, 클럽 챔피언십 부문에만 2,000만 달러가 배정됐다. 이는 2023년 주요 국제 대회의 평균 총상금(약 3,500만 달러) 대비 70% 이상 증가한 것으로, 상금 경쟁의 격화가 선수·팀의 참여 동기뿐 아니라 관중의 관심과 미디어 노출 효과를 크게 높이고 있음을 보여준다.

운영 구조와 종목 구성의 변화도 두드러졌다. '오버워치 챔피언스 시리즈'의 출범은 해당 종목의 글로벌 리그 부활과 신규 팬층 확보를 위한 전략적 시도로 평가됐다. 여러 글로벌 리그는 구조 통합과 인수·합병을 단행해 운영 효율화와 자본 재분배를 꾀했다. 특히 라이엇 게임즈는 2024년 자사의 리그 오브 레전드와 발로란트 대회에 스포츠 베팅 회사를 공식 스폰서로 참여시켰다. 이는 청소년 시청자가 많다는 이유로 e스포츠에서 거의 허용되지 않았던 영역이지만, 전통 스포츠에서 이미 검증된 고수익 모델을 도입해 리그와 팀의 재정 안정성을 높이려는 움직임으로 해석된다.

이러한 세계적 흐름 속에서 한국 시장도 뚜렷한 성장세를 보였다. 한국콘텐츠진흥원 "2024 이스포츠 실태조사"에 따르면 2023년 국내 e스포츠 산업 규모는 2,569억 원으로, 2022년 2,383억 원 대비 7.8% 증가했다. 세부적으로는 가장 큰 비중을 차지하는 게임단 예산이 963억 원에서 1,115억 원으로, 미디어업 매출이 862억 원에서 959억 원으로 늘었다. 반면 상금 규모와 종목사 매출 등 일부 항목은 소폭 감소했다. 특히 종목사 매출 중 스폰서십·광고는 94억 원에서 116억 원으로 증가한 반면, 중계권 매출은 90억 원에서 50억 원으로 줄어 수익 구조 변화가 나타났다. 시청자 규모는 Esports Charts의 분석 기준으로 2024년 전체 시청자 수가 전년 대비 약 30% 늘었고, 평균 대회 시청률은 약 10% 상승했다. 리그 오브 레전드 콘텐츠 시청률은 약 40% 증가했으며, 발로란트 역시 40% 가까이 늘어 주요 종목 전반에서 시청자 참여가 확대됐다.

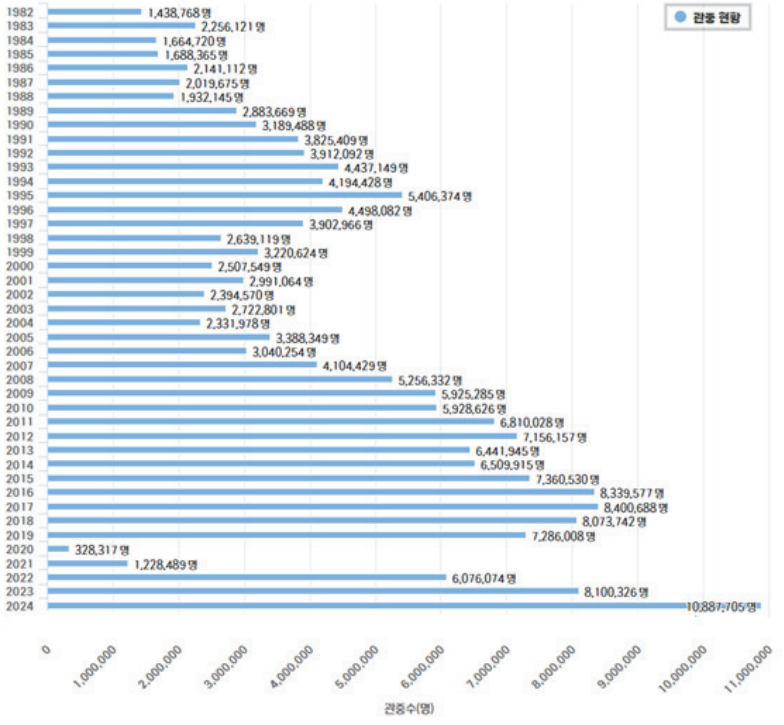
종합적으로, 2024년 e스포츠 산업은 글로벌과 한국 모두에서 시장 가치, 시청자 규모, 대회 상금, 운영 구조, 수익 모델 등 핵심 지표 전반에 걸쳐 전년 대비 뚜렷한 성장을 보였다. 관전 스포츠로서의 정체성을 강화하는 과정에서 전통 스포츠의 사업 모델과 운영 방식을 점차 흡수·변형하며 독자적인 산업 구조를 확립하고 있다. 이는 향후 5~10년간 e스포츠가 전 세계 스포츠 미디어 시장에서 차지하는 비중을 확대할 가능성을 높인다. 한편 Deloitte의 장기 전망에 따르면 글로벌 e스포츠 시장은 2025년 약 81억 달러에서 2034년 약 480억 달러, 한국 시장은 같은 기간 3억 달러에서 5억 2천만 달러로 확대될 것으로 보인다. 이는 본문 첫 문단에서 제시한 단기적 성장 수치와 성격이 다른 장기 예측치로, 2024년의 변화가 일시적 현상이 아니라 장기 성장 궤도로 진입했음을 시사한다.

5) 프로야구 관중수 회복 및 팬 마케팅 강화

2024년 스포츠산업의 가장 큰 이슈는 프로야구의 관중수 증가를 손꼽을 수 있다. 프로야구는 2023년 이후 관중수가 회복세를 보이며 흥행하게 되었는데, 3월 23일 개막전 전 경기 매진으로 시작하여 9월 28일 전 경기 매진으로 처음부터 끝까지 매진행렬이 이어지는 쾌거를 이루게 되었다. 이는 수치상으로도 나타나는데, 1,000만 관중을 돌파하여 1,088만 7,705명의 총 관중수를 기록하며 역대 최고 관중 현황을 나타내게 되었다(한국프로야구위원회 이하 KBO, 2024).

기존 최다기록이었던 2012년 시즌, 1만 3,451명에서 약 1,600명 증가한, 평균 1만 5,122명의 평균관중을 기록하며, 코로나 이후 주춤했던 스포츠 시장을 또 한 번 떠들썩하게 만들었다. 더 놀라운 것은 역대 처음으로 전 구단이 평균관중 1만 명 이상을 기록하게 되었다.

〈그림 1-5〉 연도별 관중현황



출처: 한국프로야구위원회(2024). 관중현황. KBO홈페이지

2024년 시즌은 기록적인 폭염과 파리올림픽으로 흥행전망이 밝지 않았음에도 프로야구 관중수가 증가한 여러 가지 이유들을 제시하면 다음과 같다. 첫째, KBO(2024)조사에 의하면 2024년 처음 야구장을 찾은 사람 가운데 여성비율은 48.6%에 달하게 되었고, 젊은 여성 중 77.9%가 리그에 대한 관심이 증가되었다고 나타났는데, 이는 '최강야구'의 흥행으로 야구에 관심을 갖는 MZ세대와 20대 미혼 여성층의 유입이 특히 강했으며, 이들은 기존의 '응원 중심 가족·남성' 관람층에서 '치어리더, 굿즈, 치맥 등 엔터테인먼트와 라이프스타일을 소비하는 젊은 세대'로 관객층을 바꾸었다(이재호, 2024).

둘째, 기존 스포츠 관람과 구분되는 KBO만의 독특한 응원문화를 들 수 있다. 치어리더의 퍼포먼스, 관중 참여형 이벤트가 관중들을 경기장으로 끌어오는 역할을 하였으며, 응원문화는 해외 언론에도 소개될 만큼 사회적 이슈로 부각되면서, 실제로 경기장 방문 이유의 49.3%가 '재미있는 응원문화' 때문이라는 설문 결과가 발표됐다(KBO, 2025).

셋째, KBO가 2023년 티빙(TVING)과 유무선 중계권 계약을 하며, 야구팬 누구나 40초미만 분량의 경기 쇼폼 영상을 소셜미디어 플랫폼에서 자유롭게 활용할 수 있도록 한 것이 부흥효과를 냈다(KBO, 2025). KBO가 전문조사업체인 ㈜글로벌리서치에 의뢰해 온, 오프라인 팬 성향을 조사한 결과 20대 여성은 KBO 리그와 관련 정보를 얻기 위해 접촉하는 매체가 다른 관람객들과 차이가 있었는데, 전체관람객이 유튜브 등 동영상 사이트에서 정보를 찾는 반면, 20대 여성은 SNS를 통해 정보를 확인하는 것으로 나타나 기존과는 다른 새로운 야구문화가 탄생하게 되는 계기가 되었다.

넷째, 최고의 인기팀인 기아 타이거즈가 7년 만에 정규시즌 우승을 하고, 2위를 차지한 삼성 역시도 대단한 인기로 인하여 나란히 30경기가 매진되는 사태가 발생하게 되었고(KBO, 2024), 더 나아가 한화이글스는 류현진의 국내 리그 복귀로 71경기 중 47경기가 매진되며, 좌석점유율은 95%에 달하게 되었으며, 거기에 20대 초반 스타 선수들의 활약도 불쏘시개 역할을 했다(이재호, 2024). 이러한 팀의 관중수 증가는 인기구단을 중심으로 지역경제에도 긍정적인 역할을 하였다.

다섯째, 불황과 물가 상승 속에서 여가생활의 가성비가 중시되면서, 비교적 저렴하게 즐길 수 있는 프로야구가 대중의 선택을 받게 되었는데, 특히 뮤지컬·콘서트·영화·놀이공원보다 낮은 야구경기 입장료는 비용을 아끼면서 신나게 즐길 수 있는 '합리적 소비' 수단으로 인식됐다(뉴시스, 2024).

여섯째, 2024년에는 'ABS'(전자 볼·스트라이크 판정), 피치클락, 수비 시프트 제한, 베이스 크기 확대 등 새로운 규정이 도입되어 경기의 재미와 박진감을 향상(KBO, 2025)시킨 것 역시도 또 하나의 이유이다.

마지막으로 2030 여성은 단순히 야구장을 찾는 것뿐만 아니라 응원팀 용품 구매에도 평균치에 웃도는 수치를 나타냈다. 이들이 2024년 응원팀의 용품을 구매한 비용은 20대 여성 연평균 약 23만 7천원, 30대 여성 연평균 약 27만 3천원으로 전체 관람객의 용품 구매 비용(약 23만 5천원)보다 많았다(KBO, 2025). 이렇듯 젊은 여성 중심으로 굿즈 소비가 증가했고, 2024년 한 해 동안 스페셜 유니폼만 100억 원어치가 팔릴 정도로 부가가치가 크게 늘었다. 최다 매출물품은 유니폼이였으며, 어센틱, 레플리카부터 다양한 스페셜 유니폼까지 골고루 높은 인기를 기록하게 되었다(한국프로스포츠협회, 2024).

결론적으로 2024년 시즌 프로야구 흥행에 신규 팬이라 할 수 있는 20대 여성관중이 결정적인 영향을 미치며, 프로스포츠 산업시장 전반에 많은 긍정적인 변화를 가져다주었다. 신규 팬들은 흥행의 주된 동력이 되었고, 단순한 소비자가 아니라 굿즈, 콘텐츠 소비 중심 층으로 자리매김하며, 새로운 야구문화와 커뮤니티 형성에도 크게 기여하고 있기에, 향후 프로야구 관중 수 예측과 시장 구조 변화 양측에서 가장 결정적인 영향력을 가진 변수라는 것을 인지해야한다. 관중 1,000만명 시대의 지속여부는 신규 팬의 유입을 지속적으로 유지하여, 흥행을 지속할 수 있는 재방문을 유도하는 것에 달렸다. 이를 위해 한국프로야구위원회 뿐만 아니라 각 구단에서도 새로운 규정의 도입, 굿즈, 콘텐츠개발, 다양한 마케팅 등 다각적인 전략을 통하여 단발성 열풍에 끝나는 것이 아닌 중장기 팬덤 관리를 위해 노력해야 할 것이다.

제2장
스포츠산업 공급 현황

2024 Sport Industry White Paper



문화체육관광부

제2장 스포츠산업 공급 현황

1 스포츠 사업체 현황

1) 산업부문별 스포츠산업 사업체 수

우리나라 전체 스포츠산업 사업체 수는 2024년 총 131,764개이고, 스포츠 시설업이 49,082개로 전체 산업의 37.2%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 스포츠 용품업이 총 41,874개(31.7%), 스포츠 서비스업이 40,808개(30.7%) 순으로 나타났다.

〈표 2-1〉 '22~'24년 세세분류별 스포츠산업 모집단 사업체 수

(단위: 개, %)

구 분			2022		2023		2024	
			사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중
전 체			120,652	100	126,186	100.0	131,764	100.0
스포츠시설업	경기장 운영업	실내 경기장 운영업	145	0.1	159	0.1	169	0.1
		실외 경기장 운영업	103	0.1	123	0.1	140	0.1
		경주장 운영업	13	0	14	0.0	16	0.0
	참여스포츠 시설 운영업	종합 스포츠시설 운영업	884	0.7	957	0.8	1,046	0.8
		체력단련시설 운영업	10,993	9.1	11,507	9.1	12,152	9.2
		수영장 운영업	451	0.4	481	0.4	555	0.4
		볼링장 운영업	1,092	0.9	1,150	0.9	1,242	0.9
		당구장 운영업	13,294	11	12,834	10.2	12,308	9.3
		골프연습장 운영업	9,256	7.7	10,069	8.0	10,851	8.2
		스포츠 무도장 운영업	149	0.1	106	0.1	119	0.1
		체육공원 운영업	81	0.1	63	0.0	73	0.1
		기원 운영업	746	0.6	739	0.6	729	0.6
	골프장 및 스키장 운영업	골프장 운영업	481	0.4	521	0.4	529	0.4
		스키장 운영업	17	0	17	0.0	13	0.0
	수상스포츠 시설 운영업	낚시장 운영업	844	0.7	879	0.7	933	0.7
		기타 수상스포츠 시설 운영업	792	0.7	874	0.7	907	0.7
	기타 스포츠시설 운영업	기타 스포츠시설 운영업	5,264	4.4	6,203	4.9	6,660	5.1
	스포츠 건설업	스포츠시설 건설업	401	0.3	444	0.4	413	0.3
		스포츠 토목시설물 건설업	186	0.2	209	0.2	227	0.2
	소계		45,192	37.5	47,349	37.5	49,082	37.2

구 분			2022		2023		2024	
			사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중
스포츠용품업	운동 및 경기용품 제조업	운동 및 경기용 장비 제조업	702	0.6	755	0.6	798	0.6
		체력단련용 장비 제조업	509	0.4	541	0.4	574	0.4
		자전거 제조업	86	0.1	73	0.1	66	0.1
		낚시 및 수렵용 장비 제조업	472	0.4	507	0.4	552	0.4
		놀이터용 기구 제조업	94	0.1	112	0.1	159	0.1
		스포츠용 보트 건조업	100	0.1	99	0.1	80	0.1
		기타 운동 및 경기용품 제조업	26	0	31	0.0	26	0.0
	스포츠 의류 및 관련 섬유제품 제조업	스포츠 의류 제조업	956	0.8	940	0.7	949	0.7
		캠핑용 직물제품 제조업	321	0.3	366	0.3	404	0.3
		스포츠관련 직물제품 제조업	80	0.1	86	0.1	79	0.1
		스포츠관련 의류 부분품 제조업	53	0	58	0.0	61	0.0
	스포츠 가방 및 신발 제조업	스포츠 가방 제조업	149	0.1	134	0.1	149	0.1
		스포츠 신발 제조업	140	0.1	175	0.1	190	0.1
		스포츠관련 신발부분품 제조업	142	0.1	147	0.1	135	0.1
	운동 및 경기용품 도매업	운동 및 경기용구 도매업	2,358	2	2,473	2.0	2,590	2.0
		자전거 도매업	224	0.2	215	0.2	230	0.2
		스포츠 의류 소매업	771	0.6	752	0.6	764	0.6
		스포츠 가방 소매업	18	0	11	0.0	10	0.0
		스포츠 신발 도매업	213	0.2	220	0.2	239	0.2
	운동 및 경기용품 소매업	운동 및 경기용구 소매업	12,761	10.6	14,049	11.1	15,206	11.5
		자전거 소매업	3,065	2.5	2,838	2.2	2,905	2.2
		스포츠 의류 소매업	11,555	9.6	10,672	8.5	10,944	8.3
		스포츠 가방 소매업	30	0	16	0.0	20	0.0
		스포츠 신발 소매업	1,982	1.6	1,821	1.4	1,966	1.5
		스포츠 관련 무점포 소매업	1,148	1	1,173	0.9	1,558	1.2
	운동 및 경기용품 임대업	운동 및 경기용품 임대업	1,123	0.9	1,118	0.9	1,220	0.9
	소계		39,078	32.4	39,382	31.2	41,874	31.7

구 분			2022		2023		2024	
			사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중
스포츠서비스업	스포츠 경기업	스포츠 경기업	102	0.1	142	0.1	193	0.1
	스포츠 베팅업	스포츠 복권발행 및 판매업	1	0	1	0.0	1	0.0
		기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업	55	0	55	0.0	55	0.0
	스포츠 마케팅업	스포츠 에이전트업	108	0.1	130	0.1	175	0.1
		회원권 대행 판매업	167	0.1	140	0.1	154	0.1
		스포츠 마케팅 대행업	104	0.1	140	0.1	149	0.1
		기타스포츠 마케팅업	980	0.8	1,057	0.8	1,113	0.8
	스포츠 미디어업	스포츠 신문 발행업	20	0	21	0.0	21	0.0
		스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	53	0	45	0.0	37	0.0
		스포츠 관련 프로그램 공급업	8	0	11	0.0	9	0.0
		스포츠 관련 유선 방송업	5	0	5	0.0	3	0.0
		스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	8	0	10	0.0	8	0.0
	기타 스포츠 정보 서비스업	기타 스포츠 정보 서비스업	46	0	24	0.0	33	0.0
	스포츠 교육기관	태권도 교육기관	9,988	8.3	10,173	8.1	9,912	7.5
		무술 교육기관	5,829	4.8	6,308	5.0	6,207	4.7
		기타 스포츠 교육기관	17,143	14.2	19,010	15.1	20,507	15.6
	스포츠 게임 개발 및 공급업	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	227	0.2	226	0.2	272	0.2
		기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	63	0.1	55	0.0	43	0.0
	스포츠 여행업	스포츠 여행업	1,475	1.2	1,902	1.5	1,916	1.5
	소계		34,988	30.1	39,455	31.3	40,808	30.7

다음으로 지역별 사업체 수는 경기도가 27.2%로 가장 높은 비중을 차지하였고, 다음으로 서울특별시(15.3%), 부산광역시(6.3%), 경상남도(6.3%), 인천광역시(5.0%), 경상북도(4.8%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-2〉 '24년 지역별·사업종류별 스포츠산업 사업체 수

(단위: 개, %)

구 분	스포츠 시설업		스포츠 용품업		스포츠 서비스업		합계	
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
서울특별시	7,529	15.3	6,582	15.7	8,814	21.6	22,925	17.4
부산광역시	2,915	5.9	2,784	6.6	2,600	6.4	8,299	6.3
대구광역시	2,109	4.3	1,985	4.7	1,836	4.5	5,930	4.5
인천광역시	2,650	5.4	1,803	4.3	2,076	5.1	6,529	5.0
광주광역시	1,380	2.8	1,031	2.5	1,165	2.9	3,576	2.7
대전광역시	1,384	2.8	1,194	2.9	1,108	2.7	3,686	2.8
울산광역시	1,166	2.4	814	1.9	840	2.1	2,820	2.1
세종특별자치시	301	0.6	180	0.4	348	0.9	829	0.6
경기도	13,349	27.2	11,846	28.3	11,368	27.9	36,563	27.7
강원도	1,973	4.0	1,763	4.2	1,305	3.2	5,041	3.8
충청북도	1,909	3.9	1,304	3.1	1,088	2.7	4,301	3.3
충청남도	2,051	4.2	1,752	4.2	1,328	3.3	5,131	3.9
전라북도	1,740	3.5	1,663	4.0	1,176	2.9	4,579	3.5
전라남도	1,797	3.7	1,528	3.6	991	2.4	4,316	3.3
경상북도	2,613	5.3	2,169	5.2	1,592	3.9	6,374	4.8
경상남도	3,153	6.4	2,717	6.5	2,367	5.8	8,237	6.3
제주특별자치도	1,063	2.2	759	1.8	806	2.0	2,628	2.0
합 계	49,082	100.0	41,874	100.0	40,808	100.0	131,764	100.0

2) 종사자별 스포츠산업 사업체 수

2024년 종사자 수별 스포츠산업 사업체 수는 종사자 1~4명인 사업체가 전체 스포츠 사업체의 89.9%인 118.513개로 2023년과 비교하여 전반적인 업체 수는 증가하였지만, 전체 비중에서는 소폭 감소하였다. 종사자 5~9인 사업체는 6.6%로 10인 미만 사업체가 96.5%로 10인 미만 사업체가 96.5%로 나타났으며, 20인 이상 사업체는 1.4%로 대부분의 스포츠산업 사업체가 소규모로 구성되어 있다.

〈표 2-3〉 '22~'24년 종사자 수별 스포츠산업 사업체 수

(단위: 개, %)

구 분	2022		2023		2024	
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
1~4명	111,708	92.6	113,648	90.1	118,513	89.9
5~9명	5,151	4.3	8,135	6.4	8,664	6.6
10~19명	2,095	1.7	2,754	2.2	2,796	2.1
20~49명	1,074	0.9	984	0.8	1,059	0.8
50명 이상	624	0.5	665	0.5	732	0.6
합 계	120,652	100.0	126,186	100.0	131,764	100.0

또한, 2024년 기준으로 종사자 수가 1~4명인 스포츠산업 분야 사업체 수는 스포츠 시설업이 42.997개(32.6%)로 가장 많으며, 그다음으로 스포츠 용품업(38,830개), 스포츠 서비스업(36,686개) 순으로 나타났다. 모든 종사자 수별 스포츠산업 분야에서 스포츠 시설업의 업체 수가 가장 많은 것으로 나타났다.

〈표 2-4〉 '22~'24년 종사자 수별·사업종류별 스포츠산업 사업체 수

(단위: 개, %)

구 분	대분류	2022		2023		2024	
		사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
1~4명	스포츠 시설업	41,344	34.3	41,880	33.2	42,997	32.6
	스포츠 용품업	35,653	29.6	36,243	28.7	38,830	29.5
	스포츠 서비스업	34,711	28.8	35,525	28.2	36,686	27.8
5~9명	스포츠 시설업	2,019	1.7	3,137	2.5	3,627	2.8
	스포츠 용품업	2,173	1.8	2,117	1.7	2,033	1.5
	스포츠 서비스업	959	0.8	2,881	2.3	3,004	2.3
10~19명	스포츠 시설업	915	0.8	1,394	1.1	1,426	1.1
	스포츠 용품업	793	0.7	645	0.5	638	0.5
	스포츠 서비스업	387	0.3	715	0.6	732	0.6
20~49명	스포츠 시설업	529	0.4	516	0.4	562	0.4
	스포츠 용품업	337	0.3	263	0.2	269	0.2
	스포츠 서비스업	208	0.2	205	0.2	228	0.2
50명 이상	스포츠 시설업	385	0.3	422	0.3	470	0.4
	스포츠 용품업	122	0.1	114	0.1	104	0.1
	스포츠 서비스업	117	0.1	129	0.1	158	0.1
합 계		120,652	100	126,186	100.0	131,764	100.0

2 스포츠산업 종사자 및 고용 현황

1) 부문별 종사자 현황

2024년 사업종류별 종사자 현황을 살펴보면 경기장 운영업, 참여스포츠 시설 운영업, 골프장 및 스키장, 스포츠 건설업 등이 포함된 스포츠 시설업이 20만 7천 명으로 전체 산업의 42.2% 수준으로 가장 큰 부문을 차지하고 있다. 스포츠산업의 전체 종사자는 6.7% 증가한 것으로 나타난 가운데, 스포츠 용품업과 스포츠 서비스업의 종사자가 전년 대비 7.6% 증가하였으며 스포츠 시설업은 전년 대비 5.5% 증가하였다.

〈표 2-5〉 '22~'24년 사업종류별 종사자 수

(단위: 천명, %)

구 분	2022		2023		2024		증감률 (2023년 대비)
	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중	
스포츠 시설업	185	42.0	196	42.7	207	42.2	5.5
스포츠 용품업	142	32.2	145	31.6	156	31.9	7.6
스포츠 서비스업	113	25.7	118	25.7	127	25.9	7.6
합 계	440	100.0	458	100.0	489	100.0	6.7

전체 스포츠산업 종사자 수는 총 48만 9,200명으로 나타났다. 세세분류별로는 체력단련시설 운영업의 종사자가 4만 2,600명으로 전체 산업의 8.7%로 가장 많았고 다음으로 기타 스포츠 교육기관(8.3%), 운동 및 경기용구 소매업(7.8%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-6〉 '22~'24년 스포츠산업 세세분류별 종사자 수

(단위: 백 명, %)

구 분			2022		2023		2024	
			종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중
전 체			4,402	100.0	4,585	100.0	4,892	100.0
스포츠시설업	경기장 운영업	실내 경기장 운영업	15	0.3	16	0.4	18	0.4
		실외 경기장 운영업	21	0.5	24	0.5	27	0.6
		경주장 운영업	55	1.3	57	1.2	57	1.2
	참여스포츠 시설 운영업	종합 스포츠시설 운영업	142	3.2	149	3.3	163	3.3
		체력단련시설 운영업	364	8.3	402	8.8	426	8.7
		수영장 운영업	46	1.0	51	1.1	57	1.2
		볼링장 운영업	42	1.0	45	1.0	49	1.0
		당구장 운영업	235	5.3	233	5.1	229	4.7
		골프연습장 운영업	285	6.5	312	6.8	340	7.0
		스포츠 무도장 운영업	4	0.1	3	0.1	3	0.1
		체육공원 운영업	11	0.3	11	0.2	12	0.2
		기원 운영업	9	0.2	9	0.2	9	0.2
	골프장 및 스키장 운영업	골프장 운영업	274	6.2	270	5.9	274	5.6
		스키장 운영업	77	1.8	76	1.7	67	1.4
	수상스포츠시설 운영업	낚시장 운영업	16	0.4	17	0.4	21	0.4
		기타 수상스포츠 시설 운영업	26	0.6	30	0.7	33	0.7
	기타스포츠시설 운영업	기타 스포츠시설 운영업	118	2.7	137	3.0	167	3.4
	스포츠 건설업	스포츠시설 건설업	59	1.3	62	1.4	61	1.2
		스포츠 토목시설물 건설업	50	1.1	53	1.2	51	1.0
	소계		1,849	42.1	1,957	43	2,064	42.3

구 분			2022		2023		2024	
			종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중
스포츠용품업	운동 및 경기용품 제조업	운동 및 경기용 장비 제조업	33	0.8	35	0.8	38	0.8
		체력단련용 장비 제조업	31	0.7	32	0.7	35	0.7
		자전거 제조업	8	0.2	7	0.2	7	0.1
		낚시 및 수렵용 장비 제조업	30	0.7	32	0.7	34	0.7
		놀이터용 기구 제조업	7	0.2	8	0.2	11	0.2
		스포츠용 보트 건조업	4	0.1	5	0.1	4	0.1
		기타 운동 및 경기용품 제조업	2	0.0	2	0.1	2	0.0
	스포츠 의류 및 관련 섬유제품 제조업	스포츠 의류 제조업	107	2.4	110	2.4	119	2.4
		캠핑용 직물제품 제조업	12	0.3	14	0.3	17	0.4
		스포츠관련 직물제품 제조업	6	0.1	6	0.1	5	0.1
		스포츠관련 의류 부분품 제조업	2	0.0	2	0.0	2	0.0
	스포츠 가방 및 신발 제조업	스포츠 가방 제조업	6	0.1	6	0.1	6	0.1
		스포츠 신발 제조업	28	0.6	28	0.6	29	0.6
		스포츠관련 신발부분품 제조업	10	0.2	11	0.2	11	0.2
	운동 및 경기용품 도매업	운동 및 경기용구 도매업	152	3.5	154	3.4	162	3.3
		자전거 도매업	13	0.3	13	0.3	13	0.3
		스포츠 의류 도매업	64	1.5	66	1.4	72	1.5
		스포츠 가방 도매업	2	0.0	2	0.0	1	0.0
		스포츠 신발 도매업	26	0.6	27	0.6	29	0.6
	운동 및 경기용품 소매업	운동 및 경기용구 소매업	329	7.5	344	7.5	383	7.8
		자전거 소매업	53	1.2	51	1.1	54	1.1
		스포츠 의류 소매업	344	7.8	346	7.6	359	7.3
		스포츠 가방 소매업	1	0.0	0	0.0	0	0.0
		스포츠 신발 소매업	72	1.6	73	1.6	79	1.6
		스포츠 관련 무점포 소매업	42	1.0	45	1.0	52	1.1
	운동 및 경기용품 임대업	운동 및 경기용품 임대업	33	0.8	33	0.7	36	0.7
	소계		1,417	32.2	1,452	31.7	1,560	31.7
스포츠서비스업	스포츠 경기업	스포츠 경기업	18	0.4	21	0.5	24	0.5
	스포츠 베팅업	스포츠 복권발행 및 판매업	2	0.1	2	0.1	2	0.0
		기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업	42	1.0	45	1.0	45	0.9
	스포츠 마케팅업	스포츠 에이전트업	3	0.1	3	0.1	5	0.1
		회원권 대행 판매업	7	0.2	6	0.1	7	0.1
		스포츠 마케팅 대행업	4	0.1	4	0.1	4	0.1
		기타스포츠 마케팅업	84	1.9	85	1.8	91	1.9
	스포츠 미디어업	스포츠 신문 발행업	3	0.1	3	0.1	3	0.1

구 분		2022		2023		2024	
		종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중
	스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	2	0.0	2	0.0	2	0.0
	스포츠 관련 라디오 방송업	-	-	-	-	-	-
	스포츠 관련 지상파 방송업	-	-	-	-	-	-
	스포츠 관련 프로그램 공급업	5	0.1	5	0.1	6	0.1
	스포츠 관련 유선 방송업	4	0.1	4	0.1	4	0.1
	스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	3	0.1	3	0.1	2	0.0
기타 스포츠 정보 서비스업	기타 스포츠 정보 서비스업	4	0.1	3	0.1	3	0.1
스포츠 교육기관	태권도 교육기관	229	5.2	237	5.2	234	4.8
	무술 교육기관	106	2.3			107	2.2
	기타 스포츠 교육기관	328	7.5	348	7.6	404	8.3
스포츠 게임 개발 및 공급업	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	174	4.0	165	3.6	172	3.5
	기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	11	0.3	10	0.2	10	0.2
스포츠 여행업	스포츠 여행업	111	2.5	124	2.7	141	2.9
소계		1,140	26.1	1,070	23.5	1,266	25.9

한편, 조직 형태별 스포츠산업 종사자 수를 살펴보면 개인사업체에 종사하는 인원이 29만 8천 명으로 전체 종사자 중 61.0%를 차지하고 있으며, 다음으로 회사법인이 32.3%, 회사이외 법인이 4.6% 등의 순으로 조사되었다.

〈표 2-7〉 '22~'24년 조직형태별 종사자 수

(단위: 천명, %)

구 분	2022		2023		2024	
	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중
개인사업체	251	57.0	267	58.3	298	61.0
회사법인	158	35.9	160	34.9	158	32.3
회사이외 법인	22	5.0	21	4.6	22	4.6
비법인단체	9	2.1	10	2.2	11	2.2
합 계	440	100.0	458	100.0	489	100.0

종사자 규모별 종사자 수 현황을 살펴보면 1~4인 사업체 수에 종사하는 인원이 28만 4천 명으로 전체 종사자의 58.0%를 차지하고 있으며, 다음으로 50인 이상 규모 사업체에서 8만 9천 명(18.2%)이 종사하고 있는 것으로 나타났다. 5~9인 사업체의 종사자 수는 2023년 대비 15.4% 증가하여 가장 큰 증가율을 보인 반면, 20~49인 미만 사업체의 종사자는 전년 대비 3.2% 감소한 것으로 나타났다.

〈표 2-8〉 '22~'24년 종사자 규모별 종사자 수

(단위: 천명, %)

구 분	2022		2023		2024	
	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중
1~4인	255	57.9	261	56.9	284	58.0
5~9인	30	6.8	40	8.6	46	9.3
10~19인	30	6.8	33	7.2	35	7.1
20~49인	39	8.8	37	8.1	36	7.3
50인 이상	87	19.7	88	19.2	89	18.2
합 계	440	100.0	458	100.0	489	100.0

다음으로 지역별 사업종류별 종사자 수 현황을 살펴보면, 경기도 지역의 스포츠산업 종사자가 14만 명(28.7%)으로 가장 많고 다음으로 서울특별시 10만 6천 명(21.6%), 부산광역시 3만 4천 명(7.0%) 등으로 나타났다.

〈표 2-9〉 '24년 지역별·사업종류별 종사자 수

(단위: 천명, %)

구 분	스포츠 시설업		스포츠 용품업		스포츠 서비스업		합계	
	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중
서울특별시	29	14.2	38	24.3	39	30.5	106	21.6
부산광역시	13	6.5	14	8.8	7	5.4	34	7.0
대구광역시	7	3.5	7	4.2	4	3.1	18	3.6
인천광역시	9	4.4	8	5.2	5	4.3	22	4.6
광주광역시	5	2.2	3	1.9	3	2.0	10	2.0
대전광역시	5	2.6	4	2.4	3	2.0	12	2.4
울산광역시	4	2.2	2	1.5	2	1.4	9	1.8
세종특별자치시	1	0.7	0	0.2	1	0.7	3	0.5
경기도	60	29.0	42	27.0	38	30.3	140	28.7
강원도	12	5.9	5	2.9	3	2.5	20	4.1
충청북도	8	3.6	4	2.6	3	2.2	14	2.9

구 분	스포츠 시설업		스포츠 용품업		스포츠 서비스업		합계	
	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중
충청남도	8	4.0	5	3.0	3	2.6	16	3.3
전라북도	6	2.9	5	3.3	2	1.7	13	2.7
전라남도	7	3.2	4	2.6	2	1.8	13	2.6
경상북도	9	4.6	5	3.3	3	2.6	18	3.6
경상남도	15	7.0	9	5.8	6	4.5	29	6.0
제주특별자치도	7	3.6	2	1.1	3	2.4	12	2.5
합 계	207	100.0	156	100.0	127	100.0	489	100.0

3 스포츠산업 매출 및 실적

1) 매출 현황

(1) 사업종류별 매출 현황

2024년 산업분류별 매출액 현황을 살펴보면 운동 및 경기용구 도매업의 매출액이 7.9%로 스포츠산업 중 가장 큰 규모이며, 다음으로 스포츠 복권발행 및 판매업(7.5%), 기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업(6.9%), 골프장 운영업(6.9%), 스포츠 의류 소매업(6.5%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-10〉 '22~'24년 스포츠산업 산업분류별 매출액

(단위: 십억 원, %)

구 분			2022		2023		2024	
			매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
전 체			78,107 (72,298)	100.0	81,032 (74,895)	100.0	84,690 (78,680)	100.0
스포츠시설업	경기장 운영업	실내 경기장 운영업	230	0.3	246	0.3	264	0.3
		실외 경기장 운영업	328	0.4	374	0.5	407	0.5
		경주장 운영업	3,013	3.9	3,141	3.9	3,116	3.7
	참여스포츠 시설 운영업	종합 스포츠시설 운영업	1,279	1.6	1,351	1.7	1,526	1.8
		체력단련시설 운영업	2,347	3.0	2,523	3.1	2,683	3.2
		수영장 운영업	356	0.5	382	0.5	435	0.5
		볼링장 운영업	298	0.4	314	0.4	346	0.4
		당구장 운영업	1,101	1.4	1,030	1.3	1,054	1.2

구 분			2022		2023		2024	
			매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
스포츠용품업		골프연습장 운영업	2,920	3.7	3,123	3.9	3,389	4.0
		스포츠 무도장 운영업	10	0.0	6	0.0	7	0.0
		체육공원 운영업	141	0.2	134	0.2	126	0.1
		기원 운영업	44	0.1	44	0.1	44	0.1
	골프장 및 스키장 운영업	골프장 운영업	6,292	8.1	5,911	7.3	5,859	6.9
		스키장 운영업	761	1.0	735	0.9	578	0.7
	수상스포츠시설 운영업	낚시장 운영업	93	0.1	102	0.1	111	0.1
		기타 수상스포츠 시설 운영업	138	0.2	159	0.2	164	0.2
	기타스포츠시설운영업	기타 스포츠시설 운영업	561	0.7	660	0.8	779	0.9
	스포츠 건설업	스포츠시설 건설업	918	1.2	1,000	1.2	900	1.1
		스포츠 토목시설물 건설업	493	0.6	520	0.6	535	0.6
	운동 및 경기용품 제조업	운동 및 경기용 장비 제조업	666	0.9	713	0.9	755	0.9
		체력단련용 장비 제조업	490	0.6	510	0.6	525	0.6
		자전거 제조업	120	0.2	107	0.1	100	0.1
		낚시 및 수렵용 장비 제조업	447	0.6	473	0.6	503	0.6
		놀이터용 기구 제조업	142	0.2	145	0.2	174	0.2
		스포츠용 보트 건조업	76	0.1	78	0.1	67	0.1
		기타 운동 및 경기용품 제조업	79	0.1	82	0.1	81	0.1
	스포츠 의류 및 관련 섬유제품 제조업	스포츠 의류 제조업	3,339	4.3	3,436	4.2	3,684	4.4
		캠핑용 직물제품 제조업	203	0.3	215	0.3	193	0.2
		스포츠관련 직물제품 제조업	80	0.1	88	0.1	85	0.1
		스포츠관련 의류 부분품 제조업	31	0.0	33	0.0	33	0.0
	스포츠 가방 및 신발 제조업	스포츠 가방 제조업	117	0.2	107	0.1	103	0.1
		스포츠 신발 제조업	631	0.8	663	0.8	706	0.8
		스포츠관련 신발부분품 제조업	97	0.1	100	0.1	99	0.1
	운동 및 경기용품 도매업	운동 및 경기용구 도매업	6,050	7.7	6,400	7.9	6,703	7.9
		자전거 도매업	539	0.7	521	0.6	536	0.6
		스포츠 의류 도매업	2,878	3.7	2,905	3.6	3,132	3.7
		스포츠 가방 도매업	106	0.1	72	0.1	28	0.0
		스포츠 신발 도매업	2,514	3.2	2,747	3.4	2,940	3.5

구 분			2022		2023		2024	
			매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
스포츠서비스업	운동 및 경기용품 소매업	운동 및 경기용구 소매업	4,148	5.3	4,409	5.4	4,760	5.6
		자전거 소매업	623	0.8	580	0.7	598	0.7
		스포츠 의류 소매업	4,969	6.4	5,203	6.4	5,543	6.5
		스포츠 가방 소매업	13	0.0	8	0.0	8	0.0
		스포츠 신발 소매업	3,394	4.3	3,632	4.5	3,901	4.6
		스포츠 관련 무점포 소매업	959	1.2	1,052	1.3	1,219	1.4
	운동 및 경기용품 임대업	운동 및 경기용품 임대업	203	0.3	196	0.2	208	0.2
	스포츠 경기업	스포츠 경기업	762	1.0	920	1.1	1,179	1.4
	스포츠 베팅업	스포츠 복권발행 및 판매업	6,124 (315)	7.8	6,466	8.0	6,333 (323)	7.5
		기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업	5,676	7.3	5,902	7.3	5,870	6.9
	스포츠 마케팅업	스포츠 에이전트업	50	0.1	62	0.1	92	0.1
		회원권 대행 판매업	148	0.2	123	0.2	124	0.1
		스포츠 마케팅 대행업	88	0.1	82	0.1	88	0.1
		기타스포츠 마케팅업	1,544	2.0	1,613	2.0	1,697	2.0
	스포츠 미디어업	스포츠 신문 발행업	42	0.1	41	0.1	40	0.0
		스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	33	0.0	33	0.0	30	0.0
		스포츠 관련 라디오 방송업	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 지상파 방송업	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 프로그램 공급업	198	0.3	196	0.2	215	0.3
		스포츠 관련 유선 방송업	146	0.2	144	0.2	133	0.2
		스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	211	0.3	215	0.3	214	0.3
	기타 스포츠 정보서비스업	기타 스포츠 정보 서비스업	74	0.1	66	0.1	67	0.1
	스포츠 교육기관	태권도 교육기관	1,116	1.4	1,156	1.4	1,177	1.4
		무술 교육기관	370	0.5	414	0.5	414	0.5
		기타 스포츠 교육기관	1,711	2.2	1,972	2.4	2,193	2.6
	스포츠 게임 개발 및 공급업	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	3,687	4.7	3,315	4.1	3,484	4.1
		기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	273	0.3	234	0.3	240	0.3
	스포츠 여행업	스포츠 여행업	1,611	2.1	1,850	2.3	2,093	2.5

※ 괄호 안의 숫자는 체육진흥투표권을 제외한 매출액 현황임

매출액 비중은 스포츠 용품업이 전체 스포츠산업의 43.3%로 가장 큰 비중을 차지하였으며, 매출액 증감률 또한 스포츠 용품업에서 전년 대비 6.4% 증가하며 가장 큰 폭의 증가를 보였다.

〈표 2-11〉 '22~'24년 사업종류별 매출액

(단위: 십억 원, %)

구 분		2022		2023		2024		증감률 (2023년 대비)
		매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
스포츠 시설업		21,324	27.3	21,756	26.8	22,323	26.4	2.6
스포츠 용품업		32,916	42.1	34,475	42.5	36,685	43.3	6.4
스포츠 서비스업	체육진흥 투표권 포함	23,867	30.6	24,801	30.6	25,683	30.3	3.6
	체육진흥 투표권 제외	18,058	-	18,664	-	19,672	-	-
합 계	체육진흥 투표권 포함	78,107	100.0	81,032	100.0	84,690	100.0	4.5
	체육진흥 투표권 제외	72,298	-	74,895	-	78,680	-	-

(2) 조직형태별 매출액 현황

2024년 조직형태별 매출액은 회사법인이 매출 비중이 58.4%로 스포츠산업 매출의 절반 이상을 차지하고 있으며, 다음으로 개인사업체(35.2%), 회사이외 법인(4.4%) 등의 순으로 나타났다. 2023년 대비 비법인 단체의 매출 증가가 가장 큰 것으로 나타났으며(46.6%), 회사이외 법인의 경우는 전년 대비 8.4% 감소한 것으로 나타났다.

〈표 2-12〉 '22~'24년 조직형태별 매출액

(단위: 십억 원, %)

구 분	2022		2023		2024		증감률 (2023년 대비)
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
개인사업체	22,067	28.3	24,496	30.2	29,814	35.2	21.7
회사법인	50,402 (44,593)	64.5	51,338 (45,202)	63.4	49,501 (43,491)	58.4	-3.6
회사이외 법인	4,564	5.8	4,081	5.0	3,738	4.4	-8.4
비법인단체	1,074	1.4	1,116	1.4	1,637	1.9	46.6
합 계	78,107 (72,298)	100.0	81,032 (74,895)	100.0	84,690 (78,680)	100.0	4.5

※ 괄호 안의 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황임

(3) 종사자 규모별 매출액 현황

2024년 종사자 규모별로 매출액 현황을 살펴보면 50인 이상의 사업체 매출액이 전체의 41.3%를 차지하고 있으며, 다음으로 1~4인(32.2%), 20~49인(11.1%) 등의 순으로 나타났다. 전년 대비 매출 증감률은 5~9인 사업체의 매출 증가율이 19.4%로 가장 큰 것으로 나타난 반면 50인 이상 규모 사업체의 경우 전년 대비 5.3% 감소한 것으로 나타났다.

〈표 2-13〉 '22~'24년 종사자 규모별 매출액

(단위: 십억 원, %)

구 분	2022		2023		2024		증감률 (2022년 대비)
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
1~4명	22,058	28.2	24,030	29.7	27,273	32.2	13.5
5~9명	5,444	7.0	5,889	7.3	7,030	8.3	19.4
10~19명	7,629	9.8	5,800	7.2	6,055	7.1	4.4
20~49명	8,736	11.2	8,394	10.4	9,370	11.1	11.6
50명 이상	34,240 (28,431)	43.8	36,918 (30,782)	45.6	34,963 (28,952)	41.3	-5.3
합 계	78,107 (72,298)	100.0	81,032 (74,895)	100.0	84,690 (78,680)	100.0	4.5

※ 괄호 안의 숫자는 체육진흥투표권을 제외한 매출액 현황임

2) 국내 스포츠산업 사업 실적

2024년 스포츠산업 사업 실적을 살펴보면 전년 대비 증감률은 매출액이 4.5%, 내수는 4.5%, 수출은 6.1%, 영업비용은 5.3%, 영업이익은 -4.5%로 나타났다. 스포츠산업 매출액 구성은 24년 기준 내수 매출액이 82조 6,120억 원(97.5%) 수준으로 대부분을 차지하고 있으며, 수출액은 2조 780억 원(2.5%)으로 미미한 수준을 보였다.

〈표 2-14〉 '20~'24년 스포츠산업 사업 실적

(단위: 십억 원, %)

구 분	매출액 (A)			영업비용	영업이익 (B)	이익률 (B)/(A)
		내수	수출			
2020	52,918 (48,025)	52,303 (47,410)	615 (615)	50,906 (45,992)	2,012 (2,033)	3.8 (4.2)
2021	63,882 (58,346)	62,333 (56,797)	1,549 (1,549)	59,213 (53,682)	4,669 (4,664)	7.3 (8.0)
2022	78,107 (72,298)	76,198 (70,389)	1,909 (1,909)	71,435 (65,623)	6,672 (6,672)	8.5 (9.2)
2023	81,032 (74,895)	79,073 (72,936)	1,959 (1,909)	74,177 (68,040)	6,855 (6,855)	8.5 (9.2)
2024	84,690 (78,680)	82,612 (76,602)	2,078 (2,078)	78,144 (72,133)	6,547 (6,547)	7.7 (8.3)
전년대비 증감률	4.5	4.5	6.1	5.3	-4.5	-

※ 괄호 안의 숫자는 체육진흥투표권을 제외한 매출액 현황임

2024년 스포츠산업 매출액 84조 6,900억 원 중 영업비용 78조 1,440억 원을 제외한 영업이익은 6조 5,470억 원으로 7.7%의 영업이익률을 나타내고 있다. 2024년 기준 스포츠산업 전체 매출액 중 내수가 차지하는 비중은 97.5%로 우리나라의 스포츠산업은 내수시장 위주의 산업 구조를 가지고 있다.

〈표 2-15〉 '23~'24년 스포츠산업 중분류별 사업 실적

(단위: 십억 원, %)

대분류	중분류	2023						2024					
		내수액		영업비용		영업이익		내수액		영업비용		영업이익	
스포츠시설업	경기장 운영업	3,760	4.8	3,654	4.9	106	1.6	3,788	4.6	3,667	4.7	121	1.8
	참여스포츠 시설 운영업	8,907	11.3	7,824	10.5	1,083	15.8	9,610	11.6	8,612	11.0	999	15.3
	골프장 및 스키장 운영업	6,646	8.4	5,945	8.0	700	10.2	6,436	7.8	5,366	6.8	1,070	16.3
	수상스포츠 시설 운영업	261	0.3	227	0.3	34	0.5	274	0.3	242	0.3	32	0.5
	기타스포츠 시설 운영업	660	0.8	578	0.8	82	1.2	779	0.9	732	0.9	47	0.7
	스포츠 건설업	1,521	1.9	1,390	1.9	130	1.9	1,435	1.7	1,299	1.7	137	2.1
	소계	21,755	27.5	19,618	26.4	2,135	31.2	22,322	26.9	19,918	25.4	2,406	36.7
스포츠용품업	운동 및 경기용품 제조업	1,988	2.5	1,908	2.6	200	2.9	2,127	2.6	2,009	2.6	197	3.0
	스포츠의류 및 관련 섬유제품 제조업	3,291	4.2	3,462	4.7	310	4.5	3,595	4.4	3,686	4.7	309	4.7
	스포츠가방 및 신발 제조업	810	1.0	788	1.1	82	1.2	843	1.0	754	1.0	154	2.4
	운동 및 경기용품 도매업	12,107	15.3	11,443	15.4	1,202	17.5	12,641	15.3	12,469	15.9	870	13.3
	운동 및 경기용품 소매업	14,830	18.8	13,280	17.9	1,604	23.4	15,965	19.3	14,838	18.9	1,190	18.2
	운동 및 경기용품 임대업	196	0.2	170	0.2	26	0.4	208	0.3	189	0.2	19	0.3
	소계	33,222	42	31,051	41.9	3,424	49.9	35,379	42.9	33,945	43.3	2,739	41.9
스포츠서비스업	스포츠 경기업	900	1.1	844	1.1	76	1.1	1,178	1.4	1,097	1.4	82	1.3
	스포츠 베팅업	12,367 (6,231)	15.6	12,276 (6,139)	16.5	92 (92)	1.3	12,203 (6,193)	14.8	12,083 (6,073)	15.4	120 (120)	1.8
	스포츠 마케팅업	1,875	2.4	1,717	2.3	162	2.4	2,001	2.4	1,865	2.4	136	2.1
	스포츠 미디어업	628	0.8	564	0.8	65	0.9	632	0.8	554	0.7	78	1.2
	기타 스포츠 정보 서비스업	66	0.1	60	0.1	6	0.1	67	0.1	61	0.1	6	0.1
	스포츠 교육기관	3,541	4.5	3,101	4.2	440	6.4	3,784	4.6	3,367	4.5	418	6.4
	스포츠 게임 개발 및 공급업	2,868	3.6	3,231	4.4	318	4.6	2,956	3.6	3,310	4.4	414	6.3
	스포츠 여행업	1,850	2.3	1,714	2.3	136	2.0	2,090	2.5	1,946	2.5	147	2.2
	소계	24,095	30.4	23,507	31.7	1,295	18.8	24,911	30.2	24,283	31.4	1,401	21.4
합 계		79,073 (72,936)	100.0	74,177 (68,040)	100.0	6,855 (6,855)	100.0	82,612 (76,602)	100.0	78,144 (72,133)	100.0	6,547 (6,547)	100.0

※ 괄호 안의 숫자는 체육진흥투표권을 제외한 매출액 현황임

2024년 스포츠산업 사업종류별로는 스포츠 시설업의 내수 매출 비중은 100.0%이며, 스포츠 용품업은 96.4%, 스포츠 서비스업은 97.0% 수준으로 나타났다. 금액별로는 내수와 수출 모두 스포츠 용품업의 매출이 가장 큰 것으로 나타났다.

〈표 2-16〉 '22~'24년 스포츠산업 사업종류별 내수·수출실적

(단위: 십억 원)

구 분	매출액			내수			수출		
	2022년	2023년	2024년	2022년	2023년	2024년	2022년	2023년	2024년
스포츠 시설업	21,324	21,756	22,323	21,323	21,756	22,323	1	0	0
스포츠 용품업	32,916	34,475	36,685	31,673	33,222	35,378	1,243	1,254	1,307
스포츠 서비스업	23,867 (18,058)	24,801 (18,664)	25,683 (19,672)	23,201 (17,392)	24,096 (17,959)	24,911 (18,901)	666 (666)	705 (705)	772 (772)

※ 괄호 안의 숫자는 체육진흥투표권을 제외한 매출액 현황임

3) 스포츠산업 부문별 사업 실적

(1) 스포츠 용품업

2024년 스포츠 용품업의 내수판매 매출은 35조 3,780억 원으로 나타났으며 수입액은 4조 6,180억 원으로 2023년 대비 내수는 6.5%, 수입액은 7.6% 증가한 것으로 나타났다. 각 품목별 비중을 살펴보면 스포츠 의류의 내수(매출) 비중이 31.8%로 가장 높고, 다음으로 기타 용품(24.3%), 스포츠 신발(21.8%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-17〉 '22~'24년 스포츠 용품업 상품별 구성비

(단위: 십억 원, %)

구 분		금액	비 중					
			스포츠 기구	스포츠 의류	스포츠 신발	공 류	라켓류	기타
2022년	내수	31,674	14.9	38.0	14.2	3.0	2.2	27.8
	수입	3,907	27.7	31.4	16.7	4.6	9.2	10.4
2023년	내수	33,222	15.0	37.1	14.5	3.2	2.2	28.0
	수입	4,290	18.4	31.3	21.7	6.6	9.4	12.6
2024년	내수	35,378	14.7	31.8	21.8	4.7	2.7	24.3
	수입	4,618	18.9	28.0	24.3	6.1	10.8	11.9

(2) 스포츠 시설업

2024년 스포츠 시설업의 평균 영업 개월 수는 11개월로 나타났으며, 연간 이용 인원수는 5억 7,302만 2천 명이 이용한 것으로 나타났다. 세부적으로 살펴보면 스포츠 시설업의 연간 이용 인원수는 전년 대비 5.8% 증가한 가운데 기타 스포츠시설 운영업에서 전년 대비 6.9% 증가하며 가장 높은 증가율을 보였다.

〈표 2-18〉 '22~'24년 스포츠 시설업 연간 영업개월 수 및 이용 인원

(단위: 월, 천명, %)

구 분	평균 영업개월수(월)			연간이용인원수(천명, %)			증감률(%)
	2022년	2023년	2024년	2022년	2023년	2024년	
합 계	11	11	11	515,310(100.0)	541,520(100.0)	573,022(100.0)	5.8
경기장 운영업	12	11	12	45,473(8.8)	47,292(8.7)	48,098(8.4)	1.7
골프장 운영업	12	12	12	36,849(7.2)	34,092(6.3)	33,775(5.9)	-0.9
스키장 운영업	4	4	5	3,124(0.6)	2,841(0.5)	2,666(0.5)	-6.2
기타스포츠시설 운영업	12	12	12	421,493(81.8)	447,708(82.7)	478,423(83.5)	6.9
수상스포츠시설 운영업	9	9	9	8,371(1.6)	9,586(1.8)	10,059(1.8)	4.9

(3) 스포츠 서비스업

2023년 스포츠 서비스업의 고객(소비자) 연령별 매출액 구성비를 살펴보면, 8~13세 연령대에 매출이 27.0%로 가장 높게 나타났고, 20~39세(26.6%), 40~59세(17.6%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-19〉 '22~'24년 스포츠 서비스업 고객유형별 매출액 비중

(단위: %)

구분	7세 이하	8~13세	14~19세	20~39세	40~59세	60세 이상
2022년	8.5	28.8	14.8	25.2	16.4	6.4
2023년	8.4	28.1	15.0	25.9	16.3	6.3
2024년	8.4	27.0	14.0	26.6	17.6	6.4

4 스포츠 시설업 현황

1) 체육시설업 총괄

2024년 기준으로 등록체육시설업은 563개, 신고체육시설업이 65,679개로 총 66,242개가 운영 중인 것으로 파악되었다. 시·도별로는 경기도가 17,555개로 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로 서울이 12,009개인 것으로 나타났다.

〈표 2-20〉 '24년 전국 시·도별 체육시설 총괄

(단위: 개소, 면적 : ㎡)

시·도	계		등록체육시설업		신고체육시설업	
	업 소 수	면 적	업 소 수	면 적	업 소 수	면 적
계	66,242	661,011,379	563	618,058,721	65,679	42,952,658
서 울	12,009	5,281,527	1	998,126	12,008	4,283,401
부 산	3,963	23,956,290	10	21,912,844	3,953	2,043,446
대 구	2,843	5,028,789	5	3,672,314	2,838	1,356,475
인 천	3,867	14,924,413	14	12,910,156	3,853	2,014,257
광 주	2,008	2,812,639	3	2,095,341	2,005	717,298
대 전	2,120	2,536,156	3	1,734,206	2,117	801,950
울 산	1,461	6,165,681	6	5,465,626	1,455	700,055
세 종	462	16,742,138	3	16,507,315	459	234,823
경 기	17,555	187,647,668	163	173,782,857	17,393	13,864,811
강 원	2,074	82,024,076	77	80,158,499	1,997	1,865,577
충 북	2,136	83,756,605	43	82,344,612	2,093	1,411,993
충 남	2,769	23,668,506	27	21,435,504	2,742	2,233,002
전 북	2,387	27,841,543	29	26,283,271	2,358	1,558,272
전 남	2,397	46,020,355	45	44,143,662	2,352	1,876,693
경 북	3,302	51,483,674	53	48,898,117	3,249	2,585,557
경 남	3,907	44,681,631	41	42,120,240	3,866	2,561,391
제 주	982	36,454,929	41	33,596,031	941	2,858,898

2) 업종별 현황

(1) 등록체육시설업

2024년 기준으로 전국에 563개의 등록체육시설업이 운영 중이며, 이중 골프장이 539개로 가장 많은 것으로 나타났고, 스키장 15개, 자동차 경주장 9개가 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-21〉 '24년 등록체육시설업 현황

(단위: 개소, ㎡, 홀)

구분 / 업종별		업소수 (개소)	면 적 (㎡)	시 설 규 모
합 계		563	618,058,721	-
골프장	소 계	539	591,626,369	홀수 11,216
	회원제	154	212,869,287	홀수 3,506
	대중제	375	330,845,720	홀수 6,719
	비회원제	10	47,911,362	홀수 991
스키장		15	21,860,280	슬로프 147
자동차 경주장	소 계	9	4,572,072	트랙면적 432,921
	2 륜 차	4	1,167,647	트랙면적 132,497
	4 륜 차	5	3,404,425	트랙면적 300,424

• **골프장**

2024년 기준으로 전국에 539개 골프장이 있으며, 회원제 골프장은 154개, 대중제 골프장은 375개, 비회원제 골프장은 10개가 운영 중인 것으로 나타났으며, 시·도별로는 경기도가 회원제 68개, 대중제 85개, 비회원제 3개 등 총 156개로 전국에서 골프장이 가장 많은 것으로 나타났다.

〈표 2-22〉 '24년 전국 시·도별 골프장 현황

(단위: 개소, ㎡, 홀)

구분 \ 시·도별		전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산
총계	업소수	539	1	10	5	13	3	3	6
	면 적	591,626,369	998,126	21,912,845	3,672,314	12,618,354	2,095,341	1,734,206	5,465,626
	홀 수	11,216	27	180	81	269	45	36	117
회원제	업소수	154	-	6	1	2	-	1	2
	면 적	212,869,287	-	19,862,700	769,047	1,583,831	-	1,156,423	2,854,062
	홀 수	3,506	-	135	18	36	-	18	54
대중제	업소수	375	-	4	4	11	3	2	4
	면 적	330,845,720	-	2,050,145	2,903,267	11,034,523	2,095,341	577,783	2,611,564
	홀 수	6,719	-	45	63	233	45	18	63
비회원제	업소수	10	1	-	-	-	-	-	-
	면 적	47,911,362	998,126	-	-	-	-	-	-
	홀 수	991	27	-	-	-	-	-	-

세 종	경 기	강 원	충 북	충 남
3	156	64	42	27
16,507,315	170,086,452	64,168,571	82,162,597	21,435,504
72	3,191	1,231	1,683	471
1	68	15	5	3
14,196,123	88,592,657	17,973,792	6,081,822	2,978,993
27	1,598	342	117	54
2	85	44	36	24
2,311,192	80,370,999	41,718,278	34,766,836	18,456,511
45	1,566	798	720	417
-	3	5	1	-
-	1,122,796	4,476,501	41,313,939	-
-	27	91	846	-

전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
28	44	53	40	41
22,245,671	42,445,601	48,898,117	41,583,698	33,596,031
483	852	960	792	726
2	6	12	13	17
1,916,718	7,346,972	15,396,651	17,634,681	14,524,815
45	135	297	324	306
26	38	41	27	24
20,328,953	35,098,629	33,501,466	23,949,017	19,071,216
438	717	663	468	420

• **스키장**

2024년 기준으로 전국에 15개의 스키장이 운영 중이며, 이중 강원도에 9개, 경기도에 4개가 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-23〉 '24년 전국 스키장 현황

(단위: 개소)

구분 \ 시·도별	전 국	경 기	강 원	전 북	경 남
업 소 수	15	4	9	1	1
면 적	21,860,280	3,247,792	14,038,346	4,037,600	536,542
슬 로 프 수	187	27	119	34	7

• **자동차 경주장**

2024년 기준으로 전국에 9개 자동차 경주장이 있으며, 4륜차 경주장은 5개가 운영 중이며, 이중 강원도에 2개, 인천과 경기도, 전라남도에 각각 1개가 운영되고 있는 것으로 나타났으며 2륜차 경주장은 강원도에 2개, 경기도에 1개, 충청북도에 1개가 운영되고 있다.

〈표 2-24〉 '24년 전국 자동차 경주장 현황

(단위: 개소, ㎡)

구분 \ 시·도별		전 국	인 천	경 기	강 원	충 북	전 남
소계	업 소 수	9	1	2	4	1	1
	면 적	4,572,072	291,802	448,612	1,951,582	182,015	1,698,061
	트랙면적	432,921	31,610	57,865	229,646	14,302	99,498
2륜차	업 소 수	4	-	1	2	1	-
	면 적	1,167,647	-	9,841	975,791	182,015	-
	트랙면적	132,497	-	3,372	114,823	14,302	-
4륜차	업 소 수	5	1	1	2	-	1
	면 적	3,404,425	291,802	438,771	975,791	-	1,698,061
	트랙면적	300,424	31,610	54,493	114,823	-	99,498

(2) 신고체육시설업

2024년을 기준으로 전국에는 총 65,679개의 신고체육시설이 운영 중이며, 이중 체력단련장이 15,543개로 가장 많았으며, 그 다음으로 체육도장이 15,364개인 것으로 나타났다.

〈표 2-25〉 '24년 신고체육시설 현황

(단위: 개소, ㎡, 척, 타석, 대)

구분 / 업종별			업소수 (개소)	면적 (㎡)	시설규모
합 계			65,679	42,967,900	-
요트장			15	175,059	요트수 151척
조정장			-	-	-
카누장			5	15,539	카누수 124척
빙상장			47	120,512	빙판면적 34,677㎡
승마장			114	3,147,362	마장면적 1,383,924㎡
종합체육시설			320	1,218,556	총면적 675,047㎡
수영장	소 계		899	1,284,041	소계 339,177㎡
	실 내		770	876,490	수영조면적 250,567㎡
	실 외		129	407,551	수영조면적 88,610㎡
체육도장	소 계		15,364	3,504,955	소계 2,751,003㎡
	권 투		2,107	465,813	운동전용면적 377,524㎡
	레슬링		139	29,638	운동전용면적 23,107㎡
	유 도		824	186,381	운동전용면적 131,137㎡
	검 도		710	145,061	운동전용면적 15,754㎡
	태권도		10,320	2,422,629	운동전용면적 1,905,585㎡
	우 슈		119	25,447	운동전용면적 18,109㎡
	합기도		1,145	229,986	운동전용면적 179,787㎡
골프연습장	소 계		7,262	11,473,924	소계 91,315타석
	실내	일반	2,833	1,351,743	타석수 23,340타석
		병행 (일반+스크린)	3,111	1,885,754	일반타석수 7,814타석 스크린타석수 16,285타석
	실외	일반	1,056	7,490,531	타석수 35,690타석
		병행 (일반+스크린)	262	745,896	일반타석수 6,426타석 스크린타석수 1,760타석
가상체험체육시설업	골프		6,963	3,887,641	타석수 51,992타석
	야구		254	105,744	타석수 872타석
야구장			36	368,174	총면적 368,174㎡
체력단련장			15,548	10,461,692	운동전용면적 9,840,407㎡
당구장			14,913	4,461,002	당구대수 105,390대
썰매장			97	447,511	슬로프길이 54,961㎡
무도장			63	25,313	바닥면적 22,429㎡
무도학원			456	84,896	바닥면적 63,132㎡
체육교습업			2,999	1,964,831	운동전용면적 1,299,350㎡
인공암벽장업			341	221,148	인공암벽면적 110,322㎡

※ 골프연습장 병행 : 일반연습장과 스크린연습장을 같이 운영하는 업소
일반 : 전용연습장만을 운영하는 업소(스크린 無)
스크린 : 스크린연습장만을 운영하는 업소

• **요트장**

2024년 기준으로 전국에 총 15개의 요트장이 운영 중이며, 경상남도에서 가장 많은 7개가 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-26〉 '24년 전국 요트장 현황

(단위: 개소, ㎡, 척)

구분 \ 시·도별	전 국	서 울	경 북	경 남	제 주
업 소 수	15	1	2	7	5
면 적	175,059	27,620	620	100,481	46,338
요 트 수	151	34	9	73	35

• **빙상장**

2024년 기준으로 전국에 47개의 빙상장이 운영 중이며, 서울지역에서 가장 많은 22개가 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-27〉 '24년 전국 빙상장 현황

(단위: 개소, ㎡)

구분 \ 시·도별	전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산
업 소 수	47	22	2	3	1	1	-	-
면 적	120,512	53,191	5,232	7,448	13,595	905	-	-
빙 판 면 적	34,677	8,613	2,119	2,571	4,452	500	-	-

세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
1	12	1	-	-	-	1	2	-	1
258	23,905	6,376	-		-	3,308	1,965	-	4,329
156	9,285	1,830	-		-	1,681	1,670	-	1,800

• **카누장**

2024년 기준으로 전국에 5개의 카누장이 운영 중이며, 경기도 2개, 경상남도에 3개로 나타났다.

〈표 2-28〉 '24년 전국 카누장 현황

(단위: 개소, ㎡, 척)

구분 \ 시·도별	전 국	경 기	경 남
업 소 수	5	2	3
면 적	15,539	12,896	2,643
카 누 수	124	67	57

• **승마장**

2024년 기준으로 전국에 총 114개의 승마장이 운영 중이며, 경기도에서 가장 많은 32개가 운영 중인 것으로 나타났으며, 그 다음으로 제주가 16개인 것으로 나타났다.

〈표 2-29〉 '24년 전국 승마장 현황

(단위: 개소, ㎡)

구분 \ 시·도별	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산
업소수	114	-	1	1	4	-	4	1
면적	3,147,362	-	659	4,152	10,762	-	36,022	891
마장면적	1,383,924	-	69	642	1,519	-	11,253	369

세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
1	32	5	5	7	8	6	8	15	16
1,120	978,862	43,847	323,169	62,044	165,502	83,603	402,946	217,790	815,993
676	867,259	10,42	5,193	14,198	45,410	41,626	08,807	5,881	140,007

• **종합체육시설**

2024년 기준으로 전국에 총 320개의 종합체육시설이 운영 중이며, 서울에 99개, 경기도에 78개가 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-30〉 '24년 전국 종합체육시설 현황

(단위: 개소, ㎡)

구분 \ 시·도별	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산
업소수	320	99	30	16	9	8	8	4
면적	1,218,556	292,446	91,133	3,463	8,516	18,284	29,317	6,811
총면적	675047	143,669	53,668	3,463	8,516	8,725	15,267	5,827

세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
2	78	7	9	7	5	5	14	11	8
38,947	515,219	27,917	22,603	23,814	9,601	39,049	45,924	25,018	20,494
6,126	28,759	6,701	17,130	11,086	5,446	114,66	23,765	14,977	7,260

• **수영장**

2024년 기준으로 전국에 총 899개의 수영장이 운영 중이며, 이중 실내 수영장이 770개, 실외 수영장이 129개인 것으로 나타났다. 시·도별로는 경기도 262개, 서울 129개, 강원도 52개의 수영장이 운영 중인 것으로 파악되었다.

〈표 2-31〉 '24년 전국 수영장 현황

(단위: 개소, ㎡)

구분 \ 시·도별		전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산
총계	업소수	899	129	55	35	53	35	34	11
	면 적	1,284,041	144,059	42,695	52,272	57,865	27,588	59,401	7,180
	수영조	339,177	44,019	15,665	16,295	16,007	9,216	24,44	2,658
실내	업소수	770	121	48	32	51	35	33	10
	면 적	876,490	105,278	36,142	44,237	56,128	27,588	57,108	5,904
	수영조	250,567	33,524	13,194	12,918	15,285	9,216	22,773	2,363
실외	업소수	129	8	7	3	2	-	1	1
	면 적	407,551	38,781	6,553	8,034	1,737	-	2,293	1,276
	수영조	88610	10,495	2,470	3,377	722	-	1,676	295

세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
15	262	52	19	31	24	43	32	42	27
22,829	289,901	135,145	20,462	27,668	33,999	126,053	104,075	87,279	45,570
5,837	107,301	17,343	4,719	11,158	8,253	17,365	11,944	16,025	10,923
14	219	33	18	27	18	32	23	38	18
20,391	146,106	99,694	19,372	25,339	14,824	78,339	33,910	76,351	29,779
5,469	65,467	11,068	4,319	9,265	4,417	12,228	7,392	14,767	6,902
1	43	19	1	4	6	11	9	4	9
2,438	143,796	35,451	1,090	2,329	19,175	47,714	70,165	10,928	15,791
368	41,834	6,274	400	1,893	3,837	5,137	4,552	1,259	4,021

• **체육도장**

2024년 기준으로 전국에는 총 15,364개의 체육도장이 운영 중이며, 이중 태권도장이 10,320개로 가장 많은 것으로 나타났다. 시도별로 살펴보면, 경기도가 가장 많은 2,890개, 그다음으로 서울에 1,428개가 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-32〉 '24년 전국 체육도장 현황

(단위: 개소, ㎡)

구분 \ 시·도별		전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산
총계	업소수	15,364	2,349	881	766	992	552	547	303
	면 적	3,504,955	352,929	184,562	204,060	168,658	94,370	108,771	71,744
권투	업소수	2,107	508	97	81	141	54	71	42
	면 적	465,813	86,185	25,378	23,804	29,532	12,396	15,968	16,027
레슬링	업소수	139	37	12	6	16	1	6	1
	면 적	29,638	5,601	3,959	944	3,151	215	1,366	209
유도	업소수	824	124	71	48	44	22	29	10
	면 적	186,381	19,728	23,650	11,452	7,073	3,744	6,723	6,348
검도	업소수	710	123	50	31	34	18	29	7
	면 적	145,061	16,921	9,922	7,028	5,643	3,530	6,160	1,699
태권도	업소수	10,320	1,428	568	531	682	411	340	206
	면 적	2,422,629	205,642	105,413	142,668	110,181	67,270	63,561	39,344
우슈	업소수	119	14	6	5	6	3	7	5
	면 적	25,447	1,720	842	1,010	2,307	809	1,383	983
합기도	업소수	1,145	115	77	64	69	43	65	32
	면 적	229,986	17,132	15,398	17,154	10,771	6,406	13,610	7,134

세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
155	4,250	358	516	651	571	520	800	1,008	145
35,592	774,256	80,544	101,317	354,050	152,283	129,636	187,444	437,483	67,256
18	636	39	67	76	51	55	69	83	19
5,171	134,120	9,542	17,226	16,985	13,291	13,223	16,910	20,514	9,541
2	35	4	5	7	1	-	2	1	3
317	7,694	1,401	895	1,398	108	-	484	647	1,249
10	218	24	29	29	38	29	34	49	16
2,050	45,256	6,496	5,779	6,190	8,291	6,963	7,933	10,766	7,939
9	173	31	22	29	38	24	34	55	3
2,075	34,386	8,472	4,497	7,232	9,038	5,995	10,078	11,838	547
101	2,890	216	313	451	404	368	570	759	82
22,984	498,995	45,857	58,157	309,751	110,944	94,776	131,203	379,393	36,490
-	26	5	5	7	6	5	8	9	2
-	3,745	773	861	1,218	1,630	1,285	2,127	2,425	2,329
15	272	39	75	52	33	39	83	52	20
2,995	50,060	8,003	13,902	11,276	8,981	7,394	18,709	11,900	9,161

• **골프연습장**

2024년 기준으로 전국에는 총 7,262개의 골프연습장이 운영 중이며, 이중 실내연습장은 5,944개, 실외연습장은 1,318개인 것으로 파악되었다. 시·도별로는, 경기도에 가장 많은 1,619개가 있으며, 그다음으로 서울에 1,411개가 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-33〉 '24년 전국 골프연습장 현황

(단위: 개소, ㎡, 타석)

구분 \ 시·도별		전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산
총계	업소수	7,262	1,411	442	370	307	150	165	283
	면 적	11,473,924	613,894	478,141	150,171	492,537	141,902	128,130	300,389
	타석수	91,315	12,822	5,948	963	4,298	2,295	1,961	3,537
실내	업소수	5944	1241	335	330	265	127	141	245
	면 적	3,237,497	472,237	186,466	15,791	155,947	57,711	65,144	108,800
	타석수	47,439	9,683	3,284	18	2,332	907	1,159	1,981
실외	업소수	1,318	180	107	40	42	26	24	38
	면 적	8,236,427	141,657	291,675	134,380	336,590	84,191	62,986	191,589
	타석수	43,876	3,139	2,664	945	1,966	1,388	802	1,556

세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
28	1,619	182	241	226	319	326	470	571	149
26,445	2,836,770	785,256	439,488	608,567	528,255	686,296	1,000,490	728,434	1,528,759
403	24,161	3,029	3,417	3,765	4,443	3,378	6,748	8,448	1,699
23	1384	114	178	160	239	238	230	465	119
11,402	1,108,017	88,519	111,389	78,153	126,722	181,244	171,346	249,128	49,481
212	12,053	1,251	1,302	1,314	2,322	1,541	2,726	4,553	801
5	235	68	63	66	70	88	140	106	30
15,043	1,728,753	696,737	328,099	530,414	401,533	505,052	829,144	479,306	1,479,278
191	12,108	1,778	2,115	2,451	2,121	1,837	4,022	3,895	898

• **가상체육시설업**

2024년 기준으로 전국 가상체육시설업은 총 6,963개가 있는 것으로 나타났으며, 이중 경기에 2,409개, 서울에 878개가 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-34〉 '24년 전국 가상체육시설업 현황

(단위: 개소, ㎡, 타석)

구분 \ 시·도별		전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산
골프	업소수	6,963	878	280	301	301	154	241	102
	면 적	3,887,641	392,136	2,594	47,728	152,795	1,493	115,934	51,572
	타석수	51,992	5,942	2,594	333	1,941	1,493	1,429	607
야구	업소수	254	18	11	19	18	15	12	9
	면 적	105,744	4,359	5,038	8,172	7,332	5,736	4,865	3,772
	타석수	872	42	38	50	52	61	44	20

세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
55	2,409	329	266	393	229	199	337	371	118
27,838	1,170,319	147,339	134,263	693,789	115,177	111,628	175,802	211,423	63,398
502	19,487	2,234	1,964	3,119	1,339	1,126	2,518	4,537	827
2	46	8	12	21	15	10	23	13	2
721	20,020	2,543	4,934	11,491	6,722	4,303	8,690	4,539	2,507
7	170	23	40	85	58	34	84	57	7

• **야구장**

2024년 기준으로 전국에 야구장은 총 36개가 있는 것으로 나타났으며, 경기에 22개, 인천에 6개가 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-35〉 '24년 전국 야구장 현황

(단위: 개소, ㎡)

구분 \ 시·도별	전 국	대 구	인 천	세 종	경 기	경 북	경 남
업 소 수	36	2	6	1	22	4	1
면 적	368,174	19,586	67,583	7,900	211,967	60,733	405

• **체력단련장**

2024년 기준으로 전국의 체련단련장은 총 15,548개가 있는 것으로 나타났으며, 서울에 3,987개로 가장 많은 것으로 나타났고 경기 3,938개, 부산 1,090개 순으로 나타났다.

〈표 2-36〉 '24년 전국 체력단련장 현황

(단위: 개소, ㎡)

구분 \ 시·도별	전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산
업 소 수	15,548	3,987	1,090	708	850	450	511	277
면 적	10,461,692	1,614,576	435,577	654,428	494,405	186,874	174,754	134,053
운동전용면적	9,840,407	780,223	349,013	909,715	423,283	160,195	288,194	100,652

세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
91	3,938	360	421	464	409	348	597	808	209
29,553	5,142,186	141,091	182,064	175,870	220,172	135,251	284,268	309,766	146,804
15,673	5,058,455	115,568	133,213	168,402	163,735	106,174	568,783	434,211	64,918

• **당구장**

2024년 기준으로 전국에는 총 14,913개가 있는 것으로 나타났으며, 이중 경기도 3,490개, 서울 2,513개가 운영 중인 것으로 파악되었다.

〈표 2-37〉 '24년 전국 당구장 현황

(단위: 개소, ㎡, 개)

구분 \ 사도별	전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산
업 소 수	14,913	2,513	722	441	1,080	557	518	389
면 적	4,461,002	446,583	318,947	107,769	411,059	101,863	100,885	83,864
당 구 대	105,390	17,088	5,652	8,826	6,669	3,926	3,739	2,031

세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
58	3,490	570	521	765	690	816	773	819	196
12,391	1,203,009	300,382	112,031	105,094	199,400	478,795	156,507	278,570	43,853
400	24,175	3,427	3,671	5,488	4,199	4,328	4,918	5,537	1,316

• **썰매장**

2024년 기준으로 전국에 썰매장은 총 97개가 있는 것으로 나타났다. 이 중 강원도와 경기도가 각각 22개로 가장 많은 썰매장이 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-38〉 '24년 전국 썰매장 현황

(단위: 개소, ㎡, m)

구분 \ 시·도별	전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산
업 소 수	97	3	-	1	3	1	-	2
면 적	447,511	1,088	-	3,016	11,291	4,760	-	10,762
슬로프길이	54,961	150	-	220	170	170	-	233

세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
-	22	22	7	5	7	7	7	9	1
-	99,927	143,099	47,456	25,450	25,252	28,759	24,127	22,026	498
-	2,269	2,521	449	255	853	455	694	46,482	40

• **무도장**

2024년 기준으로 전국에는 총 63개의 무도장이 운영 중이며, 경기도에 가장 많은 22개를 운영하는 것으로 나타났다.

〈표 2-39〉 '24년 전국 무도장 현황

(단위: 개소, ㎡)

구분 \ 시·도별	전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산
업 소 수	63	8	-	3	1	-	3	-
면 적	25,313	4,669	-	1,304	459	-	1,240	-
바닥면적	22,429	4,669	-	1,211	367	-	1,240	-

세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
-	22	3	1	7	3	2	5	2	3
-	8,705	1,221	248	1,392	927	2,533	1,559	580	476
-	8,518	1,221	248	773	927	815	1,384	580	476

• **무도학원**

2024년 기준으로 전국에 총 456개의 무도학원이 있으며, 이중 경기에 가장 많은 85개, 그다음으로 서울에 57개가 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-40〉 '24년 전국 무도학원 현황

(단위: 개소, ㎡)

구분 \ 시·도별	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산
업소수	456	57	32	63	7	23	26	9
면적	84,896	8,670	5,097	9,152	943	3,888	4,161	3,894
바닥면적	63,132	7,198	4,440	7,328	871	3,904	4,161	2,998

세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
2	85	16	4	9	17	17	42	34	13
281	14,567	2,733	2,703	1,854	3,337	3,653	7,469	4,546	7,948
281	10,602	2,401	79	1,854	2,770	2,298	6,016	4,220	1,711

• **체육교습업**

2024년 기준으로 전국에는 총 2,999개의 체육교습업이 운영 중이며, 경기도에 가장 많은 1,004개가 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-41〉 '24년 전국 체육교습업 현황

(단위: 개소)

구분 \ 시·도별	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산
업소수	2,999	453	391	86	209	44	44	60

세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
47	1,004	71	66	119	52	47	119	142	45

제3장
스포츠산업 수요 현황

2024 Sport Industry White Paper



문화체육관광부

제3장 스포츠산업 수요 현황

제1절 관람스포츠

1 직접 관람 현황

1) 프로야구

국내 프로야구는 1982년 삼성, 롯데, MBC(현재 LG), OB(현재 두산), 해태(현재 기아), 삼미 등 6개 구단을 중심으로 출범한 이래 1986년 충청권을 연고로 한 빙그레(현재 한화)가 창단되었고, 1991년 전북을 연고로 한 쌍방울, 2000년 SK(인천 연고), 2011년 NC(마산 연고), 2013년 kt(수원 연고) 창단 이후 2022년 10개 구단(NC 다이노스, 두산 베어스, kt 위즈, LG 트윈스, 키움 히어로즈, KIA 타이거즈, 롯데 자이언츠, 삼성 라이온즈, SSG 랜더스, 한화 이글스) 체제로 운영하고 있다.

(1) 프로야구 정규시즌 관중수 현황

프로야구 관중수를 살펴보면 개막 원년인 1982년 첫해 143만 명을 기록한 이후 2016년에는 최초로 800만 명의 관중 동원으로 프로야구 역사상 역대 최고 관중수를 기록하였고, 2016년 863만 관중을 시작으로 2017년 871만, 2018년 840만 명으로 3년 연속 800만 관중 기록을 이어왔다. 2017년 관중수는 총 8,713,420명으로 1년 만에 2016년 역대 최다 관중을 넘어섰다. 이는 2년 연속 최초 800만 관중 기록으로 2015년 이후로는 3년 연속 최다 관중 기록을 경신하였고, 2018년 관중수는 총 8,400,502명을 기록하였다. 개막 원년 143만 명에서 포스트 시즌까지 포함하면 총 158만 명이었던 연간 관중수는, 2017년 총 전체 관중 871만 명으로 6배 가까이 증가하였다. 특히 2018년은 정규시즌 1위부터 4위의 순위가 마지막 날인 10월 3일 결정됐을 정도로 순위가 혼돈에 빠져들면서 미디어 및 대중들의 관심이 높아졌고, 이는 관중 증가로 자연스럽게 이어진 것으로 보인다. 과거에도 2008년 베이징 올림픽 금메달, 2009년 WBC 준우승, 2010년 아시안게임 금메달 획득, 2015년 kt 위즈 1군 리그 진입으로 10개 구단 체제가 되며 늘어난 경기 수, 플레이오프 와일드 카드제 시행, 2016년 신 구장 효과(대구 삼성 라이온즈파크) 등이 관중들의 흥미를 배가시키며 관중 증가와 야구 붐을 일으키는 데 일조한 바 있다. 그러나 2019년에는 2018년 아시안게임 대표선수 선발 논란의 여파와 리그의 질적 저하 등으로 관중이 감소하며 800만 관중을 넘지 못하였다. 그럴 뿐만 아니라 2021년까지 코로나로 인해 많은 관중수가 감소하였지만, 2022년 637만 5,707명으로 증가하는 추세를 보이면서 엔데믹을 선언한 2023년 관중수는 838만 4,814명으로 이전 수준을 회복하게 되었고 2024년에는 역대 최고 관중수인 1,088만 7,705명을 기록하였다.

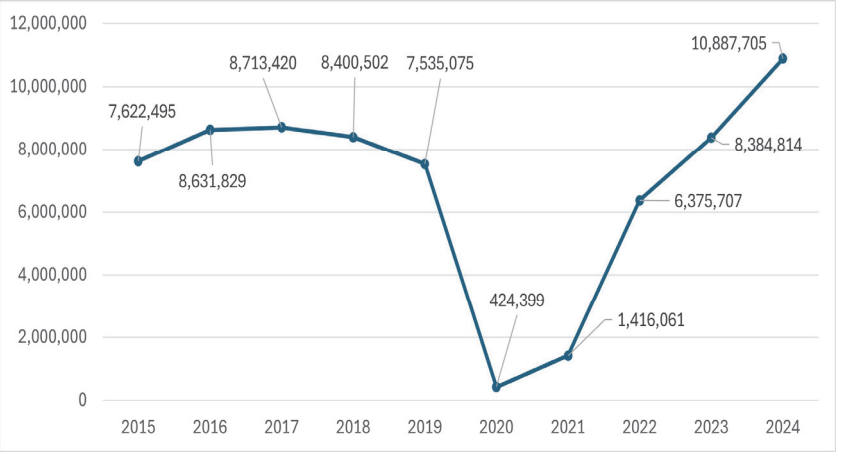
〈표 3-1〉 프로야구 관중수 현황

(단위: 명)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
관중수	7,622,495	8,631,829	8,713,420	8,400,502	7,535,075	424,399	1,416,061	6,375,707	8,384,814	10,887,705

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-1〉 프로야구 관중수 현황



(2) 프로야구 경기 수 및 평균 관중수

프로야구 정규 시즌 경기수를 살펴보면, 2013년 신생 구단 NC 다이노스의 1군 리그 참가로 구단 수가 홀수가 되면서 팀당 경기 수는 128경기 총경기 수는 593경기로 과거 8구단일 때 보다 팀당 경기 수는 줄고 총경기 수는 증가했다. 2015년에는 kt 위즈가 새롭게 1군 리그에 합류하면서 총 736경기로 증가하였다. 프로야구 평균 관중수는 2008년에 10,429명으로 첫 평균 1만 관중의 시대를 열었다. 이후 2012년까지 꾸준히 증가하는 추세를 보이다가 2013년 이후 관중 숫자가 증가와 감소를 반복하는 형태를 나타내고 있다. 출범 첫해였던 1982년 143만 명의 관중으로 시작한 KBO리그는 35년 만인 2017년에 역대 최고인 871만 3,420명(평균 1만 1,839명)의 관중을 야구장으로 불러 모았다. 그러나 2018년에는 아시안게임에서의 대표선수 선발 논란 등으로 2017년보다 관중수가 감소해 840만 502명(평균 1만 1,398명)을 기록, 2019년에는 이보다 더 줄어든 753만 5,075명(평균 1만 280명)의 관중수를 기록하여 평균 관중수가 감소하는 추세로 나타나기 시작했다. 2021년은 2020년에 비해 증가하였으나 코로나19 지속으로 인해 평균 관중수는 1,937명으로 나타났다. 2022년은 코로나19가 회복하고 있는 시점에서 8,651명으로 증가하였으며 코로나19 엔데믹을 선언한 2023년에는 11,408명을 기록하였고 역대 최고 관중수를 기록한 2024년에는 15,122명을 기록하였다.

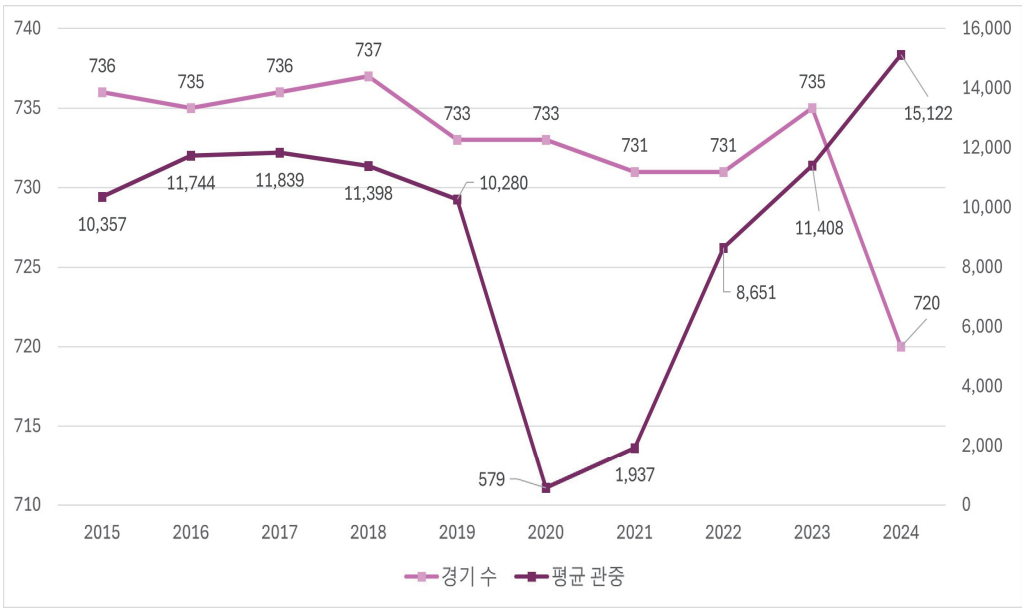
〈표 3-2〉 프로야구 정규시즌 경기 수 및 평균관중수

(단위: 회, 명)

구 분	구단 수	팀당 경기 수	경기 수	평균 관중
2015	10구단	144	736	10,357
2016	10구단	144	735	11,744
2017	10구단	144	736	11,839
2018	10구단	144	737	11,398
2019	10구단	144	733	10,280
2020	10구단	144	733	579
2021	10구단	144	731	1,937
2022	10구단	144	737	8,651
2023	10구단	144	735	11,408
2024	10구단	144	720	15,122

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-2〉 프로야구 정규시즌 경기 수 및 평균 관중수



(3) 프로야구 경기장 방문 횟수

한국프로스포츠협회에서 실시한 「2024 프로스포츠 관람객 성향조사 및 대국민 인식조사」 결과에 따르면, 2024 시즌 프로야구 관람객의 경기장 방문 횟수는 6~10회가 30.8%로 가장 많았으며, 11회~20회(22.5%), 21회 이상(18.2%), 4~5회(14.4%), 3회 이하(14.1%)의 순으로 나타났다. 특히 21회 이상 경기장에 직접 방문했다는 응답은 4대 프로스포츠리그 중 가장 높은 수치를 보였다.

〈표 3-3〉 '24년 프로야구 경기장 방문 횟수

(단위: 명, %,)

구분	1시즌 방문횟수	
	응답자 수	비율
3회 이하	1,010	14.1
4~5회	1,032	14.4
6~10회	2,206	30.8
11~20회	1,611	22.5
21회 이상	1,303	18.2
총 계	7,162	100.0

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2024 프로스포츠 관람객 성향조사 및 대국민 인식조사 결과 보고서)

(4) 프로야구 직접 관람 소비지출

2024년 프로야구 경기 관람 시 입장료, 교통비, 식음료비를 모두 포함한 평균 지출금액은 49,854원으로 나타났다. 이 중 입장료는 16,461원, 교통비는 9,758원, 식음료비는 23,636원으로 조사되었다.

〈표 3-4〉 '24년 프로야구 경기 관람시 평균 지출금액

(단위: 명, %,)

구분	응답자 수
입장료	16,461
교통비	9,758
식음료	23,636
총 계	49,854

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2024 프로스포츠 관람객 성향조사 및 대국민 인식조사 결과 보고서)
※ 입장료의 경우 무료 입장객을 포함하여 산출

또한 1시즌 기준 MD상품 구입비는 156,889원으로 4대 프로스포츠리그 중 가장 높은 수치를 보였다.

2) 프로축구

K리그는 1983년 2월 대한축구협회 내의 슈퍼리그 위원회를 모태로 출범하였다. 당시 슈퍼리그 위원회는 1983년 5월 슈퍼리그라는 명칭으로 프로리그를 시작하였는데 그 당시 전략적으로 프로화를 추진했던 국내 축구계의 전폭적인 지지를 받으며 출발한 슈퍼리그는 프로 2팀(할렐루야, 유공), 실업팀 3팀(포항제철, 대우, 국민은행)으로 출범하였다. 프로 활성화를 위한 프로축구위원회 출범(1987), 심판전임제도 실시(1987), 경기당 1만 명 이상 평균 관중 기록(1991), 한국프로축구연맹 출범(1994), 완전지역연고지제도 실시(1996), K리그 프로축구 명칭 확정(1998) 등 국내 프로축구 발전을 위해 부단한 노력을 해왔다. 이후 2002 FIFA 한·일 월드컵축구 경기대회를 성공적으로 개최함으로써 프로축구의 중흥기를 맞게 되었다. 2013년부터 2017시즌까지는 'K리그 클래식(K League Classic)'으로 불렸던 1부 리그의 경우 2018시즌부터 'K리그1'로 명칭을 변경했다. 또한 K리그 2부 리그의 경우도 기존에는 'K리그 챌린지(K League Challenge)'로 불렸으나 2018시즌부터 'K리그2'로 변경되었다.

(1) 프로축구 관중수 현황

프로축구는 1998년 월드컵을 계기로 관중수가 사상 최초로 200만 명을 돌파하게 되었고, 월드컵 이후 2004년부터 2006년까지 잠시 관중이 감소하는 추세를 보이기도 했지만 2007년 이후 꾸준히 200만 명 이상의 관중을 동원하고 있다. 2009년에는 2,507,533명, 그리고 2011년에는 총관중수 2,862,179명을 기록하여 프로축구 출범 이래 가장 많은 관중을 동원한 해로 기록되었다. 2011년부터 2014년까지 관중수는 감소 추세를 보였으나 2015년에 다소 증가하여 2,150,416명을 기록하였고, 이후 2018년까지 지속해서 감소하여 2018년에는 1,570,628명에 그쳤다. 하지만 2019년에는 마지막 경기에서 우승팀이 결정되는 치열한 순위 다툼과 시민구단들의 선전으로 2015년 대비 80만여 명 증가한 2,376,923명까지 관중수가 증가하면서 승강제가 도입된 2012년 이후 최다 관중을 기록하였다. 2018년 대비 2019년에 80만여 명이 증가한 프로축구는 2020년도 높은 관중수를 기대했지만, 코로나19로 인해 11만여 명 수준으로 감소하였다. 2021년도 역시 코로나19 상황은 지속되었지만, 코로나19 백신접종 및 사회적 거리두기 단계가 유연해짐에 따라 제한된 관중 입장 속에서 572,276명으로 관중수가 증가하였고, 사회적 거리두기가 해지된 2022년은 1,429,376명으로 나타났다. 이후 2023년 코로나 19 엔데믹을 선언하면서 3,030,479명으로 증가하였고 2024년은 3,439,662명으로 최다 관중을 기록하였다.

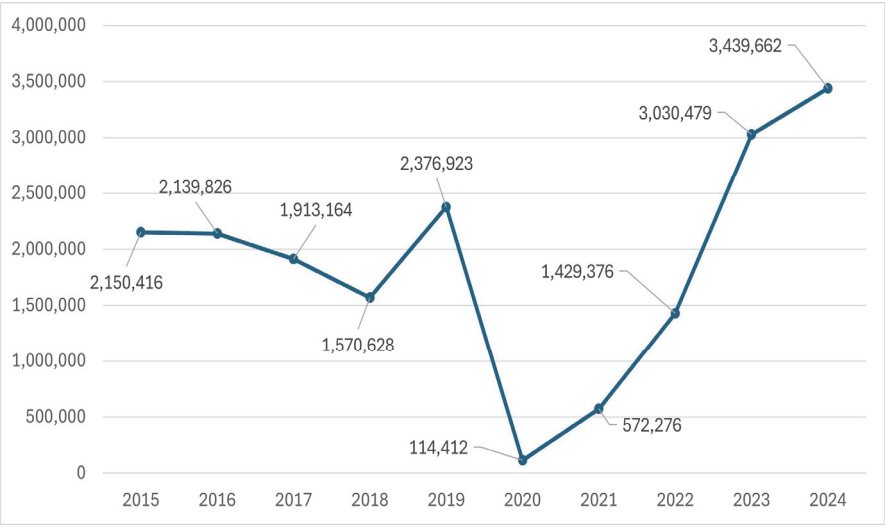
〈표 3-5〉 프로축구 관중수 현황

(단위: 명)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
관중수	2,150,416	2,139,826	1,913,164	1,570,628	2,376,923	114,412	572,276	1,429,376	3,030,479	3,439,662

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-3〉 프로축구 관중수 현황



(2) 프로축구 경기 수 및 평균관중수

프로축구 K리그의 경기 수 및 평균 관중수를 살펴보면 2008년 총 253경기를 통해 평균 11,642명의 관중을 동원한 이후 2011년까지 지속해서 평균 관중 10,000명 이상을 동원하였다. 2012년 K리그에서 승강제를 도입하면서 경기 수가 기존보다 크게 늘어나게 되었다. 한편 관중수의 경우 2012년 이후 평균 관중수가 10,000명 이하로 나타나 관중수가 감소한 것으로 나타났다. 이는 2012년부터 기존 입장권 발매 기준에서 입장객 수 기준으로 K리그 실 관중수 집계 제도를 시행하여 나타난 결과로 볼 수 있다. 2012년 이후 평균 관중수는 지속해서 하락하여 2018년 평균 3,812명에 그쳤지만, 2019년에는 평균 5,749명으로 2012년 이후 가장 크게 증가하였다. 2019년에 평균 관중이 크게 증가하였지만, 2020년은 코로나19로 인해 383명으로 나타났다. 2021년 코로나19가 계속되는 상황 속 제한된 경기관람에서 평균 관중수는 1,382명으로 나타났으며 2022년은 사회적 거리두기가 해지되면서 3,148명으로 증가하였고, 2023년에는 6,475명, 2024년은 11,073명이었다. 2024년의 기록은 유료 관중 집계 이후 역대 최대 기록이었다.

〈표 3-6〉 프로축구 경기 수 및 평균관중수

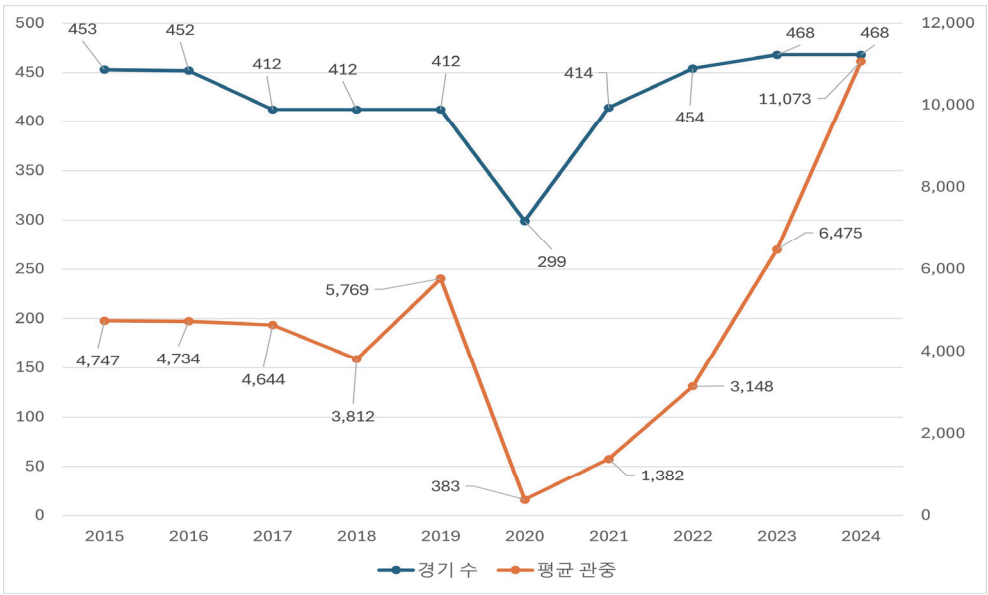
(단위: 회, 명)

구 분	경기 수	평균관중
2015	453	4,747
2016	452	4,734
2017	412	4,644
2018	412	3,812
2019	412	5,769
2020	299	383
2021	414	1,382
2022	454	3,148
2023	468	6,475
2024	468	11,073

※ 경기 수 = 정규리그+포스트시즌+올스타전(축구는 컵 대회 포함)

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-4〉 프로축구 경기 수 및 평균 관중수



(3) 프로축구 경기장 방문 횟수

한국프로스포츠협회에서 실시한 「2024 프로스포츠 관람객 성향조사 및 대국민 인식조사」 결과에 따르면, 2024 시즌 프로축구 관람객의 경기장 방문 횟수는 6~10회가 29.9%로 가장 많았으며, 11회~20회(25.2%), 3회 이하(18.9%), 4~5회(15.8%), 21회 이상(10.3%)의 순으로 나타났다.

〈표 3-7〉 '24년 프로축구 경기장 방문 횟수

(단위: 명, %,)

구분	1시즌 방문횟수	
	응답자 수	비율
3회 이하	1,390	18.9
4~5회	1,162	15.8
6~10회	2,198	29.9
11~20회	1,853	25.2
21회 이상	757	10.3
총 계	7,360	100.0

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2024 프로스포츠 관람객 성향조사 및 대국민 인식조사 결과 보고서)

(4) 프로축구 직접 관람 소비지출

2024년 프로축구 경기 관람 시 입장료, 교통비, 식음료비를 모두 포함한 평균 지출금액은 41,831원으로 나타났다. 이 중 입장료는 14,982원, 교통비는 8,041원, 식음료비는 18,808원으로 나타났으며, 1시즌 기준 구단 상품 구입비는 119.114원으로 조사되었다.

〈표 3-8〉 '24년 프로축구 경기 관람시 평균 지출금액

(단위: 명, %,)

구분	응답자 수
입장료	14,982
교통비	8,041
식음료	18,808
총 계	41,831

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2024 프로스포츠 관람객 성향조사 및 대국민 인식조사 결과 보고서)
※ 입장료의 경우 무료 입장객을 포함하여 산출

3) 프로농구

국내 프로농구는 1995년 10월 한국농구연맹 설립준비위원회 발족을 계기로 1996년 10월 한국농구연맹을 창립하였고, 그해 11월 문화체육부로부터 (사)한국농구연맹으로 법인설립 허가를 받아 다음 해인 1997년 2월 프로농구 첫 리그를 시작하였다. 특히, 2012년도에는 프로농구 출범 15년 만에 처음으로 대학농구와 프로농구가 협력하여 상생하는 무대를 만들어가는 기회의 자리를 마련한 프로아마 최강전을 성공적으로 개최하였고, 그해 역대 정규경기 한 시즌 최다 관중 130만 명을 돌파함과 동시에 실내 프로스포츠 종목 최다 관중수를 달성해냈다. 2014년도에는 아시안 게임 농구에서 남녀 모두 금메달을 획득함으로써 프로농구의 열기는 한층 더 달아올랐다.

한편 여자농구는 1996년 11월 18일 한국 여자농구연맹 설립준비위원회를 발족하고, 1997년 4월에는 한국여자농구연맹 법인화 추진계획서를 발간하여 프로농구 태동의 첫발을 내딛게 되었다. 1998년 WKBL 원년 대회인 1998 라피도컵 여름리그는 한빛은행(현 우리은행), 국민은행, 삼성생명, 현대산업개발, 신세계 등 5개 팀이 참가한 가운데 개최되었다. 2000년 제 6구단 금호생명의 창단으로 활기를 띤 WKBL은 2000년 여름리그부터 외국인 선수제도를 도입하여 1명 보유(단, 신생팀 금호생명은 2명)를 허용하고 2001년부터는 지역연고제를 시행함으로써 본격적인 프로화 시대를 열었다. 2013~2014시즌에는 출전기회가 적은 어린 선수들의 기량향상을 위해 퓨처스 리그(2군)를 도입하였으며 이를 통해 유망주 발굴 및 새로운 스타탄생을 기대해 볼 기회를 마련했다. 그리고 2018년 시즌부터는 외국인선수 비중을 줄이고 국내선수의 출전기회를 확대하자는 취지에서 외국인선수는 전 쿼터에 1명만 출전할 수 있게 되었다. 또한, 경기 시간을 주말 17시, 주중 19시로 변경하여 직장인을 포함하여 좀 더 많은 관중이 여자농구 경기장에 찾아올 수 있도록 여자농구를 발전시키는 것에 노력을 기하고 있다.

(1) 프로농구 관중수 현황

연도별 남자 프로농구 관중수를 살펴보면 2013년 관중수는 1,206,260명에서 2014년 1,303,988명으로 반등하였지만, 2015년 감독 및 선수들의 승부조작 파문으로 인해 2015~2016 시즌 관중수가 크게 감소하여 1,030,846명을 기록했다. 이후 2018년 848,395명까지 큰 폭으로 감소하였으며, 2019년에는 873,782명으로 전년 대비 조금 관중이 증가하였으나 여전히 100만 명 이하를 기록하고 있다. 2018년 대비 2019년에 관중수가 소폭 증가하였으나 2020년은 코로나19로 인해 643,651명에 그쳤다. 지속되는 코로나19 상황 속 유연해진 사회적 거리두기 단계의 변화는 남자 프로농구의 관중수를 110,235명으로 소폭 증가시켰다. 한편 여자 프로농구의 경우 2013년 144,789명에서 2014년 159,201명, 2015년 167,606명으로 증가하였다. 이후 2017년 124,306명으로 크게 감소한 후 2018년 123,000명, 2019년에는 122,055명으로 나타나 소폭이지만 지속적으로 감소하는 추세를 보였다. 이와 더불어 2020년은 코로나19 여파로 92,547명으로 나타났다. 지속되는 코로나19 상황 속에서 2021년 여자 프로농구의 관중수는 4,037로 나타났다. 2022년 사회적 거리두기가 해지되면서 여자 프로농구 관중수는 43,632명으로 증가하였고 남자 프로농구 관중수는 337,224명으로 증가하였다. 이후 2023년 코로나19 엔데믹이 선언되며, 회복세를 보이던 관중 수는 2024년 남자 848,554명, 여자 110,562명으로 증가하였다.

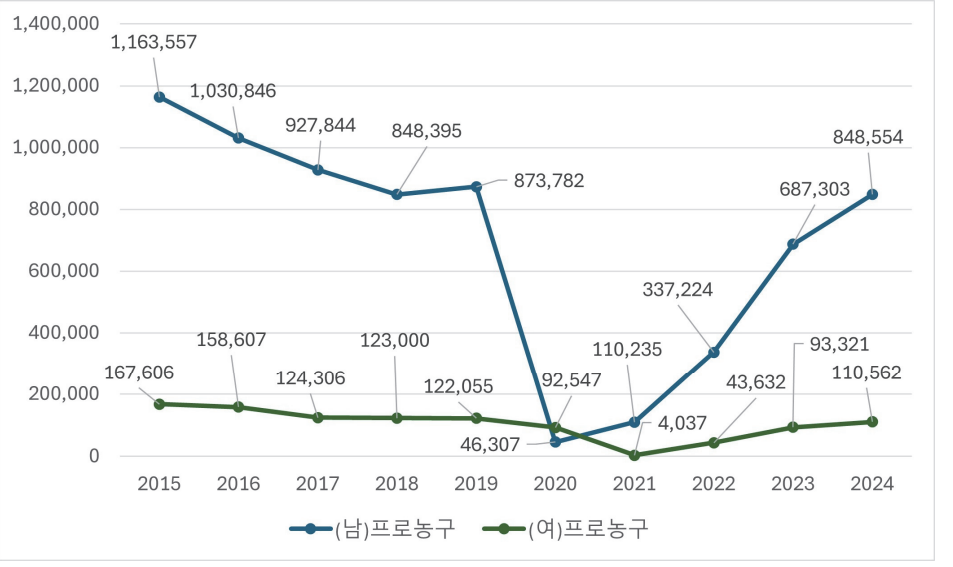
〈표 3-9〉 프로농구 관중수 현황

(단위: 명)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
프로농구 (남) 관중수	1,163,557	1,030,846	927,844	848,395	873,782	46,307	110,235	337,224	687,303	848,554
프로농구 (여) 관중수	167,606	158,607	124,306	123,000	122,055	92,547	4,037	43,632	93,321	110,562

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-5〉 프로농구 관중수 현황



(2) 프로농구 경기 수 및 평균관중수

남자 프로농구 평균 관중수를 살펴보면 2014년까지 4천 명 이상의 평균관중을 동원하며 등락을 거듭하였다. 2015년 평균 관중수 3,971명을 기록한 이후 2016년 3,542명, 2017년 3,167명, 2018년 2,896명으로 지속해서 감소하였지만 2019년 2,992명으로 다소 반등하였다. 2020년에는 평균관중이 3,021명으로 나타나 코로나19 상황 속에서도 프로스포츠 중 유일하게 소폭 증가하였다. 경기 수는 2019년까지 290~293경기 사이를 유지하였다. 하지만 2020년은 코로나19 여파로 213경기로 감소하였다. 코로나19가 유지되던 2021년은 사회적 거리두기 단계의 완화로 다시 290회 경기 수로 회복했지만, 평균관중은 380명으로 대폭 감소하였다. 사회적 거리두기가 해지된 2022년에는 평균관중수로 남자 프로농구는 1,238명, 2023년에는 2,354명으로 증가하였고, 2024년에는 2,956명으로 증가하였다.

〈표 3-10〉 프로농구 경기 수 및 평균관중수

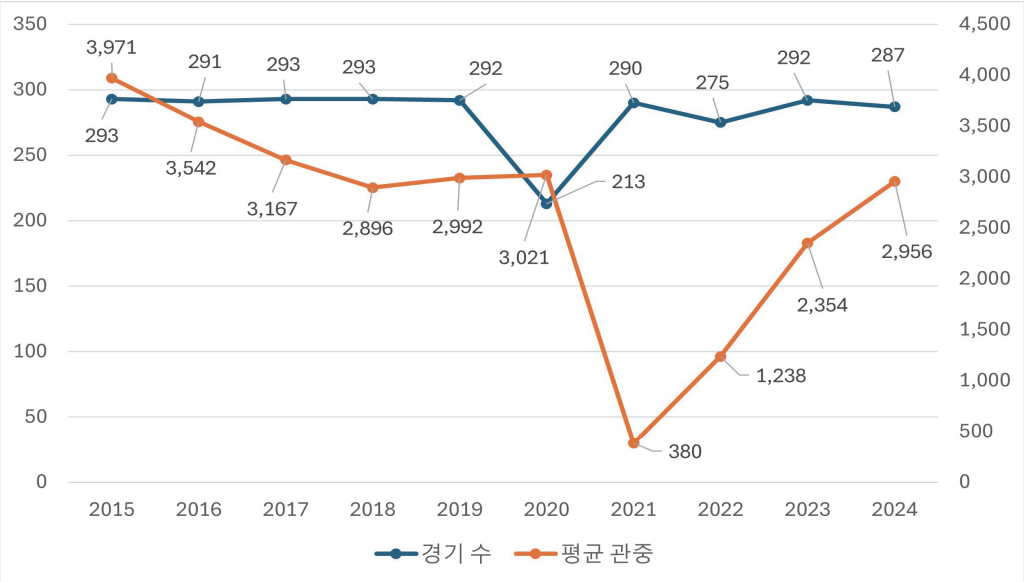
(단위: 회, 명)

구 분	농 구(남)		농 구(여)	
	경기 수	평균관중	경기 수	평균관중
2015	293	3,971	112	1,496
2016	291	3,542	112	1,416
2017	293	3,167	111	1,120
2018	293	2,896	112	1,098
2019	292	2,992	112	1,090
2020	213	3,021	83	1,115
2021	290	380	100	40
2022	275	1,238	98	989
2023	292	2,354	97	962
2024	287	2,956	101	1,094

※ 경기 수 = 정규리그+포스트시즌+올스타전

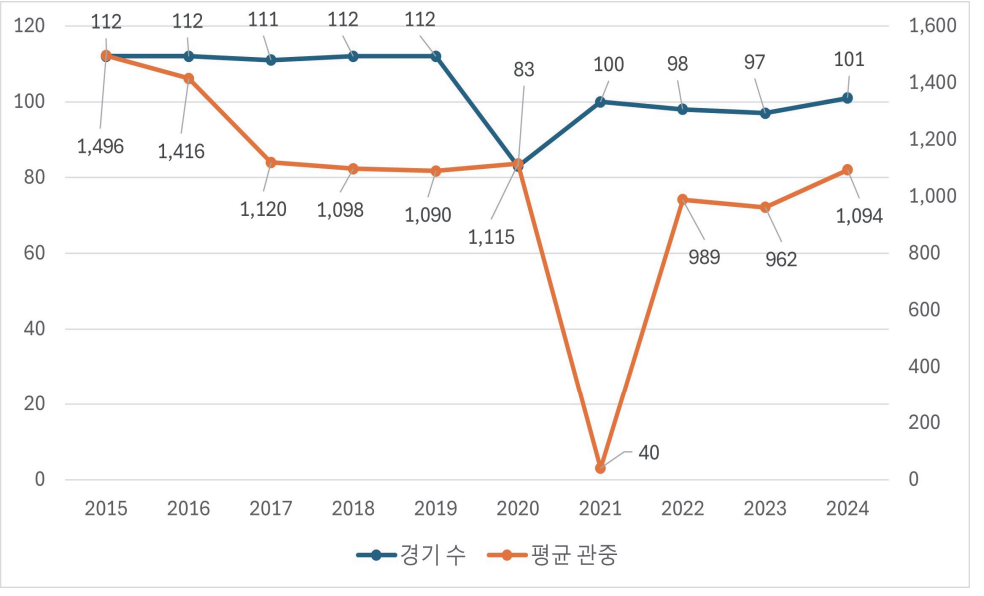
※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-6〉 남자 프로농구 경기 수 및 평균관중수



한편 여자 프로농구의 평균 관중수를 살펴보면 2012년 1,151명 이후 2015년까지 꾸준히 증가 추세를 보여 2015년 1,496명으로 최근 10년 중 가장 높은 관중수를 기록했다. 이후 다시 감소세를 보이며 2019년에는 평균 관중수가 1,090명으로 나타났다. 2020년에는 평균관중이 1,115명으로 나타나 남자 프로농구와 함께 코로나19 상황 속에서도 프로스포츠 중 유일하게 소폭 증가하였다. 경기 수는 2012년 131경기, 2013년 114경기로 편차가 심했으나 2013년 이후 111~112경기 수준을 유지하였다. 하지만 2020년 코로나19로 인해 83경기에 그쳤다. 2021년 계속되는 코로나19 상황에서 경기 수는 100회로 회복되었지만, 평균 관중수는 40명에 그쳤다. 사회적 거리두기가 해지된 2022년에는 평균 관중수가 여자 프로농구는 989명으로 증가하였고, 2024년에는 1,094명으로 증가하였다.

〈그림 3-7〉 여자 프로농구 경기 수 및 평균관중수



(3) 프로농구 경기장 방문 횟수

한국프로스포츠협회에서 실시한 「2024 프로스포츠 관람객 성향조사 및 대국민 인식조사」 결과에 따르면, 2024 시즌 프로농구 관람객의 경기장 방문 횟수는 6~10회가 30.3%로 가장 많았으며, 4~5회(22.4%), 11~20회(19.2%), 3회 이하(18.5%), 21회 이상(9.6%)의 순으로 나타났다. 또한, WKBL리그 관람객 1,188명을 대상으로 조사한 결과 방문횟수 3회 이하가 43.9%로 가장 많았으며, 4~5회(22.6%), 6~10회(21.5%), 11~20회(9.6%), 21회 이상(2.7%)의 순으로 나타났다.

〈표 3-11〉 '24년 프로농구 경기장 방문 횟수

(단위: 명, %,)

구분	남자 프로농구(KBL) 1시즌 방문횟수		여자 프로농구(WKBL) 1시즌 방문횟수	
	응답자 수	비율	응답자 수	비율
3회 이하	854	18,5	522	43,9
4~5회	1,034	22,4	269	22,6
6~10회	1,399	30,3	255	21,5
11~20회	887	19,2	110	9,3
21회 이상	443	9,6	32	2,7
총 계	4,617	100.0	1,188	100.0

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2024 프로스포츠 관람객 성향조사 및 대국민 인식조사 결과 보고서)

(4) 프로농구 직접 관람 소비지출

2024년 KBL리그 경기 관람 시 입장료, 교통비, 식음료비를 모두 포함한 평균 지출금액은 41,404원으로 나타났다. 이 중 입장료는 20,424원, 교통비는 8,078원, 식음료비는 12.902원으로 나타났으며, 1시즌 기준 구단 상품 구입비는 53,345원으로 조사되었다. 또한, WKBL리그 경기 관람 시 평균 지출금액은 33,933원 이었으며, 입장료는 12,452원, 교통비는 8,130원, 식음료비는 13,352원 이었으며, 구단 상품 구입비는 23,277원으로 조사되었다.

〈표 3-12〉 '24년 프로농구 경기 관람시 평균 지출금액

(단위: 명, %,)

구분	남자 프로농구 응답자 수	여자 프로농구 응답자 수
입장료	20,424	12,452
교통비	8,078	8,130
식음료	12,092	13,352
총 계	41,404	33,933

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2024 프로스포츠 관람객 성향조사 및 대국민 인식조사 결과 보고서)

※ 입장료의 경우 무료 입장객을 포함하여 산출

4) 프로배구

2004년 4월 프로배구를 출범하기 위해 한국배구연맹 창립추진위원회가 조직되었고, 그해 10월 한국배구연맹이 창립총회를 열어 다음 달인 11월, 여자 신인선수 드래프트가 우선적으로 시행되었다. 2005년 2월 한국배구연맹이 출범되었고, 같은 해 남자 신인선수 드래프트 시행과 KT&G V-리그 개막으로 배구 또한 프로화의 기틀을 만들어 나가기 시작하였다. 2012년도 시즌 관중수 427,222명을 기록하며 프로배구 출범 이후 관중수가 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있다. 프로배구는 역사는 짧지만, 관중수 증가를 위한 다양한 마케팅 활동을 전개하는 노력을 기울이고 있다. 2012년 런던 올림픽 4강 이후에는 여자배구의

인기가 높아졌고, 2018시즌부터 평일 경기일정을 남자배구와 동일 시간대로 변경하였다. 또한 비디오판독 신청 횟수를 늘리고, 새로운 추가판독 제도가 더해지며 공정성을 강화시켰다.

(1) 프로배구 관중수 현황

연도별 프로배구 관중수를 살펴보면 2014년 416,288명에서 점차 증가하는 추세를 나타내면서 2016년에는 507,479명을 기록하여 사상 최초로 50만 명을 넘는 관중을 동원하게 되었다. 2019년에는 580,448명으로 역대 최다 관중을 동원하는 기록을 세웠다. 하지만 2020년은 코로나19로 인해 전년 대비 약 20만 명이 감소한 393,059명으로 나타났다. 2021년 지속된 코로나19로 26,709명으로 더욱 감소했다. 사회적 거리두기가 해지된 2022년에는 242,825명으로 증가하였고, 2023년에는 567,891명, 2024년은 645,526으로 2023년 대비 증가하였다.

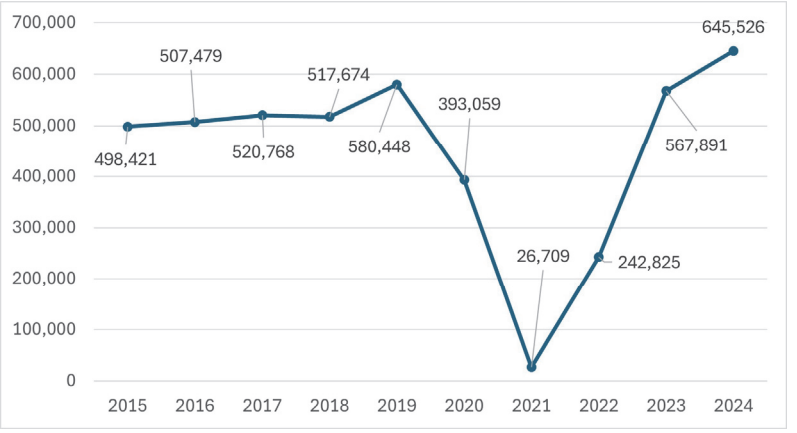
〈표 3-13〉 프로배구 관중수 현황

(단위: 명)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
관중수	498,421	507,479	520,768	517,674	580,448	393,059	26,709	242,825	567,891	645,526

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-8〉 프로배구 관중수 현황



(2) 프로배구 경기 수 및 평균관중수

프로배구의 평균 관중수를 살펴보면 2012년 1,699명 이후 꾸준히 증가 추세를 나타내었고 2015년에는 평균 2,196명을 기록하며 평균관중 2천 명을 돌파하였다. 이후 2019년도에는 2,535명의 관중을 동원하여

역대 가장 많은 관중을 동원하는 기록을 세웠다. 하지만 2020년에는 무관중 경기 등의 영향으로 평균관중이 감소하여 2,047명으로 나타났다. 2021년 지속된 코로나19 여파로 평균관중이 116명으로 더욱 감소하여 나타났다. 또한, 경기수의 경우 2013년 192경기가 벌어졌고, 2014년 이후 200경기 이상을 회복하여 2019년 229경기가 열린 것으로 기록되었다. 하지만 프로배구 또한 코로나19의 영향으로 경기수가 감소하여 2020년에 192경기로 나타나 2013년 이후 처음으로 200경기 이하가 진행되었다. 2021년 코로나19 사회적 거리두기 완화로 230경기로 회복하였으며, 사회적 거리두기가 해지된 2022년에는 1,003명, 이후 2024년에는 2,249명으로 증가하였다.

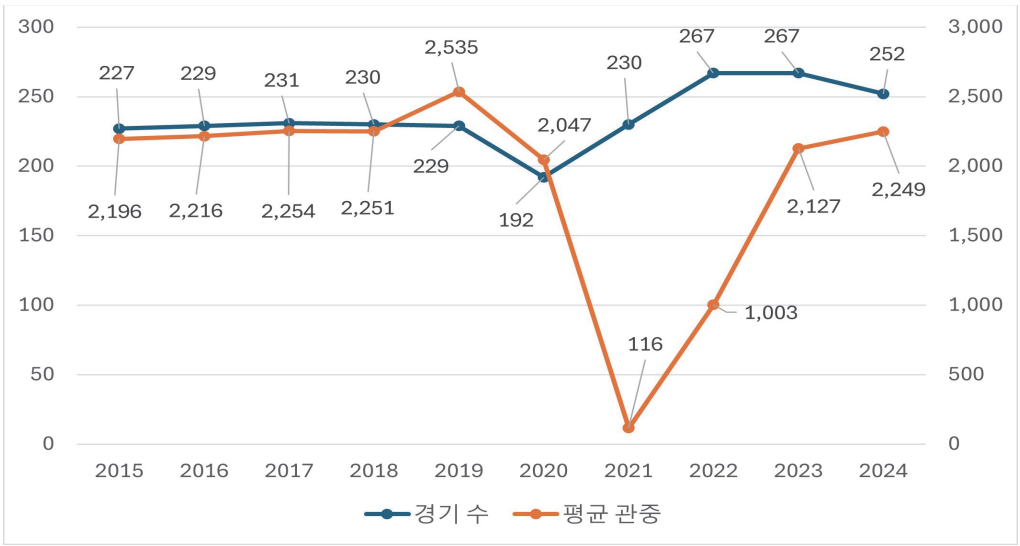
〈표 3-14〉 프로배구 경기 수 및 평균관중수

(단위: 회, 명)

구 분	경기 수	평균관중
2015	227	2,196
2016	229	2,216
2017	231	2,254
2018	230	2,251
2019	229	2,535
2020	192	2,047
2021	230	116
2022	267	1,003
2023	267	2,127
2024	252	2,249

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-9〉 프로배구 경기 수 및 평균 관중수



(3) 프로배구 경기장 방문 횟수

한국프로스포츠협회에서 실시한 「2024 프로스포츠 관람객 성향조사 및 대국민 인식조사」 결과에 따르면, 2024 시즌 프로배구 관람객의 경기장 방문 횟수는 3회 이하 36.4%로 가장 많았으며, 4~5회(25.2%), 6~10회(23.9), 11~20회(10.5%), 21회 이상(4.1%)의 순으로 나타났다.

〈표 3-15〉 '24년 프로배구 경기장 방문 횟수

(단위: 명, %,)

구분	프로배구 1시즌 방문횟수	
	응답자 수	비율
3회 이하	1,977	36.4
4~5회	1,382	25.2
6~10회	1,311	23.9
11~20회	576	10.5
21회 이상	225	4.1
총 계	5,491	100.0

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2024 프로스포츠 관람객 성향조사 및 대국민 인식조사 결과 보고서)

(4) 프로배구 직접 관람 소비지출

2024년 KOVO리그 경기 관람 시 입장료, 교통비, 식음료비를 모두 포함한 평균 지출금액은 39,911원으로 나타났다. 이 중 입장료는 17,257원, 교통비는 10,269원, 식음료비는 12,386원으로 나타났으며, 1시즌 기준 구단 상품 구입비는 29,387원으로 조사되었다.

〈표 3-16〉 '24년 프로배구 경기 관람시 평균 지출금액

(단위: 명, %,)

구분	프로배구 응답자 수
입장료	17,257
교통비	10,269
식음료	12,386
총 계	39,911

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2024 프로스포츠 관람객 성향조사 및 대국민 인식조사 결과 보고서)
※ 입장료의 경우 무료 입장객을 포함하여 산출

5) 경주스포츠

경기 및 오락서비스업의 주요 경주스포츠업 이용자 수는 2014년 2,306만 명에서 2019년에는 1,926만 명으로 감소하였다. 주요 경주스포츠업 이용자 수는 2004년 이후 지속적으로 증가하다가 2009년 3,294만 명을 기록한 후, 매년 감소하였다. 경륜의 경우, 2011년 931만 명으로 높은 이용객 수를 달성한 후 계속 감소 추세를 보이다가 2015년에 전년 대비 약 31만 명 증가한 568만 명을 기록하였으나, 2016년 다시 552만 명으로 감소한 이후 계속해서 감소 추세를 보이고 있다. 경정은 2011년 339만 명으로 연간 최고 입장객 수를 기록한 후, 감소 추세를 지속하고 있으며, 2019년 193만 명의 입장객 수를 기록하였다. 경마 또한 2011년 1,952만 명의 높은 입장객 수를 기록한 이후 지속적으로 감소하여 2019년 1,271만 명을 기록하고 있다. 이러한 경륜, 경정, 경마 이용자 수의 감소 추세와 더불어 2020년은 코로나19로 이용자 수가 급격히 감소하여 주요 경주스포츠업 이용자 수는 281만 명에 그쳤다. 2022년 사회적 거리두기가 해제되면서 전반적으로 상승하는 추세를 보이고 있으며, 2024년 경마장은 3,645만 명, 경륜장 808만 명, 경정장 190만 명으로 코로나 이전 수준으로 회복하였고, 경마장 및 경륜장의 경우 최고 입장객 수를 기록하였다.

〈표 3-17〉 경주스포츠업 주요업종 이용자 수

(단위: 만 명)

종목 \ 연도	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
경마장 입장객 (서울+제주+부산경마장)	1,362	1,317	1,293	1,268	1,271	173	130	932	1,040	3,645
경륜장 입장객	568	552	507	500	462	86	47	236	253	808
경정장 입장객	221	213	192	195	193	22	19	107	122	190
합계	2,151	2,082	1,992	1,963	1,926	281	204	1,275	1,415	4,643

※ 출처: 사행산업통합감독위원회(2024)

2 간접 관람 현황

프로스포츠의 간접 관람 현황을 파악하기 위해 한국프로스포츠협회가 실시한 「2024 프로스포츠 관람객 성향조사 및 대국민 인식조사」의 실시간 중계 시청 경험을 기준으로 살펴보았다. 이 조사는 전국 만 19~59세 국민 2,848명을 대상으로 성별, 연령, 거주지를 고려하여 비례할당 방식으로 추출되었다.

조사 결과, 국내 프로스포츠 리그 경기를 실시간 중계로 시청한 경험이 있는 응답자는 66.0%로 나타났으며, 시청 경험이 없는 응답자는 34.0%로 나타났다. 이는 경기장 방문을 통한 직접관람 외에도 방송, 온라인 플랫폼, 모바일 중계 등을 통한 간접관람이 프로스포츠 수요의 중요한 축을 형성하고 있음을 보여준다.

종목별로는 KBO 프로야구의 실시간 중계 시청 경험률이 58.4%로 가장 높았다. 성별로는 남성의 시청

경험률이 68.5%로 여성(47.8%)보다 높았으며, 연령대별로는 50~59세 65.9%, 40~49세 62.8%, 30~39세 54.1%, 19~29세 47.5%로 나타나 연령이 높을수록 시청 경험률이 많은 경향을 보였다. 이는 프로야구가 4대 프로스포츠 가운데 가장 강한 중계 시청 기반을 보유하고 있으며, 특정 연령층에만 국한되지 않고 비교적 폭넓은 간접관람 수요를 확보하고 있음을 알 수 있다.

K리그1 프로축구의 실시간 중계 시청 경험률은 33.2%로, KBO 프로야구에 이어 두 번째로 높았다. 남성의 시청 경험률은 44.2%, 여성은 21.6%로 성별 차이가 비교적 뚜렷하게 나타났다. 연령대별로는 50~59세 39.6%, 40~49세 38.0%, 30~39세 28.1%, 19~29세 23.6%로 중장년층에서 상대적으로 높았다. 지역별로는 울산 47.9%, 강원 42.4%, 세종 41.7%, 경남 40.6% 등이 높게 나타나, 프로축구의 간접관람 수요가 지역 연고성과 일정 부분 결합되어 있음을 보여주고 있다.

KOVO 남녀프로배구의 실시간 중계 시청 경험률은 23.9%로 나타났다. 남성은 31.0%, 여성은 16.5%로 남성의 시청 경험률이 높았고, 연령대별로는 50~59세 32.3%, 40~49세 28.7%에서 상대적으로 높은 수치를 보였다. 지역별로는 경남 35.6%, 전남 34.1%, 부산 30.7% 등에서 높았다. 프로배구는 프로야구와 프로축구에 비해서는 낮지만, 프로농구보다 높은 실시간 중계 시청 경험률을 보여 일정한 간접관람 기반을 형성하고 있는 것으로 볼 수 있다.

KBL 남자프로농구의 실시간 중계 시청 경험률은 18.3%로, 4대 프로스포츠 중에서는 상대적으로 낮은 수준이었다. 남성의 시청 경험률은 26.3%, 여성은 9.9%로 성별 격차가 크게 나타났으며, 연령대별로는 50~59세 24.2%, 40~49세 22.3%, 30~39세 15.4%, 19~29세 8.6%로 나타났다. 지역별로는 경남 28.0%, 울산 25.4%, 강원 23.8% 등이 상대적으로 높았다.

한편, WKBL 여자프로농구의 실시간 중계 시청 경험률은 10.9%로 나타났다. 남성은 16.1%, 여성은 5.4%였으며, 연령대별로는 50~59세 17.4%, 40~49세 13.3%에서 상대적으로 높았다.

프로골프의 경우 KLPGA 여자프로골프의 실시간 중계 시청 경험률은 19.4%, KPGA 남자프로골프는 14.9%로 나타났다. 특히 KLPGA는 50~59세에서 34.5%로 높은 시청 경험률을 보였으며, KPGA도 50~59세에서 27.7%로 상대적으로 높았다. 이러한 결과는 프로골프 중계 수요가 중장년층을 중심으로 형성되어 있음을 보여주고 있다.

〈표 3-18〉 '24년 기준 프로야구 경기 중계방송 시청 경험

(단위: %)

구분		응답자 수	K리그1 프로 축구	KBO 프로 야구	KBL 남자 프로 농구	WKBL 여자 프로 농구	KOVO 남녀 프로 배구	KPGA 남자 프로 골프	KLPGA 여자 프로 골프	실시간 경기 시청 경험 없음
	전 체	(2,848)	33.2	58.4	18.3	10.9	23.9	14.9	19.4	34.0
성별	남성	(1,461)	44.2	68.5	26.3	16.1	31.0	20.4	24.9	24.8
	여성	(1,387)	21.6	47.8	9.9	5.4	16.5	9.1	13.6	43.7
연령대	19세~29세	(620)	23.8	47.5	8.6	3.0	12.8	2.7	5.7	44.4
	30세~39세	(637)	28.1	54.1	15.4	7.1	18.1	7.1	10.3	38.4
	40세~49세	(748)	38.0	62.8	22.3	13.3	28.7	17.1	21.5	30.1
	50세~59세	(843)	39.6	65.9	24.2	17.4	32.3	27.7	34.5	26.6
거주지	서울	(551)	29.6	54.4	17.4	8.6	22.4	14.5	19.7	36.7
	부산	(171)	35.6	64.7	22.0	16.0	30.7	14.1	17.7	27.9
	대구	(130)	32.6	62.4	17.9	9.5	24.8	11.1	11.0	32.5
	인천	(173)	33.0	56.8	14.9	8.9	24.1	13.6	17.9	34.9
	광주	(82)	26.6	67.9	11.4	3.5	17.3	21.2	22.8	28.7
	대전	(83)	39.0	65.8	18.1	17.4	17.8	8.3	26.6	25.8
	울산	(62)	47.9	58.5	25.4	15.5	25.7	16.3	23.8	26.6
	세종	(24)	41.7	69.2	9.6	9.6	22.3	9.8	12.9	26.7
	경기	(795)	29.1	55.3	16.6	9.4	21.0	15.1	18.9	37.7
	강원	(76)	42.4	55.0	23.8	17.7	26.6	17.6	21.9	32.5
	충북	(84)	32.8	48.6	18.4	14.4	22.3	19.8	24.1	44.0
	충남	(111)	36.4	60.6	18.5	10.5	25.7	18.6	18.7	32.5
	전북	(88)	39.9	62.1	21.9	11.0	26.0	20.0	23.0	30.6
	전남	(88)	38.5	68.9	22.1	15.0	34.1	9.8	20.0	26.0
	경북	(124)	37.9	64.2	16.1	9.9	21.1	9.2	13.4	29.1
	경남	(170)	40.6	64.1	28.0	15.1	35.6	17.9	23.5	28.9
	제주	(36)	28.9	49.4	16.2	13.0	21.1	18.5	20.6	44.6

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2024 프로스포츠 관람객 성향조사 및 대국민 인식조사 결과 보고서)

제2절 참여스포츠

1 생활체육 참여 실태

1) 생활체육 참여현황

(1) 생활체육 참여율

규칙적 체육활동의 참여 여부 및 빈도에 대한 연도별 비교에 따르면 2012년 '전혀 하지 않는다'의 비율이 51.8%에서 이후 점점 감소하는 추세를 보이는 것으로 나타났다. 2023년의 경우 '전혀 하지 않는다'의 비율이 전년 대비 2.7% 증가하였고, '주 1회 이상'의 비율이 2.8% 감소한 것으로 나타나 생활체육 참여율이 소폭 줄어든 현상을 확인할 수 있다. 참여 빈도는 조사 대상 모든 기간에 걸쳐 '주 2~3회'가 가장 많은 것으로 나타났고, 그 비중도 2012년에는 18.0%에 불과하였으나 2019년에는 34.9%까지 증가하였고, 이후 30%대 이상을 유지하는 추세를 보이고 있다.

〈표 3-19〉 규칙적 체육활동 참여여부 및 빈도 연도별 비교

(단위: %)

연도별	전혀 하지 않는다	월 3회 이하	주 1회	주 2~3회	주 4~5회	주 6회	매일	주 1회 이상	주 2회 이상
2010	45.3	4.4	8.8	21.2	11.8	2.9	5.6	50.3	41.5
2012	51.8	5.0	8.3	18.0	10.6	2.3	4.0	43.2	35.0
2013	41.8	12.7	14.1	18.9	7.9	1.0	3.6	45.5	43.5
2014	34.5	10.8	11.2	22.9	11.1	4.0	5.5	54.8	43.5
2015	34.4	9.6	10.6	23.2	12.6	2.5	7.2	56.0	45.3
2016	29.5	11.0	10.2	29.2	14.4	2.5	3.1	59.5	49.3
2017	28.9	11.9	11.1	27.2	15.1	1.6	4.3	59.2	48.2
2018	28.0	9.8	9.8	30.0	15.4	2.4	4.6	62.2	52.4
2019	25.9	7.6	14.4	34.9	11.8	1.4	4.1	66.6	52.2
2020	29.5	10.4	13.1	30.7	11.9	1.7	2.8	60.1	47.0
2021	28.7	10.6	11.0	33.7	10.4	1.9	3.9	60.8	49.8
2022	29.5	9.3	13.1	32.9	11.1	1.0	3.0	61.2	48.1
2023	32.2	5.5	10.3	31.8	15.0	2.0	3.2	62.4	52.0
2024	29.2	10.1	11.2	30.4	14.0	1.9	3.2	60.7	49.5

※ 출처: 문화체육관광부(2024 국민생활체육조사)

'주 1회 이상' 규칙적 생활체육활동에 참여하는 국민은 2013년 45.5%에서 2015년 56.0%, 2017년 59.2%, 2019년 66.6%로 체육활동에 참여하는 국민이 점차 늘어나고 있음을 확인할 수 있었다. 2018년에는 62.2%로 처음으로 60%대를 넘었고, 2019년에는 66.6%까지 증가하여 '주 1회 이상' 규칙적 생활체

육활동에 참여하는 국민은 증가하는 추세를 보였으나 2020년은 60.1%로 가장 큰 폭의 감소를 보였으며, 이후 60%대의 참여율을 보이고 있다.

〈표 3-20〉 주 1회 이상 규칙적 생활체육활동 참여율 변화

(단위: %)

연도별	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
참여율	45.5	54.8	56.0	59.5	59.2	62.2	66.6	60.1	60.8	61.2	62.4	60.7

※ 출처: 문화체육관광부(2024 국민생활체육조사)

연령별 주 2회 이상 규칙적 체육활동 참여를 연도별로 비교해보면 2019년에는 10대(34.1%)를 제외한 전 연령대의 50% 이상이 주 2-3회 이상 규칙적 체육활동에 참여하는 것으로 조사되었다. 하지만 2020년은 코로나19로 인하여 10대와 70대를 제외한 20~60대에서는 참여율이 감소한 것으로 나타났다. 2021년 코로나19가 지속되는 상황에서 유연해진 방역체계로 인해 전 연령대에서 골고루 규칙적 체육활동 참여율이 증가한 것으로 나타났고, 2024년에는 전년대비 소폭 감소한 수치를 보였다.

〈표 3-21〉 연령별 주 2회 이상 규칙적 체육활동 참여율 연도별 비교

(단위: %)

연도별	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상
2013	24.8	28.7	30.6	31.1	36.0	37.4	34.9
2014	38.9	47.2	40.3	44.3	45.9	48.1	39.4
2015	36.2	46.0	42.3	48.3	47.9	51.0	44.6
2016	45.9	46.9	46.8	50.7	51.0	54.2	49.5
2017	45.3	46.5	51.1	47.8	47.2	52.1	48.8
2018	44.3	52.6	52.8	52.2	53.2	54.9	55.7
2019	34.1	55.9	55.5	56.2	51.9	55.3	50.1
2020	34.6	44.6	46.3	48.1	50.8	50.2	50.1
2021	41.4	53.3	48.4	50.3	48.0	51.8	53.4
2022	39.5	50.1	48.7	50.3	49.2	46.9	48.1
2023	35.3	48.4	55.1	51.8	53.9	56.9	56.5
2024	29.8	48.7	55.5	49.4	49.6	54.8	51.4

※ 출처: 문화체육관광부(2024 국민생활체육조사)

(2) 생활체육 참여 종목

생활체육 참여 종목에 대한 연도별 순위를 살펴보면 2013년부터 2021년까지 1순위 걷기, 2순위 등산, 3순위 보디빌딩으로 동일하게 나타났다. 이러한 현상은 공간적, 경제적, 시간적 제약에 있어 상대적으로 자유로울 뿐만 아니라 쉽게 참여할 수 있는 종목 특성에 기인한 것으로 판단된다. 또한 요가/필라테스에 대한 젊은 층의 관심도가 높아지기 시작하면서 2017년부터는 축구가 수영이나 자전거, 요가/필라테스 등 보다 순위가 낮아지는 양상을 보이기 시작했다. 특히, 2021년까지 2순위를 보였던 등산은 2022년 및 2024년 보디빌딩(헬스)에 뒤처지는 순위를 보이고 있다.

〈표 3-22〉 참여종목 연도별 비교표

연도별	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위	6순위
2013	걷기	등산	보디빌딩(헬스)	축구	수영	자전거
2014	걷기	등산	보디빌딩(헬스)	축구	자전거	배드민턴
2015	걷기	등산	보디빌딩(헬스)	축구	자전거	수영
2016	걷기	등산	보디빌딩(헬스)	축구	수영	자전거
2017	걷기	등산	보디빌딩(헬스)	수영	축구	요가/필라테스
2018	걷기	등산	보디빌딩(헬스)	수영	자전거	축구
2019	걷기	등산	보디빌딩(헬스)	수영	요가/필라테스	축구
2020	걷기	등산	보디빌딩(헬스)	축구	요가/필라테스	자전거
2021	걷기	등산	보디빌딩(헬스)	요가/필라테스	골프	자전거
2022	걷기	보디빌딩(헬스)	등산	수영	축구	골프
2023	걷기	등산	보디빌딩(헬스)	수영	골프 (그라운드, 파크 포함)	축구, 풋살
2024	걷기	보디빌딩(헬스)	등산	요가/필라테스	골프 (그라운드, 파크 포함)	수영

※ 출처: 문화체육관광부(2024 국민생활체육조사)

※ 2024년 골프(그라운드, 파크골프 포함) 및 수영은 각각 6.4%로 동일 순위로 나타남

(3) 생활체육 참여 시간

국민의 1회 평균 체육활동 참여 시간을 연도별로 비교한 결과 2015년 101.3분에서 2018년 95.4분으로 지속적으로 100분 미만의 참여시간을 나타내다가 2019년 128.7분으로 상승했다. 2020년에는 1회 평균 135.1분으로 증가하였다가 2021년 124.6분으로 소폭 감소하였고 2022년에는 소폭 증가하였지만, 2024년 또다시 감소하는 수치를 보이고 있다. 또한, 국민의 1회 체육활동 시간은 조사대상 기간 모두에서 1시간에서 1시간 30분 미만이 가장 많고, 30분 미만이 가장 적은 것으로 나타났다.

〈표 3-23〉 1회 평균 체육활동 참여시간 연도별 비교

(단위: 명, %, 분)

참여 빈도 / 연 도	30분 미만	30~60분 미만	1시간~ 1시간30분 미만	1시간30분~ 2시간 미만	2시간~ 3시간 미만	3시간 이상	평균 (분)
2015	0.6	12.1	38.8	12.2	20.2	16.1	101.3
2016	1.3	37.7	57.2	16.6	19.9	14.2	83.8
2017	0.9	24.4	59.2	19.3	24.0	17.1	90.0
2018	0.6	27.5	55.1	22.4	26.6	20.4	95.4
2019	2.8	33.8	64.0	17.5	20.4	13.9	128.7
2020	1.7	22.9	56.0	23.5	28.4	15.4	135.1
2021	1.0	21.3	52.2	20.1	23.9	16.0	124.6
2022	0.6	23.3	50.2	22.6	28.2	13.5	127.6
2023	3.7	28.9	56.0	23.8	23.8	12.6	126.6
2024	1.9	28.1	53.6	20.5	21.6	12.5	119.4

※ 출처: 문화체육관광부(2024 국민생활체육조사)

(4) 생활체육 참여 기간

국민의 평균 체육활동 참여 기간은 2016년 이후 8개월에서 9개월로 비슷한 추세를 보이다가 2023년 14개월로 증가하는 현상을 보이였으며, 2024년에는 다시 11.4개월로 감소한 수치를 보이고 있다. 또한, 체육활동 참여 기간은 9개월 이상이 가장 높게 나타났다.

〈표 3-24〉 체육활동 평균 참여 기간 연도별 비교

(단위: 명, %)

	3개월 미만	3~6개월 미만	6~9개월 미만	9개월 이상	평균
2016	4.3	14.9	20.3	60.4	9.0개월
2017	5.2	15.1	20.8	58.8	8.9개월
2018	5.0	14.9	22.0	58.1	8.7개월
2019	4.8	19.3	26.4	49.6	8.8개월
2020	4.3	16.6	24.8	54.4	8.6개월
2021	3.7	20.9	26.8	48.6	8.2개월
2022	5.6	22.8	23.5	48.2	8.0개월
2023	3.8	17.3	29.2	48.4	14.0개월
2024	8.2	24.4	33.4	72.2	11.4개월

※ 출처: 문화체육관광부(2024 국민생활체육조사)

* 2016년부터 최근 1년간 참여기간으로 조사됨

(5) 생활체육 참여 이용시설

〈표 3-25〉 생활체육 참여 주요 이용시설

(단위: %)

구 분	공공체육시설	민간 체육시설	기타 체육시설	학교 체육시설	자가시설	직장 체육시설
전체	73.7	35.4	12.8	10.2	4.9	1.3

※ 출처: 문화체육관광부(2024 국민생활체육조사)

주로 참여하는 체육활동 이용시설에 대해 살펴보면, 공공체육시설이 73.7%로 가장 높았으며, 민간 체육시설(35.4%), 기타 체육시설(12.8%), 학교/직장 체육시설(10.2%)의 순이었다.

2) 생활체육 소비지출 현황

(1) 생활체육활동 경비

생활체육활동참여에 대한 경비지출의 연도별 비교에 따르면 2014년까지 증가하다가 2015년과 2016년 잠시 감소한 이후 다시 증가추세를 보이고 있다. 2018년과 2019년 모두 지출경비가 증가하여 2019년의 평균 지출경비는 7.8만 원으로 처음으로 7만 원대를 넘어섰다. 하지만 2020년은 코로나19로 인해 5.8만 원으로 급격하게 감소하였으며, 코로나19가 지속된 2021년은 유연한 방역 지침으로 다시 6.3만 원으로 증가하였고, 2022년에는 7.7만 원으로 증가하였지만 2023년부터 다시 감소하는 추세를 보이고 있다. 2017년까지 모든 조사 대상 연도에 있어 '없음'으로 체육활동에 참여하는 비중이 가장 높게 나타났지만, 그 격차가 점점 줄어드는 추세를 보인다.

〈표 3-26〉 월 평균 체육활동 경비 연도별 비교

(단위: %)

연도별	없음	3만원 미만	3~6만원 미만	6~10만원 미만	10만원 이상	평균 (만 원)
2013	30.2	12.8	24.6	10.9	21.3	5.1
2014	31.3	13.2	23.5	10.5	21.6	5.3
2015	29.5	15.7	25.0	9.5	20.3	5.0
2016	30.6	17.1	22.9	11.7	17.5	4.8
2017	24.9	17.6	23.3	11.7	22.4	5.6
2018	20.5	17.3	27.0	13.9	21.2	6.0
2019	25.1	13.3	24.3	13.4	23.9	7.8
2020	28.8	16.2	21.8	10.7	22.4	5.8
2021	35.2	14.1	18.6	8.4	23.6	6.3
2022	23.7	11.6	19.0	10.1	34.2	7.7
2023	49.4	11.1	12.5	6.7	20.3	4.8
2024	57.1	7.8	10.6	5.0	19.6	4.6

※ 출처: 문화체육관광부(2024 국민생활체육조사)

〈표 3-27〉 월 평균 체육활동 경비

(단위: 명, %)

			없음	3만원 미만	3~6 만원 미만	6~10 만원 미만	10~15 만원 미만	15~20 만원 미만	20~25 만원 미만	25~30 만원 미만	30 만원 이상	평균 (만원)
전 체			57.1	7.8	10.6	5.0	8.0	4.5	2.8	1.0	3.3	4.6
도시 규모별	대도시		54.3	8.8	10.9	5.2	8.3	5.0	3.0	1.4	3.1	4.8
	중소도시		58.1	7.0	9.7	4.9	8.1	4.5	2.9	0.7	4.0	4.9
	읍/면 이하		61.0	7.2	12.0	4.8	6.8	3.4	2.1	0.7	2.0	3.5
성별	남자		52.5	7.9	11.9	5.2	8.7	5.0	3.5	1.2	4.1	5.4
	여자		61.6	7.6	9.4	4.8	7.3	4.0	2.1	0.8	2.4	3.8
성& 연령별	남자	10대	65.0	15.5	10.0	1.5	4.1	2.1	1.2	0.1	0.5	2.2
		20대	50.8	6.9	14.1	5.6	11.6	7.0	1.7	1.0	1.3	4.4
		30대	38.2	6.9	12.6	9.2	13.2	8.9	5.7	1.8	3.5	7.0
		40대	45.1	3.6	13.0	5.8	11.7	5.7	6.0	1.3	7.9	8.0
		50대	46.2	7.7	11.6	5.8	8.9	5.4	4.4	1.7	8.4	7.5
		60대	55.9	10.6	12.4	4.4	6.1	2.7	3.3	1.2	3.4	4.6
		70대 이상	80.0	7.3	8.0	1.7	1.5	1.2	0.0	0.1	0.0	0.9
	여자	10대	81.9	6.2	5.8	1.9	1.1	1.9	0.1	0.6	0.6	1.2
		20대	53.7	4.3	8.0	6.5	11.9	5.6	5.5	2.0	2.7	5.6
		30대	51.2	3.1	7.0	5.9	13.9	8.7	4.5	1.6	4.2	6.5
		40대	55.1	6.8	12.0	6.7	7.6	4.4	2.4	1.2	3.8	4.7
		50대	56.5	8.1	12.0	4.5	8.0	4.1	1.9	0.8	4.0	4.8
		60대	61.7	11.9	11.0	4.9	6.0	3.2	0.5	0.0	0.8	2.4
		70대 이상	77.6	10.7	7.1	2.5	1.5	0.3	0.0	0.0	0.3	1.0

※ 출처: 문화체육관광부(2024 국민생활체육조사)

2024년 기준 조사대상자의 거주지 도시규모, 성별, 연령과 같은 인구통계학적 특성별로 월평균 체육활동에 참가하는 비용을 살펴본 결과는 다음과 같다. 첫째, 도시규모에서는 중소도시가 평균 4.9만 원으로 가장 많은 지출을 하는 것으로 나타났다. 둘째, 성별에서는 남성(5.4만 원)이 여성(3.8만 원)보다 지출이 많았다. 셋째, 성별과 연령을 함께 고려할 경우 남성은 40대가 8.0만 원으로 가장 많았고, 여성은 30대가 6.5만 원으로 가장 많은 지출하는 것으로 나타났다.

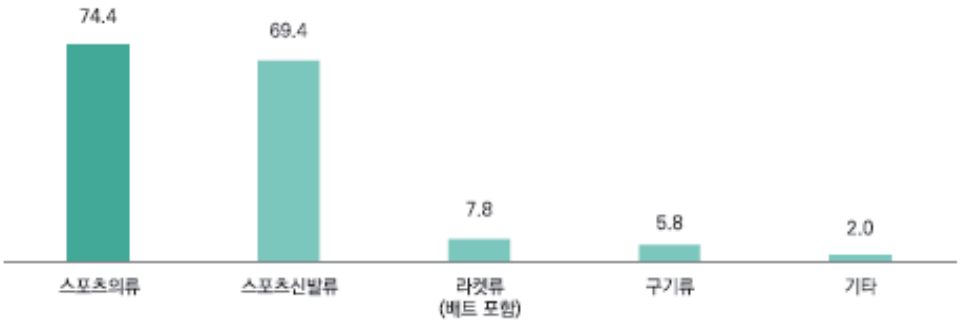
(2) 스포츠용품 구입

가) 스포츠용품 구입 종류

2024년 기준 생활체육 참여자들의 스포츠용품 구입 종류를 조사한 결과 스포츠 의류가 74.4%로 가장 많았으며, 스포츠 신발류(69.4%), 라켓류(7.8%), 구기류(5.8%), 기타(2.0%)로 나타났다.

〈그림 3-10〉 스포츠용품 구입 종류(복수응답)

(복수응답, 운동용품 구매자, 단위 : %)



※ 출처: 문화체육관광부(2024 국민생활체육조사)

2024년 기준 조사대상자의 거주지 도시 규모, 성별, 연령과 같은 인구통계학적 특성별로 스포츠용품 구입 종류에 대해 살펴본 결과는 다음과 같다. 첫째, 대도시와 중소도시, 읍/면 모두 스포츠의류를 가장 많이 구입한 것으로 나타났다. 둘째, 성별에서는 남성(73.6%)보다 여성(75.3%)이 스포츠 의류를 많이 구입했지만, 스포츠 신발류는 여성(61.2%)보다 남성(76.4%)이 더 많이 구입하였다. 셋째, 연령에서는 10대와 20대를 제외하면 모든 연령대에서 스포츠 의류의 구입 비중이 가장 높게 나타났고, 10대와 20대에서는 스포츠 신발류 구입이 가장 높은 것으로 나타났다. 넷째, 성별과 연령을 함께 고려하면 마찬가지로 10대와 20대에서 스포츠 의류보다 스포츠 신발류의 구입 비중이 다소 높았다. 여성은 10대에서 스포츠 신발류의 구입 비중이 가장 높았고, 나머지 연령대에서는 스포츠의류 구입이 가장 높게 나타났다.

〈표 3-28〉 스포츠용품 구입 종류(복수응답)

(단위: 명, %)

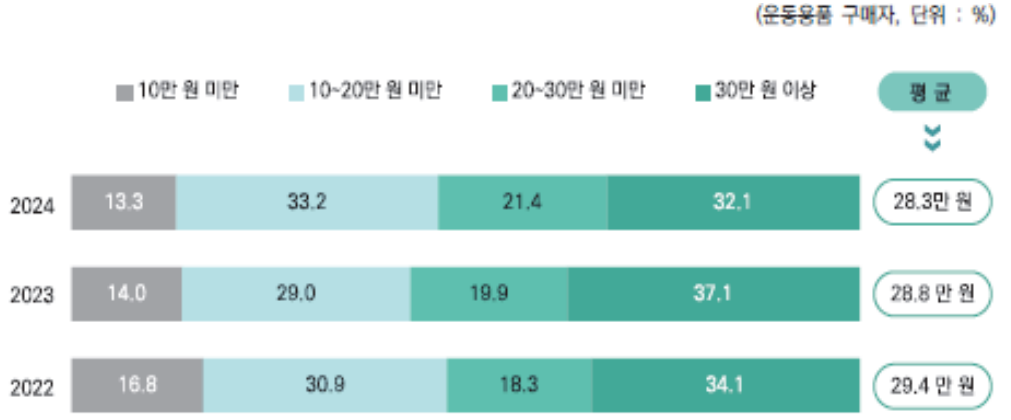
			스포츠 의류	스포츠 신발류	라켓류	구기류	기타
전 체			74.4	69.4	7.8	5.8	2.0
도시 규모별	대도시		77.0	70.8	7.4	6.0	1.3
	중소도시		74.1	68.3	7.9	5.8	1.9
	읍/면 이하		67.9	68.1	8.6	5.3	4.0
성별	남자		73.6	76.4	9.1	7.8	2.0
	여자		75.3	61.2	6.3	3.5	2.0
연령별	10대		57.0	80.8	3.8	10.6	1.1
	20대		80.0	68.3	6.2	6.3	3.1
	30대		77.8	64.5	6.9	5.2	1.7
	40대		78.6	67.8	11.2	6.7	2.0
	50대		75.3	69.2	9.0	5.6	3.0
	60대		73.0	70.4	8.5	4.5	1.1
	70대 이상		60.9	76.4	3.7	1.4	0.5
성& 연령별	남자	10대	55.3	81.6	1.3	14.8	0.0
		20대	76.8	78.4	7.8	8.1	2.1
		30대	74.4	72.5	7.9	6.1	0.9
		40대	79.5	73.9	13.8	9.3	1.6
		50대	77.7	74.6	9.0	7.4	4.7
		60대	74.4	76.9	12.7	5.7	2.1
		70대 이상	57.8	89.5	6.5	1.2	0.0
성& 연령별	여자	10대	60.6	78.9	9.1	1.7	3.3
		20대	83.5	57.1	4.5	4.5	4.2
		30대	82.0	54.5	5.7	4.1	2.7
		40대	77.6	61.0	8.3	3.9	2.6
		50대	72.3	62.6	9.0	3.3	0.9
		60대	71.4	63.2	4.0	3.2	0.0
		70대 이상	63.4	65.6	1.4	1.6	0.9

※ 출처: 문화체육관광부(2024 국민생활체육조사)

나) 스포츠용품 구입비용

2024년 기준 생활체육 참여자들의 연간 스포츠용품 구입비용에 대해 조사한 결과 1년에 평균 28.3만 원을 지출하는 것으로 나타났다. 좀 더 구체적으로 살펴보면 10만 원에서 20만 원 미만(33.2%)이 가장 높게 나타났고, 다음으로 30만 원 이상(32.1%), 20만 원에서 30만 원 미만(21.4%), 10만 원 미만(13.3%)의 순으로 나타났다.

〈그림 3-11〉 스포츠용품 구입비용



※ 출처: 문화체육관광부(2024 국민생활체육조사)

〈표 3-29〉 스포츠용품 구입비용

(단위: %, 만원)

		10만원 미만	10~20만원 미만	20~30만원 미만	30만원 이상	평균(만원)
전 체		13.3	33.2	21.4	32.1	28.3
도시규모별	대도시	12.1	31.8	21.9	34.2	29.9
	중소도시	12.8	34.3	19.7	33.2	28.8
	읍/면 이하	17.9	34.8	23.5	23.8	22.5
성별	남자	9.3	29.9	20.2	40.6	33.2
	여자	18.1	37.1	22.8	22.0	22.4

			10만원 미만	10~20만원 미만	20~30만원 미만	30만원 이상	평균(만원)
연령별		10대	15.3	37.3	27.2	20.1	20.2
		20대	10.0	34.4	23.5	32.1	25.2
		30대	10.9	33.0	20.9	35.2	27.5
		40대	11.8	30.9	20.4	37.0	33.2
		50대	12.0	30.2	20.8	36.9	34.5
		60대	13.4	35.7	22.3	28.7	26.7
		70대 이상	35.2	36.2	13.0	15.7	16.4
성&연령별	남자	10대	14.2	37.2	26.3	22.3	20.8
		20대	10.2	32.2	22.3	35.3	26.8
		30대	7.0	32.2	20.9	39.9	28.3
		40대	7.5	24.6	15.6	52.3	43.3
		50대	6.2	25.1	21.4	47.3	43.0
		60대	9.1	30.7	19.7	40.5	32.5
		70대 이상	25.5	37.3	11.0	26.2	19.5
성&연령별	여자	10대	17.7	37.6	29.1	15.5	18.9
		20대	9.9	36.8	24.8	28.5	23.4
		30대	15.7	34.0	20.9	29.4	26.5
		40대	16.5	37.9	25.6	20.0	22.0
		50대	19.3	36.6	20.1	24.1	23.9
		60대	18.1	41.1	25.1	15.7	20.3
		70대 이상	43.1	35.2	14.7	7.0	13.8

※ 출처: 문화체육관광부(2024 국민생활체육조사)

(3) 생활체육동호회 현황

2024년 기준 체육 동호회 조직에 가입하여 활동하고 있는 비율이 9.5%, 가입은 했으나 활동하고 있지 않은 응답자는 2.3%, 미가입자는 88.2%로 나타났다.

〈표 3-30〉 체육동호회 조직 가입 여부

(단위: %)

			가입하여 현재 활동 중	가입 했지만, 현재 비활동	미가입
전 체			9.5	2.3	88.2
도시규모별	대도시		9.6	2.4	88.0
	중소도시		9.6	2.4	88.0
	읍/면 이하		9.1	1.8	89.1
성별	남자		13.7	2.7	83.5
	여자		5.3	1.8	92.9
연령별	10대		5.7	0.8	93.4
	20대		10.6	4.0	85.3
	30대		11.3	2.9	85.7
	40대		12.4	2.7	84.9
	50대		13.1	2.1	84.8
	60대		7.9	2.1	90.0
	70대 이상		2.8	0.7	96.5
성&연령별	남자	10대	8.6	0.8	90.6
		20대	13.8	4.5	81.7
		30대	17.0	3.5	79.5
		40대	17.4	2.5	80.0
		50대	18.3	3.5	78.2
		60대	11.3	2.2	86.5
		70대 이상	4.2	0.8	85.0
성&연령별	여자	10대	2.7	0.8	86.4
		20대	7.1	3.5	89.4
		30대	4.9	2.3	92.8
		40대	7.2	2.8	90.0
		50대	7.8	0.8	91.4
		60대	4.5	2.0	93.4
		70대 이상	1.7	0.7	97.6

※ 출처: 문화체육관광부(2024 국민생활체육조사)

〈표 3-31〉 체육동호회 조직 가입 종목(상위 10개 종목)

(단위: %)

			골프(그라운드, 파크 포함)	축구, 풋살	배드민턴	자전거,사이클, 산악자전거	탁구	테니스	수영	볼링	야구	등산
전 체			15.3	14.6	10.0	8.1	7.5	7.1	6.7	5.1	3.9	3.5
도시규모별	대도시		16.6	16.1	8.5	6.9	7.7	7.1	7.4	5.5	2.6	2.1
	중소도시		17.0	12.0	10.9	10.2	6.9	7.7	4.5	4.1	5.6	5.6
	읍/면 이하		8.6	16.6	11.6	6.6	8.6	5.7	9.9	6.0	3.2	2.4
성별	남자		16.8	19.9	8.4	9.8	8.1	6.8	3.4	5.4	5.2	3.9
	여자		11.6	0.8	14.3	3.8	5.9	7.7	15.4	4.2	0.6	2.4
연령별	10대		0.0	31.9	14.5	1.5	1.1	4.7	2.5	3.6	4.4	0.0
	20대		0.7	18.7	6.8	8.4	3.0	8.3	8.2	6.5	3.2	0.7
	30대		8.7	17.6	4.9	13.8	5.1	11.7	6.0	9.8	10.4	2.0
	40대		20.0	15.1	16.5	7.4	4.2	7.7	6.6	4.7	3.5	3.1
	50대		27.6	10.6	7.6	8.5	8.1	5.4	6.6	3.5	2.8	6.5
	60대		18.9	9.7	13.3	4.8	20.7	3.8	9.0	2.8	0.0	4.6
	70대 이상		5.7	0.0	6.2	4.7	14.1	4.3	4.0	0.0	0.0	5.4
성&연령별	남자	10대	0.0	40.6	9.0	1.9	0.0	6.1	1.5	4.6	5.7	0.0
		20대	1.0	27.3	6.4	6.2	3.5	9.2	6.6	6.5	4.7	1.0
		30대	7.7	21.5	4.8	15.2	5.4	8.3	2.7	10.9	11.7	2.5
		40대	22.8	20.3	11.5	9.9	5.2	6.5	4.5	5.9	4.9	2.8
		50대	30.3	15.1	5.9	11.7	6.7	5.6	0.5	3.0	4.0	8.6
		60대	23.4	13.7	14.5	6.9	24.8	5.5	5.2	1.7	0.0	4.2
		70대 이상	2.9	0.0	9.8	7.4	22.2	6.7	3.5	0.0	0.0	4.3
	여자	10대	0.0	3.2	32.8	0.0	4.7	0.0	5.5	0.0	0.0	0.0
		20대	0.0	0.0	7.7	13.2	1.8	6.2	11.6	6.5	0.0	0.0
		30대	12.9	2.4	5.4	8.6	4.1	25.1	19.0	5.7	4.9	0.0
		40대	13.1	1.9	29.1	1.1	1.9	10.7	12.0	1.9	0.0	3.8
		50대	21.3	0.0	11.8	1.1	11.5	5.1	21.1	4.8	0.0	1.6
		60대	8.1	0.0	10.4	0.0	10.8	0.0	18.1	5.5	0.0	5.6
		70대 이상	10.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	7.3

※ 출처: 문화체육관광부(2024 국민생활체육조사)

2024년 기준 체육 동호회에 가입하여 활동하고 있는 종목은 '골프(그라운드, 파크포함)'이 15.3%로 가장 많았으며, '축구, 풋살(14.6%)', '배드민턴(10.0%)', '자전거, 사이클, 산악자전거(8.1%)', '탁구(7.5%)', '테니스(7.1%)' 등의 순으로 나타났다.

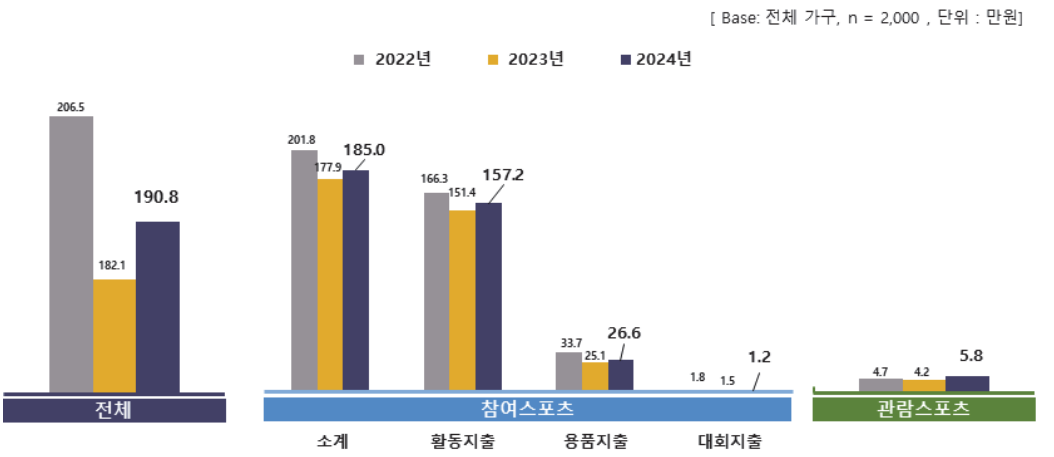
제3절 스포츠산업 가계지출 가구별 조사 결과

1 가구별 스포츠 소비지출

1) 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)

2024년 가구당 평균 스포츠 소비지출은 190.8만 원으로, 참여스포츠 지출액은 평균 185.0만 원, 관람스포츠는 평균 5.8만 원으로 나타났다.

〈그림 3-12〉 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)



※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2024)

지역별로는 서울, 부산, 대구, 인천, 경기, 울산, 세종이 평균보다 높게 나타났으며, 그중 대구가 326.3만 원으로 가장 높은 지출을 보였다. 그중 관람스포츠는 대전과 울산이 9.5만 원으로 가장 높았으며, 참여스포츠에서도 대구가 320.4만 원으로 가장 높게 나타났다.

월평균 가구소득별로는 소득 1분위 가구가 27.0만 원으로 가장 낮은 지출을 하고있으며, 소득 10분위 가구가 507.3만 원으로 전체 가구에서 가장 높은 지출을 하는 것으로 나타났다. 소득 7분위 가구부터는 평균보다 높은 지출을 하였다. 가구별로는 1인 가구 89.0만 원, 2인 가구 146.6만 원으로 전국 평균보다 적게 지출하였으며, 3인 가구 226.0만 원, 4인 가구 307.1만 원, 5인 이상 가구 339.8만 원은 전국 평균보다 많이 지출하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 3-32〉 '22년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)

(단위: 만 원, %)

구 분		사례 수	참여스포츠			관람스포츠	합계
			활동지출	용품지출	대회지출	관람지출	
전 체		2,000	166.3	33.7	1.8	4.7	206.5
비중(%)			(80.5)	(16.3)	(0.9)	(2.3)	(100)
지역	서울	137	182.6	39.7	0.2	4.2	226.7
	부산	115	95.0	33.5	0.7	0.5	129.7
	대구	126	226.0	27.8	0.1	0.9	254.8
	인천	91	83.8	3.4	0.0	0.0	87.3
	광주	92	153.7	29.1	0.5	2.7	186.0
	대전	78	275.1	74.3	5.1	7.2	361.7
	울산	268	71.9	26.9	0.1	0.0	98.9
	경기	93	178.6	28.2	1.2	13.5	221.5
	강원	249	281.0	30.3	5.1	22.1	338.5
	충청	200	153.1	40.7	0.6	4.1	198.5
	전라	257	149.4	37.1	0.1	1.8	188.4
	경상	61	177.6	33.4	0.5	0.2	211.6
	제주	62	130.7	28.5	30.9	4.6	194.8
월평균가구소득	소득 1분위	52	35.4	9.8	0.0	0.0	45.2
	소득 2분위	102	34.9	10.5	0.0	0.3	45.7
	소득 3분위	172	57.8	16.3	0.3	0.3	74.7
	소득 4분위	308	100.8	20.1	0.6	1.9	123.4
	소득 5분위	293	146.2	27.8	1.0	4.3	179.3
	소득 6분위	235	167.9	34.6	8.3	2.7	213.5
	소득 7분위	365	181.4	41.4	0.6	4.0	227.3
	소득 8분위	267	262.7	49.5	1.9	5.7	319.8
	소득 9분위	153	305.5	53.4	2.7	22.6	384.2
	소득 10분위	53	393.8	75.0	0.7	8.5	478.0
가구	1인 가구	548	91.9	16.7	0.6	2.3	111.5
	2인 가구	501	139.6	27.4	0.3	4.5	171.7
	3인 가구	406	190.8	38.8	0.5	3.5	233.7
	4인 가구	355	224.2	48.0	2.3	8.6	283.2
	5인 가구	190	290.9	61.3	11.1	7.7	371.1

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2022)

〈표 3-33〉 '23년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)

(단위: 만 원, %)

구 분		사례 수	참여스포츠			관람스포츠	합계
			활동지출	용품지출	대회지출	관람지출	
전 체		(2,000)	151.4	25.1	1.5	4.2	182.1
비중(%)			(83.1)	(13.7)	(0.8)	(2.3)	(100)
지역	서울	230	169.7	37.3	1.7	2.1	210.8
	부산	137	147.0	33.1	1.1	12.1	193.3
	대구	115	208.3	21.8	1.1	6.9	238.1
	인천	127	147.2	21.5	1.9	1.0	171.7
	광주	90	45.9	5.9	0.1	0.9	52.9
	대전	92	176.6	38.2	1.2	9.4	225.3
	울산	78	90.0	18.5	0.0	9.2	117.7
	경기	270	210.7	29.5	2.1	1.2	243.6
	강원	93	109.1	18.1	2.0	1.5	130.8
	충청	252	136.7	28.0	0.4	1.5	166.5
	전라	200	73.1	8.3	0.5	0.0	81.9
	경상	256	183.6	27.5	3.1	10.1	224.3
	제주	60	172.8	15.3	2.2	4.3	194.5
월평균가구소득	소득 1분위	65	28.3	7.4	0.0	0.3	36.0
	소득 2분위	89	18.2	6.9	0.0	0.3	25.5
	소득 3분위	173	63.4	15.9	0.5	0.6	80.4
	소득 4분위	314	76.9	16.6	0.4	3.6	97.5
	소득 5분위	309	117.7	20.6	1.5	3.2	143.1
	소득 6분위	328	131.8	22.4	1.2	4.7	160.1
	소득 7분위	358	172.3	25.9	1.6	5.3	205.0
	소득 8분위	208	248.8	37.7	2.8	7.8	297.1
	소득 9분위	112	370.4	57.7	3.2	5.9	437.2
	소득 10분위	44	673.4	86.8	8.4	9.8	778.4
가구	1인 가구	556	74.1	13.0	0.5	3.1	90.6
	2인 가구	511	98.8	21.1	0.5	3.0	123.4
	3인 가구	407	198.5	30.8	2.7	5.1	237.1
	4인 가구	344	230.5	36.7	1.5	5.1	273.8
	5인 가구	182	280.0	38.2	4.5	7.6	330.3

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2023)

〈표 3-34〉 '24년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)

(단위: 만 원, %)

구 분		사례 수	참여스포츠			관람스포츠	합계
			활동지출	용품지출	대회지출	관람지출	
전 체		(2,000)	157.2	26.6	1.2	5.8	190.8
비중(%)			(82.3)	(12.3)	(0.6)	(3.0)	(100)
지역	서울	230	227.4	46.2	3.5	7.9	285.0
	부산	137	202.9	33.9	3.0	9.2	249.0
	대구	115	270.6	45.2	4.6	5.9	326.3
	인천	128	177.9	38.4	0.4	3.7	220.3
	광주	90	67.9	4.2	0.0	0.9	73.0
	대전	91	149.1	22.9	0.4	9.5	181.9
	울산	78	257.6	27.3	0.6	9.5	295.0
	경기	270	162.3	33.2	0.7	4.3	200.4
	강원	93	57.2	25.4	0.5	1.5	84.6
	충북	95	106.5	19.3	0.1	9.3	135.2
	충남	110	112.2	17.4	0.3	9.3	139.1
	전북	100	84.3	8.6	0.0	1.7	94.7
	전남	100	47.9	2.4	0.0	1.4	51.7
	경북	121	167.5	19.1	0.2	1.8	188.7
	경남	135	154.2	24.6	1.2	7.7	187.8
	제주	60	98.1	6.1	0.2	7.4	111.8
	세종	47	188.0	24.5	1.0	8.5	222.0
월평균가구소득	소득 1분위	56	20.0	6.4	0.0	0.6	27.0
	소득 2분위	71	29.6	7.9	0.0	0.2	37.8
	소득 3분위	207	43.5	10.0	0.5	1.1	55.1
	소득 4분위	307	82.1	14.9	0.9	4.2	102.0
	소득 5분위	247	129.6	22.6	1.6	2.8	156.5
	소득 6분위	256	144.9	23.9	1.5	3.8	174.1
	소득 7분위	374	177.1	26.8	0.7	8.1	212.7
	소득 8분위	258	245.7	38.5	2.9	11.7	298.7
	소득 9분위	183	334.7	58.3	1.2	10.3	404.5
	소득 10분위	41	414.0	83.1	0.4	9.8	507.3
가구	1인 가구	565	71.8	14.1	0.8	2.4	89.0
	2인 가구	512	116.9	22.8	1.0	5.9	146.6
	3인 가구	407	185.3	30.6	1.1	8.9	226.0
	4인 가구	338	259.9	39.0	2.1	6.0	307.1
	5인 가구	178	284.7	45.1	1.7	8.3	339.8

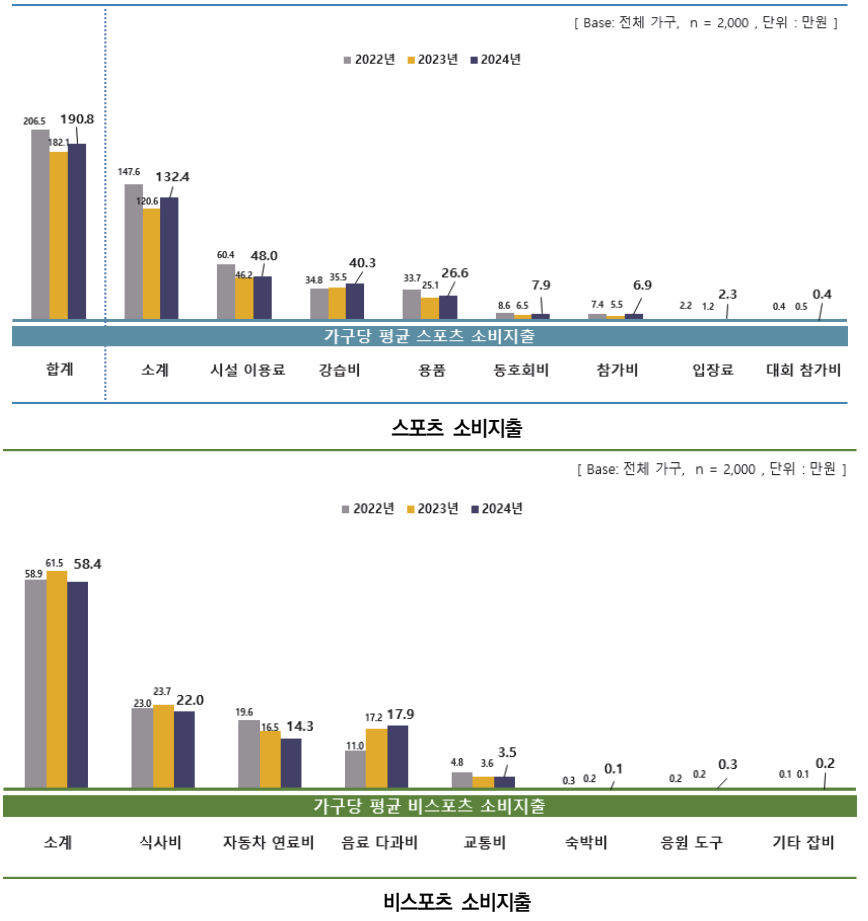
※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2024)

2) 지출항목별 연간 활동 지출

지출항목별 연간 활동 지출은 스포츠 소비지출과 비(非)스포츠 소비지출로 구분될 수 있고, 스포츠 소비지출은 132.4만 원, 비 스포츠 소비지출은 58.4만 원으로 나타났다. 2024년 지역별 스포츠 소비지출은 대구, 울산, 서울 순으로 가장 많았으며, 광주, 강원, 전북, 전남은 100만 원 이하로 나타났다. 스포츠 소비지출 중 시설이용료, 강습비, 용품은 각각 46.2만 원(38.3%), 35.5만 원(29.4%), 25.1만 원(20.8%)으로 큰 비중을 차지하였다. 월평균 가구소득별로는 소득 1분위와 2분위의 가구를 제외한 모든 가구에서 가구소득이 높을수록 스포츠 소비지출이 증가하는 경향을 보였으나, 참가비, 동호회비, 입장료, 대회참가비는 소득별로 편차를 보였다.

비스포츠 소비지출은 부산, 경상, 경기, 대구 순으로 많은 지출을 하고 있으며, 그 밖의 전라, 광주는 20만 원 이하의 지출을 하는 것으로 나타났다. 월평균 가구소득별로는 소득 1분위와 소득 2분위 가구를 제외하고, 가구 소득분위가 높을수록 증가하는 경향을 보이고 있다. 2023년 스포츠 소비지출은 2022년 대비 18.0% 감소하였고, 비스포츠 소비지출은 4.4% 증가하였다.

〈그림 3-13〉 지출항목별 연간 스포츠 활동 지출



※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2024)

〈표 3-35〉 '22년 지출항목별 연간 활동 지출

(단위: 만 원, %)

구 분		사례수	스포츠 소비지출								비 스포츠 소비지출								합계
			용품	시설이용료	강습비	참가비	동호회비	입장료	대회참가비	소계	식사비	자동차연료비	음료다과비	교통비	숙박비	응원도구	기타잡비	소계	
전 체		(2,000)	33.7	60.4	34.8	7.4	8.6	2.2	0.4	147.6	23.0	19.6	11.0	4.8	0.3	0.2	0.1	58.9	206.5
비중(%)			(16.3)	(29.3)	(16.8)	(3.6)	(4.2)	(1.1)	(0.2)	(71.5)	(11.1)	(9.5)	(5.3)	(2.3)	(0.3)	(0.1)	(0.1)	(28.5)	(100)
지역	서울	137	39.7	88.4	41.1	2.1	8.1	2.3	0.1	181.7	20.5	8.5	11.1	4.4	0.0	0.3	0.0	44.9	226.7
	부산	115	33.5	32.3	16.0	14.8	2.8	0.2	0.2	99.8	9.6	8.5	6.5	5.4	0.0	0.0	0.0	29.9	129.7
	대구	126	27.8	96.3	23.9	5.0	1.0	0.4	0.1	154.6	39.4	30.7	26.3	3.8	0.0	0.0	0.0	100.2	254.8
	인천	91	3.4	13.0	44.0	0.2	1.8	0.0	0.0	62.4	10.6	4.4	7.3	2.5	0.0	0.0	0.0	24.9	87.3
	광주	92	29.1	43.7	23.6	15.3	3.3	1.0	0.2	116.2	24.9	23.7	15.0	6.0	0.0	0.1	0.1	69.8	186.0
	대전	78	74.3	76.8	54.3	27.5	20.4	2.0	1.2	256.5	38.0	36.9	15.1	14.1	0.1	0.0	1.0	105.2	361.7
	울산	268	26.9	28.8	27.7	0.8	1.8	0.0	0.0	86.0	6.8	2.9	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	12.9	98.9
	경기	93	28.2	64.8	40.8	5.7	11.0	8.5	0.9	159.9	30.4	12.6	12.1	5.5	0.5	0.5	0.1	61.7	221.5
	강원	249	30.3	99.3	64.8	4.5	27.0	6.7	1.7	234.3	29.3	54.9	12.1	5.0	3.0	0.0	0.0	104.2	338.5
	충청	200	40.7	41.1	39.0	9.3	12.2	1.8	0.1	144.3	20.9	21.9	5.4	5.1	0.1	0.6	0.1	54.2	198.5
	전라	257	37.1	55.8	17.9	8.9	9.1	0.5	0.0	129.3	19.2	24.6	11.4	3.9	0.0	0.1	0.0	59.1	188.4
	경상	61	33.4	72.6	35.5	2.6	1.9	0.1	0.3	146.4	21.5	27.0	12.6	4.2	0.0	0.0	0.0	65.3	211.6
	제주	52	28.5	52.0	13.8	16.5	24.4	2.0	3.2	140.5	36.6	5.1	6.0	3.1	3.0	0.5	0.0	54.3	194.8
월평균가구소득	소득 1분위	102	9.8	11.8	11.1	0.0	1.4	0.0	0.0	34.0	4.5	1.3	2.1	3.3	0.0	0.0	0.0	11.2	45.2
	소득 2분위	172	10.5	12.1	10.2	0.8	0.6	0.2	0.0	34.4	4.0	4.1	1.6	1.6	0.0	0.0	0.0	11.2	45.7
	소득 3분위	308	16.3	22.5	9.4	3.3	5.2	0.1	0.1	56.8	5.3	5.1	3.1	4.4	0.0	0.0	0.0	17.9	74.7
	소득 4분위	293	20.1	35.3	17.1	6.5	5.4	0.7	0.3	85.5	15.0	11.7	7.3	3.6	0.1	0.1	0.0	37.9	123.4
	소득 5분위	235	27.8	52.1	28.6	12.0	7.2	1.8	0.4	129.8	17.0	18.3	8.9	4.5	0.4	0.3	0.0	49.5	179.3
	소득 6분위	365	34.6	55.2	30.1	10.3	10.4	0.8	0.9	142.3	26.9	22.4	14.2	6.4	1.2	0.0	0.0	71.1	213.5
	소득 7분위	267	41.4	56.7	50.3	6.1	10.0	1.9	0.2	166.6	24.1	22.1	10.8	3.3	0.1	0.3	0.1	60.7	227.3
	소득 8분위	153	49.5	101.6	53.2	6.0	13.6	2.8	0.6	227.2	39.5	28.1	18.4	5.8	0.5	0.2	0.2	92.6	319.8
	소득 9분위	53	53.4	132.5	65.2	11.1	12.4	11.7	1.6	287.8	35.4	33.5	15.8	10.5	0.4	0.6	0.2	96.4	384.2
	소득 10분위	548	75.0	149.6	58.2	12.7	16.3	4.7	0.3	316.8	69.9	54.2	32.4	4.6	0.0	0.1	0.0	161.2	478.0
가구	1인 가구	501	16.7	39.6	13.5	4.8	5.2	0.8	0.3	80.8	10.7	10.5	5.8	3.3	0.3	0.1	0.0	30.7	111.5
	2인 가구	406	27.4	56.8	18.2	7.4	5.6	2.3	0.1	117.9	20.3	19.1	9.2	4.9	0.2	0.1	0.0	53.8	171.7
	3인 가구	355	38.8	65.8	43.0	4.6	10.0	1.6	0.2	164.0	26.8	23.4	13.5	5.5	0.1	0.3	0.0	69.7	233.7
	4인 가구	190	48.0	72.2	61.7	7.4	12.7	3.7	0.9	206.7	31.5	22.0	16.8	5.4	0.2	0.4	0.2	76.4	283.2
	5인 가구	207	61.3	96.3	72.1	20.7	16.1	4.9	1.6	273.0	40.9	34.2	14.6	6.6	1.3	0.2	0.2	98.1	371.1

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2022)

〈표 3-36〉 '23년 지출항목별 연간 활동 지출

(단위: 만 원, %)

구 분		사례수	스포츠 소비지출								비 스포츠 소비지출								합계
			용품	시설이용료	강습비	참가비	동호회비	입장료	대회참가비	소계	식사비	자동차연료비	음료다과비	교통비	숙박비	응원도구	기타잡비	소계	
전 체		2,000	25.1	46.2	35.5	5.5	6.5	1.2	0.5	120.6	23.7	16.5	17.2	3.6	0.2	0.2	0.1	61.5	182.1
비중(%)			(13.8)	(25.4)	(19.5)	(3.0)	(3.5)	(0.7)	(0.3)	(66.3)	(13.0)	(9.0)	(9.4)	(2.0)	(0.1)	(0.1)	(0.1)	(33.7)	(100)
지역	서울	230	37.3	44.3	49.8	12.2	6.7	1.1	0.7	152.2	20.9	10.4	19.6	7.5	0.0	0.2	0.1	58.7	210.8
	부산	137	33.1	46.2	10.5	5.6	2.6	3.7	0.2	101.9	36.4	24.4	21.8	7.5	0.4	0.8	0.1	91.4	193.3
	대구	115	21.8	82.5	26.6	12.1	9.7	1.6	0.5	154.8	29.7	24.5	23.7	5.1	0.0	0.3	0.0	83.3	238.1
	인천	127	21.5	30.3	58.1	4.0	22.3	0.5	1.0	137.7	10.3	12.3	9.5	1.7	0.1	0.0	0.0	34.0	171.7
	광주	90	5.9	13.8	19.6	0.0	0.7	0.2	0.1	40.3	5.0	3.3	3.9	0.0	0.0	0.2	0.0	12.5	52.9
	대전	92	38.2	39.6	68.0	2.6	6.3	2.3	0.2	157.2	21.1	22.9	20.6	2.2	0.4	0.8	0.2	68.1	225.3
	울산	78	18.5	49.4	5.1	3.9	3.2	2.4	0.0	82.5	16.3	8.6	6.9	3.3	0.0	0.2	0.0	35.3	117.7
	경기	270	29.5	71.2	40.8	5.0	11.8	0.5	0.6	159.4	37.2	19.0	24.1	3.4	0.3	0.1	0.2	84.2	243.6
	강원	93	18.1	30.4	34.8	5.5	3.1	0.3	0.2	92.5	12.2	11.4	11.0	3.4	0.1	0.0	0.2	38.3	130.8
	충청	252	28.0	28.0	39.0	2.4	3.8	0.3	0.1	101.6	22.4	19.0	21.7	1.5	0.2	0.1	0.0	64.9	166.5
	전라	200	8.3	33.3	21.4	0.2	1.6	0.0	0.1	65.0	6.9	4.1	5.4	0.5	0.0	0.0	0.1	17.0	81.9
	경상	256	27.5	58.7	30.1	9.5	4.9	2.7	1.3	134.7	37.4	27.3	19.3	4.7	0.3	0.5	0.2	89.6	224.3
	제주	60	15.3	51.3	54.0	0.2	5.4	0.6	0.4	127.1	25.7	15.6	21.0	4.8	0.0	0.0	0.3	67.4	194.5
월평균가구소득	소득 1분위	65	7.4	3.6	3.8	0.9	0.2	0.2	0.0	16.2	8.7	1.6	5.6	3.9	0.0	0.0	0.0	19.9	36.0
	소득 2분위	89	6.9	2.2	3.2	1.2	0.8	0.1	0.0	14.4	6.1	0.9	3.6	0.5	0.0	0.0	0.0	11.0	25.5
	소득 3분위	173	15.9	17.2	8.8	3.9	4.8	0.1	0.1	50.8	12.7	6.7	8.3	1.8	0.0	0.0	0.0	29.6	80.4
	소득 4분위	314	16.6	21.5	13.2	3.0	1.9	0.6	0.1	56.9	16.1	10.2	12.5	1.5	0.1	0.1	0.1	40.5	97.5
	소득 5분위	309	20.6	36.5	23.8	3.1	4.2	0.9	0.5	89.6	20.4	15.6	14.8	2.1	0.2	0.2	0.1	53.4	143.1
	소득 6분위	328	22.4	31.2	39.1	6.0	5.4	1.3	0.3	105.8	20.4	13.8	16.4	3.0	0.1	0.3	0.2	54.3	160.1
	소득 7분위	358	25.9	48.5	50.6	4.1	8.5	1.7	0.6	139.9	24.2	18.0	18.4	4.0	0.2	0.3	0.1	65.1	205.0
	소득 8분위	208	37.7	74.7	62.9	7.0	14.7	2.2	1.0	200.2	34.7	28.1	26.6	6.8	0.1	0.3	0.3	96.9	297.1
	소득 9분위	112	57.7	135.5	79.8	10.4	15.5	1.9	1.1	301.9	54.9	34.8	33.3	11.1	0.5	0.5	0.1	135.3	437.2
	소득 10분위	44	86.8	288.2	104.6	49.6	14.6	3.5	2.6	550.0	93.2	64.2	59.4	8.9	1.2	0.7	0.7	228.4	778.4
가구	1인 가구	556	13.0	25.4	11.3	2.6	3.1	0.7	0.1	56.2	14.0	8.2	9.6	2.4	0.0	0.1	0.1	34.4	90.6
	2인 가구	511	21.1	28.7	15.0	4.8	5.5	0.9	0.1	76.0	18.6	12.6	14.1	1.8	0.0	0.2	0.0	47.3	123.4
	3인 가구	407	30.8	60.9	47.2	5.6	10.0	1.4	0.9	156.8	32.3	22.4	20.1	4.5	0.5	0.3	0.2	80.2	237.1
	4인 가구	344	36.7	63.6	68.5	6.9	8.9	1.7	0.5	186.9	31.1	24.6	24.6	6.2	0.1	0.2	0.1	86.9	273.8
	5인 가구	182	38.2	93.5	79.0	13.4	7.5	2.4	1.6	235.6	34.9	23.9	29.1	5.5	0.3	0.5	0.5	94.7	330.3

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2023)

〈표 3-37〉 '24년 지출항목별 연간 활동 지출

(단위: 만 원, %)

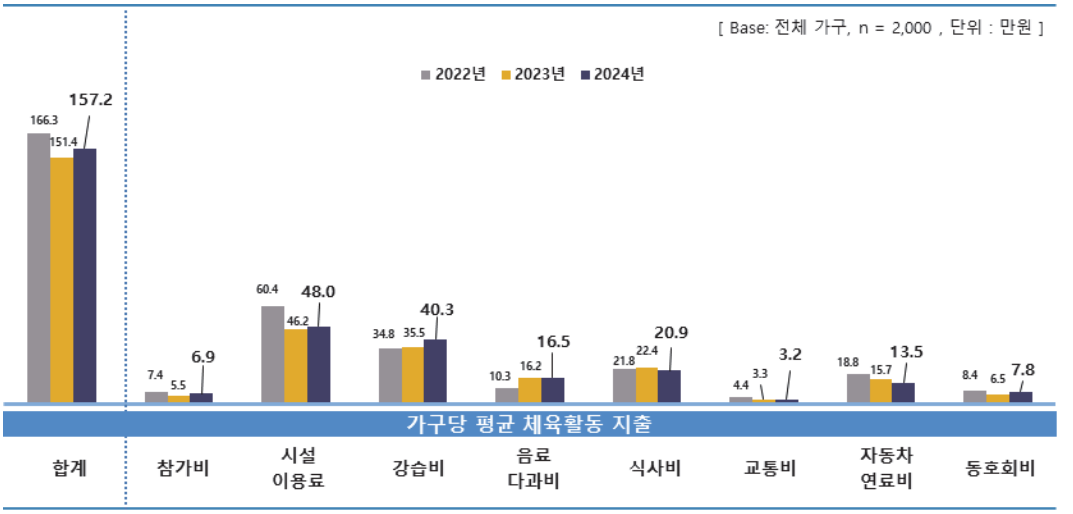
구 분		사례수	스포츠 소비지출								비 스포츠 소비지출								합계
			용품	시설이용료	강습비	참가비	동호회비	입장료	대회참가비	소계	식사비	자동차연료비	음료다과비	교통비	숙박비	응원도구	기타잡비	소계	
전 체		2,000	26.6	48.0	40.3	6.9	7.9	2.3	0.4	132.4	22.0	14.3	17.9	3.5	0.1	0.3	0.2	58.4	190.8
비중(%)			(13.8)	(25.4)	(19.5)	(3.0)	(3.5)	(0.7)	(0.3)	(66.3)	(13.0)	(9.0)	(9.4)	(2.0)	(0.1)	(0.1)	(0.1)	(33.7)	(100)
지역	서울	230	46.2	70.6	51.3	5.0	11.9	4.3	1.0	190.2	40.7	14.7	31.4	7.0	0.3	0.3	0.3	94.7	285.0
	부산	137	33.9	56.0	32.7	18.5	8.7	3.1	0.6	153.5	38.3	23.6	22.9	8.9	0.4	0.9	0.5	95.4	249.0
	대구	115	45.2	76.0	68.2	13.1	12.2	2.0	1.3	218.0	39.7	32.8	30.4	4.4	0.2	0.1	0.7	108.3	326.3
	인천	128	38.4	38.9	81.3	2.2	18.9	1.8	0.2	181.8	8.0	6.4	19.7	4.3	0.0	0.1	0.0	38.5	220.3
	광주	90	4.2	28.3	26.4	0.3	2.3	0.4	0.0	61.8	5.8	2.9	2.5	0.0	0.0	0.0	0.0	11.2	73.0
	대전	91	22.9	48.8	34.2	1.6	5.8	2.9	0.2	116.4	27.0	18.0	16.7	2.4	0.4	0.9	0.0	65.5	181.9
	울산	78	27.3	105.1	2.2	59.3	4.6	3.5	0.1	202.2	32.2	26.3	29.2	4.7	0.1	0.2	0.1	92.8	295.0
	경기	270	33.2	42.0	60.6	1.7	14.4	1.7	0.3	153.9	17.4	6.4	19.3	3.2	0.0	0.1	0.1	46.5	200.4
	강원	93	25.4	18.9	27.2	1.2	2.1	0.5	0.3	75.5	2.1	3.9	2.5	0.5	0.0	0.0	0.0	9.0	84.6
	충북	95	19.3	38.1	17.1	1.0	2.0	3.3	0.1	80.8	17.2	17.4	17.4	2.0	0.0	0.5	0.0	54.4	135.2
	충남	110	17.4	31.3	21.9	1.3	3.6	3.2	0.1	78.7	19.4	18.4	17.7	4.0	0.1	0.7	0.0	60.4	139.1
	전북	100	8.6	35.4	29.1	0.2	3.0	0.5	0.0	76.8	6.9	6.8	4.1	0.1	0.0	0.0	0.0	17.9	94.7
	전남	100	2.4	11.2	24.5	0.6	1.9	0.4	0.0	41.0	3.8	4.0	2.6	0.3	0.0	0.1	0.0	10.8	51.7
	경북	121	19.1	58.4	34.7	6.6	5.6	0.4	0.0	124.8	29.4	18.9	13.8	1.7	0.0	0.0	0.1	63.9	188.7
	경남	135	24.6	46.9	30.7	12.7	5.5	2.8	0.6	123.9	22.7	16.8	19.5	4.1	0.1	0.5	0.2	63.9	187.8
	제주	60	6.1	32.2	32.8	1.9	1.6	5.1	0.0	79.7	10.7	11.5	7.9	2.0	0.0	0.0	0.0	32.2	111.8
	세종	47	24.5	66.8	39.7	0.5	5.6	2.2	0.1	139.5	28.2	29.9	20.2	2.8	0.2	1.0	0.2	82.5	222.0
월평균가구소득	소득 1분위	56	6.4	4.4	1.7	0.2	0.8	0.2	0.0	13.7	5.9	0.2	4.7	2.4	0.1	0.0	0.0	13.4	27.0
	소득 2분위	71	7.9	5.4	1.0	2.6	2.3	0.0	0.0	19.2	8.5	3.3	5.3	1.3	0.1	0.0	0.0	18.5	37.8
	소득 3분위	207	10.0	13.2	5.7	3.5	2.0	0.3	0.1	34.8	6.3	5.6	6.8	1.6	0.0	0.0	0.0	20.3	55.1
	소득 4분위	307	14.9	25.5	16.0	3.8	2.8	1.6	0.2	64.7	14.5	9.3	11.2	1.9	0.1	0.2	0.1	37.3	102.0
	소득 5분위	247	22.6	36.6	26.9	8.2	6.7	0.9	0.4	102.4	21.2	13.7	16.1	2.7	0.1	0.2	0.2	54.1	156.5
	소득 6분위	256	23.9	38.5	42.6	6.0	5.1	1.2	0.5	117.7	21.5	14.5	16.3	3.6	0.0	0.2	0.3	56.4	174.1
	소득 7분위	374	26.8	54.9	51.2	6.8	9.7	3.5	0.3	153.2	22.4	15.0	18.2	3.4	0.1	0.3	0.1	59.6	212.7
	소득 8분위	258	38.5	74.1	73.9	9.3	11.6	4.7	0.8	212.9	31.2	20.6	28.2	4.8	0.2	0.5	0.3	85.8	298.7
	소득 9분위	183	58.3	107.4	79.5	15.2	23.9	4.1	0.5	288.8	44.0	27.3	36.0	7.4	0.2	0.7	0.1	115.7	404.5
	소득 10분위	41	83.1	163.7	99.1	10.5	9.3	4.4	0.2	370.3	50.9	34.4	38.4	11.7	0.0	1.5	0.0	136.9	507.3

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2024)

2 참여스포츠 연간 활동 지출

2024년 기준 참여스포츠 연간 활동 지출은 157.2만 원으로 전년 대비 3.8% 증가한 것으로 나타났다. 세부항목 중 시설 이용료가 48.0만 원으로 가장 높았으며, 그 다음으로 강습비 40.3만 원, 식사비 20.9만 원, 음료 다과비 16.5만 원 등의 순으로 나타났다.

〈그림 3-14〉 참여스포츠 연간 활동 지출



※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2024)

지역별로는 대구, 울산, 서울 순으로 높게 나타났으며, 그 중 가장 높았던 대구의 경우 모든 항목에서 평균 금액 이상 지출한 것으로 나타났다. 울산의 경우 시설 이용료가 105.1만 원 으로 타 시도에 비해 상당히 높은 금액을 지출한 것으로 나타났다. 월평균 가구소득별로는 소득 2분위 가구가 18.2만 원으로 가장 낮은 지출을 하는 반면 소득 10분위 가구가 673.4만 원으로 전체 가구에서 가장 높은 지출을 하고 있는 것으로 나타났다. 가구별로는 5인 이상 가구 280.0만 원, 4인 가구 230.5만 원, 3인 가구 198.5만 원 순으로 높게 나타났으며, 1인 가구는 74.1만 원으로 가장 낮게 나타났다.

〈표 3-38〉 '22년 참여스포츠 연간 활동 지출

(단위: 만 원, %)

구 분		사례 수	참가비	시설 이용료	강습비	음료 다과비	식사비	교통비	자동차 연료비	동호회비	합계
전 체		2,000	7.4	60.4	34.8	10.3	21.8	4.4	18.8	8.4	166.3
비중(%)			(4.5)	(36.3)	(20.9)	(6.2)	(13.1)	(2.3)	(11.3)	(5.1)	(100)
지역	서울	233	2.1	88.4	41.1	10.3	20.2	4.3	8.1	8.1	182.6
	부산	137	14.8	32.3	16.0	6.3	9.2	5.3	8.4	2.7	95.0
	대구	115	5.0	96.3	23.9	26.1	39.3	3.8	30.5	1.0	226.0
	인천	126	0.2	13.0	44.0	7.3	10.6	2.5	4.4	1.8	83.8
	광주	91	15.3	43.7	23.6	14.3	24.3	5.9	23.4	3.3	153.7
	대전	92	27.5	76.8	54.3	12.7	37.6	10.8	36.1	19.3	275.1
	울산	78	0.8	28.8	27.7	3.2	6.8	0.0	2.9	1.7	71.9
	경기	268	5.7	64.8	40.8	10.3	29.6	4.5	12.0	10.9	178.6
	강원	93	4.5	99.3	64.8	11.0	25.9	4.2	44.7	26.6	281.0
	충청	249	9.3	41.1	39.0	5.2	20.3	4.6	21.3	12.2	153.1
	전라	200	8.9	55.8	17.9	11.1	18.6	3.8	24.2	9.1	149.4
	경상	257	2.6	72.6	35.5	12.5	21.4	4.2	26.9	1.9	177.6
	제주	61	16.5	52.0	13.8	4.3	16.2	1.8	5.1	21.0	130.7
월평균가구소득	소득 1분위	52	0.0	11.8	11.1	2.1	4.5	3.3	1.3	1.4	35.4
	소득 2분위	102	0.8	12.1	10.2	1.5	4.0	1.6	4.1	0.6	34.9
	소득 3분위	172	3.3	22.5	9.4	3.0	5.2	4.3	5.1	5.2	57.8
	소득 4분위	308	6.5	35.3	17.1	7.2	14.7	3.3	11.3	5.4	100.8
	소득 5분위	293	12.0	52.1	28.6	8.6	16.2	4.1	17.4	7.1	146.2
	소득 6분위	235	10.3	55.2	30.1	13.7	21.2	6.2	21.7	9.5	167.9
	소득 7분위	365	6.1	56.7	50.3	10.6	23.8	3.2	20.9	9.7	181.4
	소득 8분위	267	6.0	101.6	53.2	17.0	39.1	5.0	27.5	13.3	262.7
	소득 9분위	153	11.1	132.5	65.2	12.3	33.3	8.1	30.9	12.1	305.5
	소득 10분위	53	12.7	149.6	58.2	31.8	68.5	4.0	52.8	16.3	393.8
가구	1인 가구	548	4.8	39.6	13.5	5.7	10.4	3.1	9.7	5.2	91.9
	2인 가구	501	7.4	56.8	18.2	8.6	20.0	4.5	18.5	5.5	139.6
	3인 가구	406	4.6	65.8	43.0	13.0	26.4	5.3	22.9	9.8	190.8
	4인 가구	355	7.4	72.2	61.7	15.4	30.2	4.3	20.5	12.5	224.2
	5인 가구	190	20.7	96.3	72.1	13.1	34.1	6.1	33.6	14.8	290.9

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2022)

〈표 3-39〉 '23년 참여스포츠 연간 활동 지출

(단위: 만 원, %)

구 분		사례 수	참가비	시설 이용료	강습비	음료 다과비	식사비	교통비	자동차 연료비	동호회비	합계
전 체		2,000	5.5	46.2	35.5	16.2	22.4	3.3	15.7	6.5	151.4
비중(%)			(3.6)	(30.5)	(23.5)	(16.2)	(22.4)	(3.3)	(15.7)	(4.3)	(100)
지역	서울	230	12.2	44.3	49.8	19.1	20.3	7.3	9.9	6.7	169.7
	부산	137	5.6	46.2	10.5	19.0	33.8	6.9	22.5	2.5	147.0
	대구	115	12.1	82.5	26.6	20.7	28.3	5.0	23.4	9.7	208.3
	인천	127	4.0	30.3	58.1	9.2	10.0	1.7	11.8	22.3	147.2
	광주	90	0.0	13.8	19.6	3.6	5.0	0.0	3.2	0.7	45.9
	대전	92	2.6	39.6	68.0	18.8	18.8	1.8	20.6	6.3	176.6
	울산	78	3.9	49.4	5.1	4.5	14.0	2.1	7.8	3.2	90.0
	경기	270	5.0	71.2	40.8	23.7	36.5	3.2	18.6	11.6	210.7
	강원	93	5.5	30.4	34.8	10.6	11.2	2.6	10.9	3.0	109.1
	충청	252	2.4	28.0	39.0	21.4	22.1	1.4	18.6	3.8	136.7
	전라	200	0.2	33.3	21.4	5.3	6.8	0.4	4.0	1.6	73.1
	경상	256	9.5	58.7	30.1	17.5	33.2	4.2	25.6	4.8	183.6
	제주	60	0.2	51.3	54.0	19.4	23.6	4.6	14.5	5.3	172.8
월평균가구소득	소득 1분위	65	0.9	3.6	3.8	5.6	8.6	3.9	1.6	0.2	28.3
	소득 2분위	89	1.2	2.2	3.2	3.5	6.0	0.5	0.9	0.8	18.2
	소득 3분위	173	3.9	17.2	8.8	8.1	12.4	1.8	6.4	4.8	63.4
	소득 4분위	314	3.0	21.5	13.2	12.0	14.3	1.2	9.8	1.9	76.9
	소득 5분위	309	3.1	36.5	23.8	14.0	19.3	2.0	14.9	4.2	117.7
	소득 6분위	328	6.0	31.2	39.1	15.3	19.1	2.5	13.2	5.4	131.8
	소득 7분위	358	4.1	48.5	50.6	17.1	22.9	3.8	16.9	8.4	172.3
	소득 8분위	208	7.0	74.7	62.9	24.0	32.6	6.5	26.6	14.6	248.8
	소득 9분위	112	10.4	135.5	79.8	32.1	53.0	10.8	33.3	15.5	370.4
	소득 10분위	44	49.6	288.2	104.6	57.4	89.8	7.9	61.9	14.0	673.4
가구	1인 가구	556	2.6	25.4	11.3	9.0	12.8	2.2	7.7	3.1	74.1
	2인 가구	511	4.8	28.7	15.0	13.5	17.8	1.7	11.9	5.4	98.8
	3인 가구	407	5.6	60.9	47.2	18.5	30.8	4.1	21.4	9.9	198.5
	4인 가구	344	6.9	63.6	68.5	23.4	29.5	5.9	23.7	8.9	230.5
	5인 가구	182	13.4	93.5	79.0	27.0	32.6	4.7	22.4	7.3	280.0

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2023)

〈표 3-40〉 '24년 참여스포츠 연간 활동 지출

(단위: 만 원, %)

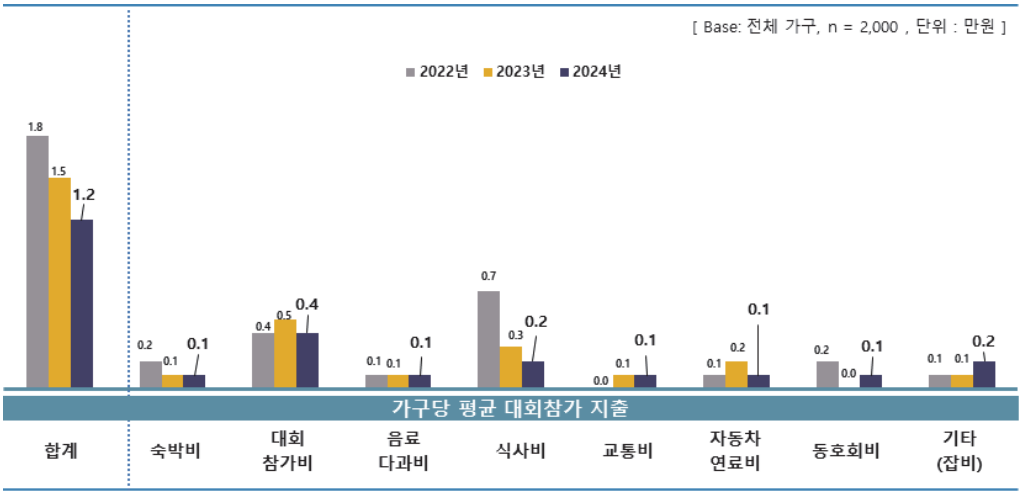
구 분		사례 수	참가비	시설 이용료	강습비	음료 다과비	식사비	교통비	자동차 연료비	동호회비	합계
전 체		2,000	6.9	48.0	40.3	16.5	20.9	3.2	13.5	7.8	157.2
비중(%)			(4.4)	(30.5)	(25.6)	(10.4)	(13.3)	(2.0)	(8.6)	(4.9)	(100)
지역	서울	230	5.0	70.6	51.3	29.4	39.0	6.3	14.0	11.8	227.4
	부산	137	18.5	56.0	32.7	20.7	36.2	8.2	22.1	8.6	202.9
	대구	115	13.1	76.0	68.2	28.5	37.8	4.0	31.3	11.7	270.6
	인천	128	2.2	38.9	81.3	18.7	7.5	4.1	6.2	18.9	177.9
	광주	90	0.3	28.3	26.4	2.1	5.8	0.0	2.8	2.3	67.9
	대전	91	1.6	48.8	34.2	14.7	25.7	2.1	16.4	5.8	149.1
	울산	78	59.3	105.1	2.2	27.1	30.2	4.6	24.5	4.6	257.6
	경기	270	1.7	42.0	60.6	18.0	16.5	2.8	6.3	14.4	162.3
	강원	93	1.2	18.9	27.2	2.1	1.8	0.3	3.7	2.1	57.2
	충북	95	1.0	38.1	17.1	14.5	16.2	1.8	16.0	2.0	106.5
	충남	110	1.3	31.3	21.9	16.5	17.0	3.9	16.8	3.6	112.2
	전북	100	0.2	35.4	29.1	3.5	6.9	0.1	6.2	3.0	84.3
	전남	100	0.6	11.2	24.5	2.2	3.6	0.3	3.6	1.9	47.9
	경북	121	6.6	58.4	34.7	13.4	28.9	1.5	18.5	5.6	167.5
	경남	135	12.7	46.9	30.7	17.0	21.5	3.7	16.1	5.5	154.2
	제주	60	1.9	32.2	32.8	7.5	10.5	0.2	11.5	1.5	98.1
	세종	47	0.5	66.8	39.7	18.3	26.7	2.5	28.1	5.4	188.0
월평균가구소득	소득 1분위	56	0.2	4.4	1.7	4.6	5.8	2.4	0.2	0.8	20.0
	소득 2분위	71	2.6	5.4	1.0	5.3	8.5	1.3	3.3	2.3	29.6
	소득 3분위	207	3.5	13.2	5.7	6.4	6.1	1.5	5.2	1.9	43.5
	소득 4분위	307	3.8	25.5	16.0	10.4	13.2	1.7	8.8	2.8	82.1
	소득 5분위	247	8.2	36.6	26.9	15.2	20.5	2.5	13.1	6.5	129.6
	소득 6분위	256	6.0	38.5	42.6	15.0	20.8	3.1	13.8	5.0	144.9
	소득 7분위	374	6.8	54.9	51.2	16.4	21.4	2.9	13.9	9.7	177.1
	소득 8분위	258	9.3	74.1	73.9	25.2	28.4	4.1	19.0	11.6	245.7
	소득 9분위	183	15.2	107.4	79.5	33.3	42.5	6.9	26.1	23.8	334.7
	소득 10분위	41	10.5	163.7	99.1	36.5	50.0	10.8	34.1	9.3	414.0
가구	1인 가구	565	4.2	21.3	13.3	8.7	11.6	1.6	7.7	3.5	71.8
	2인 가구	512	6.0	37.3	20.9	13.6	18.4	2.2	12.2	6.3	116.9
	3인 가구	407	7.7	58.2	44.5	19.8	23.6	4.2	16.5	10.8	185.3
	4인 가구	338	7.4	80.7	81.4	24.3	31.7	3.9	19.7	11.0	259.9
	5인 가구	178	15.4	78.8	94.5	27.1	30.8	7.2	17.5	13.5	284.7

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2024)

3 연간 대회참가 지출

2024년 기준 스포츠 대회참가를 위해 연간 사용한 가구 평균 지출은 1.2만 원으로 전년 대비 20.0% 감소한 것으로 나타났고, 세부항목 중 대회 참가비가 0.4만 원으로 가장 높았으며, 다음으로 식사비, 기타(잡비)가 각각 0.2만 원 등의 순으로 나타났다.

〈그림 3-15〉 연간 대회참가 지출



※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2024)

〈표 3-41〉 '22년 연간 대회참가 경비지출

(단위: 만 원, 회, %)

구 분		사례수	평균 횟수(회)	숙박비	대회 참가비	음료 다과비	식사비	교통비	자동차 연료비	동호회비	기타(잡비)	합계
전 체		2,000	0.1	0.2	0.4	0.1	0.7	0.0	0.1	0.2	0.1	1.8
비중(%)				(8.7)	(24.4)	(3.4)	(37.2)	(2.6)	(8.1)	(11.8)	(3.7)	(100)
지역	서울	233	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
	부산	137	0.1	0.0	0.2	0.1	0.2	0.0	0.1	0.2	0.0	0.7
	대구	115	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
	인천	126	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	광주	91	0.1	0.0	0.2	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.5
	대전	92	0.2	0.1	1.2	0.4	0.4	0.0	0.8	1.1	1.0	5.1
	울산	78	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1
	경기	268	0.1	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	1.2
	강원	93	0.3	0.9	1.7	0.0	0.6	0.0	1.5	0.4	0.0	5.1
	충청	249	0.0	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.6
	전라	200	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
	경상	257	0.1	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.5
	제주	61	1.2	3.0	3.2	1.0	19.6	0.7	0.0	3.4	0.0	30.9
월평균가구소득	소득 1분위	52	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	소득 2분위	102	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	소득 3분위	172	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.3
	소득 4분위	308	0.0	0.0	0.3	0.0	0.1	0.0	0.1	0.1	0.0	0.6
	소득 5분위	293	0.1	0.2	0.4	0.0	0.1	0.1	0.2	0.0	0.0	1.0
	소득 6분위	235	0.3	0.8	0.9	0.3	5.1	0.2	0.1	0.9	0.0	8.3
	소득 7분위	365	0.1	0.0	0.2	0.0	0.1	0.0	0.1	0.2	0.1	0.6
	소득 8분위	267	0.1	0.2	0.6	0.1	0.2	0.0	0.3	0.2	0.2	1.9
	소득 9분위	153	0.1	0.0	1.6	0.1	0.1	0.1	0.3	0.3	0.2	2.7
	소득 10분위	53	0.0	0.0	0.3	0.1	0.1	0.0	0.2	0.0	0.0	0.7
가구	1인 가구	548	0.0	0.1	0.3	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.6
	2인 가구	501	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3
	3인 가구	406	0.1	0.0	0.2	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0	0.5
	4인 가구	355	0.1	0.2	0.9	0.1	0.2	0.0	0.4	0.3	0.2	2.3
	5인 가구	190	0.5	1.0	1.6	0.4	6.4	0.3	0.1	1.3	0.2	11.1

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2022)

〈표 3-42〉 '23년 연간 대회참가 경비지출

(단위: 만 원, 회, %)

구 분		사례수	평균 횟수 (회)	숙박비	대회 참가비	음료 다과비	식사비	교통비	자동차 연료비	동호회비	기타 (잡비)	합계
전 체		2,000	0.1	0.1	0.5	0.1	0.3	0.1	0.2	0.0	0.1	1.5
비중(%)				(8.1)	(33.3)	(8.6)	(21.1)	(3.8)	(13.7)	(2.9)	(8.6)	(100)
지역	서울	230	0.1	0.0	0.7	0.2	0.4	0.1	0.2	0.0	0.1	1.7
	부산	137	0.1	0.1	0.2	0.2	0.3	0.0	0.2	0.1	0.1	1.1
	대구	115	0.0	0.0	0.5	0.2	0.3	0.0	0.1	0.0	0.0	1.1
	인천	127	0.1	0.1	1.0	0.2	0.3	0.0	0.2	0.0	0.0	1.9
	광주	90	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
	대전	92	0.0	0.2	0.2	0.1	0.3	0.0	0.3	0.0	0.2	1.2
	울산	78	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	경기	270	0.1	0.3	0.6	0.1	0.4	0.1	0.2	0.1	0.2	2.1
	강원	93	0.2	0.1	0.2	0.2	0.5	0.3	0.4	0.1	0.2	2.0
	충청	252	0.0	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4
	전라	200	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.5
	경상	256	0.2	0.3	1.3	0.2	0.5	0.1	0.5	0.1	0.2	3.1
	제주	60	0.1	0.0	0.4	0.3	0.7	0.0	0.4	0.1	0.3	2.2
월평균가구소득	소득 1분위	65	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	소득 2분위	89	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	소득 3분위	173	0.0	0.0	0.1	0.1	0.2	0.0	0.1	0.0	0.0	0.5
	소득 4분위	314	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.4
	소득 5분위	309	0.1	0.2	0.5	0.1	0.3	0.0	0.2	0.0	0.1	1.5
	소득 6분위	328	0.1	0.1	0.3	0.1	0.2	0.1	0.1	0.0	0.2	1.2
	소득 7분위	358	0.1	0.0	0.6	0.2	0.3	0.0	0.2	0.1	0.1	1.6
	소득 8분위	208	0.2	0.1	1.0	0.3	0.6	0.1	0.3	0.1	0.3	2.8
	소득 9분위	112	0.2	0.5	1.1	0.2	0.6	0.1	0.5	0.0	0.1	3.2
	소득 10분위	44	0.4	1.2	2.6	0.4	1.6	0.3	0.9	0.6	0.7	8.4
가구	1인 가구	556	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.5
	2인 가구	511	0.0	0.0	0.1	0.1	0.2	0.0	0.1	0.0	0.0	0.5
	3인 가구	407	0.2	0.4	0.9	0.2	0.5	0.1	0.3	0.1	0.2	2.7
	4인 가구	344	0.1	0.0	0.5	0.2	0.3	0.1	0.3	0.0	0.1	1.5
	5인 가구	182	0.3	0.3	1.6	0.4	0.8	0.2	0.6	0.1	0.5	4.5

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2023)

〈표 3-43〉 '24년 연간 대회참가 경비지출

(단위: 만 원, 회, %)

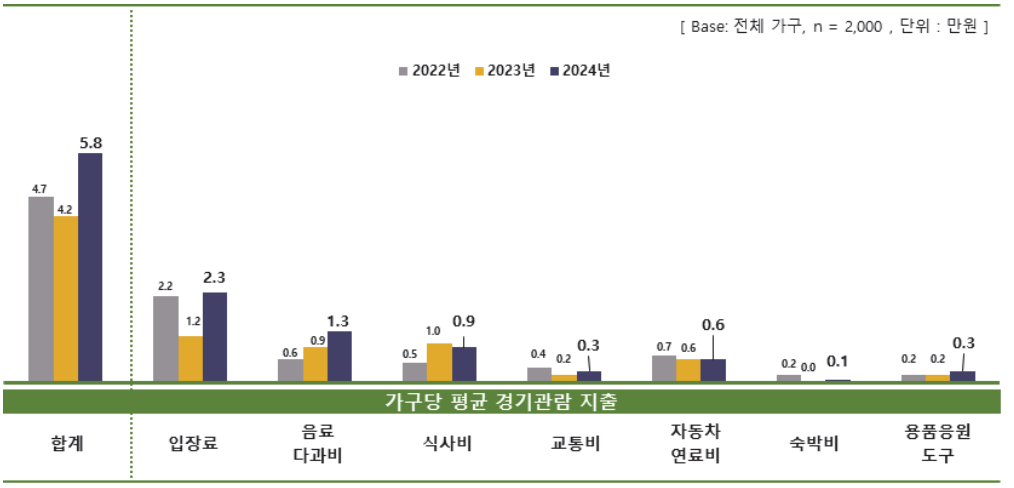
구 분		사례수	평균 횟수 (회)	숙박비	대회 참가비	음료 다과비	식사비	교통비	자동차 연료비	동호회비	기타 (잡비)	합계
전 체		2,000	0.1	0.1	0.4	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.2	1.2
비중(%)				(8.3)	(33.3)	(8.3)	(16.6)	(8.3)	(8.3)	(8.3)	(16.6)	(100)
지역	서울	230	0.2	0.2	1.0	0.3	1.1	0.2	0.3	0.0	0.3	3.5
	부산	137	0.1	0.4	0.6	0.2	0.4	0.3	0.4	0.1	0.5	3.0
	대구	115	0.2	0.0	1.3	0.6	0.7	0.0	0.8	0.5	0.7	4.6
	인천	128	0.0	0.0	0.2	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4
	광주	90	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	대전	91	0.0	0.0	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4
	울산	78	0.0	0.1	0.1	0.1	0.2	0.0	0.1	0.0	0.1	0.6
	경기	270	0.0	0.0	0.3	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.1	0.7
	강원	93	0.1	0.0	0.3	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.5
	충북	95	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
	충남	110	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.3
	전북	100	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	전남	100	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	경북	121	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.2
	경남	135	0.1	0.1	0.6	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0	0.2	1.2
	제주	60	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
	세종	47	0.0	0.2	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.2	0.2	1.0
월평균가구소득	소득 1분위	56	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	소득 2분위	71	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	소득 3분위	207	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.2	0.1	0.0	0.5
	소득 4분위	307	0.0	0.1	0.2	0.1	0.2	0.0	0.1	0.0	0.1	0.9
	소득 5분위	247	0.1	0.1	0.4	0.2	0.3	0.1	0.2	0.2	0.2	1.6
	소득 6분위	256	0.1	0.0	0.5	0.1	0.1	0.2	0.2	0.1	0.3	1.5
	소득 7분위	374	0.1	0.0	0.3	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.7
	소득 8분위	258	0.1	0.2	0.8	0.3	0.8	0.2	0.3	0.1	0.3	2.9
	소득 9분위	183	0.1	0.0	0.5	0.1	0.3	0.0	0.2	0.0	0.1	1.2
	소득 10분위	41	0.0	0.0	0.2	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4
가구	1인 가구	565	0.0	0.1	0.2	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.8
	2인 가구	512	0.0	0.1	0.2	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.2	1.0
	3인 가구	407	0.1	0.1	0.3	0.1	0.2	0.1	0.1	0.0	0.1	1.1
	4인 가구	338	0.1	0.0	0.8	0.2	0.6	0.1	0.2	0.0	0.2	2.1
	5인 가구	178	0.1	0.1	0.8	0.1	0.2	0.1	0.2	0.1	0.2	1.7

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2024)

4 관람스포츠 연간 직접 관람 경비

2024년 기준스포츠 직접 관람을 위해 연간 사용한 가구 평균 지출은 5.8만 원으로 전년 대비 38.1% 증가한 것으로 나타났으며, 관람 횟수는 0.5회로 전년도와 동일하게 나타났으며, 세부항목 중 입장료가 2.3만 원으로 가장 높았으며, 다음으로 음료 다과비 1.3만 원, 식사비 0.9만 원 등의 순으로 나타났다.

〈그림 3-16〉 관람스포츠 연간 직접 관람 경비



※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2024)

〈표 3-44〉 '22년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비

(단위: 만 원, 회, %)

구 분		사례 수	평균 횟수(회)	입장료	음료 다과비	식사비	교통비	자동차 연료비	숙박비	용품 응원 도구	합계
전 체		2,000	0.4	2.2	0.6	0.5	0.4	0.7	0.2	0.2	4.7
비중(%)				(47.2)	(12.7)	(9.6)	(8.6)	(14.0)	(3.5)	(4.3)	(100.0)
지역	서울	233	0.3	2.3	0.8	0.3	0.1	0.4	0.0	0.3	4.2
	부산	137	0.1	0.2	0.1	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5
	대구	115	0.1	0.4	0.2	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.9
	인천	126	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	광주	91	0.5	1.0	0.7	0.6	0.1	0.3	0.0	0.1	2.7
	대전	92	0.3	2.0	2.0	0.0	3.3	0.0	0.0	0.0	7.2
	울산	78	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	경기	268	0.9	8.5	1.8	0.7	1.0	0.6	0.5	0.5	13.5
	강원	93	2.8	6.7	1.0	2.8	0.7	8.7	2.1	0.0	22.1
	충청	249	0.4	1.8	0.2	0.6	0.4	0.6	0.0	0.6	4.1
	전라	200	0.2	0.5	0.3	0.5	0.1	0.3	0.0	0.1	1.8
	경상	257	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
	제주	61	0.9	2.0	0.7	0.8	0.5	0.0	0.0	0.5	4.6
월평균가구소득	소득 1분위	52	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	소득 2분위	102	0.0	0.2	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.3
	소득 3분위	172	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3
	소득 4분위	308	0.2	0.7	0.1	0.3	0.3	0.3	0.1	0.1	1.9
	소득 5분위	293	0.4	1.8	0.3	0.6	0.3	0.7	0.2	0.3	4.3
	소득 6분위	235	0.3	0.8	0.3	0.6	0.0	0.5	0.4	0.0	2.7
	소득 7분위	365	0.3	1.9	0.2	0.2	0.1	1.1	0.1	0.3	4.0
	소득 8분위	267	0.8	2.8	1.4	0.2	0.7	0.2	0.2	0.2	5.7
	소득 9분위	153	1.6	11.7	3.3	1.9	2.3	2.3	0.4	0.6	22.6
	소득 10분위	53	0.5	4.7	0.6	1.3	0.6	1.2	0.0	0.1	8.5
가구	1인 가구	548	0.2	0.8	0.1	0.2	0.2	0.7	0.2	0.1	2.3
	2인 가구	501	0.3	2.3	0.6	0.3	0.4	0.6	0.2	0.1	4.5
	3인 가구	406	0.4	1.6	0.4	0.4	0.2	0.4	0.1	0.3	3.5
	4인 가구	355	0.9	3.7	1.2	1.2	1.0	1.0	0.1	0.4	8.6
	5인 가구	190	0.5	4.9	1.2	0.4	0.2	0.5	0.3	0.2	7.7

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2022)

〈표 3-45〉 '23년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비

(단위: 만 원, 회, %)

구 분		사례 수	평균 횟수 (회)	입장료	음료 다과비	식사비	교통비	자동차 연료비	숙박비	용품 응원 도구	합계
전 체		2,000	0.5	1.2	0.9	1.0	0.2	0.6	0.0	0.2	4.2
비중(%)				(28.4)	(21.3)	(24.2)	(5.4)	(14.3)	(1.0)	(5.5)	(100.0)
지역	서울	230	0.2	1.1	0.4	0.2	0.1	0.2	0.0	0.2	2.1
	부산	137	1.2	3.7	2.6	2.4	0.5	1.7	0.3	0.8	12.1
	대구	115	1.1	1.6	2.8	1.1	0.1	1.0	0.0	0.3	6.9
	인천	127	0.1	0.5	0.2	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	1.0
	광주	90	0.2	0.2	0.3	0.0	0.0	0.1	0.0	0.2	0.9
	대전	92	1.4	2.3	1.7	1.9	0.4	2.0	0.3	0.8	9.4
	울산	78	2.0	2.4	2.4	2.3	1.2	0.8	0.0	0.2	9.2
	경기	270	0.1	0.5	0.2	0.2	0.0	0.2	0.0	0.1	1.2
	강원	93	0.1	0.3	0.1	0.5	0.5	0.1	0.0	0.0	1.5
	충청	252	0.2	0.3	0.3	0.3	0.1	0.4	0.1	0.1	1.5
	전라	200	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	경상	256	1.0	2.7	1.6	3.6	0.4	1.2	0.0	0.5	10.1
	제주	60	0.3	0.6	1.2	1.4	0.3	0.7	0.0	0.0	4.3
월평균가구소득	소득 1분위	65	0.0	0.2	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3
	소득 2분위	89	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.3
	소득 3분위	173	0.1	0.1	0.1	0.2	0.0	0.2	0.0	0.0	0.6
	소득 4분위	314	0.3	0.6	0.5	1.6	0.3	0.4	0.0	0.1	3.6
	소득 5분위	309	0.4	0.9	0.7	0.8	0.1	0.5	0.0	0.2	3.2
	소득 6분위	328	0.7	1.3	1.0	1.1	0.4	0.5	0.0	0.3	4.7
	소득 7분위	358	0.7	1.7	1.1	1.0	0.2	0.9	0.2	0.3	5.3
	소득 8분위	208	0.8	2.2	2.3	1.6	0.2	1.2	0.0	0.3	7.8
	소득 9분위	112	0.8	1.9	1.1	1.3	0.2	1.0	0.0	0.5	5.9
	소득 10분위	44	1.0	3.5	1.6	1.8	0.7	1.4	0.0	0.7	9.8
가구	1인 가구	556	0.3	0.7	0.5	1.2	0.2	0.4	0.0	0.1	3.1
	2인 가구	511	0.3	0.9	0.6	0.6	0.1	0.6	0.0	0.2	3.0
	3인 가구	407	0.6	1.4	1.4	1.0	0.2	0.7	0.1	0.3	5.1
	4인 가구	344	0.8	1.7	1.0	1.3	0.2	0.7	0.0	0.2	5.1
	5인 가구	182	1.1	2.4	1.7	1.4	0.7	0.9	0.0	0.5	7.6

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2023)

〈표 3-46〉 '24년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비

(단위: 만 원, 회, %)

구 분		사례 수	평균 횟수 (회)	입장료	음료 다과비	식사비	교통비	자동차 연료비	숙박비	용품 응원 도구	합계
전 체		2,000	0.5	2.3	1.3	0.9	0.3	0.6	0.1	0.3	5.8
비중(%)				(39.7)	(22.4)	(15.5)	(5.1)	(10.3)	(1.7)	(5.2)	(100.0)
지역	서울	230	0.4	4.3	1.7	0.7	0.4	0.4	0.1	0.3	7.9
	부산	137	0.9	3.1	2.0	1.7	0.4	1.1	0.0	0.9	9.2
	대구	115	0.8	2.0	1.3	1.2	0.4	0.6	0.2	0.1	5.9
	인천	128	0.4	1.8	0.9	0.5	0.2	0.2	0.0	0.1	3.7
	광주	90	0.2	0.4	0.4	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.9
	대전	91	0.8	2.9	2.0	1.3	0.3	1.6	0.4	0.9	9.5
	울산	78	0.9	3.5	2.0	1.8	0.1	1.8	0.0	0.2	9.5
	경기	270	0.4	1.7	1.2	0.8	0.3	0.1	0.0	0.1	4.3
	강원	93	0.2	0.5	0.3	0.3	0.1	0.2	0.0	0.0	1.5
	충북	95	0.7	3.3	2.9	1.0	0.2	1.4	0.0	0.5	9.3
	충남	110	0.4	3.2	1.2	2.4	0.1	1.6	0.1	0.7	9.3
	전북	100	0.2	0.5	0.6	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0	1.7
	전남	100	0.1	0.4	0.4	0.2	0.0	0.3	0.0	0.1	1.4
	경북	121	0.2	0.4	0.4	0.5	0.3	0.3	0.0	0.0	1.8
	경남	135	0.6	2.8	2.4	1.2	0.4	0.5	0.0	0.5	7.7
	제주	60	0.2	5.1	0.3	0.1	1.8	0.0	0.0	0.0	7.4
	세종	47	0.5	2.2	1.9	1.4	0.3	1.8	0.0	1.0	8.5
월평균가구소득	소득 1분위	56	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0	0.6
	소득 2분위	71	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.2
	소득 3분위	207	0.2	0.3	0.3	0.1	0.1	0.2	0.0	0.0	1.1
	소득 4분위	307	0.3	1.6	0.7	1.2	0.1	0.3	0.0	0.2	4.2
	소득 5분위	247	0.3	0.9	0.7	0.4	0.2	0.4	0.0	0.2	2.8
	소득 6분위	256	0.5	1.2	1.1	0.6	0.2	0.5	0.0	0.2	3.8
	소득 7분위	374	0.5	3.5	1.7	0.9	0.5	1.1	0.1	0.3	8.1
	소득 8분위	258	0.8	4.7	2.7	1.9	0.6	1.3	0.0	0.5	11.7
	소득 9분위	183	0.8	4.1	2.6	1.2	0.5	1.0	0.2	0.7	10.3
	소득 10분위	41	0.5	4.4	1.9	0.8	1.0	0.2	0.0	1.5	9.8
가구	1인 가구	565	0.3	0.9	0.6	0.4	0.1	0.3	0.0	0.1	2.4
	2인 가구	512	0.3	2.3	1.4	1.0	0.2	0.7	0.0	0.3	5.9
	3인 가구	407	0.6	3.9	1.7	1.5	0.6	0.9	0.1	0.3	8.9
	4인 가구	338	0.6	2.2	1.5	0.7	0.3	0.6	0.1	0.5	6.0
	5인 가구	178	0.6	3.2	2.1	0.9	0.5	1.2	0.0	0.5	8.3

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2024)

제4장
스포츠산업 정책

2024 Sport Industry White Paper



문화체육관광부

제4장 스포츠산업 정책

1 스포츠산업 정책의 변천

스포츠산업 정책의 본격적인 시작은 정부가 스포츠산업을 정책대상으로 파악하고 지원하기 시작한 1990년 후반부터라 할 수 있다. 1990년 전까지는 스포츠산업체가 대부분 소규모 영세업체로 운영되었기에 정부로부터 정책적 지원대상에서 제외되었지만, 1990년대 후반부터 정부는 스포츠산업 관련 법률을 제·개정하여 정책지원의 근거를 마련하기 시작하였다. 1965년 6월 14일 개정된 국민체육진흥법(법률 제1698호)은 최초의 스포츠산업 관련 법률로 '체육용구의 생산 장려와 민간체육시설에 대한 보조 및 면세 규정', 동법 제14조의2의 '국가는 체육진흥을 위하여 각종 운동용구의 생산에 필요한 조치를 강구하여야 한다', 시행령(1966. 2. 7. 대통령령 제2404호)의 '운동용구 생산 업자에 대한 융자 알선과 외국 운동용구 생산기술 도입과 보급에 대한 지원제도' 등 법률 내 스포츠산업체 지원근거를 일부 마련하였다. 이후 1982년 12월 31일 국민체육진흥법이 전부 개정되면서 '체육용구와 기자재'로 생산장려 범위를 확대하였다. 체육용구 생산우수업체를 지정하여 국민체육진흥기금을 융자할 수 있도록 하였으며, 체육시설 설치자금에도 국민체육진흥기금을 융자할 수 있도록 하였으나 1991년이 되어서야 처음으로 6개 체육용구 생산업체에 9억 7,900만 원이 지원되었다. 1989년 3월 31일에는 「체육시설의 설치·이용에 관한 법률」이 제정됨으로써 민간 체육시설업의 효율적인 관리와 체계적인 육성을 할 수 있는 기반이 마련되었다.

1990년대 스포츠산업 정책은 제1차 국민체육진흥5개년계획(1993~1997)과 제2차 국민체육진흥5개년계획(1998~2002)에서 볼 수 있다. 제1차 국민체육진흥5개년계획에서는 체육용구 품질수준향상과 체육활동에 필요한 용구의 적정한 공급을 목표로 체육용구 생산업체의 투자여건 조성을 위한 금융지원, 전시회 개최지원, 국산 체육용 기구 구매·사용을 적극적으로 장려하였다. 이외에도 지속적인 품질향상 및 표준화 기술지도를 통한 공인 제품의 확대, 우수체육용구업체 지정대상과 융자규모를 확대하여 스포츠 용품업의 발전을 도모하였다. 또한, 민간스포츠 시설업의 육성을 위해서는 골프장, 스키장에 대한 특별소비세 감면, 체육시설 설치·운영의 인·허가 절차 간소화 등 규제완화를 통한 제도개선에 초점을 맞추었다. 제2차 국민체육진흥5개년계획에서는 '스포츠산업'이라는 용어를 처음 사용함으로써 스포츠를 산업적 시각에서 다루었다. 제2차 국민체육진흥 5개년계획은 민간체육시설을 적극적으로 지원하여 민간영역에서의 서비스 공급을 촉진함과 동시에 소비자를 보호하기 위한 제도적 장치마련을 목표로 하였다. 스포츠산업을 육성하기 위하여 체육시설업·용품업체에 대한 지원, 우수 생활체육용구 생산업체에 대한 산업적 지원, 경륜·경정 등 여가스포츠산업 육성, 스포츠소비자의 서비스 개선 등을 정책목표에 포함하였다.

2000년대 스포츠산업 정책은 스포츠산업 육성대책(2001), 스포츠산업 비전 2010(2005), 2009~2013 스포츠산업 중장기계획(2008)이 있으며, 2000년대 정책은 1990년대보다 지원내용이 더욱 구체화 되었다. 스포츠산업 육성대책은 스포츠산업을 21세기 핵심 산업으로 육성하여 고부가가치를 창출한다는 목표 아래 2001년 8월 발표되었다. 이 대책은 정부가 추진하고 있는 스포츠산업 육성의 기본방향과 과제를 종합적으로 제시하고 있다는 점에서 의의를 찾을 수 있다. 정부는 스포츠 자원의 상품가치 개발, 스포츠서비스업 중점지원, 고부가가치 실현을 위한 지식정보 기반구축, 민간기업의 경쟁력 강화 지원 등을 기본방향으로 정하고 단기 과제를 추진하였다. 2005년 7월에 문화체육관광부 스포츠여가산업과에서 발표한

스포츠산업 비전 2010은 스포츠산업 활성화와 국제경쟁력 강화를 위한 집중지원 전략의 필요성을 인식하고 체계적으로 스포츠산업을 지원하여 국가전략산업의 하나로 성장시키기 위한 의지를 담고 있다. 스포츠산업 진흥을 위한 추진과제 선정, 고부가가치 스포츠용품 개발 및 국제경쟁력 강화, 레저스포츠산업기반 확대, 프로스포츠산업의 성장기반 구축 등 향후 스포츠산업의 경쟁력을 강화할 수 있는 특성화 분야에 집중지원을 핵심으로 하였다.

2010년대에는 스포츠산업 진흥 중장기계획 수립(2013), 제3차 스포츠산업 중장기 발전계획(2018)이 있으며, 이 시기에는 스포츠산업을 정부 정책과 동일하게 5년 단위의 중장기 계획을 수립하기 시작하였다. 2013년에 문화체육관광부에서 스포츠산업 진흥 중장기계획 수립을 발표하였다. 스포츠산업의 융·복합화를 통한 미래성장 동력 창출을 비전으로 스포츠산업 매출액을 2014년도 36조 원에서 2018년 54조 원을 목표로 수립하였다. 성과목표로는 융·복합 스포츠 기술 개발을 통한 신 시장 창출, 융·복합 스포츠 기술 개발을 통한 신 시장 창출, 미래 시장 수요 기반 일자리, 공급체계 구축 스포츠산업 선순환 기반 조성을 목표로 하였다. 2018년에는 문화체육관광부에서 2019-2023 제3차 스포츠산업 중장기 발전계획을 발표했다. '경제 성장을 이끄는 스포츠산업'이라는 비전 아래 혁신 · 성장, 균형 · 일자리, 지속가능성의 세 가지 핵심가치를 추구한다. 첫째, '혁신·성장' 가치 아래 스포츠산업과 첨단기술 융합으로 4차 산업혁명이라는 외부 환경변화에 대응하여 스포츠기업의 체계적 육성을 통한 혁신 · 성장 동력을 창출하고자 한다. 둘째, '균형·일자리'를 목표로 스포츠산업의 지역별 · 업종별 균형 발전과 새로운 시장 수요에 대응하는 일자리 공급 체계를 구축하고자 한다. 셋째, 지속가능성 측면에서 지속가능한 스포츠산업 진흥기반 확립을 위한 지원 전담체계 구축 및 법 · 제도 개선을 목표로 한다. 이를 통해 스포츠산업의 규모가 2017년 75조 원에서 2023년 95조 원까지의 규모로 성장할 것으로 예상하였다. 기업의 경우 '작지만 강한' 기업 육성을 목표로 매출액 10억 원 이상의 기업이 2017년 6,200개에서 2023년 7,000개로 확대하고 기업 영세성 완화를 위해 10인 미만 기업의 비중을 2017년 96%에서 2023년 93%로 낮추는 것을 목표로 하였다.

문화체육관광부가 실시한 2023년 기준 스포츠산업조사 결과 보고서에 따르면 2023년 국내 스포츠산업 시장규모는 약 81조 원으로 전년 대비 3.85% 증가하였고, 스포츠산업 종사자 수는 약 45.8만 명으로 전년 대비 4.09% 증가한 것으로 집계되었다. 이는 2020년 전 세계적으로 창궐한 코로나19 이후 2023년 5월 엔데믹을 선언하면서 점차 회복하는 시기의 결과로 스포츠산업 환경에 큰 변화를 유발하였다. 이에 따라 정부는 이러한 위기를 극복하고 스포츠산업의 지속성장을 강화하기 위해 새로운 환경에 적합한 스포츠산업 육성 방안을 마련하여 정책적 역량 집중에 주안점을 두고 있다.

2 스포츠산업 금융 지원

1) 스포츠산업 융자·이차보전(튼튼론) 지원

(1) 스포츠산업체 자금 융자사업의 개념 및 필요성

2023년 기준 국내 스포츠산업 구조는 총 사업체수 12만 6,186개로 이중 개인사업체가 전체의 88.38%를 구성하고 있으며 종사자 규모 4인 이하 업체가 90.5%를 차지하는 영세한 산업구조이다(문화체육관광부, 2023년 기준 스포츠산업조사 결과 보고서). 따라서 민간체육시설에 대한 시설관련 자금지원으로 국내 생활체육 기반을 확충하고, 체육용구생산업체와 스포츠 서비스업체의 생산설비 · 연구개발 등을 지원함으로써 산업경쟁력 강화와 안정적인 경영기반 조성이 필요하다. 산업체의 영세성은 사업투자능력 및 생산제품의 품질 저하에 영향을 줄 수 있을 뿐만 아니라 무역수지 적자 확대 및 해외 글로벌 스포츠 브랜드의 국내시장 잠식에도 영향을 줄 수 있기 때문이다. 문화체육관광부와 관세청에 따르면 '22년 1~12월 문화체육관광 분야 주요 11개 품목의 수출은 전년 대비 5.5% 증가한 30억 달러, 수입은 12.8% 감소한 83억 달러, 수지는 53억 달러 적자로 집계되었다. 이 중 '22년 1~12월 스포츠용품 수출은 전년 대비 6.7% 증가한 3억 달러, 수입은 7.9% 감소한 26억 달러, 무역수지는 23억 달러 적자로 집계되었다. 이런 상황 속에서 국내 스포츠산업체의 내수시장 경쟁력은 점점 저하되고 있으며 국내 스포츠산업체의 상당수가 사업투자자금 부족에 직면하고 있다. 이에, 국내스포츠산업체들은 정부의 자금지원을 지속적으로 요구하고 있으며, 자금지원 수요는 정부의 지원 요청 항목 중 가장 높은 비중을 차지하고 있다.

〈표 4-1〉 국내 스포츠산업체들의 자금지원에 대한 수요

(단위: %)

지원요구사항	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
자금지원 확대	52.9	58.1	40.1	47.7	52.5	49.7	47.8	50.5	50.2

※ 2015년까지는 구분류 기준이며, 2016년부터 신분류에 따름
※ 출처: 문화체육관광부(2025). 2023년 기준 스포츠산업조사 결과 보고서

국내 스포츠산업체의 자금지원 요청에 부응하고 생산 장려 및 경쟁력 확보를 위해 정부는 국민체육진흥법 제17조(체육용구의 생산 장려 등)에 따라 생산 장려 품목에 지정된 업체와 우수체육용구 생산 지정업체에 국민체육진흥기금을 융자하고 있다. 또한, 체육시설의 설치·이용에 관한 법률에서 정한 모든 종목 시설과 스포츠 경기업, 스포츠 마케팅, 스포츠 정보업(스포츠 이벤트업 포함)에 설비 및 연구개발 자금을 융자하고 있다. 특히 2023년에는 이차보전 방식을 신규 도입하여 민간 금융을 활용한 금융지원 방식을 다각화 하였다. 2024년에는 직접융자 방식은 기성고융자(시설·개보수·설비자금) 대상 최대 10년의 장기상환의 방식으로 시행하며, 이차보전 방식은 연구개발, 운전자금 대상 3년의 단기상환 방식으로 시행하였다.

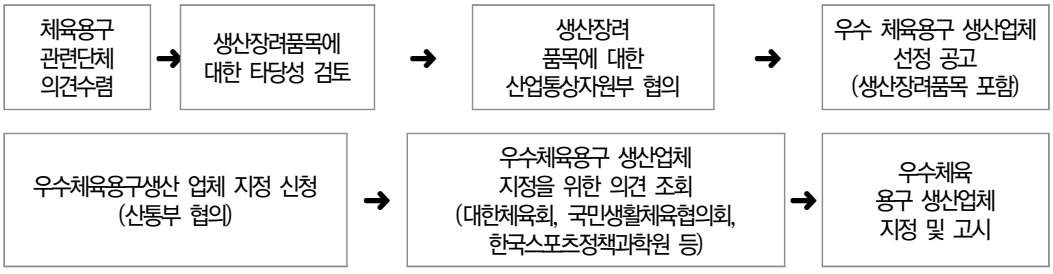
〈표 4-2〉 '24년 융자 및 이차보전 지원 현황

(단위: 백만 원, 건, %)

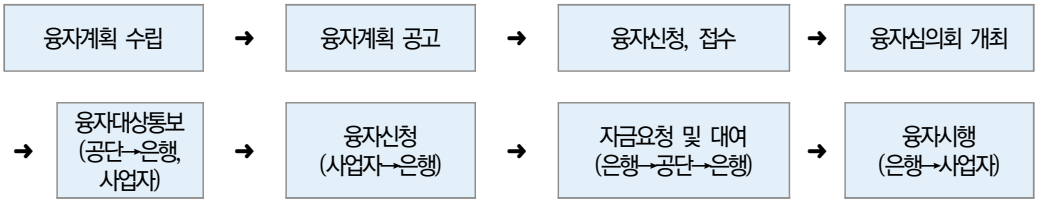
구분	지원 규모	신청		선정		집행		
		금액	건수	금액	건수	금액	건수	집행률
합계	276,880	526,755	723	191,921	439	191,921	439	-
융자	157,880	362,718	407	248,409	284	112,351	147	71.16%
이차보전 (예산)	119,000 (5,850)	164,037	525	128,816	439	79,570 (3,916)	292	66.87% (66.94%)

생산 장려 체육용품 및 우수체육용구 생산업체의 지정은 국내외 각종 경기대회 경기종목, 학교체육에 사용되는 체육용구 및 기타 국민체육진흥을 위하여 필요한 체육용구 등이며 문화체육관광부 장관이 산업통상자원부 장관과 협의하여 지정하고 있다. 지정된 산업체는 국민체육진흥기금에서 설비자금, 연구개발자금, 원자재 구입자금을 융자받을 수 있다.

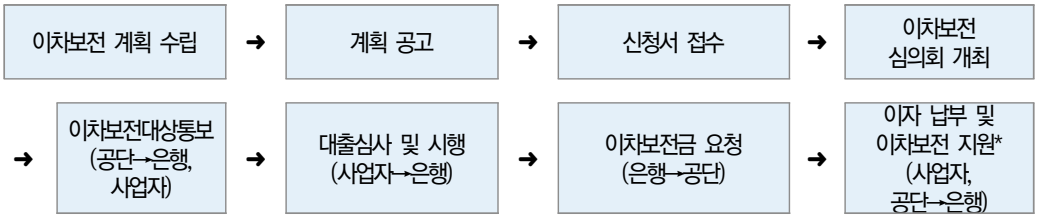
〈그림 4-1〉 생산장려품목 및 우수체육용구 생산업체 지정 절차



〈그림 4-2〉 국민체육진흥기금 스포츠산업 융자 추진절차



〈그림 4-3〉 국민체육진흥기금 스포츠산업 이차보전 추진절차



*자금별 대출 기간 동안 이차보전금 지속 지원 (3년, 운전자금 한정)

2024년 기준 문화체육관광부장관이 지정한 우수체육용구 생산업체는 35개이며, 품목은 85개이다.

〈표 4-3〉 '24년 스포츠용품 우수체육용구 생산업체

업체명	품목명	지정기간	
		시작일	종료일
한아스포츠	허들	2023-07-01	2027-06-30
	스타팅블록		
개선스포츠	기계식체력단련기구		
	전동식러닝머신		
	엘립티컬		
신아스포츠산업	농구대		
유한회사 싸카	축구경기복(아스토레)		
㈜한궁세계화연구소	한궁보드		
	한궁핀		
㈜오리온햄프로	야외용 체력단련기구		
OP	전광스코어판		
한일스포렉스	포환		
	허들		
	원반		
	농구링		
	스타팅블럭		
	높이뛰기지주		
주식회사 오르자	인공패널		
	인공홀드		
주식회사 모바인어스	로잉		
	댄스		
	밸런스보드		
	짐보드		
	바이크		
주식회사 엠에스엘 콤프레서	호흡용공기압축기		
한국신체정보 주식회사	운동관리 처방 운영 지도 관련 프로그램		
㈜영우	키니시오테이프		
주식회사 케이엘에스	야외용체력단련기구		
아티슨앤오션 주식회사	방수하우징		
	다이브컴퓨터		
자성스포츠	골프연습용구		
제이케이산업	근력단련보조용구	2024-01-01	2027-12-31
(주)제일체육산업	야외용체력단련기구		
	평행봉		
	어린이놀이기구		
㈜에스엠메이커스	운동보조영상장치		

업체명	품목명	지정기간	
		시작일	종료일
㈜타스	당구큐		
디랙스	전동식러닝머신		
	기계식체력단련기구		
오성체육산업㈜	농구대		
위풋테크놀러지	기능성양말		
클라임테크㈜	인공패널		
	인공홀드		
	어린이놀이기구		
(주)두미나	골프샤프트		
주식회사 비인더스트리	야구안전펜스		
(주)대한전광	전광스코어판		
(주)대원포티스	헬스용승마용운동기구 (유산소운동기구)		
시원교구사	경계블럭		
	굴렁쇠		
	라인마커		

(2) 스포츠산업체 융자·이차보전 사업의 추진과정

① 민간스포츠기업 대상 기금 직접융자 사업

융자 대상 업체는 민간스포츠기업(체육시설업, 체육용구생산업, 스포츠서비스업)이며, 업체의 신청을 받아 융자심의회를 개최하여 시설설치, 개·보수, 설비투자를 지원하고 있다. 민간체육 시설업체는 시설 유형에 따라 10억 원~85억 원, 우수 체육용구 생산업체와 스포츠서비스업은 10억 원을 한도로 융자하고 있으며, 2024년 융자 이자율은 변동금리를 적용하며 1분기 2.87%이다.

〈표 4-4〉 '24년 직접융자 지원한도 및 상환기간

융자대상		분야	한도액	상환기간
민간체육 시설업체	등록민간체육시설 등 (11개 종목)	시설설치	30억원	10년(거치기간 4년 포함)
		개·보수	10억원	5년(거치기간 2년 포함)
	신고민간체육시설 등 (47개 종목)	시설설치	20억원	10년(거치기간 4년 포함)
		개·보수	10억원	5년(거치기간 2년 포함)
	대중형 골프장 또는 추진하려는 자	시설설치 및 개·보수	85억원	10년(거치기간 4년 포함)
	스포츠산업진흥시설 지정 프로스포츠단 연고 경기장을 운영하고 있는 자	개·보수	50억원	10년(거치기간 4년 포함)
우수체육용구생산업체 (문화체육관광부 지정 우수체육용구 생산업체)		설비자금	10억원	10년(거치기간 4년 포함)
스포츠서비스업체 (스포츠경기업, 스포츠마케팅업, 스포츠정보업)		설비자금	10억원	10년(거치기간 4년 포함)

② 민간스포츠기업 대상 기금 이차보전 사업

융자 대상 업체는 민간스포츠기업(체육시설업, 체육용구생산업, 스포츠서비스업)으로 직접융자 대상과 동일하며 향후 이차보전사업 지원대상 확대를 검토하고 있다. 민간체육 시설업체는 시설 유형 및 자금 사용 분야에 따라 5억 원~50억 원, 우수 체육용구 생산업체와 스포츠서비스업은 자금 사용 분야에 따라 5억 원~10억 원을 한도로 융자하고 있다.

〈표 4-5〉 '24년 이차보전 지원한도 및 상환기간

대 상 (직접융자 대상과 동일)		분 야	이차보전시	
			대출한도	대출기간
민간체육시설업체	비회원제골프장, 스키장, 자동차경주장, 요트장, 조정장, 카누장, 빙상장, 승마장 등 11개 종목	시설설치자금	20억원	5년(거치 2년)
		개·보수자금	10억원	5년(거치 2년)
		운전자금	5억원	3년(일시상환)
	가상체험체육시설, 게이트볼장, 골프연습장, 궁도장, 농구장, 당구장, 라켓볼장, 럭비풋볼장, 롤러스케이트장, 배구장, 배드민턴장, 볼링장, 봅슬레이장등 47개 종목	시설설치자금	10억원	5년(거치 2년)
		개·보수자금	10억원	5년(거치 2년)
		운전자금	5억원	3년(일시상환)
	문화체육관광부 지정 대중형 골프장 또는 추진하려는 자	시설설치 및 개·보수자금	50억원	5년(거치 2년)
		운전자금	10억원	3년(일시상환)
	스포츠산업진흥시설 지정 프로스포츠단 연고 경기장을 운영하고 있는 자	시설설치 및 개·보수자금	30억원	5년(거치 2년)
		운전자금	10억원	3년(일시상환)
우수체육용구생산업체 (문화체육관광부 지정 우수체육용구 생산업체)		설비자금	10억원	5년(거치 2년)
		연구개발자금	5억원	3년(일시상환)
		운전자금	5억원	3년(일시상환)
스포츠서비스업체 (스포츠경기업, 스포츠마케팅업, 스포츠정보업)		설비자금	10억원	5년(거치 2년)
		연구개발자금	5억원	3년(일시상환)
		운전자금	5억원	3년(일시상환)

*기업당 융자(대출)한도액 : 직접융자 및 이차보전 합산 대출잔액 기준 85억 원 이내
*동일기업 중복 지원 : 기업당 3개 종목에 한하여 중복 신청 가능

(3) 스포츠산업체 융자·이차보전의 추진실적 및 성과

정부는 우수체육용구 생산업체를 대상으로 1991년 6개 업체에 설비투자 6억 원, 연구개발 3억 7,900만 원 등 총 9억 7,900만 원을 처음으로 융자를 시행한 이후 융자규모를 점진적으로 확대하였다. 2024년에는 융자·이차보전 총 지원규모 1,919억 원 중 체육용구 생산업체에 93억 7,200만 원, 체육시설설치업체에 1,756억 4,300만 원, 스포츠 서비스업체에 69억 600만 원을 지원하였다.

〈표 4-6〉 스포츠산업체 융자·이차보전 추진 현황

(단위: 백만 원, %)

구 분	2021			2022			2023			2024		
	계획	집행	비율	계획	집행	비율	계획	집행	비율	계획	집행	비율
총사업비	136,100	136,100	100	228,900	228,900	100	232,100	191,102	82.3	276,880	191,912	69.3
체육용구생산업체	-	2,573	1.9	-	1,015	0.4	-	2,589	1.4	-	9,372	4.9
체육시설설치업체	-	132,397	97.3	-	226,292	98.9	-	186,679	97.7	-	175,643	91.9
스포츠 서비스업체	-	1,130	0.8	-	1,593	0.7	-	1,834	0.9	-	6,906	3.6

2024년 총 지원계획 2,769억 원 중 일반융자·이차보전은 1,919억 원 지원하였고, 회원제에서 대중제 전환하는 골프장에는 총 165억 원 융자·이차보전을 지원하였다.

〈표 4-7〉 대중제 전환 골프장 융자·이차보전 추진 현황

(단위: 백만 원, %)

구분	2022년				2023년				2024년			
	사업 예산	집행 금액	잔액	집행률	사업 예산	집행 금액	잔액	집행률	사업 예산	집행 금액	잔액	집행률
계	228,900	228,900	0	100	232,100	191,102	40,998	82.3	276,880	191,912	84,968	69.3
일반업체	227,900	227,900	0	99.6	-	168,551	-	88.2	-	175,415	-	91.4
회원제→대중제 전환 골프장	1,000	1,000	0	0.4	-	22,550	-	11.8	-	16,497	-	8.6

전체 융자 신청금액은 3,627억 1,800만 원이며 신청건수는 총 407건 이였다. 이중 결정은 2,484억 900만 원, 284건이며 집행은 1,123억 5,100만 원 147건이다. 이차보전의 경우, 전체 신청금액은 1,640억 3,700만 원이며 신청건수는 총 525건 이였다. 이중 결정은 1,288억 1,600만 원, 439건이며 집행은 795억원 7천만 원 292건이다.

〈표 4-8〉 '24년 융자·이차보전 신청금액, 결정금액, 집행금액 현황

(단위: 백만 원, 건수)

구분	신청금액	결정금액	집행금액
융자	362,718 (407)	248,409 (284)	112,351 (147)
이차보전	164,037 (525)	128,816 (439)	79,570 (292)

스포츠산업별로 살펴보면 우수체육용구생산이 융자 6억 7,200만 원, 이차보전 87억 원, 스포츠서비스업 융자 7억 6,900만 원, 이차보전 61억 3,700만 원, 체육시설 융자 1,109억 1,000만 원, 이차보전 647억 3,300만 원을 지원하였다.

〈표 4-9〉 '24년 국민체육진흥기금 스포츠산업 분야별 융자·이차보전 현황

(단위: 백만 원, 괄호 안 지원건수)

구분		금액	건수	비고
융자	체육용구생산	672	1	설비자금(1) 672
	스포츠서비스	769	2	설비자금(2) 769
	민간체육시설	110,910	144	시설설치자금(110) 94,005, 개·보수자금(34) 16,905
계		112,351	147	
이차보전	체육용구생산	8,700	19	운전자금(16) 7,200, 연구개발자금(3) 1,500
	스포츠서비스	6,137	17	운전자금(16) 5,637, 연구개발자금(1) 500
	민간체육시설	64,733	256	운전자금(256) 64,733
계		79,570	292	

2) 스포츠산업 모태펀드 조성

(1) 모태펀드의 개념 및 필요성

국내 스포츠산업체는 2016년까지는 설립연한 5년 이하의 비중이 감소하는 추세였으나, 2019년에는 57.1%로 증가하였다. 2024년 기준으로 설립연한 5년 이하 초기산업체는 42.6%로 가장 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났고, 11~15년에 속한 중간산업체가 전체 산업체 중 24.7%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 5년 이하 초기산업체와 6~10년 중간산업체를 대상으로 2023년 기준 스포츠산업 육성발전 장애요인을 조사 결과 자금부족(27.3%)과 사업체 영세성(22.3%), 제도규제과다(14.8%) 등이 높은 비중을 차지하였다.

〈표 4-10〉 '20~'24년 스포츠산업체 설립연도 비율

(단위: 천 개, %)

구분		5년 이하	6~10년	11~15년	16~20년	21년 이상
2021	사업체수	55.3	29.2	14.0	7.9	9.7
	비중	47.6	25.2	12.1	7.9	7.2
2022	사업체수	58.2	22.2	23.2	11.7	5.3
	비중	48.2	18.4	19.3	9.7	4.4
2023	사업체수	56.7	27.1	23.9	12.1	6.4
	비중	44.9	21.5	19.0	9.6	5.1
2024	사업체수	42.6	41.6	24.7	14.5	8.3
	비중	32.4	31.6	18.7	11.0	6.3

※ 출처: 문화체육관광부(2026). 2024년 기준 스포츠산업조사 결과 보고서

국내 스포츠산업체는 도입기에 머물러 있는 산업체가 대부분이며, 영세성 및 자금부족으로 투자여력이 부족한 산업체의 비중이 높게 나타났다. 투자여력 부족은 단기적으로 스포츠시장의 소비 수요 감소에 영향을 줄 수 있으며, 장기적으로는 스포츠산업 성장에 부정적으로 작용할 수 있다. 이에, 정부는 스포츠시장 활성화 및 스포츠산업의 지속적인 성장을 위해 자금 조달능력이 부족한 초기 스포츠산업체를 대상으로 2015년에 정부 주도형 모태펀드를 조성하여 2024년 현재까지 시행하고 있다. 문화체육관광부가 출자하여 결정된 기존 모태조합(펀드)의 문화계정 및 영화계정은 매년 수백억 원이 문화산업체를 대상으로 투자가 집행되고 있지만, 문화계정 및 영화계정은 투자대상이 문화산업진흥기본법에 의한 문화산업 및 한국영화에만 투자할 수 있어 스포츠산업에 대한 투자가 불가능하였다. 정부는 스포츠산업 내 성장가능성을 보유하고 지속적인 수익 창출을 기대할 수 있는 산업체를 집중적으로 육성하기 위해 타 부처 및 타 계정과 독립적으로 출자사업을 추진하였다. 스포츠 분야 모태펀드는 스포츠산업 진흥법 상 스포츠산업 및 스포츠산업(특수 분류 기준) 연관 산업에 해당하는 용품과 서비스를 생산하는 기업 및 프로젝트를 투자대상으로 한다.

〈표 4-11〉 스포츠산업 육성발전 장애요인

(단위: %)

구분	전문 인력부족	사업체 영세성	자금 부족	기술정보부족	제도규제과다	외국 업체시장잠식	정부지원미흡	기타
2018	12.9	20.8	22.5	9.8	15.9	3.5	12.6	2.1
2019	10.3	23.4	31.7	6.2	14.4	2.6	10.6	0.8
2020	11.4	24.7	26.5	7.9	13.0	2.9	12.8	0.8
2021	10.7	21.3	24.3	8.6	13.6	3.6	16.2	1.7
2022	11.3	22.1	27.4	7.6	14.9	2.7	12.6	1.3
2023	11.8	22.3	27.3	7.5	14.8	2.7	12.5	1.1

※ 출처: 문화체육관광부(2025). 2023년 기준 스포츠산업조사 결과 보고서

〈그림 4-4〉 스포츠산업분야 모태펀드 운용구조



또한, 정부는 타 부처, 타 계정과의 중복투자 논란을 예방하기 위해 타계정의 운용현황을 세부적으로 검토하였으며, 일반 제조업 위주 투자와 구분하기 위해 스포츠펀드 전문운용사 내 육성 또는 전담부서를 별도로 보유하도록 유도하였다.

(2) 모태펀드 추진과정

정부는 한국벤처투자(주)를 통해 국내 민간 및 기관 출자자를 모집하였다. 출자자는 투자 결성액의 60% 이상을 스포츠산업 및 연관 중소기업(법인)에 투자하는 것을 기본조건으로 하였다. 또한, 선정된 펀드 운용사는 최종 선정일로부터 3개월 이내 조합을 결성해야 하는 것이 원칙이지만 부득이한 사유 발생 시 3개월 이내에서 연장이 가능한 예외 조건을 명시하였다.

〈표 4-12〉 '24년 스포츠산업분야 모태펀드 출자규모 및 출자자 선정기준

항 목		세 부 내 용	
출자 규모		스포츠산업 535억원(정부출자 300억 원, 회수재원 74.5억 원)	
기본 조건		스포츠산업진흥법 상 스포츠산업, 스포츠산업 특수 분류상 연관 산업에 해당하는 기업 및 프로젝트에 결성액의 60% 이상 투자. 단, 문화체육관광부 스포츠산업 정책 사업에서 지원받은 기업에 약정총액의 10% 이상 투자	
출자 대상 및 신청 자격	창업투자조합	비상장 창업기업(업력 7년 이내 중소기업)·벤처기업에 전문적으로 투자	창업투자회사
	한국벤처 투자조합	LLC형 투자조합	상법 상 유한회사
		중소기업전용투자 및 프로젝트 투자 등	창업투자회사, 신기술사업금융사 등
	신기술사업 투자조합	「여신전문금융업법」 제41조 제3항에 따른 신기술사업투자조합으로서 중소기업에 대한 투자를 주목적으로 하는 조합	신기술사업금융사

출자자 신청대상은 타 계정의 경우 창업투자조합, 한국벤처투자조합으로 한정하였으나 스포츠 분야는 창업투자조합, 신기술사업투자조합, 한국벤처투자조합 모두 가능하게 하여 다양한 투자조합의 출자를 유도하였다.

〈표 4-13〉 '24년 출자자 우대선정기준

내 용
1. 운용사 선정일로부터 2개월 이내 결성하는 경우
2. 일정 기준 이상 출자자 참여가 확정된 경우(출자확약서 또는 출자의향서를 통해 확인되는 경우)
3. 모태펀드 최대 출자 비율보다 5% 이상 하향하여 제안하는 경우

출자자 주요조건으로는 업무집행조합원 의무투자비율을 조합 약정총액의 1% 이상으로 하였으며, 스포츠펀드는 우선손실 충당 제도 도입하지 않았다. 다만, 스포츠프로젝트 펀드의 경우 펀드 운영결과 손실금 발생 시에도 우선손실충당을 실행하도록 하여 민간출자를 유도하고자 하였다. 투자의무와 관련해서는 스포츠산업 분야에 총액의 60% 이상을 투자하는 것으로 하였으며, 정책 연계를 위해서 스포츠산업지원 사업을 이행한 스포츠기업에 의무적으로 10%를 투자하는 것으로 하였다. 출자금의 경우 출자자가 선택할 수 있도록 출자 납입방식을 일시납, 분할납, 수시납으로 다양화하였고, 스포츠계정 투자조합의 존속기간은 8년, 투자기간은 4년 이내로 한정하여 스포츠산업 분야의 투자여건을 현실화하였다. 관리보수는 타 계정과 유사한 조건으로 책정하였으며, 기준수익률은 2% 이상을 적용하였다. 기타 출자자 주요조건은 타 계정과 유사한 범위 내에서 결정하였다.

〈표 4-14〉 '24년 모태펀드 출자사업 공통 출자 주요조건

항 목	내 용
업무집행조합원 의무출자비율	• 조합 약정총액의 1% 이상
한국모태펀드 우선손실충당	• 모태펀드는 조합의 운용결과 손실 발생 시 우선손실충당을 요구하지 않으며, 우선손실충당을 하지 않음
자조합의 투자의무	• 조합 결성액의 일정 비율* 이상을 주목적 투자 대상에 투자 * '일정 비율'이라 함은 해당 조합에 부여된 최소 투자의무비율(60%)
증액방식조합 (Multiple Closing) 출자 조건	• 한국모태펀드 출자금 운용계획 공고에 따라 최초 조합결성일로부터 6개월 이내에 신규 선정 절차와 동일하게 진행
출자금 납입방식	• 일시납, 분할납(draw-down), 수시납(capital call) 중 선택 가능
조합 존속기간	• 존속기간 5년 이상 8년이내, 투자기간 2년이상 4년이내
관리보수	• 관리보수 지급기준은 모태펀드 자조합 기준규약에 따르되, 조합 결성규모에 따라 달리 정할 수 있음 - 결성일로부터 투자기간 이내 : 조합약정총액기준으로 결성 규모 적용요율 - 결성일로부터 투자기간 이후: 투자잔액(분기말 잔액)으로 결성규모 적용요율 * 결성규모에 따른 적용요율(구간별 적용) 300억 이하: 2.5% 이내 300억 초과 600억 이하: 2.3%이내 600억 원 초과시: 2.1% 이내
기준수익률	• 2% 이상
성과보수	• 기준수익률 초과하는 수익의 20% 이내(스포츠프로젝트 펀드의 경우 30%)
추가인센티브	• 펀드 결성일로부터 3년 내 투자의무를 달성하는 경우 • 펀드 결성일로부터 2년 이내 70% 이상 주목적 투자 의무를 달성하는 경우 • 년도별 기준투자목표 달성 시 기준 수익률 인하
회계감사인	• 한국벤처투자㈜가 수탁업무 협약을 체결하여 지정하는 금융기관을 수탁회사로 선정하여 조합자금 관리 • 조합의 미투자자산 중 일부는 수탁계약에 따라 은행, 증권회사의 확정금리부 금융상품에 운용 가능 • 조합재산의 관리는 수탁회사와 업무지시서를 통해서만 가능
ERP	• 한국벤처투자㈜에서 지정요건을 만족하는 회계감사인을 업무집행조합원이 선정

선정된 출자자는 출자자 총회 개최 예정일 10~15일 전에 조합결성계획을 수립, 중소벤처기업부에 제출해야 하며, 관련 기관에 신고 후 조합원을 모집해야 한다. 조합원 모집 후 한국벤처투자(주)와 모태펀드 운용협약을 체결, 총회 개최 후 7일 이내 중소벤처기업부에 투자조합 등록을 신청해야 한다.

〈그림 4-5〉 투자조합 결성 절차

국민체육진흥기금 출자계획 수립 및 통보	문화체육관광부, 공단
⇩	
모태펀드 스포츠계정	공단 & 한국벤처투자㈜
⇩	
스포츠산업투자조합 업무집행조합원 선정 공고	한국벤처투자㈜
⇩	
업무집행조합원 투자조합결성계획 제안서 접수	한국벤처투자㈜
⇩	
결성계획제안서 선정 심사(1, 2차)	〈 1차 심사 〉 · 운용기관/운용팀/운용계획에 대한 정량평가 · 심사역 2인이 1조가 되어 현장실사를 통한 정성적 평가 · 준법성 심사 〈 2차 심사 〉 · 출자심의위원회 · 총 7인 중 과반수 이상 외부전문가로 구성, 투명하고 객관적인 심사
⇩	
업무집행조합원 선정	
⇩	
투자조합 조합원 규약 및 운영협약 초안	
⇩	
조합결성계획 수립 및 중소기업청 제출(신고)	각 창업투자회사 * 총회 개최 예정일 10~15일 전
⇩	
결성계획 및 규약안 신고·수리	중소벤처기업부
⇩	
관할 세무서 신고	납세 고유번호증 발부
⇩	
투자조합 명의의 은행계좌 개설	
⇩	
조합원 모집	
⇩	
결성 총회 개최	
⇩	
운영협약 체결	
⇩	
투자조합 등록 신청	각 창업투자회사→중소벤처기업부 * 총회 개최 후 7일 이내

2024년 모태조합 운용 스포츠계정은 총 4개이며, 총 결성액 541.5억 원을 조성하였다. 2018년부터 2024년까지 총 결성액은 2,184.5억 원이며 이 중 정부출자액은 1,070억 원이다. 2019년에는 펀드결성이 이루어지지 않았고 추후 결성을 통해 19년 143억 원, 2020년 151억 원을 결성하였다.

〈표 4-15〉 '18~'24년 스포츠계정 모태조합 운용 중 조합 현황

(단위: 개, 억 원)

연도	조합 수	총 결성액	정부신규출자
2018	1	160	100
2019	(결성실패)	-	-
2020	2	151	100
2020 (2019 출자분)	1	143	100
2021	1	185	130
2022	3	376	240
2023	3	264	100
2024	4	541.5	300
합계	15	2,184.5	1,070

조합원별 출자내역을 보면 중소기업진흥공단이 출자금 약정 금액이 가장 높게 나타났다.

〈표 4-16〉 조합원 연도별 출자내역

('24년 말 기준, 단위: 억 원)

조합원	출자금 약정 내역																		
	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21	'22	'23	'24	계
한국벤처투자㈜	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-
중소기업진흥공단	900	800	2,850	1,000	320	700	800	1,000	2,020	1,000	8,300	4,500	3,033	9,400	7,400	4,600	2,835	4,500	55,958
문화체육관광부	1,000	-	1,200	-	120	-	-	200	670	460	680	710	1,230	1,430	1,698	1,938	2,275	2,900	16,511
특허청	550	-	330	-	-	-	-	-	170	-	-	200	100	200	200	200	-	114	2,064
영화진흥위원회	-	-	-	110	460	450	400	100	100	100	180	100	80	240	350	350	100	250	3,370
과학기술정보통신부	-	-	-	100	-	-	-	500	500	370	200	150	150	245	395	250	165	515	3,540
고용노동부	-	-	-	-	25	25	25	25	-	-	-	75	-	-	-	-	35	-	210
보건복지부	-	-	-	-	-	-	200	300	300	-	-	-	-	-	-	500	200	50	1,550
국민체육진흥공단	-	-	-	-	-	-	-	-	200	200	70	100	100	100	130	240	100	300	1,540
환경부	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	200	130	280	200	300	200	450	585	2,345
교육부	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120	150	106	150	120	100	75	75	896
국토교통부													200	500	300	200	150	150	1,500
해양수산부													200	200	100	200	130	170	1,000
중소기업벤처부														600	600	600	300	40	2,140
합계	2,450	800	4,380	1,210	925	1,175	1,425	2,125	3,961	2,130	9,750	6,115	5,659	13,265	11,593	9,378	6,815	9,649	92,624

〈표 4-17〉 '24년 모태펀드 자펀드 누적 결성액 및 투자실적

('24년 말 기준, 단위: 개, 억 원)

구분		중진	엔젤	문화	특허	영화	과기정통	보건	지방	관광	스포츠
자펀드 결성	조합수	545	46	154	79	25	41	8	71	15	20
	결성액	238,676	5,007	38,322	25,513	5,068	9,415	9,016	13,068	3,954	2,676
	출자약정액	65,283	3,852	19,201	6,837	2,878	4,551	1,780	6,139	2,530	1,704
자펀드 투자 실적	금액	181,467	3,242	34,625	21,065	5,600	6,137	5,644	5,922	2,419	1,632

구분		환경	청년	교육	혁신모험	해양	공동	도시재생	소재부품	국토	연구개발	합계
자펀드 결성	조합수	15	76	43	141	9	8	3	17	9	2	1,327
	결성액	4,215	19,240	1,513	51,377	1,522	2,750	625	4,450	2,019	380	439,454
	출자약정액	1,878	9,440	940	17,806	1,000	1,530	500	2,300	1,000	190	151,970
자펀드 투자 실적	금액	2,286	15,696	1,001	40,831	781	1,713	432	3,077	1,165	241	334,974

(3) 모태펀드 추진실적 및 성과

2024년 정부의 모태펀드 스포츠계정 결성액은 총 541.5억 원이며 이 중 정부 출자액은 300억 원, 회수재원 74.5억 원, 민간 출자액은 167억 원이다. 2015년부터 2023년까지 스포츠계정에 조성된 총 금액의 투자액은 1,632억 원으로 투자율은 60.9%로 나타났다.

〈표 4-18〉 모태펀드 스포츠계정 출자 및 결성현황

(단위: 백만 원)

구분	조합명	결성액 (정부출자/민간출자)	투자액 (주목적투자)	투자율 (주목적투자)
'17년 출자	보광 25호 펀드 ('17.9.29)	12,000 (7,000/5,000)	10,024 (8,900)	83.5% (74.1%)
	센트럴스포츠 펀드 ('17.12.19)	17,000 (10,000/7,000)	20,354 (15,150)	119.7% (89.1%)
'18년 출자	ISU-AJ 스포츠투자펀드 ('18.11.8)	16,000 (10,000/6,000)	14,166 (9,361)	88.5% (58.5%)

구분	조합명	결성액 (정부출자/민간출자)	투자액 (주목적투자)	투자율 (주목적투자)
'19년 출자	MK 스포츠산업육성펀드 (결성실패)	-	-	-
'19년 출자분	2020뉴스포츠그로쓰사모 투자합자회사 ('20.9.11)	10,000 (7,000/3,000)	10,300 (6,300)	103.0% (63.0%)
'19년 출자분	에이티유스포츠테그1호 사무투자합자회사 ('20.10.28)	5,100 (3,000/2,100)	4,560 (3,060)	89.4% (60.0%)
'20년 출자	인피니툼스포츠1호펀드 ('20.12.24)	14,300 (10,000/4,300)	13,445 (8,602)	94.0% (60.1%)
'21년 출자	인피니툼스포츠2호펀드 ('21.10.14)	18,500 (13,000/5,500)	17,409 (11,112)	94.1% (60.0%)
'22년 출자	보광DTC스포츠투자조합 ('22.9.23)	28,600 (20,000/8,600)	8,501 (4,600)	29.7% (16.0%)
	씨엔티테크제18호 스포츠스타트업투자조합 ('22.8.31)	4,500 (2,700/1,800)	3,322 (3,121)	73.8% (69.3%)
	와이앤아처히어로즈 개인투자조합1호 ('22.8.31)	4,500 (2,700/1,800)	2,161 (1,611)	48.4% (35.8%)
'23년 출자	인피니툼스포츠3호펀드 ('23.11.15)	18,400 (11,900/6,500)	13,048 (10,948)	70.9% (59.5%)
	씨엔티테크 스포츠출발 1호 투자조합 ('23.12.04)	4,000 (2,800/1,200)	950 (550)	23.8% (13.7%)
	상상스포츠융복합 1호 투자조합 ('23.09.05)	4,000 (2,800/1,200)	2,000 (2,000)	50.1% (50.1%)
'24년 출자	교보-NBH-알펜루트 스포츠이노베이션조합 ('24.08.26)	32,150 (22,050/10,100)	5,500 (4,500)	17.1% (13.9%)
	에이씨피스포츠출발조합 ('24.08.29)	5,000 (3,500/1,500)	1,700 (1,000)	34.0% (20.0%)
	상상스포츠융복합2호 ('24.11.20)	5,000 (3,500/1,500)	800 (500)	16.0% (10.0%)
	일신파이팅코리아 스포츠투자조합 ('24.11.25)	12,000 (8,400/3,600)	14,900 (1,500)	15.8% (12.5%)
합계		211,050 (140,350/70,700)	130,148 (92,815)	61.6% (43.9%)

3 스포츠산업 경영 지원

1) 스포츠산업 선도기업 육성 지원

(1) 스포츠산업 선도기업 육성 사업의 개념 및 필요성

현재 중소 스포츠기업에 대한 지원 프로그램은 소규모 스포츠기업이 주요 수혜대상이나 국내 스포츠산업의 영세성을 완화하고 글로벌 스포츠시장을 개척하기 위해서는 규모와 역량을 갖춘 국내 스포츠기업을 적극적으로 육성해야 한다. 따라서 국내 스포츠기업 중 일정 규모를 갖추고 해외시장 개척을 희망하는 기업을 대상으로 글로벌 대표 브랜드로 도약할 수 있도록 조력하는 종합적인 지원이 요구되었다.

이에 정부는 2024년 성장 잠재력이 높은 스포츠기업 대상으로 단계별 맞춤형 집중지원을 통해 스포츠 리딩기업으로 도약시키고자 스포츠산업 선도기업 육성 사업을 기획, 추진하였다. 이를 통해 국내 스포츠산업의 성장동력을 지속적으로 확충하고 글로벌 스포츠시장에서 지속적인 시장 확대와 이윤 창출을 추구할 수 있는 스포츠 대표 브랜드 기업으로 성장하도록 지원하였다.

(2) 추진과정

스포츠산업 선도기업 육성 사업은 단일 사업형태 지원이 아닌 통합 집중 지원 체계를 구축하고 있으며, 기업의 다양한 현장수요를 반영한 수요자 중심의 육성 지원 사업이다. 2018년 이후 매년 중소 스포츠기업 10개사 내외를 선도기업으로 선정하여 기업별 필요로 하는 지원 분야를 3년 동안 단계별로 지원하고 있으며, 2024년에는 예비선도기업 분야를 신설, 20개사 내외를 신규 선정하였다. 사업 일정 및 추진절차, 운영 및 추진과정, 지원절차는 아래 표와 같다.

〈표 4-19〉 '24년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 일정 및 추진절차

구 분	일정	추진내용
사업 기본계획 승인	24년 1월	• 문화체육관광부 승인
신규기업 모집공고	24년 1~2월	• 지원내용, 신청자격, 선정절차 등 공고 • 스포츠산업지원(spobiz)홈페이지로 접수
운영관리기관(PMO)모집공고	24년 2~3월	• 내부결재, 사전규격공개, 입찰공고 등
선정평가 위원회 구성	24년 3월	• 선정평가 등 사업운영 주요 안건 심의·의결
운영관리기관(PMO)선정	24년 3월	• 지원기업 과제 관리 등 사업운영 계약체결
계속지원기업 연차평가	24년 3월	• 1, 2차년도 완료점검 결과반영 연차평가 • 계속지원여부 결정 및 차기년도 사업계획 승인
신규지원기업 선정	24년 4~7월	• 업종, 기업규모, 기업특성 등 신청자격 심사 • 현장실사 및 계량, 비계량 평가 등(PMO 수행)
협약 및 보조금 교부	24년 6~11월	• 3자 협약 : 공단-PMO-지원기업 • 보조금 교부 : 공단 → 지원기업
사업 수행 및 관리	24년 5~12월	• 지원기업 사업수행 • 현장점검, 중간점검, 최종점검 등 사업관리
사후관리	25년 1~2월	• 연차평가* 및 사후 성과관리 등

*완료점검 결과를 활용하여 연차평가의 비계량 항목에 환산점수 적용, 환산방법, 과제별 가중치 등은 세부계획을 별도로 수립하여 추진

〈표 4-20〉 '24년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 운영 및 추진과정

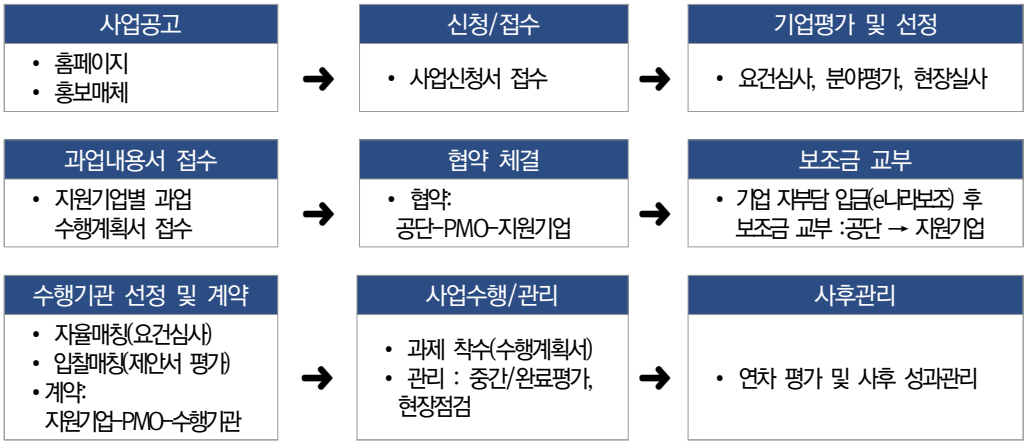
<table>
<tr><th>구 분</th><th>주요내용</th></tr>
<tr><td>지원대상</td><td>• 국내 스포츠용품 제조업, 스포츠 서비스업, 스포츠 시설업을 영위하고(업력 3년 이상), 전체 매출액 중 스포츠산업 (용품 제조, 서비스, 시설) 비중이 10% 이상인 스포츠기업
•「중소기업기본법」제2조 규정에 의한 중기업
• 스포츠용품 제조업 : 최근 3년간 평균 매출액 80억 원 초과 1,500억 원 이하
스포츠서비스, 시설업 : 최근 3년간 평균 매출액 30억 원 초과 600억 원 이하
* 평균 매출액 등의 산정은 중소기업기본법 시행령 제7조에 따름</td></tr>
<tr><td>지원기업 선정</td><td>• 모집규모
- 계속지원 : 4기 기업 11개사(2021), 5기 기업 8개사(2022)
- 신규지원 : 6기 기업 11개사(2023), 7기 기업
• 지원기간 : 본 사업 지원대상으로 선정된 기업은 3년간 자격 부여</td></tr>
<tr><td>지원내용</td><td>
<table>
<tr><th>사업명</th><th>지원내용</th></tr>
<tr><td>사업고도화</td><td>• 기업 역량 강화
- 제품경쟁력, 원가생산성, 영업마케팅, IP(국내외 친환경인증 취득 및 관리지원), 경영전략(혁신 컨설팅 등), 경영지원(디지털전환지원 등), 자금조달지원</td></tr>
<tr><td>해외판로개척</td><td>• 해외시장 진출 기반 조성
- 해외진출전략, 바이어발굴</td></tr>
<tr><td>해외마케팅</td><td>• 글로벌 브랜드 성장
- 마케팅 및 홍보 활동 지원
- 수출 인프라 구축(온오프라인 입점지원 등)</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>연차별 지원내용</td><td>
<table>
<tr><th>구분</th><th>지원사업</th><th>지원비율</th><th>비고</th></tr>
<tr><td>1차년도
(역량 강화)</td><td>사업고도화(필수)
해외판로개척
해외마케팅</td><td rowspan="3">• 총 사업비의 70%
(기업 자부담 30%)</td><td rowspan="3">• 기업 당 지원금은 선도기업 최대 2.8~3억원
• 각 지원기업은 각 년도별로
- 필수 포함하여 2개 지원분야 이상
- 지원금 합계 2.5억원 이상 신청해야 함

• 하나의 지원분야에 지원금 최대 2억원까지 신청가능함</td></tr>
<tr><td>2차년도
(수출기반 조성)</td><td>사업고도화
해외판로개척(필수)
해외마케팅</td></tr>
<tr><td>3차년도
(글로벌 성장)</td><td>사업고도화
해외판로개척
해외마케팅</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

〈표 4-21〉 '24년 스포츠산업 예비선도기업 육성 사업 운영 및 추진과정

<table>
<tr><th>구 분</th><th>주요내용</th></tr>
<tr><td>지원대상</td><td>• 국내 스포츠용품 제조업, 스포츠 서비스업, 스포츠 시설업을 영위하고(업력 3년 이상), 전체 매출액 중 스포츠산업 (용품 제조, 서비스, 시설) 비중이 10% 이상인 스포츠기업
•「중소기업기본법」제2조 규정에 의한 중기업
• 스포츠용품 제조업 : 최근 3년간 평균 매출액 8억 원 초과 80억 원 이하
스포츠서비스, 시설업 : 최근 3년간 평균 매출액 3억 원 초과 30억 원 이하
* 평균 매출액 등의 산정은 중소기업기본법 시행령 제7조에 따름</td></tr>
<tr><td>지원기업 선정</td><td>• 모집규모
- 신규지원 : 23개 기업(예비선도 1기)
• 지원기간 : 본 사업 지원대상으로 선정된 기업은 3년간 자격 부여</td></tr>
<tr><td>지원내용</td><td>
<table>
<tr><th>사업명</th><th>지원내용</th></tr>
<tr><td>사업고도화</td><td>• 기업 역량 강화
- 제품경쟁력 강화, 전략수립, 지식재산권.인증 취득, 전문가자문.컨설팅, 디지털 전환, ESG역량 강화</td></tr>
<tr><td>판로개척</td><td>• 시장 확대 기반 조성
- 홍보.마케팅, 광고송출, 바이어발굴, 전시회 참가지원</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>연차별 지원내용</td><td>
<table>
<tr><th>구분</th><th>지원사업</th><th>지원비율</th><th>비고</th></tr>
<tr><td>1차년도 (역량 강화)</td><td>사업고도화(필수)
판로개척</td><td rowspan="3">• 총 사업비의 70%
(기업 자부담 30%)</td><td rowspan="3">• 기업 당 지원금은 예비선도기업 최대 1억원
• 각 지원기업은 각 년도별로
- 필수지원분야 포함, 2개 이상 프로그램, 3개 과제이 이하 신청
- 지원금 합계 7천만원 이상 신청
- 필수지원분야(사업고도화지원) 전체 사업비의 30% 이상 배분</td></tr>
<tr><td>2차년도 (시장 확대)</td><td>사업고도화(필수)
판로개척</td></tr>
<tr><td>3차년도 (선도기업 성장)</td><td>사업고도화(필수)
판로개척</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

〈그림 4-6〉 스포츠산업 선도기업 육성 사업 추진절차



(3) 추진실적 및 성과

① 선도기업 1기

2018년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 공모결과 총 15개 기업(용품제조업 13개, 시설업 1개, 서비스업 1개)이 신청하였으며, 선정심의위원회 평가 결과 최종 10개 기업을 선정하였다. 기업별 수행과제는 자율매칭과 입찰매칭 방식으로 이루어졌으며 수행기관 선정 후 지원기업과 PMO(프로젝트 관리조직) 간 3자 계약을 통해 수행과제를 실행하였다.

〈표 4-22〉 '18년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 1기)

연번	기업명	업종	연번	기업명	업종
1	개선스포츠	용품제조업	6	윈앤윈	용품제조업
2	나음케어	용품제조업	7	브이씨	용품제조업
3	디랙스	용품제조업	8	코베아	용품제조업
4	원창머티리얼	용품제조업	9	학산	용품제조업
5	위피크	시설업	10	홍진 에이치제이씨	용품제조업

기업별로 수행한 과업 종료 후 품질평가(40점), 만족도 평가(30점), 성과물평가(30점)를 실시하였는데, 수행과업 모두 성과평가 결과 승인 기준인 70점 이상을 획득하였으며, 3차 년도 연차평가 결과 계량 및 비계량 합산 평가 점수가 승인 기준인 70점을 모두 상회하였다.

② 선도기업 2기

2019년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 공모결과 총 20개 기업(용품제조업 11개, 시설업 3개, 서비스업 6개)이 신청하였으며, 선정심의위원회 평가결과 최종 10개 기업을 선정하였다. 기업별 수행과제는 자율매칭과 입찰매칭 방식으로 이루어졌으며 수행기관 선정 후 지원기업과 PMO(프로젝트 관리조직) 간 3자 계약을 통해 수행과제를 실행하였다.

〈표 4-23〉 '19년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 2기)

연번	기업명	업종	연번	기업명	업종
1	렉스코	용품제조업	6	아이온커뮤니케이션즈	용품제조업
2	브리온스포츠	용품제조업	7	스포츠투아이	용품제조업
3	세마스포츠마케팅	용품제조업	8	앤앤컨퍼니	용품제조업
4	알톤스포츠	용품제조업	9	진글라이더	용품제조업
5	우진프라스틱	용품제조업	10	헬리녹스	용품제조업

기업별로 수행한 과업 종료 후, 품질평가(40점), 만족도 평가(30점), 성과물평가(30점)를 실시하였는데, 수행과업 모두 성과평가 결과 기준인 70점 이상으로 승인되었으나, 선정기업 중 2개사는 2차 년도 사업 참여를 포기하였고, 선정기업 중 2개사는 연차평가 결과 승인 기준에 미달하였다. 나머지 6개 기업은 2차 년도 연차평가 결과 계량 및 비계량 합산 평가 점수가 승인 기준인 70점을 상회하였다.

③ 선도기업 3기

2020년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 공모결과 총 33개 기업(용품제조업 16개, 시설업 8개, 서비스업 9개)이 신청하였으며, 선정심의위원회 평가 결과 최종 13개 기업을 선정하였다. 기업별 수행과제는 자율매칭과 입찰매칭 방식으로 이루어졌으며 수행기관 선정 후 지원기업과 PMO(프로젝트 관리조직) 간 3자 계약을 통해 수행과제를 실행하였다.

〈표 4-24〉 '20년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 3기)

연번	기업명	업종	연번	기업명	업종
1	뉴텍웰니스	용품제조업	8	싸카	용품제조업
2	메이저스포츠산업	시설업	9	아이풀	서비스업
3	사이넷	서비스업	10	㈜엑스골프	서비스업
4	성광옵틱	용품제조업	11	에어패스	서비스업
5	스포테크	시설업	12	찬스월드	용품제조업
6	신티에스	용품제조업	13	파워풀엑스	용품제조업
7	스타일러스	용품제조업			

기업별로 수행한 과업 종료 후, 품질평가(40점), 만족도 평가(30점), 성과물평가(30점)를 실시하였는데, 수행과업 모두 성과평가 결과 기준인 70점 이상으로 승인되었으나, 선정기업 중 3개사는 2차 년도 사업 참여를 포기하였다. 나머지 10개 기업은 1차 년도 연차평가 결과 계량 및 비계량 합산 평가 점수가 승인 기준인 70점을 상회하였다.

④ 선도기업 4기

2021년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 공모결과 총 33개 기업(용품제조업 16개, 시설업 8개, 서비스업 9개)이 신청하였으며, 선정심의위원회 평가 결과 최종 12개 기업을 선정하였다. 기업별 수행과제는 자율매칭과 입찰매칭 방식으로 이루어졌으며 수행기관 선정 후 지원기업과 PMO(프로젝트 관리조직) 간 3자 계약을 통해 수행과제를 실행하였다.

〈표 4-25〉 '21년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 4기)

연번	기업명	업종	연번	기업명	업종
1	가나	제조업	7	한신제화	제조업
2	뮬라	제조업	8	허리우드	제조업
3	에스빌드	서비스업	9	인터오션	제조업
4	위니코니	제조업	10	한아테크	시설업
5	클라임코리아	제조업	11	크리에이츠	제조업
6	포디리플레이코리아	서비스업	12	제이에스컴퍼니	제조업

⑤ 선도기업 5기

2022년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 공모결과 총 16개 기업이 신청하였으며, 선정심의위원회 평가 결과 최종 8개 기업(용품제조업 5개, 시설업 1개, 서비스업 2개)을 선정하였다. 기업별 수행과제는 자율매칭과 입찰매칭 방식으로 이루어졌으며 수행기관 선정 후 지원기업과 PMO(프로젝트 관리조직) 간 3자 계약을 통해 수행과제를 실행하였다.

〈표 4-26〉 '22년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 5기)

연번	기업명	업종	연번	기업명	업종
1	(주)엑스넬스코리아	제조업	5	슬릭코퍼레이션	시설업
2	주식회사 마이벨로	제조업	6	(주)제이디아웃도어	제조업
3	(주)인바디	제조업	7	㈜지티에스글로벌	제조업
4	센트리얼필 주식회사	서비스업	8	㈜파이네트웍스	서비스업

⑥ 선도기업 6기

2023년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 공모결과 총 28개 기업이 신청하였으며, 선정심의위원회 평가 결과 최종 11개 기업(제조업 3개, 시설업 2개, 서비스업 6개)을 선정하였다. 기업별 수행과제는 자율매칭과 입찰매칭 방식으로 이루어졌으며 수행기관 선정 후 지원기업과 PMO(프로젝트 관리조직) 간 3자 계약을 통해 수행과제를 실행하였다.

〈표 4-27〉 '23년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 6기)

연번	기업명	업종	연번	기업명	업종
1	메이저월드(주)	제조업	7	㈜필드원종합건설	시설업
2	㈜세마스포츠마케팅	서비스업	8	㈜스노우라인	제조업
3	㈜비엠코퍼레이션	서비스업	9	행복골프(주)	시설업
4	㈜스페치스엘비스	서비스업	10	㈜오륜스포츠	제조업
5	㈜스포츠웨이브	서비스업	11	㈜이룸	서비스업
6	㈜엑스바디	서비스업			

⑦ 선도기업 7기

2024년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 공모결과 총 32개 기업이 신청하였으며, 선정심의위원회 평가 결과 최종 12개 기업(제조업 5개, 시설업 1개, 서비스업 6개)을 선정하였다. 기업별 수행과제는 자율매칭과 입찰매칭 방식으로 이루어졌으며 수행기관 선정 후 지원기업과 PMO(프로젝트 관리조직) 간 3자 계약을 통해 수행과제를 실행하였다.

〈표 4-28〉 '24년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 7기)

연번	기업명	업종	연번	기업명	업종
1	동산스포츠	제조업	7	와우매니지먼트그룹	서비스업
2	에스에이치어패럴	제조업	8	버핏서울	서비스업
3	씨앤티	제조업	9	모노리스	서비스업
4	거성디지털	제조업	10	해피라이징	서비스업
5	올위메이크이즈	제조업	11	47컴퍼니	서비스업
6	텐씨엘	시설업	12	엔라이즈	서비스업

⑧ 예비선도기업 1기

2024년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 공모결과 총 80개 기업이 신청하였으며, 선정심의위원회 평가 결과 최종 23개 기업(제조업 3개, 시설업 2개, 서비스업 6개)을 선정하였다. 기업별 수행과제는 자율매칭과 입찰매칭 방식으로 이루어졌으며 수행기관 선정 후 지원기업과 PMO(프로젝트 관리조직) 간 3자 계약을 통해 수행과제를 실행하였다.

〈표 4-29〉 '24년 스포츠산업 예비선도기업 육성 사업 최종 선정기업(예비선도기업 1기)

연번	기업명	업종	연번	기업명	업종
1	게임스페이스	제조업	13	디와이에코	제조업
2	마커스	제조업	14	S2 victor	제조업
3	무토	제조업	15	지하이웰	제조업
4	배이산업	제조업	16	아날로그플러스	제조업
5	블랙브라이어	제조업	17	모아이스	서비스업
6	비엔케이스포츠	제조업	18	벡터바이오	서비스업
7	센티스포츠	제조업	19	브로제이	서비스업
8	알앤더스	제조업	20	스마츠	서비스업
9	엘엠솔루션	제조업	21	아스포즈	서비스업
10	위테이프	제조업	22	아이픽셀	서비스업
11	이발레샵	제조업	23	에스엘미디어	서비스업
12	레드블루	제조업			

2) 글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원

(1) 글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원사업의 개념 및 필요성

국내 스포츠산업은 수출 비중이 낮은 내수 위주의 산업구조로 형성되어 있으며, 글로벌 스포츠산업 시장규모를 고려할 때 지속 성장을 위해서는 국내 스포츠기업의 해외진출이 중요하다는 인식이 확산되었다. 또한, 엔데믹 전환 이후 코로나19 팬데믹 기간 중단되었던 해외진출 지원사업의 재개 요구가 증대되었다.

이에 정부는 2024년 수출 유망 스포츠기업을 대상으로 해외판로 개척 기회를 확대하고자 수출 특화 지원사업인 글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원사업을 신설하였다.

(2) 추진과정

글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원사업은 2024년 신설되었으며, 기업별 수출역량에 따라 해외진출 과제수행을 지원하는 해외진출 역량강화 사업과 해외 주요·유망 전시회에 개별 참가를 지원하는 해외전시 개별 및 공동관 참가 지원사업으로 구성되었다. 사업 일정 및 추진절차, 운영 및 추진과정, 지원절차는 아래 표와 같다.

〈표 4-30〉 '24년 글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원사업 일정 및 추진절차

구 분		일정	추진내용
사업 기본계획 승인		24년 1월	• 문화체육관광부 승인
운영관리기관 (PMO)선정		24년 3월	• 지원기업 과제 관리 등 사업 운영관리 계약체결
해외진출 역량강화	지원기업 모집 및 선정	24년 2~6월	• 선정평가위원회 구성 • 지원기업 모집·선정(1·2차)
	수행계획 수립	24년 5~7월	• 지원기업 수행계획 수립·승인
	보조금 교부	24년 6~11월	• 보조금 교부(1·2차)
	사업수행 및 관리	24년 6~11월	• 사업수행 현장점검, 중간평가·최종평가 등 시행
해외전시 개별 참가지원	지원기업 모집 및 선정	24년 6~11월	• 지원기원 모집·선정(1~4차)
	사업수행 및 정산	24년 9~12월	• 기업별 해외전시회 참가 결과 검토 및 정산
해외전시 공동관 참가지원	세부계획 수립	'24년 8월	• 2024 인도네시아 K-박람회 공동관 운영 세부계획 수립
	지원기업 모집 및 선정	'24년 8~10월	• 지원기원 모집·선정(1·2차)
	공동관 운영	'24.11월	• 2024 인도네시아 K-박람회 공동관 운영

〈표 4-31〉 '24년 글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원사업 운영 및 추진과정

구 분	주요내용
지원대상	• 해외진출 역량강화 - 국내 스포츠서비스업 중소기업(전체 매출액 중 스포츠서비스업 비중 10% 이상) - 스포츠서비스업 업력 만 1년 이상, 최근 결산년도 매출액 3억원 이상 • 해외전시 개별 참가지원 - 국내 스포츠산업(스포츠용품·시설·서비스업) 중소기업 - 공고일 이후~2024년 12월 15일에 개최되는 해외 전문전시회에 참가 신청 또는 참가비 납부를 완료한 기업 • 해외전시 공동관 참가지원 - 국내 스포츠산업(스포츠용품·시설·서비스업) 중소기업

<table>
<tr><th>구 분</th><th>주요내용</th></tr>
<tr><td>지원규모</td><td>• (해외진출 역량강화) 10개사 내외 / 기업당 170~270백만원
• (해외전시 개별 참가지원) 20개사 내외 / 기업당 10백만원
• (해외전시 공동관 참가지원) 10개사 내외</td></tr>
<tr><td>지원내용</td><td>• 해외진출 역량강화
<table>
<tr><th>지원분야</th><th>프로그램</th></tr>
<tr><td>해외 시장조사·컨설팅</td><td>전략수립, 시장조사, 법무·세무·회계</td></tr>
<tr><td>해외용 콘텐츠 개발</td><td>서비스상품 개발, 브랜드 개발, 홍보물 제작</td></tr>
<tr><td>현지 사업운영 준비</td><td>지재권·특허, 인허가·인증, 솔루션 사용, 홈페이지·앱 제작</td></tr>
<tr><td>파트너 발굴</td><td>전시회·수출상담회, 사업설명회, 바이어 초청</td></tr>
<tr><td>홍보마케팅</td><td>오프라인, 온라인, 미디어</td></tr>
<tr><td>해외진출 실무지원</td><td>통번역, 서류대행, 보험·보증, 수출관련 검사, 샘플 통관·운송,
역량강화 교육</td></tr>
<tr><td>서비스거점</td><td>KOTRA「서비스거점 지원 사업」참여</td></tr>
</table>
• 해외전시 개별 참가지원
<table>
<tr><th>지원분야</th><th>프로그램</th></tr>
<tr><td>해외전시회 직접 비용</td><td>(오프라인) 부스임차료, 장치설치비, 집기대여비
(온라인) 전시회 참가비</td></tr>
<tr><td>전시품 및 샘플 운송 비용</td><td>(오프라인) 편도(수출) 해상·항공 전시물품 운송비
(온라인) 온라인 상담 바이어에게 발송하는 샘플 운송비</td></tr>
<tr><td>주최사 제공 마케팅·서비스</td><td>주최사 공식 홈페이지 광고 게재, 현장 바이어매칭 서비스 등</td></tr>
</table>
• 해외전시 공동관 참가지원
<table>
<tr><th>지원분야</th><th>프로그램</th></tr>
<tr><td>해외전시회 직접 비용</td><td>(부스임차료) 공동관 전시부스 임차료
(장치비) 조명, 기본벽체, 바닥카펫, 사인보드, 선반, 전시대 등
(운송비) 공동관 공식 선정 운송사를 통한 전시품 운송(편도)
(디렉토리 제작비) 공동관 디렉토리북 제작</td></tr>
<tr><td>전시품 및 샘플 운송 비용</td><td>한국관 운영을 위한 제반사항(부스임차, 서류제출 등)
한국관 공식 협력사 선정(장치사, 운송사)</td></tr>
<tr><td>주최사 제공 마케팅·서비스</td><td>전시기간 참가기업 상담지원
공동 통역원 섭외 및 현지 공동관 홍보 등
사전 마케팅 활용을 위한 관심바이어 리스트 제공</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

(3) 추진실적 및 성과

① 해외진출 역량강화

2024년 글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원(해외진출 역량강화) 사업 공모결과 총 33개 기업이 신청하였으며, 선정평가 결과 최종 10개 기업을 선정하였다. 선정기업별 수행계획에 대하여 사업계획서 평가, 중간평가, 완료평가를 진행하였으며, 모든 선정기업이 평가 합산점수 70점 이상을 획득하여 사업을 수료하였다.

〈표 4-32〉 '24년 글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원(해외진출 역량강화) 최종 선정기업

연번	기업명	연번	기업명
1	주식회사 크리에이츠	6	피트릭스
2	주식회사 큐엠아이티	7	나노소프트(주)
3	주식회사 유비스랩	8	㈜투핸즈인터랙티브
4	㈜글로벌비즈텍	9	㈜바디녹스인터내셔널
5	㈜에이아이태권도	10	아이디어링크(주)

② 해외전시 개별 참가지원

2024년 글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원(해외전시 개별 참가지원) 사업 공모결과 총 27개 기업이 신청하였으며, 선정평가 결과 최종 20개 기업을 선정하였다. 선정기업은 9개국 16개 해외전시회에 참가하였다.

〈표 4-33〉 '24년 글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원(해외전시 개별 참가지원) 최종 선정기업

연번	기업명	연번	기업명
1	주식회사 스포첵	11	주식회사 코메트
2	㈜디랙스	12	한국재활메디슨
3	주식회사 베이시아	13	모스포츠
4	이엑스헬스케어(주)	14	㈜척추닥터
5	주식회사 엠팩플러스	15	주식회사 신티에스
6	주식회사 렉스코	16	주식회사 파이빅스
7	㈜가나	17	제스트업
8	㈜이온인터내셔널	18	㈜컴아트시스템
9	㈜디티에스아이이엔씨	19	㈜인터오션
10	㈜다빈치프로덕츠	20	주식회사 엑스퍼스

③ 해외전시 공동관 참가지원

2024년 글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원(해외전시 공동관 참가지원) 사업 공모결과 총 15개 기업이 신청하였으며, 선정평가 결과 최종 10개 기업을 선정하였다. 선정기업은 2024 인도네시아 K-박람회(관계부처 합동 한류박람회)에 참가하여 B2B 수출상담을 진행하였다.

〈표 4-34〉 '24년 글로벌 스포츠 강소기업 육성 지원(해외전시 공동관 참가지원) 최종 선정기업

연번	기업명	연번	기업명
1	나노소프트 주식회사	6	주식회사 코어무브먼트
2	㈜디알지코리아	7	큐엠아이티
3	주식회사 리모	8	클라임코리아 주식회사
4	㈜스노우라인	9	주식회사 퍼터갤러리
5	㈜씨지에스	10	피트릭스

3) 스포츠산업종합지원센터(SPORTS 360°) 운영

(1) 개념 및 필요성

스포츠산업종합지원센터는 국민체육진흥공단과 문화체육관광부가 국내 스포츠산업체의 경쟁력 강화를 위해 구축한 공간으로, 스포츠산업의 성장 잠재력과 한계를 극복하고 스포츠산업 지원의 양적 확대, 질적 측면의 연계성 강화, 초기창업 기업의 성장 디딤돌 역할을 하려는 목적을 갖고 있다. 기존 지원기관인 스포츠창업지원센터, 지역 융·복합 스포츠산업 거점, 스포츠산업지원센터와 연계하여 스포츠산업 육성의 총괄 기능을 수행하기 위해 조성되었으며, 기업에 필요한 법률·노무·정책 상담 기능 등 모든 서비스를 지원하고 있다.

(2) 추진과정

〈표 4-35〉 스포츠산업종합지원센터 추진 개요

<table>
<tr><th>구 분</th><th>주요 내용</th></tr>
<tr><td>관련근거</td><td>• 국민체육진흥법 제22조(기금의 사용 등)
• 스포츠산업진흥법 제14조(스포츠 센터의 지정 등)</td></tr>
<tr><td>사업개요</td><td>• 규모 : 면적 3,395.08㎡ (기업지원관 444평, 체험관 479평)
• 장소 : (기업지원관) 스포츠비즈홀 앞 /
(전시체험관 I) 평화의광장A-2동 (전시체험관 II) 평화의광장C동
<table>
<tr><th>구분</th><th>기업지원관(LAB)</th><th>전시체험관 I
(PLAY)</th><th>전시체험관 II
(SMART)</th></tr>
<tr><td>공간별
지원내용</td><td>• 개별·공용 사무공간 및 센터 프로그램 패키지 지원 등</td><td>• 제품 및 서비스를 전시·체험할 수 있는 공간 지원
• 일자리·커뮤니티 센터
• 다목적홀(스포츠 행사공간)</td><td>• K-테스트베드 운영
• 비대면 스포츠코칭 실습장 조성 및 운영
• 기업 홍보관 조성·운영</td></tr>
<tr><td>기업규모</td><td>24개사</td><td>7사 내외</td><td>2개사 내외</td></tr>
<tr><td>입주기간</td><td>2년+1년</td><td colspan="2">1년+1년</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>주요기능</td><td>
<table>
<tr><th>항목</th><th>내용</th></tr>
<tr><td>정보제공</td><td>• 원스톱 서비스
- 통합상담실 운영, 시장·기술 정보 제공
- 지원사업 서비스 연계(금융, 창업, 인사 노무 등)</td></tr>
<tr><td>기업보육지원</td><td>• 혁신기업지원
- 기업 사무공간 제공(입주기간 2년 +1년)
- 스포츠기업 판로확대·공단지원 사업 연계
- 입주기업 집중 보육프로그램</td></tr>
<tr><td>연계망
(네트워크)</td><td>• 오픈 이노베이션
- 기업간 연계(네트워크), 국내외 유관기관 협력지원</td></tr>
<tr><td>전시공간</td><td>• 홍보·체험
- 신제품 전시(용품), SNS 홍보지원, 첨단 기술 체험 등</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

(3) 추진성과

〈표 4-36〉 스포츠산업종합지원센터 추진경과

일정	추진내용
'19년 10월	• 스포츠산업종합지원센터 타당성 조사 및 기본계획 수립 연구
'19년 10월	• 평면도, 조감도 등 계획 설계
'20년 2월	• 스포츠산업종합지원센터 조성공사 실시
'20년 8월	• 스포츠기업 입주기업 선정(송파)
'20년 11월	• 스포츠산업종합지원센터 전시체험관 시범운영
'21년 2월	• 스포츠산업종합지원센터 개관 및 정식 운영
'21년 5월	• 스포츠기업 입주기업 선정(광명)
'21년 7월	• 「스포츠산업지원센터 광명」조성 리모델링공사 실시
'21년 9월	• 「스포츠산업지원센터 광명」개소
'22년 10월	• 「스포츠산업지원센터」전시체험관 II개소
'24년 4월	• 스포츠비즈홀 리모델링 기본계획 수립(기업지원관 이전)
'24년 8월	• 스포츠비즈홀 사무공간 조성공사 발주
'24년 9월	• 광명 기업지원관 운영 종료

4 스포츠산업 신시장 개척 지원

1) SPOEX 스포츠산업 전시회

(1) 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원사업의 개념 및 필요성

2020년 기준 국내 스포츠산업은 내수중심의 시장구조로 내수는 수출의 약 85배에 달한다. 2010년 수출 1조 8,550억 원 이후 점차 스포츠산업 수출 비중이 감소하였으나 2017년부터 반등하였다. 2024년 전체 매출액 84조6,900억 원 중 내수는 82조 6,120억 원, 수출은 2조 780억 원으로 각각 나타났다. 내수 중심적 산업구조는 국내 스포츠산업 간 내수시장 내 경쟁심화 및 수입의존도 증대로 이어져 장기적으로는 국내 스포츠산업체의 글로벌 경쟁력 저하와 직결될 수 있다.

〈표 4-37〉 스포츠산업 전체 요약

년도	업체 수(개)	종사자 (천 명)	매출액 (십억 원)	내수 (십억 원)	수출 (십억 원)	영업이익 (십억 원)
2024	131,764	489	84,690	82,612	2,078	6,547
2023	126,186	458	81,032	79,073	1,959	6,855
2022	120,652	440	78,107	76,198	1,909	6,672
2021	116,095	406	63,882	62,333	1,549	4,669
2020	97,668	376	52,918	52,303	615	2,012

※ 출처: 문화체육관광부(2026). 2024년 기준 스포츠산업조사 결과 보고서

대외경쟁력 강화와 관련하여 스포츠산업체는 홍보 강화와 함께 정책부처 지원, 대형화 · 전문화가 필요한 것으로 나타났다. 이와 더불어 여전히 수출경쟁력 강화와 연관이 높은 국산제품 품질제고, 자체브랜드 개발 등을 중요시하고 있어 관련 정책지원도 요구되는 실정이다.

〈표 4-38〉 대외경쟁력 강화부문 스포츠산업체 수요조사

(단위: %)

구분	전문 인력 양성	국산제품 품질제고	자체 브랜드 개발	홍보 강화	대형화 전문화	정책부처 지원	산학연 협력강화	기타
2024	15.1	11.7	8.3	30.0	13.1	19.2	2.2	0.5
2023	14.8	12.0	7.9	30.7	13.6	18.4	2.1	0.5
2022	14.3	11.6	7.5	31.8	13.1	19.2	2.0	0.5
2021	16.6	11.9	7.3	28.0	16.3	16.6	2.7	3.4
2020	15.2	12.4	8.8	28.0	17.3	15.3	2.6	0.4

※ 출처: 문화체육관광부(2026). 2024년 기준 스포츠산업조사 결과 보고서

이에 정부는 국내 스포츠산업체의 해외수출 경쟁력 강화를 목적으로 스포츠산업체의 글로벌화를 지원하고 있다. 2024년 스포츠산업 글로벌화 지원을 위해 SPOEX 2024 개최지원 사업, 수출상담회 개최, 중소 스포츠기업 지원사업을 추진하였다. 수출 경쟁력 강화를 위한 지원사업의 유형별 세분화를 통해 지원 사업간 연계성 강화를 도모하여 시너지 효과를 창출하고 해외시장 동향 분석 및 현장 의견 반영을 통해 지속적인 지원사업 개선을 추진하고 있다.

(2) 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원사업의 추진과정

스포츠산업 해외시장 진출 지원사업 간 집중화 및 효율화를 추구하기 위해 전문성을 갖춘 운영관리기관(PMO)을 선정, 활용하여 사업 실효성을 제고하였고 성과에 따른 사업 간 조정을 추진하여 지원 프로그램 간 상호연계효과를 높이고자 하였다. 또한, 또한, 기업의 적극적인 참여를 독려하기 위해 참가기업에게 가산점을 부여하여 연계 사업 확대를 도모하였다. 한편, 참가기업들의 요청에 의해 SPOEX 지속참가 시 참가비를 할인하여 참가 부담을 경감시키는 노력도 병행하였다.

〈표 4-39〉 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원사업 추진과정

<table>
<tr><th>구 분</th><th>주요내용</th></tr>
<tr><td>사업목적</td><td>• 국내 스포츠산업체의 해외진출 기반 조성 및 글로벌 브랜드 성장 지원
• 국내·외 마케팅 지원 및 정보 교류의 장 제공을 통한 스포츠산업 활성화 기여</td></tr>
<tr><td>사업기간</td><td>• 2024. 1. ~ 2024. 12.</td></tr>
<tr><td>특 징</td><td>• 수요자 중심 의견수렴절차
참가기업설명회 (워크숍) -사업진행전- → 현장간담회 및 해외진출 관련 전문기관 교육지원 -사업수행중- → 성과·만족도조사 (대면), 통합성과 간담회 - 사업종료후-</td></tr>
<tr><td>사업예산</td><td>• 1,400백만 원</td></tr>
<tr><td>세부사업 내용</td><td>
<table>
<tr><th>사업명</th><th>예산 (백만원)</th><th>세부사업의 추진 내용</th></tr>
<tr><td>SPOEX</td><td>1,022</td><td>○ 2024 서울국제스포츠레저산업전
- 일시/장소 : 2024. 2. 22~25. / COEX, Hall A·B·C
- 298개사 1,625부스 참여</td></tr>
<tr><td>수출 상담회</td><td>183</td><td>○ 2024 스포츠산업 수출상담회
- 기간 : 23.07~11월(총 3회)/ 오프라인
- 국내기업 164개사, 해외바이어 64개사(15개국)
- 상담실적 483건, 성약액 $11,273,643</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

(3) 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원사업의 성과

① 서울국제스포츠레저산업전(SPOEX)

2001년 5월 올림픽공원 한얼광장에서 국내·외 28개국 139개 스포츠 용품업체가 참가한 제1회 서울 국제올림픽(스포츠산업) 박람회(International Olympic Fair Seoul 2001) 개최 이후 서울국제스포츠레저산업전은 지속해서 성장하여 2019년(Seoul International Sports & Leisure Industry Show 2019) 총 참관객 수는 61,253명으로 전년 대비 1.2% 증가했다. 2020년은 국내 코로나19 확산으로 개최를 취소하였다. 2021년 및 2022년에 이어서 2023년 또한 대규모 온·오프라인 하이브리드 전시회로 개최하였다.

〈표 4-40〉 서울국제스포츠레저산업전 전시규모 현황

구 분	국 내		해 외		계	참관객
	업 체	부 스	업 체	부 스		
2019	469개사	2,066부스	33개사	34부스	502개사/2,100부스	61,253명
2020	코로나19로 인해 취소					
2021	83개사	189부스	-	-	83개사/189부스	729명
2022	190개사	1,079부스	-	-	190개사/1,079부스	15,858명
2023	239개사	1,304부스	20개사	24부스	259개사/1,328부스	23,685명
2024	237개사	1,546부스	61개사	79부스	298개사/1,625부스	32,142명

2024년에는 총 298개사가 참가하였다. 품목별로는 헬스/피트니스가 79개 사(27%)로 가장 큰 비중을 차지하였으며, 이어서 수중/수상스포츠 65개사(25%)가 뒤를 이었다. 또한, 참관객은 32,142명으로 나타났다.

〈표 4-41〉 서울국제스포츠레저산업전 품목별 참가비율

(단위: %)

구 분	아웃도어/캠핑/캠핑카	수중/수상레포츠	자전거	헬스/피트니스	스포츠 용품	운동장생활체육시설	기타 기관 및 단체	계
2013	38.0	19.4	14.2	12.6	8.9	5.8	-	100
2014	32.9	21.2	10.6	19.9	11.1	4.3	1.1	100
2015	31.1	17.3	15.6	22.8	13.2	-	-	100

구 분	아웃도어/캠핑	수중/수상레포츠	자전거	헬스/피트니스	스포츠 용품	캠핑카	계
2016	12.7	14.1	13.9	27.7	12.1	19.5	100
2017	9.9	16.4	10.2	24.5	18.9	20.1	100
2018	16	18	9	25	19	13	100
2019	7	30	7	29	15	12	100
2020	코로나19로 인해 취소						

구 분	헬스/피트니스	마린스포츠(수중·수상)	스포츠 용품	캠핑/아웃도어	자전거/익스트림	뉴트리션	기 타(협단체 등)	계
2021	47	4	16	20	13	-	0	100
2022	30	15	15	29	10	-	1	100
2023	29	23	11	12	5	4	16	100
2024	27	22	12	9	4	3	23	100

SPOEX 2024 해외 빅바이어 수출상담회는 3층 Hall C 수출상담회장에서 2일간 개최하였으며, 국내외 참여기업은 총 163개사로 수출상담액은 약 32백만 달러로 나타났다.

〈표 4-42〉 '24년 SPOEX 온라인 수출상담회 상담실적(총괄)

날짜	참여기업	상담건수	수출상담액(USD)	바이어수(개사)
2.22(목)	82개사	134건	19,399,041	16
2.23(금)	84개사	136건	12,210,512	18
합 계	166개사 (중복제외 145개사)	270건	31,609,553	34개사 (중복제외 18개사)

② 수출상담회

스포츠산업의 지역균형발전과 지방 소재 스포츠기업의 실질적인 성과창출 및 기회제공을 통해 해외시장 진출 지원을 목적으로 2024년 수출상담회를 2024년 7월부터 11월까지 서울올림픽파크텔과 올림픽회관 연수원에서 총 3차례에 걸쳐 진행하였다. 해외바이어(총 15개국 64개사)를 대상으로 수출상담회를 진행하였으며 상담금액은 약 11.2백만 달러이다.

〈표 4-43〉 '24년 수출상담회 현황

구 분	참가기업 분포	업체 수
해외	중국 10개사, 싱가포르 8개사, 인도 7개사, 말레이시아/베트남/태국 각 6개사, 인도네시아 5개사, 필리핀 4개사, 홍콩 3개사, 일본/미국/미얀마 각 2개사, 영국/뉴질랜드/대만 각 1개사	총 23개국 75개사

수출상담회에 참가한 국내 스포츠기업이 생산하는 품목별 현황을 살펴보면 스포츠용품 관련 업체가 34개사, 헬스/피트니스 관련 업체가 20개사, 스포츠의류 관련 업체가 14개사 등으로 나타났다.

〈표 4-44〉 '24년 수출상담회 국내기업 품목별 참가 현황(중복참가 미포함)

품목	업체 수
스포츠용품	34개사
헬스/피트니스	20개사
스포츠의류	14개사
캠핑/아웃도어	11개사
자전거/익스트림	9개사
뉴트리션	6개사
마린스포츠(수중·수상 등)	2개사
기타	16개사
계	112개사 (중복참가 포함 164개사)

〈표 4-45〉 수출상담회 실적

구분	개최 지역	참가규모	상담실적		계약(예상)실적	
			건수	금액(천달러)	건수	금액(천달러)
2017	인천	국내기업 61개사 해외바이어 14개국 32개사	336건	34,863 (한화 약 389억)	83건	10,787 (한화 약 120억)
2018	부산	국내기업 62개사 해외바이어 14개국 30개사	366건	35,478 (한화 약 461억)	84건	7,096 (한화 약 92억)
2019	수원	국내기업 82개사 해외바이어 13개국 31개사	501건	40,122 (한화 약 521억)	106건	9,217 (한화 약 119억)
2020	서울	국내기업 125개사 해외바이어 14개국 77개사	226건	16,786 (한화 약 188억)	114건	4,301 (한화 약 47억)
2021	서울	국내기업 31개사 해외바이어 6개국 15개사	46건	4,068 (한화 약 48억)	-	1,739 (한화 약 20억)
2022	(화상)	국내기업 93개사 해외바이어 20개국 84개사	128건	3,937 (한화 약 51억)	-	1,397 (한화 약 18억)
2023	서울	국내기업 72개사 해외바이어 23개국 75개사	360건	15,085 (한화 약 220억)	17	701 (한화 약 10억)
2024	서울	국내기업 164개사, 해외바이어 15개국 64개사	483건	30,949 (한화 약 433억)	28	11,273 (한화 약 158억)

5 스포츠산업 창업 지원

1) 스포츠 액셀러레이팅 프로그램 지원

(1) 개념 및 필요성

스포츠산업 액셀러레이터 사업은 스포츠산업 융·복합 분야 우수 초기 스타트업 발굴 및 성장촉진을 통한 투자유치로 창업 성공률 제고와 미래성장 동력 확보를 목적으로 2017년에 신설되었다. 성공한 벤처기업인이 축적된 경험과 노하우, 자금, 네트워크를 활용하여 후배 스타트업의 성장을 지원하는 방안으로 출발하였다. 액셀러레이터는 벤처기업인 등의 주도로 설립되며, 유망 스타트업을 선발하여 멘토의 경험, 노하우 및 비즈니스 네트워크를 동원하여 초기투자 및 집중 멘토링을 통해 기업을 육성하고 향후 기업의 가치상승에 따라 수익을 창출하는 창업지원 전문기관이다. 액셀러레이터 주요기능은 초기 창업자를 발굴, 투자뿐만 아니라 6개월 내외의 기간 동안 투자자와 고객지향성을 갖춘 성공제품을 창출할 수 있도록 '실전 창업교육과 전문 멘토링'을 지원한다.

(2) 추진과정

〈표 4-46〉 '24년 스포츠산업 액셀러레이팅 지원사업의 추진과정

<table>
<tr><th>구 분</th><th>주요내용</th></tr>
<tr><td>사업목적</td><td>• 스포츠산업분야 유망 스타트업 발굴 및 투자역량 강화지원으로 초기·후속투자 유치 지원 및 경영안정화 도모</td></tr>
<tr><td>사업기간</td><td>• 2024. 1. ~ 2024. 12.</td></tr>
<tr><td>대상</td><td>• 스포츠산업 분야 7년 미만 창업기업</td></tr>
<tr><td>규모</td><td>• 총 59개사 * 평가결과에 따라 액셀러레이터별 지원기업 차등 배분</td></tr>
<tr><td>추진절차</td><td>• 세부운영일정
운영기관 사업계획 수립 (2~3월) → 스포츠 스타트업 모집공고 및 선발 (3~4월) → 액셀러레이팅 (5~12월) → 결과보고 (12월)</td></tr>
<tr><td>프로그램 운영</td><td>
<table>
<tr><th>프로그램</th><th>세부사업의 추진 내용</th></tr>
<tr><td>초기투자</td><td>각 운영기관은 보조금의 최소 20% 이상 직접 씨드투자
(재원 : 기관 조합펀드 또는 자본금 등)</td></tr>
<tr><td>자금지원</td><td>기업 당 평균 55백만원 이내 사업화 지원 및 관리
※ 사업·수익 모델 개발 및 보완, 기술 및 제품개발, 마케팅, 판로개척 등</td></tr>
<tr><td>홍보지원</td><td>국내외 매체, 협력기관 등의 홍보채널을 활용하여 액셀러레이터 및 스타트업에 대한 홍보(프로그램에 대한 브랜드 전략 포함)</td></tr>
<tr><td>교육/멘토링</td><td>선발기업의 특징, 요구사항, 성장단계를 고려한 맞춤형 교육·멘토링 지원</td></tr>
<tr><td>데모데이</td><td>국내외 투자자 등을 대상으로 초기·후속투자 유치기회 제공</td></tr>
<tr><td>네트워크</td><td>선발기업의 국내외 시장창출을 지원하기 위한 투자자, 고객, 파트너사, 졸업기업, 스타트업 지원기관 등과의 네트워킹 지원</td></tr>
<tr><td>사후관리</td><td>후속투자 유치, 상호협력 등 후속지원</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>인력 및 조직</td><td>
<table>
<tr><th>프로그램</th><th>세부사업의 추진 내용</th></tr>
<tr><td>운영책임자</td><td>○ 1기수 이상 액셀러레이팅 프로그램을 운영한 자 및 국내외 벤처기업 창업자 또는 임원급으로 3년 이상 재직한 자</td></tr>
<tr><td>상근 전담인력</td><td>○ 최소 3명 이상의 참여인력</td></tr>
<tr><td>멘토단 확보</td><td>○ 현장 실무경험을 보유한 성공 창업자, 투자자, 기술 · 경영분야 전문가 등</td></tr>
<tr><td>협력체계</td><td>○ 투자 · 멘토링 · 네트워킹 지원이 가능한 해외의 액셀러레이터, 벤처캐피탈 · 엔젤투자자 · 벤처기업 창업자 등과 상시 협력체계 구축</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

(3) 추진성과

스포츠산업 액셀러레이팅 지원사업은 창업지원센터와 유기적 협력관계 구축으로 투자연계형 액셀러레이터(중소벤처기업부 등록 액셀러레이터 중 선발) 4개 기관을 선정하여 59개 기업을 지원하였다. 총 59개사를 보육한 성과로 31명의 일자리가 창출되었으며, 2024년 스포츠산업 액셀러레이팅 지원사업의 매출액은 67,509백만 원으로 보육 전 대비 32% 증가하였다.

〈표 4-47〉 '24년 스포츠산업 액셀러레이팅 실적 및 현황

액셀러레이터	소재지	스타트업 수	비고
씨엔티테크	서울	17개사	중소벤처기업부 등록 액셀러레이터로 선발
한양대기술지주회사	서울	17개사	
와이앤아처	서울	13개사	
로우파트너스	대전	12개사	

〈표 4-48〉 '24년 스포츠산업 액셀러레이팅 프로그램 지원 성과

구 분	일자리 창출(명)	매출액(백만원)			자금유치 (백만원)	지재권 증가분 (건)
		보육 전	보육 후	증가율(%)		
총 59개사	31	51,142	67,509	32	20,512	184

2) 스포츠산업 창업지원사업

(1) 개념 및 필요성

통계청 고용동향조사 결과 2024년 12월 기준 고용률은 61.4%로 전년 대비 0.3%p 하락하였고, 실업률은 3.8%로 전년 대비 0.5%p 증가하였으며, 청년실업률도 5.9%로 전년 대비 0.4%p 증가하였다. 이에, 정부는 고용률 증가 및 청년실업률 완화를 위해 국내 산업 전반에 걸쳐 창업 활성화 지원을 추진하고 있다. 스포츠 분야에서는 스포츠융합기업의 창업 및 공공스포츠서비스 수요에 대응할 공익지향 스포츠기업을 육성을 지향하고 있으며 이를 위해 국내 거점형 스포츠산업 창업지원사업을 추진하고 있다.

〈표 4-49〉 통계청 고용동향조사 결과

(단위: %, %p)

구분	2021. 12	2022. 12	2023. 12	2024. 12	전년대비
고용률	60.4	61.3	61.7	61.4	▽0.3
실업률	3.5	3	3.3	3.8	△0.5
청년실업률	5.7	5.2	5.4	5.9	△0.4

출처: 통계청(2024)「경제활동인구조사」

2024년 정부는 '고용률 70% 달성 목표를 위한 관련 부처 협동 추진방안'을 발표하였는데 추진방안에는 특히, 공공부문 일자리 확대, 공공기관 청년 의무고용제 등 청년일자리 창출과 관련된 정책을 포함하였다. 문화체육관광부는 스포츠 분야의 영세성이 청년실업률을 더욱 높일 수 있다는 판단 하에 타 부처보다 먼저 일자리 창출 정책을 추진하였다. 문화체육관광부의 일자리 창출정책은 일자리 지원센터 운영사업과 창업지원센터 운영 사업이며, 창업 활성화 지원이 청년 실업률을 완화할 것으로 기대하여 집중적인 지원을 전개하고 있다.

〈표 4-50〉 스포츠산업 창업지원사업의 사업내용

구분	사업내용
스포츠산업 창업지원사업	• 컨설팅 전문가 그룹 운영 – 스포츠사업 전문가, 창업 및 보육 관련 비상임 컨설팅 전문가 그룹 운영 – 컨설팅 및 인사 노무, 회계, 홍보, 마케팅 등 각 분야에 컨설팅 지원 • 스포츠기업 창업 아이디어 공모전 개최 • 스포츠 창업기업 해외진출 지원 • 보육기업 대상 네트워킹 추진 • 창업지원센터 사업 연도별 사업 관리(실태 및 만족도 조사) • 창업대상자 모집 및 교육 실시 • 보육사업 지원자 선정 및 지원계획 수립 • 창업 및 Start-up 지원컨설팅 전문가 그룹 운영 – 스포츠사업 전문가, 창업 및 보육 관련 비상임 컨설팅 전문가 그룹 운영 – 컨설팅 및 인사 노무, 회계, 홍보, 마케팅 등 각 분야에 컨설팅 지원 • 창업센터지원 사업 연도별 사업 관리 • 네트워크 구축 및 활용 – 총괄센터와 지역 센터의 협력 네트워크 구축 – 입주기업 및 창업자 현황 정보

스포츠산업 창업지원사업은 스포츠산업 관련 창업을 준비하고 있는 예비창업자를 지원하는 사업으로 중앙창업 거점센터와 지역창업 거점센터를 운영하고 있다. 중앙거점센터는 국민체육진흥공단이 지정하여 운영하고 있으며, 지역창업 거점센터는 2017년 2개소에서 2020년 7개소로 확대하여 운영하고 있다. 2021년도 부터는 중앙과 지역거점센터로 구분하지 않고 예비초기창업지원센터 5개소, 창업도약센터 2개소, 재창업지원센터 9개소로 구분하여 운영하고 있다.

(2) 추진과정

스포츠산업 창업지원사업은 문화체육관광부와 국민체육진흥공단이 주관하는 지원사업으로 2023년에는 예비초기창업지원센터에 국민대, 마산대, 전북대에서 운영하고 있으며, 창업도약센터는 씨엔티테크, 대구테크노파크, 제타플랜인베스트에서 운영하고 있다. 재창업지원센터는 부산디자인진흥원, 고려대 세종, 인천대에서 운영하며, 사회적기업 전담은 서원대에서 운영하고 있다. 기존에 중앙과 지역으로 분리되었던 창업센터를 창업 단계별로 구분하여 운영하고 있다.

〈표 4-51〉 '24년 스포츠산업 창업지원센터 지정 현황

구분	내용	비고
예비초기창업 지원센터	국민대, 마산대, 전북대, 부산디자인진흥원, 고려대 세종, 인천대	6개소
창업도약센터	씨엔티테크, 대구테크노파크, 제타플랜인베스트	3개소
사회적기업 전담	서원대	1개소

2024년 스포츠 관련 보육사업 지원 절차는 다음과 같다. *(표 안의 3월~13월→4~11월로 변경)*

〈그림 4-7〉 스포츠 보육사업 지원 절차



2024년 스포츠산업 창업지원사업에서는 스포츠 창업 저변확대 및 사업 운영기관 간 정보교류를 통한 협력 네트워크 구축 등 사업 내실화를 도모하기 위해 창업아이디어 공모전, 해외 데모데이 및 전시지원, 네트워킹 데이, 창업 보육 관련 실태조사를 실시하였다.

〈표 4-52〉 '24년 스포츠산업 창업활성화 사업 운영 현황

구분		내용	일자	참여자수
창업 아이디어 공모전		5팀 시상(최우수상 1팀, 우수상 2팀, 장려상 2팀) 최우수상, 우수상 총 3팀은 희망 스포츠산업 창업지원센터에서 보육지원 (팀당 평균 45백만원, 지원금 10% 본인부담) *부처통합 창업경진대회인 도전! K-스타트업의 예선리그로 연계추진	2024.5.1.~.8.23.	153건 접수
해외 진출 지원	전시 지원	유럽 최대 스타트업 전시회인 2024 프랑스 파리 비바테크 전시부스 참가	2024.5.22.~5.25.	3개사
	데모 데이	글로벌 창업IR 피칭대회인 2024 싱가포르 슬링샷 참가	2024.10.28.~10.30.	4개사
네트워킹 데이		스포츠분야 선배기업 강연 보육기업 간 상호이해 및 정보교류	2024.8.23.	32개사
창업 보육 수료기업 실태조사		보육 수료팀의 사업운영 실태 및 애로사항 점검	2024.10.21.~11.7.	215개사

(3) 추진성과

2024년에 선정된 스포츠산업 창업지원사업의 운영 실적을 살펴보면, 보육 기업 수는 총 166개팀이며 보육활동을 통해 총 779개에 이르는 지식재산권을 획득하였고 고용인원은 617명으로 나타났다.

〈표 4-53〉 '24년 스포츠산업 창업지원사업 운영 실적

(단위: 개, 건, 명)

구분	선정기관	보육 기업	지식재산권	고용인원
예비초기창업지원센터	국민대	19	106	65
	마산대	17	104	34
	전북대	16	27	29
	부산디자인진흥원	15	29	28
	고려대 세종	14	25	36
	인천대	14	24	48
사회적기업전담센터	서원대	20	48	102
창업도약센터	대구테크노파크	18	159	61
	씨엔티테크	16	95	90
	제타플랜인베스트	17	162	124
	합계	166	779	617

6 스포츠산업 일자리 지원

1) 스포츠산업 일자리센터 운영

(1) 개념 및 필요성

한국고용정보원(2009)의「산업·직군별 고용구조조사(OES)」에 따르면, 스포츠 분야는 상대적으로 임금수준이 낮고 근속연수가 짧으며, 수도권 편중현상이 심한 분야이다. 스포츠산업 분야의 낮은 고용안정성은 스포츠산업체의 심각한 인력난과 직결될 수 있다. 스포츠산업은 제조업, 시설업 및 서비스업이 모두 존재하는 복합 산업이기에 타 산업보다 전문 인력의 수요가 높기 때문이다. 2009년부터 2024년까지 수행한 연도별 스포츠산업조사 결과에 따르면 스포츠산업체의 발전 장애요인으로 전문 인력부족 요인이 지속적으로 나타나고 있다.

특히, 2024년 기준 국내 스포츠산업은 10인 미만의 사업체가 96.5%를 차지하고 있는 영세한 산업구조이기에 인력난은 타 분야에 비해 더욱 심할 것으로 예상할 수 있다. 이를 종합하면 국내 스포츠산업은 청년층 고학력자의 비중이 상대적으로 높으나 구직자들은 프로스포츠 구단이나 대형 스포츠협·단체 등에 취업을 희망하며 스포츠산업 분야의 일반적인 임금 수준과 근로 조건이 상대적으로 타 산업에 비해 좋지 않아 이직률이 높고 이에 따라 스포츠산업체는 전문 인력난을 겪고 있는 것으로 볼 수 있다.

〈표 4-54〉 스포츠산업 전문 인력에 대한 필요성

(단위: %, 전체 100% 기준)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
전문인력부족(신분류)	7.9	7.5	14.5	12.9	10.3	11.4	10.7	11.3	11.8	12.2

※ 출처: 문화체육관광부(2026). 2024년 기준 스포츠산업조사 결과 보고서

이에 정부는 스포츠산업 진출을 희망하는 구직자에게는 고용안정성을 높일 수 있는 일자리 정보를 제공하고 구인기업에는 기업특성에 맞는 인력정보를 제공하기 위해 2014년부터 스포츠산업 일자리 지원센터를 운영하고 있다. 스포츠산업 일자리 지원센터를 통해 정부는 수요자(구직자)와 공급자(구인자) 간 정보비대칭으로 인해 취업이 원활하게 이루어지지 않는 수급 불균형 문제를 해결할 수 있을 것으로 기대하였다. 스포츠산업 일자리 지원센터 운영사업은 온·오프라인 매칭시스템으로 구인기업과 구직자 간 일자리 정보를 공유하고 상호 간에 필요한 인력과 일자리를 찾을 수 있도록 지원하는 기능을 수행한다.

(2) 추진과정

2014년 정부는 스포츠산업 일자리 지원센터 운영을 위해 공공부문 일자리 정보제공기관(지역고용센터, 중소기업청 등) 및 민간부문 일자리 정보업체(민간 채용전문 인터넷 사이트 등)와 협력 네트워크를 우선 구축하였으며, 2014년 11월 스포츠산업 일자리 지원 온라인 정보시스템을 구축하였다.

〈그림 4-8〉 온라인 자동매칭 일자리 시스템 운영체계



또한, 2014년 10월 스포츠산업 일자리 지원 사업의 오프라인 역량을 강화하기 위해 스포츠산업분야 일자리 상담실을 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원 내 별관에 설치하였으며(2019년 1월 국민체육진흥공단 본부로 이전), 2015년부터는 일자리 정보시스템(https://spobiz.kspo.or.kr/job)을 구축, 운영하고 있으며 일자리 상담실에 총 4명의 전문직업상담사를 배치하였다. 일자리 상담사는 취업알선 및 상담, 매칭률이 떨어지는 인재의 장점을 분석하여 고용 중개(특허소지자, 올림픽 메달리스트 등 자격증, 경험, 기술 보유자 등), 일자리 발굴(기업방문 및 우편발송을 통한 구인기업 발굴) 등의 업무를 수행하고 있다. 아울러 2015년부터 스포츠산업체 일자리 관련 문제점 파악 및 개선 요구사항을 조사하기 위해 산업체를 방문, 수요조사를

실시하고 있다. 2024년에도 스포츠산업 잡매칭을 통한 우수인재 채용으로 기업 경쟁력을 확보하여, 구직자와 구인기업의 직접 의사소통을 위한 플랫폼 기능을 수행하고 스포츠 분야 특화 잡 프로파일링을 구축한 뒤, 전문상담인력을 활용한 맞춤형 취업중개활동을 지원하였다.

(3) 추진성과

2024년 스포츠산업 일자리 지원센터 운영사업을 통해 총 13,002건의 일자리를 매칭하였으며, 750명의 채용을 성사하였다. 2023년 대비 일자리 매칭은 4.0%, 채용성사는 2.0% 증가하였다.

〈표 4-55〉 일자리 상담실과 일자리 정보 시스템(잡스포이즈) 운영 실적

(단위: 명, 건)

구분	방문자(명)	회원(명, 개)			일자리매칭(건)	채용성사(명)
		개인	기업	합계		
2016	192,288	5,502	636	6,138	10,511	665
2017	239,851	836	181	1,328	10,930	709
2018	258,063	3,839	281	4,120	11,308	745
2019	166,726	1,598	464	2,062	11,930	775
2020	210,305	2,958	1,431	4,389	9,949	601
2021	181,365	4,570	3,095	7,665	11,134	665
2022	132,972	4,207	2,456	6,663	12,062	700
2023	104,495	6,137	1,125	7,262	12,500	735
2024	142,385	2,281	4,500	6,781	13,002	750
합계	1,628,450	31,928	14,169	46,408	103,326	6,345

2) 스포츠산업 인턴십 지원

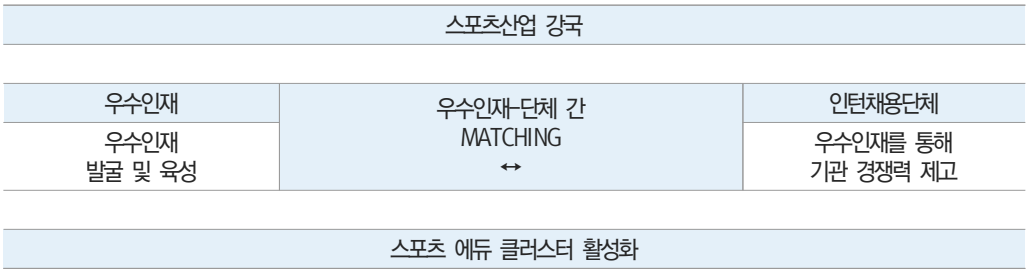
(1) 개념 및 필요성

스포츠산업분야의 보다 많은 고용 창출을 위해서는 현장 수요에 적합한 인력공급이 필요하며, 특히, 스포츠산업 시장의 고질적인 인력수급 불균형 해소 및 청년 일자리 창출을 위해서는 고용의 선순환을 유도할 수 있는 가장 효과적인 방안이 바로 스포츠산업 분야 인턴 지원 사업이다. 따라서 정부는 '08~'12년까지 체육과학연구원(현 한국스포츠과학원) 주관으로 국가기술자격인 스포츠경영관리사 자격증 취득자 155명을 대상으로 스포츠산업체에 인턴사원으로서 현장의 실무를 익힐 수 있는 현장중심 교육과정을 개발하여 창의적이고 실무역량을 갖춘 전문 인력 양성을 지원해왔다.

2014년부터는 기존 인턴 지원사업의 문제점을 개선하여 인턴사원 자격조건을 스포츠산업계열, IT계열, 디자인계열, 미디어계열, 전기전자계열 등의 대학(교) 졸업자 중 미취업자(졸업예정자)로 확대하였고, 기업과 인턴 간 맞춤형 매칭(1명당 3지망 적용)을 실시하여 인턴사원의 현장 업무능력 및 연계 채용률을 제고하였다. 2015년에는 인턴채용 희망기업 공모 및 선정기간을 앞당겨 기업이 채용을 희망하는 적기에 인턴채용이 가능하도록 개선하였으며, 지원기간도 기존 5개월에서 6개월로 확대하였다. 특히, 2016년에는 인턴사업 종료 후 인턴사원 미채용 시 패널티를 부여하는 제도를 도입하였고, 2년 연속 미 채용시에는 지원기업 선정 심사 시 감점(5점) 처리하여 관리를 보다 강화하였다. 또한, 국민체육진흥공단과 한국경제신문 기관이

지원하는 2016년 체육분야 인턴지원 사업으로 역량 있는 국내 체육분야 우수인재를 발굴하여 육성하고, 다양한 직군과의 매칭을 통해 스포츠산업의 일자리 확장성을 제고하였다. 전문적이고 다양한 직군의 인턴채용단체를 통해 스포츠산업 직군의 스펙트럼 확대를 지원하여 이를 통해 우수인재의 지속적인 관리와 국내·해외취업 정보 공유를 위해 다각도의 콘텐츠를 활용한 스포츠 에듀 클러스터의 활성화를 도모하였다.

〈그림 4-9〉 스포츠 에듀 클러스터 활성화



(2) 추진과정

스포츠산업분야 인턴십 지원사업은 스포츠산업분야의 인력수급 불균형 해소를 위하여 스포츠 및 타 분야에 있는 전공인력의 지속적인 공급체계를 구축하여 기업의 성장기반을 조성하는데 목적이 있다. 또한, 스포츠산업분야 종사희망자의 스포츠산업에 대한 이해도 제고와 현장실무 능력 배양을 통한 취업 기회를 확대시키기 위해 시행한다. 체육분야 인턴지원 사업은 스포츠산업 글로벌 인재의 발굴과 육성 이외에도 스포츠산업의 전문성, 다양성, 확장성을 대표하는 우수기업을 발굴하는 것을 기반으로 하여 스포츠산업 관련 다양한 프로젝트를 통해 국내외 역량 있는 우수인재 Pool을 확보하는 것을 목적으로 한다. 이를 통해 국내외 스포츠관련 기업들과의 글로벌 네트워크를 구축하여 스포츠 에듀 클러스터 활성화를 통한, 지속가능한 일자리 매칭 시스템을 구축하기 위한 사업이다.

〈표 4-56〉 스포츠산업분야 인턴십 지원사업 추진과정

구 분	주요 내용
목 적	• 스포츠산업 분야의 인력수급 불균형 해소 및 경쟁력 강화
추진과정	채용기업 공모 및 선정 (공단 ↔ 기업) → 인턴 모집 공고 및 채용계약체결 (인턴 ↔ 기업) → 협약체결 (공단 ↔ 기업) → 인턴 근무 및 급여지급 (인턴 ↔ 기업) → 지원금 지급(매월) (공단 → 기업)
지원대상	• 인턴희망자, 국내 스포츠산업체/체육분야 협단체

<table>
<tr><td>지원내용</td><td>• 스포츠산업분야 인턴채용 기업(기관) 보조금 지원
<table><tr><th>구 분</th><th>인턴사원</th><th>채용기업</th><th>운영 및 관리기관</th></tr><tr><td>대 상</td><td>스포츠산업 종사 희망자</td><td>국내 스포츠기업체·협단체</td><td>공단 직접
*기업지원 코디네이터 연계 운영</td></tr><tr><td>역 할</td><td>인턴근무 및 실무체험</td><td>인턴고용 및 복무관리</td><td>모집,관리,운영</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>지원조건</td><td>• 인턴근무자 만근 시 지원금(165만원/월) 전액 지급
• 근무일 조정 및 중도 퇴사 등의 사유로 월급여액이 지원금(165만원)보다 적게 지급된 경우 근로계약상 급여 대비 지급 비율 반영하여 계산
• 채용기관은 지원금과 별도로 4대 보험 가입, 월 55만원 이상 자부담</td></tr>
<tr><td>지원기간</td><td>• 2024.02 ~ 2024. 12
(3개월 + 정규직 전환 시 4개월 추가 지원)</td></tr>
<tr><td>사 업 비</td><td>• 1,360백만 원</td></tr>
<tr><td>지원규모</td><td>※ 국내인턴
• 지원인원 및 금액: 133명, 1인 165만원/월(참여기업 대응자금 최소55만원 이상)
• (기본사항)기본 3개월 + 정규직 전환시 4개월 추가지원(최대 7개월 지원)

※ 해외인턴
• 코로나19 확산에 따라 국내인턴 사업으로 변경 진행 후 국내만 운영 중</td></tr>
<tr><td>참여대상</td><td>※ 국내인턴
• 인턴사원 자격 조건
– 인턴신청일 현재 미취업 상태인 자(군필 또는 면제자)
– 고졸자, 대학졸업 또는 졸업예정자, 사이버대 재학자 참여 가능
• 참여대상: 국내 스포츠산업체 및 체육관련 단체 *프로구단 제외
스포츠 관련 영리법인, 기관, 단체, 협회, 연맹 등)
• 필수조건: 4대 보험 가입 및 주 40시간 근무 가능 기업, 기금지원금 이외 기업대응자금 지원(최소 55만원 이상)</td></tr>
</table>

우선 사업 공고를 통해 인턴 채용 희망 기업을 모집한 후 심의위원회의 신청기업 사업계획서 평가를 거쳐 지원기관 및 지원규모를 확정, 선정기관과 업무협약을 체결하고, 인턴희망자 모집공고를 시행하여 신청자가 개별적으로 기업에 입사지원하여, 나온 결과를 해당 기관에 통보하여 지원기업이 자체 면접심사를 거쳐 업무수행에 필요한 역량과 자질을 갖춘 인턴사원을 채용한다. 2024년부터는 인턴십 지원 3개월에 정규직 전환시 4개월 추가 지원을 통해 최대 7개월까지로 변경되었다.

(3) 추진성과

2024년 체육분야 국내 인턴의 경우 총 120개사, 133명을 지원하였다. 그 중 98명(정규직 전환율 73.7%)은 정규직 전환 등의 취업으로 이어졌으며, 2023년 정규직 전환시 3개월 추가 지원에서 2024년 부터는 정규직 전환시 4개월 추가 지원을 통하여 참여 기업의 경영부담을 완화시키고, 참여 인턴의 스포츠산업 분야 정착을 도왔다.

〈표 4-57〉 '24년 체육분야 인턴 지원사업 모집공모 및 채용결과

구 분	인턴채용 희망기업 공모	인턴사원 모집 공모	인턴채용 및 협약체결
내용	온라인 신청 (http://spobiz.kspo.or.kr/job)	온라인 신청 (http://spobiz.kspo.or.kr/job)	협약체결 (운영기관↔채용기관)
공모결과	120개 기업, 133명 채용		

〈표 4-58〉 '17~'24년 체육분야 국내 인턴 지원사업 채용 연계 실적

연도	인턴지원		인턴 후 채용인원(B)	채용비율 (B/A)
	지원기업	지원인원(A)		
2017	38개	45명	24명	53.3%
2018	87개	100명	54명	54%
	-	50명	20명	40%
2019	135개	142명	85명	59.9%
2020	136개	186명	141명	75.8%
2021	100개	104명	70명	67.3%
	73개	83명	51명	61.4%
2022	144개	177명	111명	62.7%
2023	156개	196명	147명	75%
2024	120개	133명	98명	73.7%

〈표 4-59〉 '18~'24년 체육분야 인턴십 지원사업 성과

연 도	국내 인턴				국외 인턴			
	배치 기관	목표 인원	배치 인원	채용률	배치 기관	목표 인원	배치인원	채용률
2018	137개	120명	198명	37.3%	38개 (11개국)	45명	51명	21.5%
2019	135개	120명	142명	59.9%	14개 (9개국)	45명	26명	11.5%
2020	136개	170명	186명	75.8%	-	-	-	-
2021	143개	180명	187명	64.7%	-	-	-	-
2022	144개	177명	111명	62.7%	-	-	-	-
2023	156개	196명	147명	75%	-	-	-	-
2024	120개	133명	98명	73.7%				

〈표 4-60〉 '18~'24년 체육분야 인턴십 지원사업 인턴종료 후 취업현황

연도		인턴근무 인원 수	인턴종료 후 채용현황			인턴계속 채용률
			정규직	인턴	합계	
2018	국내	198명	72명	2명	74명	40.4%
	국외	51명	10명	0명	10명	19.2%
2019	국내	142명	85명	0명	85명	59.9%
	국외	26명	0명	3명	3명	11.5%
2020	국내	186명	141명	0명	141명	75.8%
2021	국내	187명	121명	0명	121명	64.7%
2022	국내	177명	111명	0명	111명	62.7%
2023	국내	196명	147명	0명	147명	75%
2024	국내	133명	98명	0명	98명	73.7%

3) 스포츠산업 채용박람회 개최 사업

(1) 스포츠산업 채용박람회 개최 사업 개념 및 필요성

정부는 스포츠산업 관련 구직자 및 우수 인력의 취업정보 획득 및 관련 기업의 취업기회 제공을 위해 2011년도부터 2022년까지 스포츠산업 채용박람회(JOB FAIR) 개최를 지원하였다. 2024년 상·하반기 스포츠산업 채용박람회 개최를 재개하며 스포츠산업 일자리를 지원하였다.

채용박람회는 스포츠산업계 간 교류강화, 정보교환, 인재 수급의 장을 제공하고, 스포츠산업계의 성장을 유도하는 의미 있는 행사로 2018년까지 매년 약 1만 명이 넘는 구직자가 참여하는 국내 유일 최대 규모의 스포츠산업 채용박람회로서 자리매김하고 있다. 2020, 2021년은 코로나19로 인해 온라인으로 개최하였다.

코로나19로 이후 스포츠산업의 변화 및 일자리 변화에 발맞추어 다양한 분야의 전문가와 함께 컨퍼런스 및 취업토크쇼 등을 통해 해답을 찾고 스포츠산업 특성을 반영한 내실 있는 행사로 구인 · 구직자 모두에게 기회의 장을 제공하기 위해 2022년에는 온·오프라인 채용 박람회를 개최하였다.

〈표 4-61〉 2024년 하반기 스포츠산업 채용박람회 개요

구 분	주요 내용
목 적	• 스포츠산업 특성을 반영한 내실 있는 행사로 구인 · 구직자 모두에게 기회의 장 제공 • 스포츠산업 일자리 분야 이슈 선도 및 공단 일자리센터의 역할 강화
개최일자	• 2024.10.8.(화)/ 1일간
사업예산	• 55백만원
사업시행주체	• 국민체육진흥공단
사업대상	• 스포츠분야 취업 희망자, 관련 전문가 등
사업 추진 내용	• 행사명 : 2024년 하반기 스포츠산업 채용박람회 • 일 시 : 24.10.8.(화) • 장 소 : 올림픽공원 평화의광장(현장) • 행사 실적 - 참관객 : 1,878명(현장) - 참여 기업 : 42개소 - 행사 참여 : (기업) 320명 / (공공·협단체) 533명 / (스포츠융복합대학원) 36명 / (특강) 300명/ (멘토링) 138명/ (부대행사) 551명 - 온라인 채용관 방문자 : 20,918건

※ 스포츠산업 채용박람회(JOB FAIR)는 2018년까지 국민체육진흥공단에서 직접 개최함

※ 2023년은 개최 실적이 없음

(2) 스포츠산업 채용박람회 개최 사업 성과

2022년 스포츠산업 채용박람회에는 1,213명이 현장 참가, 1,497명이 온라인으로 참가하였다. 각 분야 전문가들이 미래 스포츠산업 일자리 발전 방향에 대한 점검과 직무 관련 신입사원 및 현장 실무자 선배들이 전하는 취업이야기 공유를 통해 공감대를 형성하였다. 또한, 4차 산업혁명 등 시대적 변화에 부응하여 스포츠산업 분야 우수사례 소개도 병행하여 스포츠산업에 대한 이해도를 제고하였다.

7 스포츠산업 전문인력 양성 지원

1) 실무맞춤형 전문인력 양성

21세기 고부가가치 산업으로 부상하고 있는 스포츠산업의 경쟁력을 강화하기 위해서는 스포츠 관련 산업의 특성을 정확히 이해하고, 각 분야에 적합한 경영 전략과 방법을 적용할 수 있는 전문 인력의 양성이 매우 중요하다. 따라서 정부는 2002년부터 국민체육진흥공단 산하 체육과학연구원(현 한국스포츠과학원)을 통해 '스포츠산업 전문 인력 양성사업'을 추진해왔으며 스포츠마케터, 스포츠시설 경영 관리사 과정 등을 운영하여 2013년까지 총 4,921명의 전문 인력을 교육, 양성하였다. 하지만 기존 지원 사업들이 수도권에 집중되어 있어 지방 거주자들의 참여가 어렵다는 한계가 있고, 스포츠산업의 지역 균형 발전을 위해서 지역별 특성에 맞는 스포츠산업을 기획, 실행할 수 있는 지역 전문 인력 양성에 대한 필요성이 높아지고 있다.

또한, 2014년부터는 국내 스포츠산업 발전의 저해요인인 인력수급의 불일치 문제를 해소하기 위해서 지역별 인적 자원, 산업체 비중 등 산업기반과 연계한 스포츠산업 전문 인력을 양성함으로써 지역별 경쟁우위 유망 스포츠산업 육성은 물론 청년층 취업난 해소를 위해 노력하고 있다. 이를 위해 지역별 특화된 스포츠산업에 대한 실무 능력, 스포츠산업체 경영능력 등 실제 직무 역량을 높일 수 있도록 교육과정을 강화하였다. 2018년부터는 기업의 업무 수요와 연관성이 적었던 기존 인력양성 사업을 기업의 현안실무(마케팅·디자인 등)와 연계하여 기업 맞춤형 실무 능력양성 프로그램으로 개편하였다. 2018년에는 고려대(디자인글로벌), 중앙대(공학), 상명대(공학)에서 운영하였지만 2019년에는 고려대(IT), 을지대(마케팅), 인천대(체육)에서 운영하였으며, 예산은 기관별로 최대 6,600만 원을 지원하였다. 2020년에는 고려대(7,000만 원), 상명대(6,874만 원), 을지대(7,000만 원)에서 운영하였다.

2021년부터는 실제 현장에서 적용가능한 실무 교육을 위하여 실무맞춤형 교육을 스포츠 실무맞춤 취업과정과 스포츠 실무맞춤 창업과정으로 구분하여 운영하였다. 2022년에는 스포츠산업 분야 구직자들의 의견을 반영하여 취업 관련 직무교육(마케팅)을 추가하였으며, 단순 교육 수료가 아닌 직무 교육 후 공단 내 타 사업(스포츠산업 인턴십 지원사업)과 연계하여 일경험 기회를 제공하였다. 또한, 창업교육 관련해서는 사업화 지원을 위해 창업 아이템별 멘토링을 시행하였다.

〈표 4-62〉 스포츠산업 실무맞춤형 전문인력 양성 지원 사업 추진과정

구 분	주요 내용	
목 적	• 취업예정자와 예비창업자를 위한 인재양성을 도모	
	스포츠 실무맞춤 취업과정	스포츠 실무맞춤 창업과정
교육대상	• 스포츠산업체 취업에 관심 있는 예비취업자	• 스타트업 창업에 관심있는 예비 창업자
교육내용	• 스포츠산업체 근무를 위한 기본 소양 및 실무(마케팅 및 경영기획)교육 등	• 스포츠 스타트업 창업 실무역량 습득 및 사업화 지원 멘토링 등
산업연계	• 우수 수료생 스포츠산업체 인턴 근무 기회제공	• 아이디어 경진대회 상위 5개팀 표창, 상금수여 및 공단 예비초기창업센터 지원시 가점
사업기간	• 사업 승인일 ~ 2023. 12.	
사업비	• 285,000,000원	

〈표 4-63〉 스포츠산업 실무맞춤형 전문인력 양성 지원 사업 성과목표치

구 분		'23년 목표치	'23년 실적치	달성률
산출 지표	교육 모집인원	260	282	100%
	교육 수료율	90	95	100%
결과 지표	교육이수자 평균 직무능력향상도	15%	34.8%	100%
	교육만족도(자체조사)	90%	91.1%	100%

2) 스포츠산업 융·복합 대학원 지원

스포츠산업 실무맞춤형 전문인력양성 사업 이외에도 전문인력양성으로 스포츠융·복합 대학원 운영사업을 2019년부터 새롭게 추진하고 있다. 이는「스포츠산업 진흥법」제9조 2항에 근거하여 4차 산업혁명 관련 전략분야의 전문성을 좀 더 강화하고 기술 융·복합을 바탕으로 글로벌 시장을 선점할 수 있는 핵심인재 양성을 목적으로 하였다. 고등교육법 및 동법 시행령에 따라 설립된 대학(원) 2개소가 대상이며, 대학(원)에 스포츠융·복합 석사과정을 개설하고 선발, 운영 및 관리 전반에 관한 사항을 지원하는 사업이다. 지원내용은 대학원생 장학금, 인건비, 기자재/재료 구입비 등을 지원한다. 교육인원은 매년 20명 이상 석사 신입생 선발 및 교육을 실시하며 교육기간은 최대 2년(1~2학기: 정규수업/ 3학기: 현장실습/ 4학기: 논문작성 및 제출)이다.

〈표 4-64〉 스포츠융복합대학원 지원 사업 추진과정

<table>
<tr><th>구 분</th><th>주요 내용</th></tr>
<tr><td>추진배경</td><td>• 4차산업 관련 전략분야 전문성을 강화하고 스포츠·기술 융복합을 바탕으로 글로벌 시장을 선점할 수 있는 핵심인재 양성</td></tr>
<tr><td>지원내용</td><td>• 스포츠융·복합 석사과정 개설, 선발, 운영 및 관리 전반에 관한 사항
• 대학원생 장학금, 인건비, 기자재/재료 구입비 등
– 교육인원 : 매년 20명 이상 석사 신입생 선발 및 교육 실시
– 교육기간 : 2년(1~2학기 : 정규수업/ 3학기 : 현장/ 4학기 : 논문작성 및 제출
* 매년 연차평가를 통해 예산조정 및 지원 중단 조치 가능
<table>
<tr><th>구 분</th><th>'19년</th><th>'20년</th><th>'21년</th><th>'22년</th><th>'23년</th></tr>
<tr><td>1기
선발·교육</td><td>준비 | 1학기</td><td>2학기 | 3학기</td><td>4학기</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2기
선발·교육</td><td></td><td>1학기</td><td>2학기 | 3학기</td><td>4학기</td><td></td></tr>
<tr><td>3기
선발·교육</td><td></td><td></td><td>1학기</td><td>2학기 | 3학기</td><td>4학기 | 종료</td></tr>
<tr><td>교육생 합계
(예산
2,675백만원
/개소)</td><td>–
20명
(350)</td><td>40명
(600)</td><td>60명
(800)</td><td>40명
(625)</td><td>20명
(300) | –</td></tr>
</table>
<table>
<tr><th>구 분</th><th>'23년</th><th>'24년</th><th>'25년</th><th>'26년</th><th>'27년</th></tr>
<tr><td>1기
('23 선발)</td><td>준비</td><td>1학기 | 2학기</td><td>3학기 | 4학기</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2기
('24 선발)</td><td></td><td></td><td>1학기 | 2학기</td><td>3학기 | 4학기</td><td></td></tr>
<tr><td>3기
('25 선발)</td><td></td><td></td><td></td><td>1학기 | 2학기</td><td>3학기 | 4학기</td></tr>
<tr><td>교육생 합계
(예산
2,360백만원
/개소)</td><td>–
(200)</td><td>40명
(480)</td><td>60명
(600)</td><td>40명
(600)</td><td>20명
(480) | –</td></tr>
</table>
*사업예산은 정부정책 등 상황에 따라 변동 가능</td></tr>
<tr><td>지원대상</td><td>• 고등교육법 및 동법 시행령에 따라 설립된 대학(원)</td></tr>
<tr><td>사업기간</td><td>• 2019년 ~ 최대 5년간(3+2) 지원
• 2023년 11월 ~ 2027년 12월 지원(4년 2개월)</td></tr>
<tr><td>사업비</td><td>• 2023.01~2023.12 약 2,650백만원
• 2023.11~2027.12 약 2,360백만원</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>구 분</th><th>주요 내용</th></tr>
<tr><td>운영현황</td><td>
• (지원분야) 스포츠분야 유망 新산업·서비스*에 특화된 융복합 인재 양성을 목표
* 스포츠 빅데이터 분석 및 코칭, 스포츠 의학 트레이너 과정, 미래기술 선도 전략 등
• (학과개설) 일반(전문) 대학원에 ‘스포츠산업 융·복합 전문학과*’를 신설하거나 기 설치된 학과를 ‘스포츠산업 융·복합 전문학과’로 개편, 운영
• (교수인력) ‘스포츠산업 융·복합 전문학과’ 소속 교수 인력 확보
<table>
<tr><th></th><th>선정대학</th><th>학과/과정명칭</th><th>융합분야 과정</th></tr>
<tr><td rowspan="2">’19
~
’23</td><td>포항공대</td><td>스포츠AIX대학원
(공학 석사)</td><td>인공지능 기반 Data Science, 스포츠 영상분석 인공지능,
다공학 융합기술 기반 차세대 스포츠산업기술 등</td></tr>
<tr><td>성균관대</td><td>스포츠인터랙션
사이언스학과
(체육학/공학석사
선택)</td><td>혼합현실 기술 및 콘텐츠 교육, 스포츠 웹마이닝 등
빅데이터, 스포츠 디지털 헬스케어, 데이터 AI 기반
디지털헬스 등</td></tr>
<tr><td rowspan="2">’23
신규
선정</td><td>경희대</td><td>스포츠
DNA+(Data·Net
work·AI) 학과
(체육학 석사)</td><td>빅데이터 스포츠마케팅, 스포츠 빅데이터 분석 및 활용,
데이터를 활용한 스포츠기업의 CRM, ICT를 활용한 4차
스포츠 산업 현황, 스포츠 DNA 세미나(현장실습) 등</td></tr>
<tr><td>상명대</td><td>스포츠 ICT
융합학과
(공학 석사)</td><td>스포츠 ICT 취업 및 창업 전문과정, 스포츠 빅데이터분석,
스포츠 AI응용, 스포츠 콘텐츠융합 과목 등</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>선정
평가기준</td><td>• 고등교육법 및 동법 시행령에 따라 설립된 대학 중 지원분야, 사업수행능력 우수성, 사업수행계획 우수성, 고용연계, 리스크 관리 등을 평가하며 상기내용은 상황에 따라 변경이 가능함</td></tr>
</table>

스포츠융·복합 대학원 사업은 단계적 융합교육으로 명확한 목표를 갖고 추진체계를 점검 및 관리하며 명확한 선발기준으로 평가한다. 또한 예산사용 적정성을 판단할 수 있는 세부기준을 마련하고 환류를 반영하는 방법으로 연차평가를 실시하여 평과 결과에 따라 차년도 사업비를 차등 지급할 수 있도록 하며 관련 분야 기업과 양해각서(MOU)를 체결하고 현장에서 요구하는 인력양성 융합교육 커리큘럼을 반영하는 등의 관리를 하고 있다.

스포츠융·복합 대학원 사업 추진 결과, 2019년 스포츠 융·복합 대학원 설립에 총 14개 대학이 신청하였고, 최종 2개 대학(포항공대, 성균관대)이 선정되어 2023년까지 운영되었다. 총 지원기간(’19~’23) 중 81명이 취·창업 하였고, 그 중 47명이 스포츠산업 분야로 진출하는 성과를 거두었다. 2023년 신규 지원 선정에는 총 5개 대학이 신청하여 최종 2개 대학(경희대, 상명대)을 선정함으로써 지속적인 인재양성 환경을 조성하였으며, ’27년까지 누적 240명(기존 120명, 신규 120명)의 인재를 배출할 예정이다.

8 첨단기술기반 스포츠산업 혁신 지원

1) 스포츠산업 기술개발(R&D) 지원

(1) 개념 및 필요성

스포츠 활동의 가치가 재조명됨에 따라 스포츠산업의 중요성이 더욱 증대되어 가고 있지만, 스포츠산업기술개발(Research & Development)에 대한 직접적인 지원은 2023년 기준 국가 전체 연구·개발사업 예산(307,000억 원) 중 문화체육관광 1,223억 원(0.4%)에 불과하여 매우 부족한 실정이다. 정부는 스포츠과학 기반기술의 연구개발을 통해 스포츠산업의 경쟁력을 높이고, 스포츠산업을 고부가가치 산업으로 육성하기 위해 2007년부터 추진하고 있는 스포츠산업기술개발(R&D) 사업의 규모를 점차 확대하여 2016년 스포츠산업 기술기반 조성사업의 예산은 141억 원에 달하였다. 그러나 사업목표의 구체성 및 차별성이 부족하고 사업성과 및 평가관리 등의 문제로 인해 2017년 사업 일몰이 결정되어 기존사업은 2018년을 끝으로 사업이 종료되었다. 이에, 스포츠산업기술개발 사업의 신규 사업으로 스포츠 서비스 사업화 지원이 2018년부터 시작되었으며, 2019년에는 스포츠 창업·선도기업 육성 핵심기술 개발을 추진하였다. 2021년 스포츠산업기술개발 예산 177억 원 중 스포츠 서비스 사업화 지원(R&D)사업에 42억 원 9,100만 원, 스포츠 창업·선도기업 육성 핵심기술 개발에 77억 3,300만 원을 배정하였다. 2023년 스포츠산업기술개발 예산 189억 원 중, 지역사회기반 장애인 재활운동 서비스 기술개발 50억 원, 스포츠산업혁신 기반조성 119.22억 원, 종목별 경기력 향상 지원 20억원을 배정하였다. 2024년 스포츠산업혁신 기반조성 21.4억 원, 종목별 경기력 향상 지원 8억원을 배정하였다. 스포츠산업기술개발 사업은 고부가가치 용품개발, 중소기업 애로기술 개발 지원, 서비스 R&D 지원을 통한 스포츠산업 경쟁력 강화, 훈련(경기)장비 개발을 통한 전문스포츠 경기력 향상, 스포츠 참여 활성화 기술개발을 목적으로 하고 있다.

〈표 4-65〉 스포츠산업기술개발 사업 예산 현황

구 분	'15년	'16년	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년	'22년	'23년	'24년
예산 (억 원)	130	141	97	78	49	78	177	207	189	29.4

정부는 부족한 재원을 효과적으로 활용하기 위해 스포츠 융·복합 기술 분야 투자 확대, 스포츠산업체 기술경쟁력 강화를 위한 지원기반 확충, R&D 성과제고를 위한 사업관리 프로세스 개선, 효과적 R&D 지원을 위한 전문기관 역량 강화를 사업추진방향으로 설정하였다. 이에, 스포츠산업기술개발 사업은 스포츠산업 경쟁력 강화를 위한 고부가가치 기술개발 지원과 지역 기반의 스포츠산업기술개발 기반 구축 및 기술개발 성과(결과물)의 활용 지원을 추진하였다. 공모 신청자격(주관연구기관)은 국·공립 연구기관, 고등교육법에 의거한 대학·산업대학 또는 기술대학, 과학기술분야「정부출연 연구기관 등의 설립 운영 및 육성에 관한 법률」에 의하여 설립된 정부출연 연구기관,「산업기술혁신촉진법」제42조에 의한 전문생산기술연구소 등의 연구기관,「특정연구기관육성법」에 의한 특정연구기관, 기업부설연구소를 보유한 상법상 주식회사(법인),「국가과학기술 경쟁력 강화를 위한 이공계지원 특별법」제2조 4호에 해당하는 연구개발 서비스업의 법인을 대상으로 하였다.

.〈표 4-66〉 부처별 연구·개발사업 예산 현황

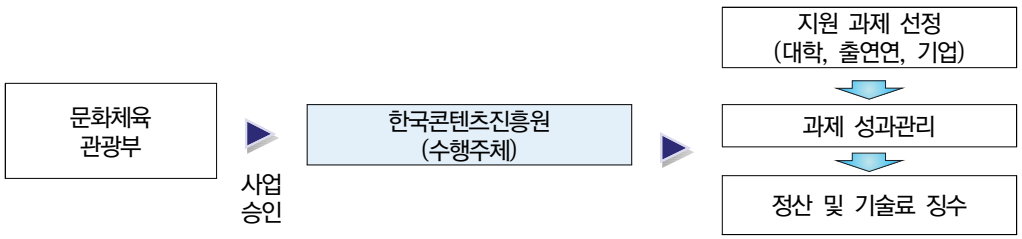
구분	2019	2020	2021	2022	2023
과학기술정보통신부	69,956	79,882	87,357	92,799	96,558
방위사업청	32,285	39,191	48,310	48,310	50,823
산업통상자원부	32,068	41,718	49,518	53,248	54,324
교육부	19,286	21,933	23,444	24,331	28,804
중소벤처기업부	10,744	14,885	17,229	17,888	17,701
농촌진흥청	6,504	7,131	8,022	8,533	9,022
해양수산부	6,362	6,906	7,825	8,237	8,824
보건복지부	5,511	6,170	8,030	8,361	7,555
국무조정실·국무총리비서실	5,002	5,178	5,288	5,457	5,567
국토교통부	4,822	5,247	6,031	5,788	5,571
환경부	3,315	3,601	4,072	3,776	3,914
농림축산식품부	2,239	2,350	2,757	2,902	2,779
산림청	1,187	1,289	1,493	1,575	1,574
기상청	1,105	1,014	1,162	1,236	1,224
식품의약품안전처	891	1,000	1,186	1,340	1,405
문화체육관광부	728	956	1,139	1,323	1,354
원자력안전위원회	744	753	1,143	1,149	979
행정안전부	689	808	1,037	1,200	1,262
국방부	495	533	556	702	700
문화재청	445	520	607	649	678
질병관리청	-	-	1,167	1,461	2,008
기획재정부	-	-	27	5,507	5,830
특허청	374	-	-	-	-
기타	576	1,130	1,602	1,996	2,323
종합(억 원)	205,328	242,195	274,005	297,770	310,778

주: 1. 각 연도 본예산 기준

2. 2023년 기준 기타는 경찰청, 특허청, 해경청, 소방청, 개인정보보호위원회, 관세청, 법무부, 조달청('23년 신규), 대통령경호처('23년 신규), 새만금개발청, 고용노동부, 인사혁신처, 외교부, 행정중심복합도시건설청, 통일부, 공정거래위원회, 여성가족부, 법제처 등 18개 소관 (예산 규모 순)

자료: 정부연구개발예산 현황분석(2023)

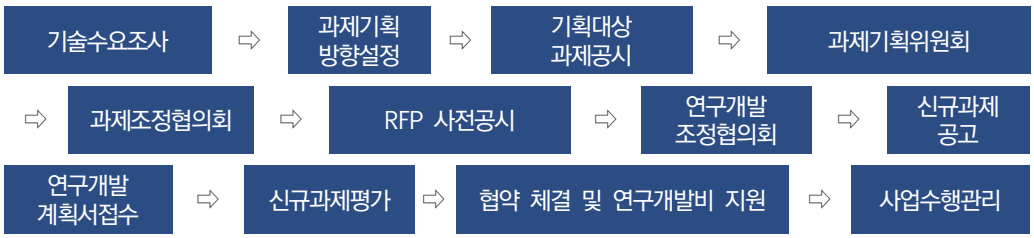
〈그림 4-10〉 스포츠산업기술개발 사업 시행 체계



(2) 추진과정

정부는 지정공모과제 사업을 추진하였다. 지정공모과제는 정부가 기술수요조사를 통해 수렴된 장·단기 관점에서 연구·개발이 필요한 기술 제안서를 제시하여 이를 수행할 기관 또는 업체를 선정·지원하는 방식이다. 지정과제 선정은 기술수요조사에서부터 사업수행관리까지 총 12단계의 절차를 거쳐 추진하였다.

〈그림 4-11〉 지정공모과제 기획 및 선정절차



(3) 추진성과

2024년 스포츠산업 기술개발사업 과제지원은 총 10건이었으며, 이 중 지정공모과제(일반) 10건을 수행하였다.

〈표 4-67〉 스포츠산업기술개발 사업 과제지원 실적

(단위: 백만 원, 건)

연도	합계		정책과제		지정공모				자유공모 (사업화 포함)		지역거점	
					전략		일반					
	과제수	지원액	과제수	지원액	과제수	지원액	과제수	지원액	과제수	지원액	과제수	지원액
'17년	20	9,281	2	1,775	-	-	9	4,930	4	576	5	2,000
'18년	11	6,946	1	1,500	-	-	10	5,446	-	-	-	-
'19년	12	4,583	-	-	-	-	5	2,750	7	1,833	-	-
'20년	14	7,637	-	-	-	-	6	3,910	8	3,727	-	-
'21년	20	17,067	1	1,800	-	-	16	13,624	3	1,643	-	-
'22년	16	20,679	1	1,200	-	-	15	19,479	-	-	-	-
'23년	15	18,922	1	2,300	-	-	14	16,622	-	-	-	-
'24년	10	2,940	-	-	-	-	10	2,940	-	-	-	-

* 스포츠산업기술 기반조성('07~'19), 스포츠 서비스 사업화지원('18~'20), 스포츠창업·선도기업 육성 핵심기술 개발('19~'23),지역사회 기반 재활운동서비스 기술개발사업('21~'23),종목별 경기력 향상 지원('23~계속), 스포츠산업 혁신기반 조성('21~'24)

세부현황을 살펴보면 대학교 산학협력단, 스포츠 관련 기업, R&D 관련 연구소에서 수행한 것으로 나타났다.

〈표 4-68〉 '24년 스포츠산업 혁신기반조성 사업 추진과제 세부 현황

과제명	기관명
선수들의 훈련경기 데이터 관리 및 AI기반의 경기력 향상 솔루션 기술 개발	㈜스포츠투아이
브레이킹 댄스를 위한 지능형 가상스포츠 서비스 기술개발	미소정보기술
AI 기반 태권도 품새 평가 시스템 및 코칭 플랫폼 기술개발	모아이스
생애전주기 운동실천을 위한 운동프로그램 개발 및 스포츠 과학적 측정 기술개발	경희대학교 산학협력단
메타버스 기반 스포츠 플레이 트위닝 및 실감화 기술개발	(재)세종테크노파크
한국형 Total Force Fitness 스포츠케어 서비스 기술개발	㈜현대엠아이비 인터내셔널
지능형 동작코칭 분석기반 스마트컬링 전략지도 기술개발	경일대학교 산학협력단
마라톤 경기력 향상을 위한 인포메틱스 서비스 기술개발	핏투게더
휠체어 경기 선수의 운동재활 서비스체계와 연계 운동기구 및 멀티형 스포츠 휠체어 기술개발	가천대학교 산학협력단
실감 기술을 활용한 보치아 종목 경기력 향상 기술개발	(주)에어패스

2024년 스포츠기술개발지원사업 추진에 따른 지식재산권 획득 실적을 살펴보면, 국외 논문(SCI) 5편을 게재하였으며, 국외 특허 출원 2건을 달성하였다.

〈표 4-69〉 스포츠산업기술개발 사업 종합성과

(단위: 건)

구분	논문		학술대회 (해외, 기타)	특허		기술료	사업화
	SCI(국외)	비SCI(국외)		출원(국외)	등록(국외)		
2012	5	32	63	46	16	9	6
2013	-	22	43	19	12	14	4
2014	6	16	23	22	28	2	3
2015	4	15	50	38	11	4	8
2016	6	15	71	61	12	8	9
2017	11	18	61	37	15	5	16
2018	12	9	26	36	21	8	9
2019	3	13	20	33	18	3	3
2020	9	3	16	64	9	1	0
2021	9	-	-	29	5	3	4
2022	14	17	-	41	13	3	15
2023	12	16	20	28	3	2	6
2024	5	4	8	2	-	1	5

※ 출처: 국가과학기술정보서비스(2017). 2020년 스포츠산업기술개발사업 성과추적 조사 결과보고서(2022), 2023년 문화체육관광 R&D 성과조사분석 보고서(2024), 2024년 문화체육관광 R&D 성과조사분석 보고서(2025)

2) 지역사회기반 장애인 재활운동 서비스 기술 개발

(1) 개념 및 필요성

스포츠 취약 계층(장애인)에게 재활 전주기로 건강을 보장하기 위해 의료/건강데이터 연계형 지능형(AI) 재활 스포츠 기술 개발을 통해 지역사회 기반 장애인의 재활운동 지원을 통한 건강증진 및 의료비 절감 기여를 제공하고자 한다.

(2) 추진과정

2023년 지원규모는 5,000백만 원으로 계속과제 3개를 지원하였다.

〈표 4-70〉 지역사회기반 장애인재활운동서비스 기술개발 사업 개요

<table>
<tr><th>구분</th><th colspan="6">주요 내용</th></tr>
<tr><td>사업기간</td><td colspan="6">2021 ~ 2023년</td></tr>
<tr><td>지원대상</td><td colspan="6">대학, 연구기관 등 비영리기관</td></tr>
<tr><td>사업규모</td><td colspan="6">지원규모 : 12,800백만원</td></tr>
<tr><td rowspan="6">사업내용</td><td rowspan="2">내역
사업명</td><td rowspan="2">과 제 명</td><td colspan="4">예산(백만원)</td><td rowspan="2">비고</td></tr>
<tr><td>'21</td><td>'22</td><td>'23</td><td>'24</td></tr>
<tr><td>지능형
재활연계 생활
체육 서비스
기술 개발</td><td>지능형 개인 맞춤 재활운동 서비스
기술 개발</td><td>1,800</td><td>1,500</td><td>2,300</td><td>-</td><td>정책
지정
(계속)</td></tr>
<tr><td>장애유형별 신체·
인지증강 기술 개발</td><td>인지신체 복합중재 재활운동 증강
디바이스 기술 개발</td><td>1,200</td><td>1,200</td><td>1,500</td><td>-</td><td rowspan="2">지정
공모
(계속)</td></tr>
<tr><td>ICT융합 재활·
생활체육 인프라
연계기술 개발</td><td>지역사회기반 재활운동 인프라 연계
기술 개발</td><td>800</td><td>1,300</td><td>1,200</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">계</td><td>3,800</td><td>4,000</td><td>5,000</td><td></td><td></td></tr>
</table>

3) 스포츠산업 혁신기반 조성

(1) 개념 및 필요성

코로나19 상황에서도 지속적으로 스포츠 활동을 유지하기 위한 디지털·비대면 스포츠 서비스 핵심 기술 개발의 필요성이 대두되면서 디지털 비대면 스포츠 기술 개발, 지능형 실내 스포츠 기술 개발을 위한 사업을 진행하였다.

(2) 추진과정

2024년 지원 규모는 2,140백만 원으로, 기존 계속 과제 6개에 대해서 21.4억 원을 지원하였다.

〈표 4-71〉 스포츠산업 혁신기반조성(R&D) 사업 개요

<table>
<tr><th>구분</th><th>주요 내용</th></tr>
<tr><td>사업기간</td><td>2021 ~ 2024년</td></tr>
<tr><td>지원대상</td><td>대학, 연구기관, 기업</td></tr>
<tr><td>사업규모</td><td>지원규모 : 35,234백만원</td></tr>
<tr><td>사업내용</td><td>
<table>
<tr><th rowspan="2">내역
사업명</th><th rowspan="2">과 제 명</th><th colspan="4">예산(백만원)</th><th rowspan="2">비고</th></tr>
<tr><th>’21</th><th>’22</th><th>’23</th><th>’24</th></tr>
<tr><td rowspan="12">비대면
스포츠시장
창출지원</td><td>첨단 ICT기반 초실감형 스포츠 방송콘텐츠 제작 및 관람큐브서비스 기술 개발</td><td>1,200</td><td>1,866</td><td>-</td><td>-</td><td rowspan="14">지정
공모
(계속)</td></tr>
<tr><td>스포츠 중소제조기업 디지털 전환을 위한 스포츠데이터 유통연계 제조서비스 기술 개발</td><td>1,000</td><td>1,623</td><td>2,000</td><td>-</td></tr>
<tr><td>홈트레이닝 스마트 운동기기 및 게이미피케이션 서비스 기술 개발</td><td>1,200</td><td>1,866</td><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td>감염병 예방을 위한 스포츠시설 이용 안전 기술 개발</td><td>800</td><td>1,461</td><td>1,800</td><td>-</td></tr>
<tr><td>실내 스포츠 이용자 안전을 위한 스마트체육시설 기술 개발</td><td>900</td><td>1,461</td><td></td><td>-</td></tr>
<tr><td>국민체감형 초실감 가상 스포츠 로코모션 플랫폼 개발</td><td>900</td><td>1,461</td><td></td><td>-</td></tr>
<tr><td>엘리트 선수 다시점 동작분석 기반 양방향 AI코칭 플랫폼 기술 개발</td><td>800</td><td>1,298</td><td></td><td>-</td></tr>
<tr><td>선수들의 훈련경기 데이터 관리 및 AI기반의 경기력 향상 솔루션 기술 개발</td><td>700</td><td>1,136</td><td>1,400</td><td>280</td></tr>
<tr><td>브레이킹 댄스를 위한 지능형 가상 스포츠 서비스 기술 개발</td><td>-</td><td>-</td><td>850</td><td>320</td></tr>
<tr><td>AI 기반 태권도 품새 평가 시스템 및 코칭 플랫폼 기술개발</td><td>-</td><td>-</td><td>1,000</td><td>400</td></tr>
<tr><td>생애전주기 운동실천을 위한 운동프로그램 개발 및 스포츠 과학적 측정 기술 개발</td><td>-</td><td>-</td><td>1,200</td><td>400</td></tr>
<tr><td rowspan="2">ICT 기반
스포츠케어
서비스
기술개발</td><td>메타버스 기반 스포츠 플레이 트위닝 및 실감화 기술개발</td><td>-</td><td>1,000</td><td>2,672</td><td>500</td></tr>
<tr><td>한국형 Total Force Fitness 스포츠케어 서비스 기술개발</td><td>-</td><td>500</td><td>1,000</td><td>240</td></tr>
<tr><td colspan="2">합 계</td><td>7,500</td><td>13,672</td><td>11,922</td><td>2,140</td><td>35,234</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

4) 종목별 경기력 향상 지원

(1) 개념 및 필요성

국가대표를 비롯한 스포츠 선수, 일반 국민 등 개인의 운동 역량 및 신체 능력을 개발하고 경기력을 향상시킬 수 있는 첨단 기술개발 사업을 진행하였다. 종목별 경기력 향상 기술 개발 사업은 종목별 경기력 향상을 위한 디지털 트윈 기술 개발(단체/개인 종목)을 위한 사업이며, 장애인 스포츠 경기력 향상 기술개발 사업은 장애인스포츠 종목의 선수들의 신체 능력을 극대화하고 개인의 운동능력을 고도화할 수 있는 AI 기반 첨단기술 개발을 위한 사업이다.

(2) 추진과정

2024년 지원 규모는 800백만 원으로, 기존 계속 과제 4개에 대해서 8억 원을 지원하였다.

〈표 4-72〉 종목별 경기력 향상 지원 사업 개요

<table>
<tr><th>구분</th><th>주요 내용</th></tr>
<tr><td>사업기간</td><td>2023년 ~ 계속</td></tr>
<tr><td>지원대상</td><td>대학, 연구기관, 기업</td></tr>
<tr><td>사업규모</td><td>2024년 지원규모 : 800백만원</td></tr>
<tr><td>사업내용</td><td>
<table>
<tr><th rowspan="2">내역
사업명</th><th rowspan="2">과 제 명</th><th colspan="2">예산(백만원)</th><th rowspan="2">비고</th></tr>
<tr><th>’23</th><th>’24</th></tr>
<tr><td rowspan="2">종목별
경기력 향상
기술 개발</td><td>지능형 동작코칭 분석기반 스마트컬링 전략지도 기술개발</td><td>500</td><td>200</td><td rowspan="5">지정
공모
(계속)</td></tr>
<tr><td>마라톤 경기력 향상을 위한 인포메틱스 서비스 기술개발</td><td>500</td><td>200</td></tr>
<tr><td rowspan="2">장애인
스포츠
경기력 향상
기술 개발</td><td>휠체어 경기 선수의 운동재활 서비스 체계와 연계 운동기구 및 멀티형 스포츠 휠체어 기술 개발</td><td>500</td><td>200</td></tr>
<tr><td>실감기술을 활용한 보치아 종목 경기력 향상기술 개발</td><td>500</td><td>200</td></tr>
<tr><td colspan="2">합 계</td><td>2,000</td><td>800</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

5) 스포츠테크 프로젝트

(1) 개념 및 필요성

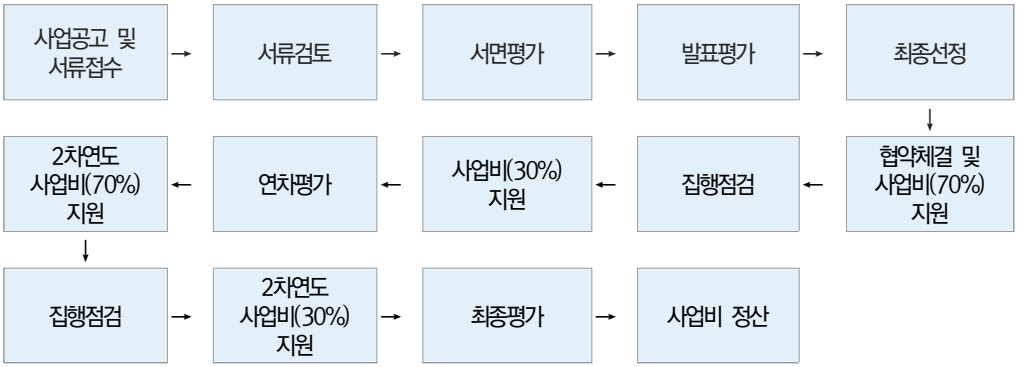
국내의 역량 있는 스포츠용품 제조 및 스포츠서비스기업을 대상으로 첨단기술을 접목한 상품의 고도화를 지원하여 스포츠산업 분야의 디지털화를 선도하고, 우수 스포츠기업의 경쟁력 강화로 지속가능성을 확보하기 위해 스포츠테크 프로젝트를 추진하였다. 스포츠테크 프로젝트의 사업 내용은 국내 스포츠용품 제조 및 스포츠서비스기업이 우수한 기술력과 인력을 보유한 기업, 대학, 연구소와 협업하여 혁신 상품을 개발하고, 이를 바탕으로 디지털화를 이어갈 수 있도록 지원하는 것이다. 이에 따라 스포츠기업의 디지털 전환 가속화를 위한 인력 및 시스템 구축 등을 목표로 선도형 및 추격형 8개 프로젝트 대상 총 65억 원을 지원하였다.

(2) 추진과정

〈표 4-73〉 스포츠테크 프로젝트 주요 내용

<table>
<tr><th>구 분</th><th>주요 내용</th></tr>
<tr><td>지원근거</td><td>• 국민체육진흥법 제22조(기금의 사용 등)
• 스포츠산업진흥법 제15조(품질 향상 지원)
• 스포츠산업진흥법 제19조(국제교류 및 해외시장 진출지원)</td></tr>
<tr><td>사업내용</td><td>• 스포츠테크 프로젝트 추진을 위한 사업비 지원</td></tr>
<tr><td>지원대상</td><td>• 주관기관 : 공고마감일 기준 업력 3년 이상의 국내 중소 스포츠용품제조기업, 스포츠서비스기업
• 참여기관 : ICT, AI, 빅데이터 등 4차산업 기술을 갖춘 기업, 학교, 연구소 등</td></tr>
<tr><td>지원기간</td><td>• 2023. 6. 1.~2024. 11.30.(18개월)
*1차연도 : 2023. 6. 1~2024. 3. 31(10개월)/ 2차연도 : 2024. 4. 1~2025. 11. 30(8개월),</td></tr>
<tr><td>지원유형</td><td>• 선도형 : 기존 시장에 없던 상품을 출시하여 새로운 사업 영역에 혁신상품을 출시하고자 하는 기업의 지원 유형
• 추격형 : 기존 시장에 존재하는 선도제품을 벤치마킹하여 상품을 출시하고 선도제품의 추격자로서 기술경쟁력을 강화하고자 하는 기업의 지원 유형</td></tr>
<tr><td>지원사항</td><td>• 혁신제품 개발 및 기술사업화(R&BD, Research and Business Development) 비용 지원
* 제품 설계, 디자인 개발, 성능 개선, 시제품 제작, 시험 분석 등
- 지원범위 : 기술성숙도(Technology Readiness Level) 기준 TRL5 이상에 상응하는 기술을 활용한 신제품의 응용개발 지원
<table>
<tr><th>단계</th><th colspan="2">TRL1</th><th>TRL2</th><th>TRL3</th><th>TRL4</th><th>TRL5</th><th>TRL6</th><th>TRL7</th><th>TRL8</th><th>TRL9</th></tr>
<tr><td>내용</td><td colspan="2">기초연구 단계</td><td>실험 단계</td><td>실험 단계</td><td colspan="2">시작품 단계</td><td colspan="2">제품화 단계</td><td>사업화</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

〈그림 4-12〉 스포츠테크 프로젝트 추진절차



(3) 추진성과

2023년 수행사 9개(선도형 4개, 추격형 5개)를 선정하여 1차연도 보조금 75억 원을 혁신상품 개발 및 시장출시를 위한 기술사업화 비용으로 지원하였고, 1차연도 연차평가 결과 8개 프로젝트 가 계속지원 사업으로 선정되어 2차연도 기술사업화 비용을 추가로 지원하였다.

〈표 4-74〉 스포츠테크 프로젝트 지원 추진성과(2023년 공모사업)

구 분	수행사		산출물 품목	프로젝트당 연간 지원액	지원 기간
	주관기관	참여기관			
선도형 (3개)	케이투코리아㈜	리얼디멘션㈜	3D 프린팅 리커버리화 및 인솔 제작 시스템	10억원	2년
	㈜필드원	㈜지오플랜	디지털 스포츠바닥재		
	㈜론픽	-	자동 운동부하 조절 운동기구		
추격형 (5개)	㈜유비스포	㈜제이콥시스템	디지털 타격장비 및 게임 콘텐츠	7억원	
	㈜렉스코	㈜케이.피.디. ㈜이지아이	스마트 피트니스 센터 운영 플랫폼		
	㈜시즈글로벌	㈜도로시, ㈜택티컬리스트, KOTITI시험연구원,	스포츠 모빌리티용 ICT 장갑		
	㈜윈엔윈	전주대학교 산학협력단	초경량 그래블 바이크		
	㈜에스빌드	㈜스플랜트	친환경 코르크 스포츠바닥재		

6) 스포츠용품 시험 및 국내외 인증 지원

(1) 개념 및 필요성

국가 간 자유무역협정(FTA: Free Trade Agreement) 및 세계무역기구(WTO: World Trade Organization)의 지역무역협정(RTA: Regional Trade Agreement)에 의한 관세 철폐 추세가 전 세계적으로 빠르게 확산되면서 국내·외적으로 자국 산업을 보호할 목적으로 제정되었던 산업, 무역, 금융 관련 각종 규제가 완화되거나 철폐가 추진 중에 있다. 글로벌 산업여건의 변화에 따라 각국에서는 WTO의 무역기술장벽(TBT: Technical Barriers to Trade) 위원회 규제원칙을 준수하면서 표준·인증 제도를 자국 산업의 기술발전을 위해 적극적으로 활용하기 위한 정책을 추구하고 있다. 이른바 표준, 기술, 무역의 연계를 강화하는 산업정책을 복합적으로 운용하는 방안이다. 또한, 표준·인증 제도를 활용하여 기술개발을 장려하기 위해 다양한 지원제도를 도입하고 촉진하는 정책을 구사하고 있다.

〈표 4-75〉 자유무역협정(FTA) 추진 현황

구 분	대상(건)	국가명
발효된 FTA	21	칠레, 싱가포르, EFTA(4개국), ASEAN(10개국), 인도, EU(27개국), 페루, 미국, 튀르키예, 호주, 캐나다, 중국, 뉴질랜드, 베트남, 콜롬비아, 중미(5개국), 영국, RCEP, 인도네시아, 이스라엘, 캄보디아
서명/타결된 FTA	1	필리핀
협상중인 FTA	7	한·중·일, MERCOSUR(아르헨티나, 브라질, 파라과이, 우루과이, 베네수엘라 중 베네수엘라 제외 4개국), 러시아, 말레이시아, 에콰도르, 우즈베키스탄 GCC 등
검토 중인 FTA (재개, 개시, 여건조성)	2	멕시코, PA(4개국)

※ 출처: FTA 통합플랫폼. FTA체결현황(2023년 1월 1일 기준)

이에 대응하기 위해 정부는 국내 스포츠용품의 품질향상과 국제경쟁력 강화를 위해 스포츠용품 인증제도(KISS)를 2005년 도입하였다. 스포츠용품 인증제도는 체육활동에 사용되는 운동용품에 대하여 품질과 운동기능을 과학적으로 평가하여 우수제품을 공인하는 제도이다. 스포츠용품 시험 및 인증사업은 우수 품질의 스포츠용품을 시험 후 인증을 부여하는 스포츠용품 품질인증제(KISS 마크), 스포츠용품을 구성하는 재료 또는 완제품의 역학 시험을 수행하는 스포츠용품 시험소 운영, 해외인증 획득지원을 통한 해외 경쟁력 제고 및 스포츠용품 인증기준 개발 사업으로 구성되어 있다. 아울러 스포츠용품에 특화된 품질 성능 시험·인증 인프라 구축으로 영세한 중소기업 및 국내 스포츠산업 육성을 제고하고 해외인증 획득지원을 통한 무역기술장벽 해소 및 수출경쟁력을 강화하고 있다.

〈표 4-76〉 '23년 스포츠용품 시험 및 인증사업의 구성

구분	내용
스포츠용품 시험 및 규격개발	찾아가는 시험인증 서비스 수행역량 강화, 표준규격에 적합한 스포츠용품 시험·검사 시행, 시험규격에서의 선택과 집중, 신규장비 도입
스포츠용품 품질 인증제 운영	「스포츠용품 품질인증제도시행지침」개정('20.3/4분기), 스포츠용품에 대한 성능·시험 인프라 확대에 따른 인증서 발급
스포츠용품 해외인증 획득 지원 사업	인증획득에 소요되는 시험, 평가, 기술지도 및 인증비용의 일부 지원, 해외인증 외에 국제경기연맹 공인분야 지원, 업체별 지원한도 내 해외배송비 등 부대비용 지원
우수체육용구 생산업체 지정	우수체육용구 지정 제도 보완 정착화
스포츠용품전산 해석	스포츠용품 분야 개발시스템 고도화 지원, 찾아가는 스포츠용품 전산해석 컨설팅, 부품 제품 사용 환경을 고려한 최전화 설계 해석 모델 개발, 부품소재불성 데이터 확보, 표준화 부품 3차원 모델 데이터 베이스 구축

(2) 추진과정

스포츠용품 시험을 통한 인증절차는 해당업체에서 인증을 신청하면 심사를 통해 인증서를 발급하고 있다. 또한, 인증서 발급 후 3년마다 공장심사 및 제품시험 재시행을 통해 갱신심사를 받도록 되어있다.

〈그림 4-13〉 KISS 인증절차



정부는 국내 스포츠 용품업체의 기술력 향상 및 국제경쟁력 확보를 위해 2014년부터 2024년까지 총 142억 원을 투입하여 스포츠용품 인증사업을 실행하고 있으며, 2024년도 사업예산은 1,702백만 원(품질인증 812백만 원, 해외인증 890백만 원)이다. 2014년부터 2024년까지 스포츠용품 시험실적은 총 45,276건이다.

〈표 4-77〉 스포츠 인증 제도를 위한 투자현황

(단위: 백만 원)

구 분	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	계
품질인증	759	729	729	729	729	729	729	729	729	729	812	8,132
해외인증	460	490	490	490	490	490	490	490	490	890	890	6,160
합 계	1,219	1,219	1,219	1,219	1,219	1,219	1,219	1,219	1,219	1,619	1,702	14,292

※ 12년은 시험소 이전 비용 포함

※ 15년부터 기금회계로 변경되었으며 해외인증은 민간경상보조금으로 490백만 원이 지원됨

2024년 KISS 품질인증 실적은 총 32건으로 2023년 42건 대비 감소하였다.

〈표 4-78〉 '24년 KISS 품질인증 실적

번호		업체명	품목명	모델명
1	1	장연 주식회사	실내체육관바닥재	JH-G60
2	2	동화기업 ㈜	실내체육관바닥재	스쿨 내진플로어시스템
3	3	주식회사 호연디엔씨	실내체육관바닥재	HY-ABC-001-39
4	4	㈜ 디알지코리아	골프클럽(퍼터)	RPM Mallet type
	5			RPM Blade type
5	6	세민텍크 ㈜	실내체육관바닥재	SMT-ENQ-300
6	7	㈜ 코리아팀버	실내체육관바닥재	오공방진시스템
7	8	주식회사 동현건설	실내체육관바닥재	DH-01
8	9	㈜ 대산스포텍	실내체육관바닥재	DSF-Z-407
	10			DSF-W-407
	11			DSF-LW-407
9	12	㈜ 지오건축	실내체육관바닥재	GFS-200
10	13	주식회사 한마루	실내체육관바닥재	DS-201
11	14	주식회사 한솔클래스	실내체육관바닥재	에어쿠션 시스템마루틀
12	15	주식회사 아이안	실내체육관바닥재	탄성루버 마루시스템
13	16	㈜원일제이엠	실내체육관바닥재	KSF SF-203
14	17	㈜에버그린필드	인조잔디	EGF-XM55
15	18			EGF-XM35
16	19	㈜ 한영테크	실내체육관바닥재	AJ-02
	20			AJ-03
17	21	㈜ 반야테크	실내체육관바닥재	HVS-400-01
18	22	주식회사 가연인더스	실내체육관바닥재	SPOWELL-500
	23			SPOWELL-300
14	24	㈜ 한백아이디	실내체육관바닥재	HB-ADS
	25			HB-BIO
19	26	㈜ 대산스포텍	실내체육관바닥재	DSF-S-101
	27			DSF-S-201
	28			DSF-LR-407
	29			DSF-OZ-407
20	30	㈜ 마루다움	실내체육관바닥재	Module 85
	31			MD 45
	32			MD 80

2024년까지 스포츠용품 성능평가 및 인증을 69종의 시험장비가 설치되었다.

〈표 4-79〉 '14~'24년 인증 시험·검사장비 현황

(단위: 개)

구분	계	주 요 품 목		
2014	4	· 골프스윙머신		· 회전관성측정기
		· 워크스테이션	· 텐션측정기	
2015	6	· 골프공내구성시험기	· 변위측정카메라	· 궁도물성시험기
		· 야구공 전 처리기	· 미끄럼마찰시험기	· 야구배트시험기
2016	8	· 전자저울	· 동하중측정기	· 비냉각 IR-NDT 시스템
		· 고속카메라	· FIFA CSM 시험기	· 빙상안전매트 항온항습조
		· 태권도 전자호구 시험기	· 등산시틱 시험기	
2017	6	· 스포츠바닥재시험기	· 다목적스포츠용품피로시험기	· 축구공 내구성 시험기
			· 전자저울	· 자동데이터입력시스템
		· 디지털 토크렌치		
2018	12	· 전자현미경	· 전자내시경	· 소음진동센서 교정기
		· 축구공압력측정기	· 고해상카메라	· 자전거페달피로시험기
		· 자전거타이어내압시험기	· 자전거페달충격시험기	· 자전거타이어직경측정기
		· 야구공둘레길이측정기	· 소형크레인	· 고속카메라
2019	6	· 다채널 데이터 수집장치	· 컴파운드 활 프레스	· 환경챔버
		· 반발높이시험기	· 수분흡수율시험기	· 5축 CNC 가공장비
2020	7	· 고무경도기	· 삼차원프린터	· 삼차원프린터 세척기
		· 열화상카메라	· 진동시험기	· 만능재료시험기
		· 디지매틱 인디게이터		
2021	4	· 환경시험기	· 야구공발사기	· 시험편절단기
		· 야구공반발계수 측정기		
2022	6	· 푸시풀게이지	· 투사체역학량측정기	· 안전펜스충돌시험기
		· 자전거 프레임 피로시험기	· 태권도송판격파시험기	· 자전거프레임피로시험기
2023	8	· 워크스테이션	· 안전펜스충돌시험기 거치대	· 자전거바퀴충격시험기
		· 야구공공급기	· 공구함세트	· 파크골프클럽형상측정기
		· 골프공지름측정기	· 골프공내구성시험기	
2024	2	· 야구공속도측정기	· 골프클럽내구성시험기	
합 계	69			

※ 노후되어 불용된 시험장비 제외

(3) 추진성과

2024년 스포츠용품 시험 및 인증 사업 추진 결과 총 32개 품목의 스포츠용품 품질인증을 지원하였다. 스포츠용품 시험·검사 실적은 2023년 대비 9.6% 증가한 6,609건이며, 국내 스포츠 용품업체의 해외인증 획득 지원실적은 87건이다.

〈표 4-80〉 스포츠용품 시험 및 인증현황

(단위: 건)

구 분	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	계
시험실적	2,734	3,334	2,425	3,005	4,083	4,426	3,652	3,582	5,398	6,028	6,609	45,276
품질인증	33	91	71	65	59	71	60	86	94	42	32	704
해외인증	17	27	25	25	36	25	61	60	34	82	87	479

〈표 4-81〉 '24년 스포츠용품 시험 및 인증 사업의 추진실적

(단위: 건)

구분	실적 수	2024실적내용
스포츠용품 품질인증 지원	32	· 32개 용품 인증 지원
스포츠용품 시험·검사지원	6,609	· 종목별로 보면 야구 1,720건, 파크골프 2,286건으로 가장 많음
스포츠용품 인증기준 개발	2	· 골프클럽내구성, 파크골프공 시험규격 제정 작업 수행

스포츠용품 해외인증 지원은 총 82건으로 태권도 겨루기 전자채점시스템 등 스포츠용품과 관련된 인증이 진행되었다.

〈표 4-82〉 '23년 스포츠용품 해외인증 지원현황

번호		업 체 명	품 목 명	모 델 명	인증명
1	1	㈜크리에이츠	ZCAM3	CQU-Z3100	FCC
2	2	클라임코리아(주)	Climbing Holds	CK-HOLD-001	RoHS
	3		Climbing Holds	CK-SPEED HOLD-001	RoHS
3	4	㈜개선스포츠	Treadmill	T-800	CE
4	5	㈜벤포트	Shooting Box	VPSBSN20	FCC
5	6	㈜유비스랩	BEE PRO	UBLAB03	CE
	7		BEE LITE	UBLAB04	FCC
6	8	한국재활메디슨	Olympic kinesiology tape	KI-O-1	CE
	9			KI-O-2	CE
	10			KI-O-3	CE
	11			KI-O-4	CE
	12			KI-O-5	CE
	13			KI-O-6	CE

번호		업 체 명	품 목 명	모 델 명	인증명
7	14	㈜렉스코	Treadmill	LT8xA	CE
	15		Treadmill	LT8x	CE
8	16	㈜스노우라인	HEXA SPIKE	Art. No. 3930	CE
	17		HEXA SPIKE	Art. No. 3931	CE
	18		HEXA SPIKE	Art. No. 3932	CE
	19		HEXA SPIKE	Art. No. 3933	CE
9	20	㈜금강피씨씨	K Track(Supertrack)	K Track(Supertrack)	WA
10	21	㈜길튼코리아	패들 라켓	GT-Arena	USAP
	22		패들 라켓	GT-Family	USAP
	23		패들 라켓	GT-Pro.Tour	USAP
11	24	㈜낫소	Padel ball	NASSAU PADEL(PB-300)	FIP
12	25	㈜다빈치프로덕츠	상급자용 패러글라이더	MAMBO	EN-926-1/2
	26		초급자용 하네스	SOUL2	EN-1651
13	27	㈜렉스코	Treadmill	LT8xA	NRTL
	28		Treadmill	LT8xA	RCM
	29		Treadmill	LT7x	RCM
	30		Treadmill	LT7x	NRTL
14	31	마그마홀드	클라이밍홀드	MAGMA-PU-01	EN-12572-3
	32		클라이밍홀드	MAGMA-PU-02	EN-12572-3
	33		클라이밍홀드	MAGMA-PU-03	EN-12572-3
	34		클라이밍홀드	MAGMA-PU-04	EN-12572-3
	35		클라이밍홀드	MAGMA-PU-05	EN-12572-3
	36		클라이밍홀드	MAGMA-PU-06	EN-12572-3
	37		클라이밍홀드	MAGMA-PU-07	EN-12572-3
	38		클라이밍홀드	MAGMA-PU-08	EN-12572-3
	39		클라이밍홀드	MAGMA-PU-09	EN-12572-3
	40		클라이밍홀드	MAGMA-PU-10	EN-12572-3
	41		클라이밍홀드	MAGMA-PU-11	EN-12572-3
	42		클라이밍홀드	MAGMA-PU-12	EN-12572-3
	43		클라이밍홀드	MAGMA-PU-13	EN-12572-3
	44		클라이밍홀드	MAGMA-PU-14	EN-12572-3
	45		클라이밍홀드	MAGMA-PU-15	EN-12572-3
	46		클라이밍홀드	MAGMA-PU-16	EN-12572-3
	47		클라이밍홀드	MAGMA-PU-17	EN-12572-3
	48		클라이밍홀드	MAGMA-PU-18	EN-12572-3
	49		클라이밍홀드	MAGMA-PU-19	EN-12572-3
	50		클라이밍홀드	MAGMA-PU-20	EN-12572-3
	51		클라이밍홀드	MAGMA-PU-21	EN-12572-3

번호		업 체 명	품 목 명	모 델 명	인증명
	52		클라이밍홀드	MAGMA-PU-22	EN-12572-3
	53		클라이밍홀드	MAGMA-PU-23	EN-12572-3
	54		클라이밍홀드	MAGMA-PU-24	EN-12572-3
	55		클라이밍홀드	MAGMA-PU-25	EN-12572-3
	56		클라이밍홀드	MAGMA-PU-26	EN-12572-3
	57		클라이밍홀드	MAGMA-PU-27	EN-12572-3
	58		클라이밍홀드	MAGMA-PU-28	EN-12572-3
	59		클라이밍홀드	MAGMA-PU-29	EN-12572-3
	60		클라이밍홀드	MAGMA-PU-30	EN-12572-3
	61		클라이밍홀드	MAGMA-PU-31	EN-12572-3
	62		클라이밍홀드	MAGMA-PU-32	EN-12572-3
	63		클라이밍홀드	MAGMA-PU-33	EN-12572-3
	64		클라이밍홀드	MAGMA-PU-34	EN-12572-3
	65		클라이밍홀드	MAGMA-PU-35	EN-12572-3
	66		클라이밍홀드	MAGMA-PU-36	EN-12572-3
	67		클라이밍홀드	MAGMA-PU-37	EN-12572-3
	68		클라이밍홀드	MAGMA-PU-38	EN-12572-3
	69		클라이밍홀드	MAGMA-PU-39	EN-12572-3
	70		클라이밍홀드	MAGMA-PU-40	EN-12572-3
15	71	㈜무토	KARATE MITTS, SHIN & FOOT PROTECTOR, BODY PROTECTOR, FEMALE CHEST PROTECTOR, FOREARM PROTECTOR, CHILDREN BODY PROTECTOR, HEAD GUARD, MALE GROIN GUARD, FEMALE GROIN GUARD, KATA KARATEGIS, KUMITE KARATEGIS		WKF
16	72	모 스포츠	Recovery Shoes	MO Recovery Slide	ACA
17	73	㈜볼빅	골프공	VIMAT	R&A
	74		골프공	POWER SOFT	R&A
	75		골프공	VISTA3 PRISM360	R&A
18	76	㈜소닉월드	음파동 전신 운동기	SW-WPS1	NRTL
19	77	㈜스마일스퀘어	MYPARK	SS-MYPARK-1	VCCI
	78		MYPRO	SS-MYPRO-1	VCCI
20	79	㈜알피온	F4 Laser Cross+	PUTTING GOD	FDA ACCESSION
21	80	에치에스테크	Seat	SCA	EN12727
22	81	㈜잔글라이더	PARAGLIDER	GTO 3	EN
	82		PARAGLIDER	GTO 3	LTF
	83		PARAGLIDER	MINI FUSE	EN
	84		PARAGLIDER	MINI FUSE	LTF
23	85	㈜코메트	스포츠자전거	RAFZ06	UCI
	86		스포츠자전거	CMTPD25	UCI
24	87	㈜크리에이츠	KIOSK V4.1	KIOSK V4.1-XXX	VCCI

7) 가상현실 스포츠실 보급 사업

(1) 개념 및 필요성

국회에서 미세먼지 방지와 관련한 법안을 의결하는 등 미세먼지에 대한 국민적 관심과 우려가 높아지고 있다. 미세먼지와 폭염 등으로 호흡기가 취약한 초등학생들이 야외 체육활동을 기피하는 현상 등은 신체발달과 건강에 필요한 스포츠 활동을 제약하는 요인으로 부각되고 있고 이에 대한 특별한 대응 방안 마련이 시급한 상황이었다. 이에, 문화체육관광부는 국민체육진흥공단과 함께「국민체육진흥법」제18조 및「스포츠산업진흥법」제6조에 의거, 첨단기술을 기반으로 초등학교에 가상현실 스포츠시스템의 보급 및 설치를 지원함으로써 야외 체육활동의 대안을 제시하였다. 가상현실 스포츠실은 실내에 설치된 화면과 움직임을 인식하는 전방위 센서를 통해 학생들이 화면 위에 있는 공을 활용하여(던지기, 차기, 맞추기 등) 화면 속의 신체동작을 따라 하는 시스템으로, 환경과, 시공간에 구애받지 않고 보다 안전한 환경에서 체육활동을 즐길 수 있는 공간이다.

(2) 추진과정

〈표 4-83〉 가상현실 스포츠실 보급 사업 추진과정

구 분	주요 내용
사업목적	• 미세먼지, 폭염 등 날씨와 상관없이 체육활동을 즐길 수 있는 여건 마련 및 흥미로운 콘텐츠 제공으로 적극적인 체육활동 참여기회 확대 • 스포츠산업의 잠재적 가능성을 발굴하고 고부가가치 미래전략산업으로 육성하기 위한 기반 조성
사업기간	• 사업승인일 ~ 2024. 12. 31
사업예산	• 1,497백만 원
사업주요 내용	□ (지원대상 확대 기반 마련) 기존 초등학교 및 공공시설에서, 국·공립 유치원 및 시니어 국민체육센터 등 유아·노인체육 시설로 지원대상 확대 보급 위해('25년부터) 현황 조사 및 추진방향 연구 □ (통합플랫폼 안정적 운영) 통합플랫폼 기능 업그레이드 및 네트워크 기반 스포츠 대회 개최 □ (실감형 콘텐츠 공급) 차기년도 지원대상 확대 추진 대비 생애주기별 맞춤형(유아, 노인 등) 신규 콘텐츠 시범 개발

2016년 서울 옥수초등학교와 신정초등학교에 시범 설치를 시작으로 2017년 지자체 추천 10개 초등학교 대상으로 시범사업을 추진하였다. 2020년에 124개소, 2021년에 98개소, 2022년에는 99개소 2023년에는 98개소를 설치하여 전국에 총 654개소를 운영하고 있으며, 지원비율은 기금과 지방비가 각각 50%이다.

〈표 4-84〉 '23년 가상현실 스포츠실 보급 사업 지자체별 기금지원 규모

구 분	설치규모 (개소)	지원금액 (백만원)	구분	설치규모 (개소)	지원금액 (백만원)
서울특별시	10	350	충청북도	3	105
부산광역시	3	105	충청남도	6	210
광주광역시	2	70	전라북도	9	315
대구광역시	12	420	전라남도	5	175
인천광역시	9	315	경상북도	13	455
대전광역시	3	105	경상남도	9	315
울산광역시	1	35	합계	98	3430
경기도	10	350			
강원도	3	105			

(3) 추진성과

가상현실 스포츠실 보급 사업으로「2019 정부혁신 우수사례 경진대회」행정안전부장관상(동상)을 수상하였으며, 가상현실 스포츠실 초등학교 보급사업 실태조사('19년 6월) 및 초등학교 선생님 및 학부모 시연회('19년 11월/서울, 대구 2회 개최) 등을 실시하였다. 그 결과 학생, 학부모, 교사 대상 만족도가 높은 것으로 나타났다. 가상현실 스포츠실 보급사업은 이용자들의 수요를 파악하여 가상현실 스포츠의 혁신성장 창출에 기여하고 있으며, 2023년까지 전체 초등학교의 10% 수준인 약 654개교에 지원을 완료하여 2025년부터 유아·노인·장애인 대상 시설로 확대 지원.

〈표 4-85〉 가상현실 스포츠실 보급 사업 추진결과

연도	배치계획	설치개소	기금지원액	사업기간
2019년	112개소	103개소	3,744백만원	2019.0.~2020.12
2020년	150개소	124개소	3,750백만원	2020.01~2021.12
2021년	100개소	98개소	3,430백만원	2021.01~2022.12
2022년	100개소	98개소	3,465백만원	2022.01~2023.06
2023년	100개소	98개소	3,465백만원	2023.02~2024.06

* 초등학교 지원 종료로 2024년 추가설치 없음

9 지역 융·복합 스포츠산업 기반 확충

1) 지역특화 스포츠관광산업 육성

(1) 개념 및 필요성

2013년에 수립한 문화체육관광부의 “스포츠산업의 국제경쟁력 제고와 융복합화를 통한 스포츠산업의 경쟁력 제고” 및 스포츠산업진흥 중장기계획 “스포츠산업 중장기계획 비전(스포츠 융·복합 서비스개발)”을 근거로, 스포츠와 지역별 비교우위 산업을 융·복합한 신규 스포츠 융·복합 육성 지원사업을 추진하였다. 이는 기초지방자치단체를 주관기관으로 지역 발전계획 간 연계를 통해 지속가능한 발전 기반을 구축하고, 지역특화 스포츠융·복합 관광 산업의 발굴과 사업화를 통한 지역경제 활성화에 기여하는 것을 목적으로 한다. 사업추진 효율성 제고를 위해 중기(3개년) 지원방식을 채택하였으며, 지역별 스포츠관광 산업의 육성을 통한 스포츠산업 균형 발전 기반을 마련하였다. 지역 스포츠산업 육성정책이 성공하기 위해서는 지역 내 경쟁력이 확보된 비교우위 스포츠자원을 상품화하는 것이 중요하다. 따라서 정부는 지역 특화 스포츠관광산업 육성 추진을 위해 지원 대상을 지역 내 비교우위를 확보한 스포츠자원 및 관련 스포츠상품으로 한정하였으며, 지역 내 스포츠자원과 타 산업자원이 융·복합된 관광 상품개발을 지원하였다.

(2) 추진과정

2024년 1월부터 12월까지 기존에 선정한 6개소와 신규 선정한 2개소를 대상으로 지역특화 스포츠기반 조성 사업을 실행하였다. 2023년 기존 지역 특화 스포츠관광산업 육성 사업에서 2024년 개선·변경된 사업에서는 지자체가 자체 개발한 스포츠이벤트(대회, 프로그램) 및 지역 부대행사(지역 축제, 관광요소 등)를 결합하여, 스포츠를 통한 지역경제 활성화를 중점에 두었다.

〈표 4-86〉 지역특화 스포츠기반 조성사업 추진과정

구 분	주요내용
사업목적	• 지역특화 스포츠 이벤트(대회 및 프로그램) 개발을 통한 지역경제 활성화 • 스포츠기반 조성을 통한 스포츠도시화 및 지역균형적 스포츠 발전 도모
사업기간	• 2024. 1~2024. 12 *지자체 사업기간 : 사업승인일 ~ 12월
사업예산	• 4,035백만 원 (사업비 4,000백만원 및 운영비 35백만원)

<table>
<tr><th>구 분</th><th>주요내용</th></tr>
<tr><td>사업
추진과정</td><td>
지역특화 스포츠기반 조성사업 공모
① 스포츠대회 ② 스포츠프로그램
▼ 1, 2, 3차 심사(1차 서면평가, 2차 현장평가, 3차 발표평가)
사업추진
▼ 사업관리(현장점검 등)
사업결과평가(성과 및 회계 평가)
▼ 사업실적평가 후 지속여부결정
2024년 기준 총 8개 지자체
기존 6개 지자체: 악산시, 산안군, 울주군, 단양군, 부안군(이상 3년차), 영암군(이상 2년차)
신규 2개 지자체: 태백시, 철원군
</td></tr>
<tr><td>공모
선정절차</td><td>
신규선정 모집공고 (4월) → e나라도움, 문화체육관광부 누리집 등
평가 및 선정 (5월) → 3단계 평가 (서면·현장·발표)
사업계획 승인 (5월) → '24년도 사업계획 검토 및 승인 (문화체육관광부 승인)
보조금 지급 (5월) → 1차 보조금 (60%) 지급
사업시행 (승인일~12월) → 사업점검(수시)
중간보고 (9~10월 중) → 2차 보조금 (40%) 지급
'24년 사업 연차평가 ('25.3월) → 1, 2년차 계속지원 여부 결정
</td></tr>
<tr><td>세부
사업
내용
및
현황</td><td>
• 매칭조건 및 지원 한도 안내
<table>
<tr><th rowspan="2">연차</th><th colspan="2">매칭조건(%)</th><th colspan="2">사업비(억 원)</th><th rowspan="2">사업비 합계액</th><th rowspan="2">비 고</th></tr>
<tr><th>국비</th><th>지방비</th><th>국비</th><th>지방비</th></tr>
<tr><td>1년차</td><td>50%</td><td>50%</td><td>5억 원</td><td>5억 원</td><td rowspan="3">40억 원</td><td rowspan="3">총사업비의 50%</td></tr>
<tr><td>2년차</td><td>50%</td><td>50%</td><td>5억 원</td><td>5억 원</td></tr>
<tr><td>3년차</td><td>50%</td><td>50%</td><td>5억 원</td><td>5억 원</td></tr>
</table>
• '24년 지원현황(1, 2, 3년차)
</td></tr>
</table>

구 분	주요내용

주관기관	사업예산(백만원)			비고
	보조금	지자체부담금	총 사업액	
신안군	500	500	1,000	5:5 ('24년 3년차)
울주군	500	500	1,000	5:5 ('24년 3년차)
익산시	500	500	1,000	5:5 ('24년 3년차)
단양군	500	500	1,000	5:5 ('24년 3년차)
부안군	500	500	1,000	5:5 ('24년 3년차)
영암군	500	500	1,000	5:5 ('24년 2년차)
태백시	500	500	1,000	5:5 ('24년 1년차)
철원군	500	500	1,000	5:5 ('24년 1년차)
합계	4,000	4,000	8,000	-

• 지역특화 스포츠기반 핵심요소

기능요소	세부사항
스포츠 작·간접 체험 프로그램	• 지역 대표성을 지닌 종목 지정 • 특화 스포츠 참여 활성화 • 종목 관련 스포츠이벤트 개최
스포츠 커뮤니티 조성 활성화	• 스포츠 클럽 운영 활성화 • 스포츠 리그 및 토너먼트 대회 개최 • 스포츠를 통한 지역간 교류 활성화
스포츠 테마시설 보유	• 종합 스포츠시설, 스포츠 테마시설 보유 • 시설 연계 스포츠프로그램 보급 • 특화 스포츠시설을 통한 지역 상징성 부여
특수목적 지향적 활동공간 제공	• 전지훈련장, 자연친화적 레저스포츠 활동 등 • 외부 방문객 증대를 통한 지역경제 활성화

※ 출처: 스포츠 현안과 진단 「국내 스포츠도시 추진을 위한 지방자치단체의 역할('22년 11월)」

(3) 추진성과

2024년 지역특화 스포츠기반 조성사업 결과, 지자체 평균 소비진작효과는 5.0배에 달하였으며, 평균 참여 인원은 10,681명, 일자리 창출은 근무일수를 1년 단위로 환산해 5.8명으로 집계되었다.

〈표 4-87〉 지역특화 스포츠기반 조성 사업 경제적 효과

구분	2018년 (9개소)	2019년 (7개소)	2020년 (7개소)	2021년 (8개소)	2022년 (9개소)	2023년 (8개소)	2024년 (8개소)
참가인원(명)	80,329 (▲417.9%)	98,539 (▲22.7%)	25,519 (▼74.1%)	87,479 (▲342.7%)	114,005 (▲30.3%)	141,640 (▲24.2%)	85,449
경제유발효과 (백만 원)	5,708.888 (▲177.1%)	6,468 (▲13.3%)	4,392 (▼32.1%)	9,178 (▲208.9%)	32,110	34,600	40,250
일자리창출(명)	1,131 (▲161.8%)	1,448 (▲28.0%)	2,619 (▲81.0%)	2,408 (▼8.0%)	61.7*	71.3*	46.3

※ 경제유발효과(참가인원수에 따른 1인당 경제소비 비용)는 '16년부터 해당 지자체를 통해 조사하였으며, '22년에는 소비진작효과(사업비를 투입하여 생산·파생된 총금액)를 조사함

*일자리창출은 '22, '23, '24년에는 근무일수를 1년 단위로 환산하여 인원수 계산

〈표 4-88〉 '24년 지역특화 스포츠기반 조성사업 성과

지자체	연차	사업내용	총사업비 (지원금)	참가 인원 (명)	소비진작 효과 (배)	일자리 창출 (명)
익산시	3년차	승마관광 메카도시 익산	1,000백만원 (500백만원)	4,950	2.2	12.4
신안군		플로피아 1004섬 신안 스포츠관광 축제	1,000백만원 (500백만원)	12,189	4.4	3.3
울주군		울주 트레일 페스타	1,000백만원 (500백만원)	17,192	8.6	6.4
단양군		수상스포츠의 메카 "단양 구경가자"	1,000백만원 (500백만원)	6,692	5.1	6.5
부안군		새만금 해양레저스포츠 체험관광	1,000백만원 (500백만원)	10,998	2.7	5.9
영암군	2년차	영암 모터피아 스포츠 관광 특화사업	1,000백만원 (500백만원)	7,080	2.1	4.4
태백시	1년차	Hi-high 레전드와 함께하는 산악스포츠	1,000백만원 (500백만원)	15,271	10.8	3.7
철원군		철원 DMZ 로드 스포츠 특화사업	1,000백만원 (500백만원)	11,077	4.5	3.7
평균		-	-	10.681	5.0	5.8

10 스포츠산업 시장 활성화 지원

1) 전지훈련 특화시설(에어돔) 설치 지원

(1) 개념 및 필요성

스포츠산업 진흥법 제6조(경쟁력 강화 조치 · 지원 등)를 근거로 스포츠 선수단을 위한 전지훈련 공간 제공을 통해 훈련효과 제고와 지역경제 활성화를 동시에 추진할 필요성이 대두되었다. 이에, 계절이나 기후의 제약을 받지 않는 훈련 공간 마련을 위해 에어돔 설치지원 사업을 추진하였으며 지원 대상은 전국 소재 지방자치단체이다.

〈표 4-89〉 '24년 전지훈련 특화시설(에어돔) 설치 지원사업 개요

구 분	주요내용	
추진과정	공고 및 설명회 개최	‣ e나라도움 홈페이지 공고 ‣ 사업설명회 개최 등
	⇩	
	평가 및 사업자 선정	‣ 사업계획서·현장·발표평가로 사업자 선정
	⇩	
	사업계획 승인	‣ 지자체 사업계획 승인 및 보조금 교부 신청 안내
	⇩	
	1차 보조금 지급	‣ 보조금(60%) 지급
	⇩	
	사업시행	‣ 신규사업 시행(사업 승인일로부터 24개월)
	⇩	
	중간보고(현장점검) 2차 보조금 지급	‣ 중간보고(현장점검)시행 ‣ 보조금(40%) 지급
	⇩	
	결과 보고 및 사업비 정산	‣ 사업추진 성과보고 및 사업비 정산
사업기간	• 사업승인일 ~ 사업 승인일로부터 24개월	

<table>
<tr><th>구 분</th><th>주요내용</th></tr>
<tr><td>지원분야</td><td>
• 사업예산 : 4,000백만 원(기금회계 - 자치단체 자본보조)
• 지방비 매칭(50 : 50)
<table>
<tr><th colspan="2">구분</th><th>내용</th></tr>
<tr><td colspan="2">공통 조건</td><td>• 에어돔 바닥면적 10,000㎡ 이상
* 단, 경기장 형태를 고려하여 (연식)야구 및 소프트볼 종목은 8,000㎡ 이상
- 에어돔 바닥 면적 외에 공사 차량 이동 및 자재 조달을 위한 10m 이상의 폭을 운송로로 확보 필수</td></tr>
<tr><td rowspan="4">종목별 필수 조건</td><td>축구</td><td>• IFAB(국제축구위원회)가 규정한 'LAWS OF GAME 2023-24'를 충족하는 경기장
* IFAB에서 규정한 국제 축구장 규격(45~90m × 90~120m) 외에 기초 체력훈련을 위한 트랙 설치까지의 면적을 포함하여 10,000㎡ 이상</td></tr>
<tr><td>(연식) 야구 및 소프트볼</td><td>• 대한야구소프트볼협회 U-12 규격을 충족하는 경기장
* 홈 플레이트~중앙 펜스 거리는 72m 이상, 홈 플레이트~좌우 펜스 거리는 68m 이상</td></tr>
<tr><td>육상</td><td>• 대한육상연맹이 공인한 2종 육상경기장 준비운동장에 준하는 규격
* 대한육상연맹 '육상 경기규칙 및 기술규칙' 중 '기술규칙 - PART V. 실내경기' 규칙을 만족하는 규격으로 관람석, 탈의실, 샤워실 및 우천 시 대비 시설 설치 제외</td></tr>
<tr><td>기타종목</td><td>• 해당 종목의 국제 또는 한국 연맹의 공인 규격
* 국제 경기를 치를 수 있는 수준의 경기장</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>공모 선정절차</td><td>
• (1차 평가) 지자체 사업계획서를 평가하여 2차 평가 대상 선정
* 최종 선정 지자체 수의 3배수('24년 기준 6개) 이내로 2차 평가 대상 선정
** 70점 미만 득점 지자체는 선정 제외

• (2차 평가) 1차 평가를 통해 선정된 지자체를 대상으로 현장·발표평가 실시
* 현장평가(40%), 발표평가(60%)를 합산하여 2차 평가 점수 산정

• (최종선정) 2차 평가 최고득점 2개 지자체
사업계획 접수 → (1차) 서면평가 → (2차) 현장평가 ·발표평가
</td></tr>
</table>

(2) 추진성과

2020년 최초로 실행한 사업으로써 지원 대상 선정 결과 경북 경주와 경남 창원 2개소를, 2021년에는 강원도 춘천시 1개소를 선정하였다. 해당 사업의 실행예산은 국비와 지방비가 50:50 비율로 매칭하는 구조이며 에어돔 준공 후 지역별로 특화된 종목의 전지훈련 유치를 통해 지역경제 활성화와 신규 일자리 창출 효과를 기대할 수 있다. 2022년도에는 일부 지자체 및 KBO에서 공모조건 완화를 요청하였고 자문위원회를 통해 공모조건 추가의 타당성을 검토 후 반영하였다. 그 결과로 2022년 경남 고성군이 선정(중도 포기)되었다. 2023년에는 사업을 신청한 12개 지자체 중 충남 보령시 1개소가 최종 선정되었다. 2024년에는 사업을 신청한 12개 지자체 중 강원 양양군, 경북 구미시 총 2개소가 최종 선정되었다.

2) 비대면 스포츠 코칭 시장 창출 지원

(1) 개념 및 필요성

정부에서는 「국민체육진흥법 제22조(기금의 사용 등)」와 2023년도 국민체육진흥기금 기금운용계획안에 의거하여 비대면 스포츠 코칭 시장 창출 지원사업을 실시하고 있다. 이 사업은 비대면 스포츠 신시장 창출을 통해 미래에 대한 선제 대응 및 관련 분야의 새로운 일자리 창출을 도모하고, 포스트 코로나19 이후 수요 증가가 예상되는 '운동 영상 분석'이나 '운동 데이터 분석·처리' 등의 특기·적성 분야 전문 교육을 통해 장기적으로 취업 가능한 역량을 강화시키는데 목적이 있다.

(2) 추진과정

비대면 스포츠시장 융합인력 양성을 위해 민간체육시설사업자, 스포츠강사 및 지도자, 체육사범 등 1,000명에 대한 비대면 사업 역량향상 교육을 비수도권을 포함해 전국단위로 실시하였다. 기술분야 양성을 위해 온라인 영상과 데이터의 분석 및 처리 등을 위한 기술 분야와 사업모델 설계 등의 체육업 디지털 격차를 해소할 수 있는 역량 강화 프로그램 위주로 40시간 교육을 제공하고 있다.

〈표 4-90〉 스포츠산업 비대면 시장 융합인력 양성 사업 추진과정

구 분	주요 내용
목 적	• 비대면 스포츠 신시장(원격 코칭 등 창출을 통해 미래 사회적 선제 대응
추진과정	사업기관 공모 (운영기관↔기업) → 평가 및 보조사업자 선정 → 홍보, 신청 접수 (기업) → 사업수행 (기업↔수혜자) → 결과보고 (기업)
지원대상	• 민간체육시설업자, 스포츠강사(지도자), 체육사범 등
교육내용	• 기술 분야(온라인 영상·데이터의 분석·처리 등), 사업모델 설계 등
사 업 비	• 3,900백만 원

(3) 추진성과

2023년 비대면 스포츠시장 융합인력 양성을 위한 지원예산은 39억 원이 투입되었으며, 1,000명의 인력을 양성하였다. 주요성과로는 디지털 역량 강화로 지역 간 융합인력 불균형을 해소하였고, 민간체육시설업 중 515개소를 선별하여 디지털 전환금을 지원 후 등록회원 수 증가와 신규 고용 및 매출 증가에 지속적인 효과가 있었다. 동 사업 수혜자의 건의 사항으로 지속적인 체육업 사업 전환 연계를 위한 지원정책을 강화하고 관련 예산을 확대해달라는 의견이 도출되기도 했다.

〈표 4-91〉 스포츠산업 비대면 시장 융합인력 양성 지원 성과

(단위 : 명)

구분	2020	2021	2022	2023
비대면 스포츠시장 융합인력 양성인원	626	1,950	1,000	1,000
디지털전환지원	400	1,200	650	515
합계	1,026	3,150	1,650	1,515

11 스포츠산업 인프라 구축

1) 스포츠산업조사

(1) 개념 및 필요성

스포츠산업의 경쟁력 증대와 지속적인 성장·발전을 위해서는 스포츠산업의 현황을 파악하고 정확한 통계자료에 근거한 스포츠산업 진흥 정책수립이 필요하다. 따라서 정부는 스포츠산업 인프라 구축 사업의 일환으로 2008년(2007년 기준조사)부터 매년 스포츠산업 실태조사를 실시해왔다. 2007년과 2008년 기준조사까지는 주무부서인 문화체육관광부의 정책의사결정과 실용성 제고목적으로 자의적인 분류체계를 적용한 자체조사를 실시하여 국가승인통계로 지정받지 못하였다. 2009년 기준조사부터는 국가표준산업분류 특수 분류체계를 적용하여 국가승인통계(제11321호)로 지정받았고, 2013년 기준조사까지 문제점을 지속적으로 보완하여 체계적이고 신뢰성 있는 통계자료를 제공함으로써 국내 스포츠산업의 경쟁력 증대와 지속적인 성장을 위하여 관련 기관 및 학계의 연구 자료로 활용되고 있다.

(2) 추진과정

스포츠산업조사는 국가승인통계(제11321호)로 지정된 2009년 기준조사부터 2023년 기준조사까지 14회째 실시된 사업으로 그동안 모집단 미정비(2009년 기준), 공표단위 중분류 한정(2010년, 2011년), 신분류체계에 대한 구분 및 정의 불명확(2012년) 등의 문제점들이 도출되었다. 2011년 기준조사까지는 15개 중분류(45개 세세분류)로 구축된 스포츠산업 특수 분류 V.2(구분류)로 진행이 되었으며, 2012년 기준조사부터는 20개 중분류(66개 세세분류)로 새로 개편된 「스포츠산업 특수 분류 V.3 (신분류)」를 적용하여 조사가 수행되었다. 연도별, 부문별 전년도 조사와 비교 분석이 가능하도록 표준화된 구축 틀을 활용하여 2023년 기준조사를 실시하였다. 또한, 전년도 조사와 시계열 분석이 가능하도록 구성하여 스포츠산업의 대표 통계가 될 수 있도록 하였다.

〈표 4-92〉 스포츠산업조사 주요 추진 현황

기준 년도	추진 기관	예산	추진 시기	모집단/ 표본크기	산업분류체계 (대분류)	특이사항
2009	통계청	1억2천	3~12월	62,184개/ 1,999개	한국표준산업분류 특수분류	국가승인 통계지정 (제11321호)
2010	통계청	1억2천	4~12월	69,315개/ 2,400개	한국표준산업분류 특수분류	국가승인 통계 유지
2011	통계청	1억2천	4~12월	69,027개/ 2,540개	한국표준산업분류 특수분류	국가승인 통계유지
2012	민간업체	2억	5~12월	신분류 기준 84,246개/6,935개 구분류 기준 68,826개/5,407개	한국표준산업분류 특수분류	국가승인 통계유지
2013	민간업체	2억	4~12월	신분류 기준 90,493개/7,317개 구분류 기준 70,617개/5,690개	한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0)	국가승인 통계 유지
2014	민간업체	2억	5~12월	신분류 기준 92,293개/7,715개 구분류 기준 71,140개/5,600개	한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0)	국가승인 통계유지
2015	민간업체	2억	5~12월	신분류 기준 93,350개/7,509개 구분류 기준 76,001개/ 93,350개	한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0)	국가승인 통계유지
2016	민간업체	3.5억	5~12월	신분류 기준 95,387개/12,406개	한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0)	국가승인 통계유지
2017	민간업체	3억	3~12월	신분류 기준 101,207개/12,253개	한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0)	국가승인 통계유지
2018	민간업체	3억	5~12월	신분류기준 103,145개/12,319개	한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0)	국가승인 통계유지
2019	민간업체	3억	5~12월	신분류기준 105,445개/12,007개	한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0)	국가승인 통계유지
2020	민간업체	3억	5~12월	신분류기준 105,445개/12,007개	한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0)	국가승인 통계유지
2021	민간업체	3억	5~12월	신분류기준 116,095개/14,000개	한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0)	국가승인 통계유지
2022	민간업체	3억	9~11월	신분류기준 120,652개/14,000개	한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0)	국가승인 통계유지
2023	민간업체	3억	10~12월	신분류기준 126,186개/14,000개	한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0)	국가승인 통계유지

〈표 4-93〉 '23년 기준 스포츠산업조사 사업개요

<table>
<tr><th>구 분</th><th>주요 내용</th></tr>
<tr><td>목 적</td><td>• 한국표준산업분류 중 개편된 스포츠산업 특수분류(스포츠산업 v3.0) 적용을 통한 국가승인 통계 유지
- 기존 스포츠산업 경영정보조사는 주무부서인 문화체육관광부의 내부 정책의사결정에 목적을 두고 진행한 사업이었지만, 2009년 기준조사부터 2015년 기준조사까지 국민에게 스포츠산업의 사회적, 경제적 가치 등을 알리기 위한 공표를 목적으로 두고 진행
• 최신 모집단 확보를 위한 모집단 정비
• 스포츠산업 정책 활용 목적뿐만 아니라 스포츠산업 진흥 및 육성의 공식적인 지표 활용의 극대화 추구
• 총량개념의 통계를 통한 스포츠산업 전반의 실태 및 동향 파악</td></tr>
<tr><td>사업기간</td><td>• 2024. 9. ~ 2024. 12.</td></tr>
<tr><td>소요예산
(보조금)</td><td>• 3억 원</td></tr>
<tr><td>조사 설계</td><td><table>
<tr><th>구 분</th><th>세부 내용</th></tr>
<tr><td>조사 지역</td><td>• 전국</td></tr>
<tr><td>조사 범위</td><td>• 스포츠 활동을 지원하는 시설업, 용품업, 서비스업</td></tr>
<tr><td>표본 크기
(sample)</td><td>• 총 14,008개 업체
- 스포츠 시설업 : 5,715개
- 스포츠 용품업 : 3,934개
- 스포츠 서비스업 : 4,359개</td></tr>
<tr><td>조사 내용</td><td>• 사업체 일반현황, 종사자 수, 사업의 종류, 사업실적, 스포츠산업 비중, 특성항목, 사업체 경영전망, 설문문항 등(16개 항목)</td></tr>
<tr><td>조사 방법</td><td>• 사업체를 방문하여 조사하는 면접조사를 원칙으로 하되 방문 조사가 어려운 경우 해당 사업체는 e-mail 조사를 병행 실시
• 응답자 회신 편의성을 고려 전화, 이메일, Fax 조사 병행</td></tr>
<tr><td>조사 기간</td><td>• 2024. 10.07 ~ 11.29</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>조사단위</td><td>• 사업체 단위: 단독사업체, 지사(지점) 등
• 개별 사업체「(본사(지사 제외), 지사(점), 영업소 등」별 조사표 작성</td></tr>
</table>

〈그림 4-14〉 스포츠산업조사 수행 절차

구분	주요 업무 내용	관련기관 및 부서
준비 단계	조사항목 설정 및 조사표 설계	문화체육관광부, 한국스포츠과학원
	표본 설계	문화체육관광부, 통계대행업체
	실시계획 수립 및 예산 재배정	통계대행업체
	입력·내검을 위한 나라통계 시스템 점검	통계대행업체
	조사지침서 작성 및 조사표류 인쇄	통계대행업체
	조사원 채용	통계대행업체
현장 조사	담당자 교육 및 조사원 교육	문화체육관광부, 통계대행업체
	준비조사	통계대행업체
	본조사 실시	통계대행업체
	조사표 내검 및 입력	통계대행업체
	조사표 제출	통계대행업체
자료처리 및 집계·제출, 공표	조사결과 검토 및 집계	문화체육관광부, 한국스포츠과학원, 통계대행업체
	최종 보고서 작성 및 공표	문화체육관광부, 한국스포츠과학원, 통계대행업체

(3) 추진성과

2023년 기준 스포츠산업조사는 2018년 기준조사 시 개편된 스포츠산업 특수 분류체계(스포츠산업 특수분류 v3.0)를 적용하여 스포츠산업을 총 66개 세세분류로 진행하였다. 2014년부터 기준조사에서 조사모집단 보완을 위해 산업세세분류에 속하는 사업체를 전화조사 및 2013년 기준조사결과와 교차 검토, 행정자료 매칭을 통하여 보완 과정을 거쳤으며, 2015년 기준조사에서는 스포츠산업 특수 분류를 체계적으로 정리하여 기존 표본 추출들을 재정비함으로써, 모집단의 대표성을 확보하였다. 2023년 기준조사 결과 신분류 기준 126,186개 사업체가 있는 것으로 조사되었다. 2022년 기준조사와 비교 분석한 결과 전체 사업체는 5,534개가 증가하였다.

〈표 4-94〉 '15~'16년 대분류별 모집단 비율(구분류 기준)

(단위: 개, %)

구 분	2015 기준		2016 기준	
	사업체수	비중	사업체수	비중
운동 및 경기용품 제조업	3,472	4.5	3,564	4.6
경기 및 오락스포츠업	33,744	44.4	33,609	43.3
운동 및 경기용품 유통 임대업	16,507	21.7	17,250	22.2
스포츠 레크리에이션 교육기관	22,323	29.4	23,138	29.8
합 계	76,001	100.0	77,561	100.0

〈표 4-95〉 '20~'23년 대분류별 모집단 비율(신분류 기준)

(단위: 개, %)

구 분	2020 기준		2021 기준		2022 기준		2023 기준	
	사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중
스포츠 시설업	38,279	39.2	44,168	38.0	45,195	37.5	47,349	37.5
스포츠 용품업	30,876	31.6	36,939	31.8,	39,078	32.4	39,382	31.2
스포츠 서비스업	28,513	29.2	34,988	30.1	36,382	30.2	39,455	31.3
합 계	97,668	100.0	116,095	100.0	120,652	100.0	126,186	100.0

2017년 기준조사부터는 지역별(17개 시·도) 결과를 정식으로 공표하기 시작하였으며, 2012년 기준조사와 동일하게 통계청의 나라통계시스템을 이용하여 자료처리를 실행하였고, 단조로운 설문 조사표를 가능한 구체화하여 통계조사 결과에 대한 양적·질적 분석을 확대하였다. 또한, 응답자의 적극적인 협조유도를 위하여 응답자 맞춤형 조사표 설계 및 조사 방식을 도입하고, 조사표의 일관성 및 항목 간 연계성을 고려한 문항을 재구성함으로써 조사의 체계성과 신뢰성을 제고하였다. 이러한 개선 노력을 통해 국가승인통계 유지는 물론 스포츠산업 진흥 및 육성을 위한 공식적인 지표로서의 가치를 높이고, 스포츠산업 정책의사결정 활용도를 극대화하였다.

2) 대한민국 스포츠산업대상 포상

(1) 개념 및 필요성

국내 스포츠산업 발전의 동력은 국내 스포츠관련 기업체의 지속적인 기술개발과 시장 확대 노력을 통한 대내외 경쟁력 강화이다. 따라서 정부는 2005년부터 '대한민국 스포츠산업대상'을 시행하여 스포츠산업 발전을 위해 진력한 우수 스포츠산업체를 발굴하고 그 공로를 포상함으로써 종사자의 사기 진작을 도모하고, 국민의 스포츠산업에 대한 인식 변화와 업체의 국제경쟁력 강화 기반을 마련하였다.

(2) 추진과정

스포츠산업대상 포상사업은 스포츠산업진흥법 제23조(포상) 및 동법 시행령(대통령령) 제22조, 제13회 대한민국 스포츠산업대상 포상 세부계획(문화체육관광부)에 의거하여 신성장동력 산업으로 주목받고 있는 스포츠산업 발전에 공헌한 우수 기업, 단체, 지자체, 개인을 발굴 및 시상하는 것을 목적으로 한다. 또한, 시상을 통해 국내 스포츠산업의 경쟁력을 제고하고 관련 종사자의 사기진작에 기여할 수 있다.

〈표 4-96〉 제20회 대한민국 스포츠산업대상 포상사업 추진과정

구 분	주요 내용
목 적	• 스포츠산업 발전에 기여한 우수 기업을 발굴·시상하여 새로운 성장 동력 산업으로 주목받고 있는 스포츠산업 분야 종사자들의 사기 진작과 국내 스포츠산업의 경쟁력 제고
추진과정	'대한민국 스포츠산업대상' 시상 계획 공고 ↓ 신청 접수 / 제출 서류 확인 ① 신청서(또는 추천서) ② 공적요지 ③ 세부 공적내용 ④ 공적내용의 각 항목별 증빙자료, ⑤ 사업자등록증 및 법인 등기부등본 ⑥ 최근 3년간 대차대조표 및 손익계산서, 현금흐름표 ↓ 1차 심사: 신청 기업 중 우수 후보군(약 2~3배수) 선정 ↓ 2차 심사: 기업 소개(PT) 및 질의응답(필요시 현장실사 병행) ↓ 결과발표: 개별 통보 ↓ 시상식
포상대상	• 스포츠용품 제조, 체육시설업, 서비스업, 유통임대업 등 스포츠산업 전 분야(프로스포츠, 지자체, 개인 포함)

<table>
<tr><td>신청분야</td><td>
<table>
<tr><th>분 야</th><th>내 용</th></tr>
<tr><td>기업·단체</td><td>스포츠 용품 제조, 서비스업, 유통임대업 등 스포츠산업 전 분야에서 스포츠산업 발전에 기여한 공로가 큰 기업·단체</td></tr>
<tr><td>프로스포츠단</td><td>창의적인 마케팅 활동을 통해 고객서비스 향상 및 수익 사업 창출 등 프로스포츠 활성화에 기여한 프로스포츠단</td></tr>
<tr><td>지방자치단체</td><td>스포츠이벤트, 스포츠관광, 지역 스포츠산업체 육성 등 지역 스포츠산업 발전 및 활성화에 기여한 지방자치단체</td></tr>
<tr><td>개인</td><td>스포츠산업 발전, 일자리 창출 등에 기여한 공로가 큰 자</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>포상규모</td><td>
• 대통령 표창 1, 국무총리 표창 1, 장관 표창 6
<table>
<tr><th colspan="3">분 야</th><th>훈 격</th><th>수량</th><th>상 금</th><th>비고</th></tr>
<tr><td rowspan="6">스포츠
산업
대상</td><td rowspan="3">본 상</td><td>대 상</td><td>대통령 표창</td><td>1</td><td>상금 10백만원과 상패</td><td rowspan="6">문화체육
관광부
선정</td></tr>
<tr><td>최우수상</td><td>국무총리 표창</td><td>1</td><td>상금 7백만원과 상패</td></tr>
<tr><td>우 수 상</td><td rowspan="4">장관 표창</td><td>3</td><td rowspan="4">상금 4백만원과 상패</td></tr>
<tr><td colspan="2">우수프로스포츠단상</td><td>1</td></tr>
<tr><td colspan="2">우수지방자치단체상</td><td>1</td></tr>
<tr><td colspan="2">공 로 상(개인)</td><td>1</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>심사방법</td><td>• 1차 서류심사, 2차 PT발표(15분) (필요시 현장실사 병행)
• 신청분야별 계량(재무건전성), 비계량 지표(기업이미지 외) 평가</td></tr>
<tr><td>시상식</td><td>• 시상일자 : 2024. 12. 13.(금) 14시 / 서울올림픽파크텔 올림피아홀</td></tr>
</table>

(3) 추진성과

2005년 제1회 스포츠산업대상은 3개 수상부문(대상, 특별상, 공로상) 수상업체에 문화관광부 장관표창이 수여되었으나, 본 사업의 의의와 중요성을 고려하여 2006년(2회)부터 대상 부분의 훈격이 대통령 표창으로 격상되었다. 또한, 지역 스포츠산업 발전에 기여한 지자체의 공로를 포상하고 역할을 강화하기 위해서 2007년(3회) 지자체 부문을 신설하였다. 2014년(10회)에는 스포츠산업 시장 환경 변화 등을 고려하여 시상분야를 개편하여 장관 표창을 6개에서 8개로 확대하고, 골프경영 혁신상을 신설하였으나 수상자가 없었다. 2016년(12회)부터는 스포츠산업 디자인 공모전 시상식이 함께 진행되었다. 시상식을 통해 스포츠산업 발전을 위한 정부의 향후 비전 제시 및 관련 업계의 공감대 형성의 장을 마련하고, 정부와 산업계, 학계와의 유기적인 상호협력을 통해 성공적인 사업으로 정착될 수 있도록 사업역량 강화를 추진하고 있다.

〈표 4-97〉 스포츠산업대상 및 디자인 공모전 역대 수상 현황

년도	상 장	훈 격	수상업체	업 종
2007 (제3회)	대 상	대통령 표창	신신상사㈜	볼류 제조
	최우수상	총리 표창	프로스펙스	풋살경기
			㈜SK와이번스	프로구단
	우수상	장관 표창	이글아이드	골프화 제조
			㈜현대시멘트레저사업본부	대중골프장
	프로경기단상	장관 표창	KTF매직윙스농구단	프로농구단
	스포츠마케팅우수 지자체	장관 표창	대구광역시	지방자치단체
			대전광역시	
	장려상	공단 이사장 표창	㈜일와이앤코리아	기능성신발 제조
			(재)에덴스포츠타운	종합스포츠레저시설
2008 (제4회)	대 상	대통령 표창	㈜홍진에이치제이씨	오토바이 헬멧 제조
	최우수상	총리 표창	㈜삼익스포츠	양궁 제조
	우수상	장관 표창	㈜오투런	종합체력진단시스템 제조
			㈜엠에프에스코리아	골프클럽 제조
			㈜아이비스포츠	스포츠마케팅
	프로경기단상	장관 표창	㈜롯데자이언츠	프로구단
	지자체상	장관 표창	양산시	지방자치단체
			목포시	
	장려상	공단 이사장 표창	㈜휴먼넷	종합스포츠센타
			㈜세마스포츠마케팅	스포츠마케팅
2009 (제5회)	대 상	대통령 표창	㈜골프존	골프시뮬레이터 제조
	최우수상	총리 표창	KBS스포츠국	스포츠방송업
	우수상	장관 표창	㈜스카이칠십이	골프장 운영
			㈜학산	스포츠신발, 의류 제조
			우진프라스틱	아웃도어용 버클 제조
	프로경기단상	장관 표창	㈜강원도민축구단	프로구단
	지자체상	장관 표창	제주특별자치도	지방자치단체
	장려상	공단 이사장 표창	㈜싸카	스포츠용품 도소매
			㈜스포츠테라카	야구장 선수 보호용
2010 (제6회)	대 상	대통령 표창	㈜디자인파크개발	야외체육시설 제조
	최우수상	총리 표창	코오롱FnC부문	아웃도어 제조
	우수상	장관 표창	군산레저산업㈜	골프장 운영
			한솔개발㈜	종합레저스포츠시설 운영
			㈜블랙야크	등산용 아웃도어 제조
	프로경기단상	장관 표창	부산KT 프로농구단	프로구단
	지자체상	장관 표창	경남 통영시	지방자치단체
			전북 군산시	
	장려상	공단 이사장 표창	엔에이치엔㈜	인터넷 스포츠 중계

년도	상 장	훈 격	수상업체	업 종
			㈜알피나스트	등산용품 제조
2011 (제7회)	대 상	대통령 표창	㈜볼빅	골프공 제조
	최우수상	총리 표창	㈜LS네트웍스	아웃도어 도소매
	우수상	장관 표창	㈜골프매니지먼트	골프용품 유통
			스포츠투아이㈜	스포츠기록 통계 솔루션
			(재)선문축구재단	축구대회 개최
	프로경기단상	장관 표창	천안 현대캐피탈 배구단	프로구단
	지자체상	장관 표창	경북 김천시	지방자치단체
			전남 해남군	
	장려상	공단 이사장 표창	대한야구캠프	야구장 시설 운영
			㈜조이포스	스포츠라이센싱 대행
2012 (제8회)	대 상	대통령 표창	윈앤윈	양궁 활 제조
	최우수상	총리 표창	MFS코리아	골프 샤프트 등 장비
	우수상	장관 표창	혁산정보시스템	스포츠 솔루션 개발
			알톤스포츠	자전거 제조
			태영산업	헬스기구 제조
	금룡	인조잔디 충진재	천안 현대캐피탈 배구단	프로구단
	프로경기단상	장관 표창	동부 프로미 농구단	프로구단
			지자체상	
	개인상	공단 이사장 표창	최종필	대구대 교수
			임효순	스포츠 용품 개발
2013 (제9회)	대 상	대통령 표창	코베아	캠핑 등산 용품
	최우수상	총리 표창	㈜블루원	골프장 서비스
	우수상	장관 표창	㈜휠라인	스포츠용 휠체어 제조
			㈜신티에스	스포츠 의류 제조
			㈜대명레저산업	복합 스포츠시설 운영
			㈜에스티엔	뉴미디어 스포츠 중계
	지자체상	장관 표창	경북 안동시	지방자치단체
	개인상	공단 이사장 표창	조광민	연세대 교수
			김창호	한국스포츠산업협회 부회장
2014 (제10회)	대 상	대통령 표창	제주유나이티드FC㈜	프로스포츠단(축구)
	최우수상	총리 표창	㈜컬처메이커	태권도 용품
	우수상	장관 표창	㈜케이엘에스	야외운동기구
			디스커버리씨에스㈜	인공암벽시설
	프로경기단상	장관 표창	창원LG세이커스	프로구단
	지자체상	장관 표창	충북 보은군	지방자치단체
			충남 아산시	
	공로상	공단 이사장 표창	김양경	한국연식야구연맹 회장
			박종부	한국체육시설공업협회 상임부회장

년도		상 장	훈 격	수상업체	업 종
2015 (제11회)		대 상	대통령 표창	경기도 고양시	지방자치단체
		최우수상	총리 표창	전북현대모터스 축구단	프로구단
		우수상	장관 표창	㈜대원그린	인조잔디 제조
				㈜헬스윈	헬스기구 제조
				코레일관광개발㈜	여행형 레저상품 기획/운영
		프로경기단상	장관 표창	수원삼성블루윙즈 축구단	프로구단
		지자체상	장관 표창	경남 남해군	지방자치단체
		공로상	장관 표창	김원길(바이네르 골프단)	바이네르㈜ 대표이사
2016 (제12회)	스포츠산업대상	대 상	대통령 표창	㈜유컴테크놀로지	스포츠용품(골프)
		최우수상	총리 표창	SK와이번스 프로야구단	프로구단
		우수상	장관 표창	임페리얼스포츠	스포츠경기용품 제조
				㈜아이뜰	유소년 스포츠 교육기관
				에어포스	캠핑레저용품 업체
		지방자치 단체상	장관 표창	서귀포시	지방자치단체
		공 로 상	장관 표창	㈜제니맨스포츠 최익성 대표	㈜제니맨 스포츠 대표
	디자인공모전	대 상	장관 표창	김경석	
		최우수상	이사장 표창	오인호	
		우수상	이사장 표창	정하림	
				홍지요, 박효원	
				안영주	
		장려상	이사장 표창	이교진	
				이봉주	
2017 (제13회)	스포츠산업대상	대 상	대통령 표창	㈜유성이이비	스포츠용품 제조
		최우수상	총리 표창	㈜위피크	스포츠 네트워크 기업
		우수상	장관 표창	㈜컴아트시스템	카메라 개발 업체
		지방자치 단체상	장관 표창	경북 김천시	지방자치단체
		프로스포츠단상	장관 표창	울산현대프로축구단	프로구단
		공 로 상	장관 표창	-	
	디자인공모전	대 상	장관 표창	김구한	
		최우수상	이사장 표창	김희란	
		우수상	장관 표창	김용한, 한은혜, 김용재, 김성우	
		장려상	장관 표창	김솔, 최민호, 김은현, 박형민	
2018 (제14회)	스포츠산업대상	대 상	대통령 표창	충남 천안시	지방자치단체
		최우수상	총리 표창	(재)대구테크노파크	기타 공학 연구 개발업
		우수상	장관 표창	㈜티엘인더스트리	컴퓨터 제조업
		우수프로스포츠단상		부산 아이파크	프로축구단
		우수지방자치단체상		경기 안산시	지방자치단체
		공 로 상(개인)		이정학 교수	경희대 교수

년도		상 장	훈 격	수상업체	업 종
	디자인공모전	대 상	장관 표창	홍욱	
		최우수상	이사장 표창	권나현, 이승현	
		우수상		김지유	
				김유형	
				김주원, 정유진	
				이재옥	
		장려상		신경연	
				진다정, 정성훈	
				김나영	
				성민재, 이소현	
2019 (제15회)	스포츠산업대상	대 상	대통령 표창	kt wiz 프로야구단	프로스포츠단
		최우수상	총리 표창	동아알루미늄㈜	스포츠용품제조
		우수상	장관 표창	㈜렉스코	헬스기구제조
				㈜아피스	낚시용품
		우수프로스포츠단상		대구 FC	프로스포츠단
		우수지방자치단체상		경상북도 문경시	지방자치단체
		공 로 상		-	
	디자인공모전	대 상	장관 표창	신민호	
		최우수상	이사장 표창	이채영, 서진	
		우수상		김지윤, 진유진	
				우철재	
				안선주	
				박수영, 한유진	
		장려상		김경아, 김호준	
				신영균	
2020 (제16회)		대 상	대통령 표창	(사)한국여자 프로골프협회	프로스포츠협회
		최우수상	총리 표창	강원도 양구군	지방자치단체
		우수상	장관 표창	㈜사이넷	모바일어플리케이션개발
				㈜슬티드	스포츠용품제조업
				㈜에스빌드	스포츠 시설업
		우수프로스포츠단		NC다이노스 프로야구단	프로스포츠단
		우수지방자치단체		경상남도 고성군	지방자치단체
		공로상		김영석	포스텍 교수
2021 (제17회)		대 상	대통령 표창	포디리플레이코리아(주)	특수영상장비 및 콘텐츠제작
		최우수상	총리 표창	㈜파워풀엑스	스포츠용품제조업
		우수상	장관 표창	㈜파이네트웍스	어플리케이션개발
				㈜브이씨	스포츠용품제조업
				스포츠투아이(주)	스포츠중계

년도	상 장	훈 격	수상업체	업 종
	우수프로스포츠단		우리카드 프로배구단	프로스포츠단
	우수지방자치단체		경상남도 창원시	지방자치단체
			경기도 의정부시	지방자치단체
2022 (제18회)	대상	국무총리 표창	사단법인 프로당구협회	스포츠마케팅
	최우수상 (프로스포츠단)	국무총리 표창	한국도로공사 하이패스배구단	-
	우수상	장관표창	㈜두미나	해외시장개척
	우수상	장관표창	클라임코리아㈜	신기술개발
	우수상	장관표창	㈜비엠코퍼레이션	일자리창출
	프로스포츠단	장관표창	(사)한국프로골프협회	-
	지자체상	장관표창	전북 순창군	-
	지자체상	장관표창	경기 양평군	-
2023 (제19회)	대상	국무총리 표창	경기 수원시	지방자치단체
	최우수상	국무총리 표창	㈜크리에이츠	스포츠용품제조
	우수 기업상	장관 표창	서원레저㈜	골프장 운영
			㈜짐스컴퍼니	교육 서비스업
			㈜센트리얼필	휘트니스·골프
	우수 프로스포츠단	장관 표창	프로축구 전북현대모터스	프로스포츠단
	우수 지방자치단체상	장관 표창	경북 김천시	지방자치단체
	공로상(개인)	장관 표창	여한웅(前 부산MBC)	
2024 (제20회)	대상	대통령 표창	㈜씨에이치앤	스포츠융복합
	최우수상	국무총리 표창	원주DB 프로미 농구단	프로스포츠단
	우수상	장관 표창	㈜마커스	해외시장개척
	우수상	장관 표창	스위밍키즈	일자리창출
	우수 프로스포츠단	장관 표창	하나금융 축구단	프로스포츠단
	우수 프로스포츠단	장관 표창	OK저축은행 배구단	프로스포츠단

12 스포츠산업 정보 제공 및 저변 확대

1) 개념 및 필요성

정부의 국내 스포츠산업 육성 지원을 위한 정책 수립은 물론 스포츠 관련 기업의 경영, 마케팅 전략 수립 시 국내외 스포츠산업 시장동향 및 관련 최신 정보는 매우 중요하다. 따라서 정례적인 '스포츠산업 동향 뉴스레터(온라인 뉴스레터)' 발간과 메일링 서비스는 스포츠산업 종사들에게 최신 트랜드, 시장 및 경쟁 분석, 제품 기획, 마케팅, 시장 개척 등 다양한 차원에서 도움을 줄 수 있다. 또한, 스포츠산업 분류별 인력현황, 성장 동향, 주요 종목(야구, 축구, 농구, 배구 등) 산업 규모 및 동향 분석 등 최근 스포츠산업 현안에 관한 기초조사와 현장 전문가 의견이 반영된 'SI 포커스'와 '이슈페이퍼' 발행 역시 시의성이 높다. 2014년 국내외 스포츠용품 및 서비스의 성능과 품질, 가격에 대한 전문적·중립적 정보를 제공하는 스포츠 컨슈머리포트 발간은 스포츠소비자의 권리 강화와 국산 스포츠제품의 성능과 품질의 우수성을 알려 해외시장 진출 및 소비자 인식 제고에 기여하였다. 2024년에는 2024 스포츠산업 백서 발간을 비롯해 SI포커스 9회, 이슈페이퍼 9회를 발행하였으며 스포츠산업 동향 뉴스레터를 8회 발행하였다. 또한, 신규로 글로벌 스포츠산업 리포트(GSR) 9회 발간 등을 통해 스포츠산업 관련 최신 정보를 제공하였다.

2) 추진과정

(1) 스포츠산업 백서 발간

2014년 처음 발간된 스포츠산업 백서는 스포츠의 산업적 가치를 높이기 위해 한 해 동안 추진된 국내 스포츠산업 현황과 정부 정책 성과를 정리, 소개하고 향후 발전 방향과 과제를 제시하는 데 목적이 있다. 2024년 스포츠산업 백서는 해당 연도의 주요 자료 및 성과에 대한 최신 정보를 수록하였으며, 주요 사업개요는 다음과 같다.

〈표 4-98〉 스포츠산업 백서 발간 사업개요

구 분	주요 내용
발간목적	• 국내 스포츠산업 현황 및 정부정책 성과 등을 소개
사업기간	• 2024. 3. ~ 2024. 12.
사업예산	• 32,000천 원
사업내용	• 2024 스포츠산업 백서 개요 – 백서규격: 국판, 400쪽 내외 – 백서활용 · 정부 및 지자체, 체육단체, 기업, 각 대학 및 도서관 등 배포 · 문화체육관광부, 한국스포츠정책과학원 홈페이지 게재 및 정부간행물 등록 • 수록 범위 – 전문가 회의 및 설문을 통해 구체적 수록 범위 및 내용 설정 – 스포츠산업정책 성과 정리 및 발전방향·과제 제시 등 • 주요 내용 – 스포츠산업 정의 및 이슈(개요, 정의 및 개념 정리) – 스포츠산업의 개관(국내·외 시장 환경, 주요국 산업실태 등) – 스포츠산업 공급과 수요, 정책 및 제도 – 스포츠산업 관련 국내외 기관 및 단체 현황

(2) SI 포커스 및 이슈페이퍼 발행

SI 포커스와 이슈페이퍼 발행 사업은 스포츠산업 전반의 동향과 원자료(Primary Data)를 바탕으로 현안을 심층 분석하여 문제점을 파악하고, 지원전략과 정책을 발굴하고 스포츠산업 성장에 필요한 대안을 모색하는 것이 목적이다.

〈표 4-99〉 SI 포커스 및 이슈페이퍼 발행 사업개요

구 분	주요 내용	
	SI 포커스	이슈페이퍼
발간목적	• 스포츠산업 동향에 대한 부문별 심층 분석을 통하여 스포츠산업 부문별 지원전략 및 정책 발굴	• 스포츠산업 전반 현안을 집중 분석하여 현장의 문제점을 파악하고 스포츠산업 성장에 필요한 대안 모색
발행기간	2024. 4 ~ 12.(총 9회)	2024. 4 ~ 12.(총 9회)
발행면수	A4 15 ~ 20쪽 내외	A4 15쪽 내외
사 업 비	27,500천 원	
발간방법	• 최근의 스포츠산업 관련 실태조사 원자료(Primary Data) 심층 분석 • 최근의 스포츠산업 현안을 선정하여 기초조사, 해외 현황조사 및 통계 수집을 실시하고 현장 전문가 의견을 반영한 연구보고서 발간 • 공단 스포츠산업연구실 연구위원, 학계 및 현장 전문가와 협업 형태로 연구 수행	• 최근의 스포츠산업 현안을 선정하여 2차 자료(Secondary Data)를 바탕으로 기초조사 및 통계수집을 실시하고 현장의견을 반영한 보고서 발간 • 학계 및 현장전문가, 관계자들과의 토론을 통해 현안 문제 제기
주제(안)	• 종목별(야구, 축구, 농구, 배구, 골프) 산업 경영현황 분석 • 레저스포츠 현황 분석 • 스포츠서비스 현황 분석	• 스포츠 산업 동향 • 스포츠 기술의 발달 • 해외 프로스포츠

(3) 스포츠산업 동향 정보 제공

스포츠산업 동향 정보(뉴스레터 발간) 제공 사업은 스포츠산업 현장 수요에 부응하는 최신동향 및 정보를 스포츠산업 종사자들에게 제공하여 정책 및 경영계획 수립을 지원하는 데 목적이 있다.

〈표 4-100〉 스포츠산업 동향 정보 제공(뉴스레터 발간) 사업개요

<table>
<tr><th>구 분</th><th>주요 내용</th></tr>
<tr><td>발간목적</td><td>• 국내외 스포츠시장 최신 정보제공으로 정책 및 경영수립 지원
• 스포츠산업 현안에 대한 심층 분석으로 이슈 제기 및 발전방안 모색
• 스포츠산업 시장 및 동향 분석을 통한 스포츠산업 미래 예측 및 대응 방안 수립</td></tr>
<tr><td>사업기간</td><td>• 2024. 5. ~ 2024. 12.</td></tr>
<tr><td>발 송</td><td>• 월 1회(2024년 총 8회)</td></tr>
<tr><td>발행형식</td><td>• 메일링 서비스 및 홈페이지 게시(www.spois.or.kr)</td></tr>
<tr><td>사 업 비</td><td>• 90,500천 원</td></tr>
<tr><td>사업내용</td><td>
<table>
<tr><th>항 목</th><th>내 용</th><th>비 고</th></tr>
<tr><td>스포츠 산업 동향</td><td>○국내외 스포츠산업 주요 동향
- 국내,외 스포츠산업 이슈 및 트렌드 정보제공
- 국내,외 스포츠산업 시장 사례분석</td><td>4~5
페이지</td></tr>
<tr><td>스포츠 굿즈 &
서비스</td><td>○스포츠용품 및 스포츠서비스 산업 관련 콘텐츠
- 스포츠산업 지원사업 참여기업 제품, 서비스 소개
- 스포츠 용품 트렌드 정보제공</td><td>2~3
페이지</td></tr>
<tr><td>스포츠산업 지원사업
우수사례집</td><td>○스포츠산업 지원사업 수혜기업 우수사례 인터뷰 및 근황 소개</td><td>3~4
페이지</td></tr>
<tr><td>스포츠산업 지식정보</td><td>○스포츠산업 현장 이슈 심층 분석
- 과학원 발행 SI포커스, 이슈페이퍼</td><td>3~4
페이지</td></tr>
<tr><td>스포츠산업 일정</td><td>○국내·외 스포츠 콘퍼런스 및 박람회 일정
○과학원 지원 사업 소개 및 홍보</td><td>1~2
페이지</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

(4) 스포츠산업 콘퍼런스 개최

스포츠산업 콘퍼런스 개최 사업은 스포츠산업 최신 이슈 전파 및 고부가가치 스포츠산업에 대한 통합적인 방향을 제시함으로써 스포츠산업의 현안사항을 중심으로 방향성을 탐색하고 미래를 조망할 수 있도록 국내 및 글로벌 콘퍼런스를 개최하였다.

〈표 4-101〉 스포츠산업 콘퍼런스 개최 사업개요

<table>
<tr><th>구 분</th><th>주요 내용</th></tr>
<tr><td>사업목적</td><td>• 스포츠산업 시장 현황분석 및 최신정보를 공유하여 미래시장을 예측하고 국내 산업체의 발전을 위한 기반 마련</td></tr>
<tr><td>추진기간</td><td>2024. 2. ~ 2024. 12.</td></tr>
<tr><td>사업내용</td><td>① 스포츠산업 콘퍼런스 개최
<table>
<tr><td>2월</td><td>[지역 간담회(1차)]
주제: 스포츠산업 활성화를 위한 융복합기술, 어떻게 활용되고 있나?</td><td>2.22.(목) 13:30~18:00
코엑스 컨퍼런스룸 E4홀</td></tr>
<tr><td>4월</td><td>[지역 간담회(2차)]
주제: 지속가능성장을 위한 인조잔디 운동장의 ESG 전략</td><td>4.26.(금) 07:00~09:00
더리버사이드호텔 루비홀</td></tr>
<tr><td>5월</td><td>[지역 간담회(3차)]
주제: 지역스포츠산업 활성화를 위한 지역간담회</td><td>5.31.(금) 14:00~17:00
올림픽파크텔 서울홀</td></tr>
<tr><td rowspan="3">9월</td><td>[국내 콘퍼런스 개최]
주제: 스포츠시장 확대를 통한 새로운 가치 창출</td><td>9.6.(금) 14:00~17:30
올림픽파크텔 올림피아홀</td></tr>
<tr><td>[지역 간담회(4차)]
주제: 국내.외 피트니스 트렌드와 고급화 전략</td><td>9.27.(금) 07:00~09:00
올림픽파크텔 서울홀</td></tr>
<tr><td>[지역 간담회(5차)]
주제: 베리어프리(Barrier Free) 스포츠관광의 방향과 전략</td><td>9.27.(금)~9.28.(토)
한국해양대학교 세미나실</td></tr>
<tr><td rowspan="4">11월</td><td>[지역 간담회(6차)]
주제: 스포츠 메가트렌드</td><td>11.22.(금) 15:00~18:00
올림픽파크텔 베를린홀</td></tr>
<tr><td>[글로벌 콘퍼런스 개최]
주제: Sport Industry and Local Economic Development</td><td>11.22.(금) 14:00~18:00
SETEC 컨벤션홀</td></tr>
<tr><td>[지역 간담회(7차)]
주제: AI시대 스포츠산업경영학 연구의 현황과 방향</td><td>11.23.(토) 13:00~17:00
서울대학교 연구동 206호</td></tr>
<tr><td>[지역 간담회(8차)]
주제: 스포츠이벤트와 디지털 플랫폼</td><td>11.29.(토) 07:00~09:00
올림픽파크텔 서울홀</td></tr>
</table>
② 콘퍼런스 운영위원회 구축 및 운영
• 한국스포츠정책과학원, 학계, 업계 등으로 위원회 구성
<table>
<tr><th>계</th><th>한국스포츠정책과학원</th><th>학 계</th><th>언론계</th><th>산업계</th></tr>
<tr><td>9명</td><td>2명</td><td>3명</td><td>1명</td><td>3명</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>구 분</th><th>주요 내용</th></tr>
<tr><td></td><td>
• 운영위원회 역할 : 주제선정, 연사리스트 작성 및 초청, 홍보 등

③ 콘퍼런스 주제 선정
• 국민적 관심 제고를 위해 프로스포츠 등 국민적 관심도 높은 주제 선정
• 스페인 La Liga, 영국 프리미어 리그, MLB 등 해외 경기단체 및 국내 경기단체, 전문가 단체, 동호회 등 다양한 그룹 연계 가능

④ 홍보 전략
<table>
<tr><th>구 분</th><th>내 용</th></tr>
<tr><td>신문
기획보도</td><td>◦ 종합일간지, 경제지 중 1개사 선정 기획보도 추진
◦ 기획보도 및 주요인사 인터뷰 등 게재</td></tr>
<tr><td>SNS 홍보</td><td>◦ 글로벌 콘퍼런스 연사 조기 확정 후 한국스포츠정책과학원 홈페이지, 페이스북, 인스타그램 등 소셜 미디어를 활용하여 홍보</td></tr>
</table>
⑤ 행사진행 방안
• 행사운영 효율화를 위해 경쟁 입찰을 통한 행사대행사 선정
• 한국스포츠정책과학원과 대행사간 명확한 업무분장을 통한 운영효율성 제고
<table>
<tr><th>구 분</th><th>한국스포츠정책과학원</th><th>대 행 사</th></tr>
<tr><td>업 무</td><td>◦ 콘퍼런스 운영위원회 구성/운영
◦ 콘퍼런스 개최 계획 수립
– 주제, 연사섭외 등
◦ TV 방송 및 신문 기획보도 콘텐츠 및 방향 수립</td><td>◦ 콘퍼런스 운영 세부사항 실행
– 콘퍼런스 진행 및 운영
– 연사 초청 및 행정처리
– 장소 대관 및 시스템 구축
– 결과보고 및 정산보고서 작성</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>사업비</td><td>• 262,000천 원</td></tr>
</table>

(5) 글로벌 스포츠산업 리포트(GSR)

융·복합 기술 발전, 디지털 전환, 코로나19 대유행 영향 등 스포츠산업 환경변화에 따른 스포츠산업 이해관계자(정부·기업·학계 등)의 합리적 의사결정을 위한 해외 정보가 부족한 실정으로, 스포츠산업 활성화를 위한 신규 정책 발굴을 위해 해외 국가별 우수정책 사례를 검토·비교하여 국내 환경에 적합한 실효성 높은 정책을 수립·추진할 필요가 있다. 국내 제품·서비스에 대한 국제적 관여도 상승과 국내기업의 적극적인 해외 진출을 촉진하기 위해서는 주요 진출 국가별 정책·시장·기업·기술 동향 정보가 필수적이므로 정보제공을 위해 글로벌 스포츠산업 리포트(Global Sport Industry Report)를 2021년 4월을 시작으로 23년 12월까지 매년 9회 발행해오고 있다.

〈표 4-102〉 글로벌 스포츠산업 리포트 발행 사업개요

<table>
<tr><th>구 분</th><th>주요 내용</th></tr>
<tr><td>발간목적</td><td>• 해외 주요 국가별 스포츠산업 정책 및 동향 비교·분석을 통해 우수 사례를 발굴하여 신규 정책을 발굴하기 위한 정책 벤치마킹 자료 확보
• 스포츠분야 해외 시장 트렌드, 기술 R&D 동향, 기업 경영정보, 소비·지출 동향 등과 같은 시장정보를 제공하여 국내 기업의 해외시장 진출을 촉진</td></tr>
<tr><td>발행기간</td><td>2024. 4. ~ 2024. 12.(총 9회)</td></tr>
<tr><td>발행면수</td><td>A4 40쪽 이내</td></tr>
<tr><td>사 업 비</td><td>10,000만 원</td></tr>
<tr><td>주요내용</td><td>• 해외 주요 국가별 스포츠산업 정책 심층 분석
• 해외 주요 국가별, 산업별 시장규모 및 연도별 추이 조사
• 해외 스포츠시장 주요 트렌드, 스포츠산업 기술 및 R&D 동향 조사
• 해외 스포츠시장 소비자 트렌드 및 스포츠지출 동향조사
• 해외 주요 스포츠기업 경영정보 및 동향조사
<table>
<tr><th>분류</th><th>주요 내용</th><th>조사방법</th></tr>
<tr><td>• 스포츠산업 트랜드</td><td>• 국가별·업종별 스포츠산업 주요 트렌드</td><td rowspan="5">• 국가별 스포츠산업 관련 부처 및 기관 제공 정보 활용
• 글로벌 스포츠산업 및 시장정보 및 데이터 구입
• 국가별 현지 네트워크를 통한 자료수집</td></tr>
<tr><td>• 스포츠산업 규모</td><td>• 주요 국가별 스포츠산업 규모 조사
- 전체 스포츠산업 및 업종별 산업규모
- 프로스포츠, 레저스포츠, 종목별 산업</td></tr>
<tr><td>• 기술(R&D) 동향</td><td>• 스포츠 분야 제품·서비스 기술 동향
- 4차 산업혁명 기술, 비대면 스포츠기술 등</td></tr>
<tr><td>• 소비자 동향</td><td>• 스포츠산업 시장 소비(자) 동향 조사</td></tr>
<tr><td>• 스포츠기업 동향</td><td>• 글로벌 스포츠기업 동향 조사</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

3) 추진성과

(1) 스포츠산업 백서 발간

2024년까지 스포츠산업 백서는 연간 1회, 총 8회 발간되었다. 주요 목차는 스포츠산업 개관, 스포츠산업 공급수요 현황, 스포츠산업 정책, 프로스포츠, 스포츠산업 관련 법제 등으로 구성되었으며, 2024년 한 해 동안 추진된 스포츠산업 정책의 현황과 성과를 포괄적으로 수록하였다.

〈표 4-103〉 스포츠산업 백서 사업 실적

대상년도	발행 시기	쪽수	발행부수
2014	2015년 12월	379페이지	880부
2015	2016년 12월	493페이지	1,000부
2016	2017년 12월	463페이지	1,000부
2017	2018년 12월	458페이지	1,000부
2018	2019년 12월	500페이지	1,000부
2019	2020년 12월	500페이지	1,000부
2020	2021년 12월	400페이지	1,000부
2021	2022년 12월	400페이지	1,000부
2022	2023년 12월	400페이지	1,000부
2023	2024년 12월	400페이지	1,000부
2024	2025년 12월	400페이지	1,000부

(2) SI 포커스 및 이슈페이퍼

2024년 한 해 동안 SI 포커스는 총 9회가 발행되었으며 이슈페이퍼는 연간 총 9회가 발행되었다. 호별 제목 및 저자는 다음과 같다

〈표 4-104〉 SI 포커스 발행 실적

발행호	발행일	제 목	저 자
제90호	04.30	스포츠산업 활성화 지원 사업 현황	김진국, 장재열
제91호	05.31	「스포츠산업 가계지출조사」로 살펴보는 스포츠산업 소비 현황	박선영
제92호	06.30	데이터로 알아보는 스포츠산업: 팬데믹 이후 스포츠소비의 지속 성장	김진국, 장재열
제93호	07.31	체육시설 이용료 소득공제제도 도입방안 및 효과 분석	윤성민, 김민수
제94호	08.31	「2023 레저스포츠산업 실태조사」를 활용한 육상 레저스포츠산업 현황 분석	백주해
제95호	09.30	「2023 레저스포츠산업 실태조사」를 활용한 수상 레저 스포츠산업 현황 분석	신성연
제96호	10.31	제4차 스포츠산업 진흥 중장기계획으로 살펴본 전략별 중점 추진과제 현황	김진국, 장재열
제97호	11.30	제4차 스포츠산업 진흥 중장기 계획 3대 추진전략	김진국, 장재열
제98호	12.30	글로벌 스포츠산업 트렌드 분석을 통한 미래 전망	김건희

〈표 4-105〉 이슈페이퍼 발행 실적

발행호	발행일	제 목	저 자
제87호	04.30	미국 MLB 중계권 역사와 한국 프로야구 중계권의 미래	최민규
제88호	05.30	프로축구 입장객 증가 요인과 현재 대응책 분석 및 향후 발전 방안 제시	김세훈
제89호	06.30	프로배구 흥행 돌풍, 지속하기 위해 남겨진 과제들	정태성
제90호	07.31	프로당구(PBA)의 성장과 미래 과제	하민형
제91호	08.31	현장에서 지켜본 파리올림픽 : 운영, 외교, 행정, 마케팅을 중심으로	김동찬, 박주희, 한남희
제92호	09.27	유럽축구선수권대회(Euro)와 코파 아메리카 : 유럽과 남미의 축구 100년 전쟁	이종성
제93호	10.31	테니스의 시간이 정말 온 걸까?	김기범
제94호	11.30	2024 파리올림픽 태권도 전자판정 시스템의 국산화	이원재
제95호	12.28	나이키 시장 지배력 약화와 스포츠산업 용품시장의 지각 변화	송상연, 이제경

(3) 스포츠산업 동향 정보 제공

한 해 동안 국내·외 스포츠산업의 현안사항에 대한 심층 분석과 정보제공을 통한 경영전략 수립 및 사업 개선을 지원하기 위한 발간사업으로는 스포츠산업분야 동향 정보(뉴스레터 발간), 산업동향 심층 분석 리포트 및 분석보고서(SI포커스, 이슈페이퍼), 스포츠산업 백서를 발간하였으며 시의성을 고려한 스포츠산업 가계지출에 관한 연구조사를 실시하여 스포츠산업 정보의 내실화를 통한 실증적인 자료 생산으로 스포츠산업계 종사자(산·학·연) 대상 요약 정보를 제공하였다. 구독자가 2015년 7.6천 명으로 전년 대비 27% 증가했으며 2016년에는 13천 명으로 전년 대비 71.1%, 2017년에는 15천 명으로 전년 대비 15.4%의 증가율을 보였다. 2018년 19천 명으로 전년 대비 26.7%의 증가율을 보였고, 2019년에는 18천 명으로 전년 대비 5.3% 감소하였으나 2020년 21천 명으로 16.6% 증가하였으며, 2024년 에는 26천명으로 증가하였다.

〈표 4-106〉 스포츠산업 동향 정보 제공 사업 실적

발행연도	구독자	만족도	실 적
2017	15천명	96.7점	23개 항목 1,911만 가구(모집단) 대상, 산업연관분석을 실시하여 참여 및 관람 스포츠 가계지출 분석 ※ 가구당 1,645천원(참여 1,598천원, 관람 47천원)지출, 전체가구 31.4조원(참여 30.5조원, 관람 0.9조원) 지출
2018	19천명	96.5점	피트니스 산업 규모 확장 및 콘텐츠 개발, 스포츠 사회적 기업, 빅데이터 활용과 전망, 생활스포츠와 스마트 컨디셔닝
2019	18천명	82점	해외 e-스포츠산업 정보, 스포츠산업 중장기 발전 계획, 해외 스포츠의류 과학화 동향, 해외 주요 스포츠 전시회 정보, 국내·외 스포츠 테크 동향, 글로벌 스포츠 메가 이벤트 정보 등
2020	21천명	90.5점	해외 스포츠 OTT 시장 분석, 국내 신규 스포츠 용품 정보, 인도네시아 스포츠산업 정보, 미국 아웃도어 산업 정보, 코로나19 관련 스포츠산업 현안 정보 제공 등
2021	22천명	-	스포츠산업체 운영현황 분석, 체육예산 정보 제공, 스포츠브랜드 관련 정보 제공, 도쿄올림픽과 스포츠기술 정보 제공, OTT 스포츠 콘텐츠 정보제공 등
2022	22천명	87.4점	스포츠 산업체 운영현황, 스포츠 트랜드, 스포츠 마케팅 트랜드 관련정보 제공, 스포츠 산업에서의 빅데이터 관련정보, 카타르 월드컵 관련 FIFA의 운영전략 정보제공 등 인스타그램 신규개설로 팔로워 약 3,400명 확보
2023	22천명	-	글로벌 에이전시, ESG 경영, 스초츠 용품 시장 동향, 글로벌 스포츠구단, 글로벌 스포츠테크 동향 정보 제공 등
2024	26천명	-	국내외 스포츠산업 주요 동향 및 지식정보 제공 스포츠산업 주요 현안사항에 대한 심층 분석 및 정책 방향 제시 국내 스포츠산업 종합 현황 및 정부정책 성과 등 소개 스포츠산업 분야의 다양한 이슈에 대한 소셜 빅데이터 동향 분석

스포츠산업 동향 뉴스레터는 2024년 한 해 동안 총 8회 발간되어 국내외 스포츠시장, 산업동향, 주요 통계 등 스포츠산업 관련 최신 정보를 스포츠산업 종사자들(기업, 학계, 언론, 정부 등)에게 제공하고 자료의 체계적 관리와 구독자 확대에 크게 기여하였다.

〈표 4-107〉 스포츠산업 동향 뉴스레터 발행 실적

발행권	발행호	제 목
제169권	5월 1호	2024 세계에서 가장 혁신적인 10대 스포츠 테크놀로지 기업
제170권	6월 1호	2024 글로벌 스포츠산업 트렌드 전망
제171권	7월 1호	2024 글로벌 주요 스포츠도시 현황
제172권	8월 1호	지속 가능한 친환경 올림픽 레거시를 이룬 주요도시
제173권	9월 1호	2024 스포츠 비즈니스 어워드 수상 기업 및 단체
제174권	10월 2호	2024 세계에서 가장 수익성이 높은 스포츠 구단
제175권	11월 1호	미래 스포츠산업의 진화 및 발전 방향
제176권	12월 1호	일본 e스포츠 시장의 현황과 발전 전략

(4) 스포츠산업 콘퍼런스 개최

2024년 스포츠산업 시장 현황 분석 및 최신 정보를 공유하여 미래시장을 예측하고 국내 산업체의 발전을 위한 기반을 마련하기 위한 사업으로, 스포츠산업 최신 이슈전파 및 고부가가치 스포츠산업에 대한 통합적인 방향을 제시했다. 국내·외 스포츠산업의 현안사항을 중심으로 방향성을 탐색하고 미래를 조망하여 미래 스포츠시장을 선도할 수 있는 정보·지식을 공유하여 산업간 융합을 통한 고부가가치 사업으로 육성하기 위한 기반을 조성하였다. 2024년에는 총 10회(국내 콘퍼런스 1회 개최, 스포츠산업 지역 간담회 8회 개최, 글로벌 콘퍼런스 1회 개최)를 개최하였다. 국내 콘퍼런스와 글로벌 콘퍼런스는 국민체육진흥공단 공식 유튜브를 통해 생중계하였다.

〈표 4-108〉 스포츠산업 콘퍼런스 개최 사업 실적

연도	주 제
2017	• 국내 콘퍼런스 4회 개최 – 4차 산업혁명, 스포츠산업 금융 정책, 일자리 창출, 정책방향 도출 • 전문가 간담회 5회 개최 – 해외시장 진출, 지역산업 육성, 인재양성 체계, 정책 자문 • 글로벌 콘퍼런스 1회 개최 – 기술을 통한 스포츠산업의 확장
2018	• 국내 콘퍼런스 1회 개최 – 트렌드 변화에 따른 스포츠이벤트산업 미래 전망과 전략 • 전문가 간담회 3회 개최 – 스포츠산업 융·복합, 스포츠산업 중장기계획 수립을 위한 공청회, 글로벌 스포츠산업의 지속가능한 발전, 정책 자문 • 글로벌 콘퍼런스 1회 개최 – 스포츠미디어의 새로운 시대
2019	• 국내 콘퍼런스 1회 개최 – 스포츠시설 스마트 기술을 입다 • 전문가 간담회 3회 개최

연도	주 제
	– 스포츠헬스케어, 스포츠외교, 스포츠도시 • 글로벌 콘퍼런스 1회 개최 – 스포츠 비즈니스에서 데이터의 중요성
2020	• 국내 콘퍼런스 2회 개최 – 뉴노멀 시대의 스포츠산업 전망 – 스포츠한류“ K-Sports의 글로벌화를 위한 전략 • 전문가 간담회 3회 개최 – 스포츠 직업 릴레이, 스포츠산업 정책, 스포츠관광 • 글로벌 콘퍼런스 1회 개최 – 뉴노멀 시대의 글로벌 스포츠산업 전망
2021	• 국내 콘퍼런스 2회 개최 – 미래 디지털 시대의 스포츠산업 – 스포츠산업 소비 트렌드 전망 • 전문가 간담회 4회 개최 – 스포츠 산업 정책, 체육진흥 투표권, 프로스포츠비즈니스 전략, 해양레저스포츠산업, 공공스포츠클럽 • 글로벌 콘퍼런스 1회 개최 – 코로나 19 이후 메가 스포츠이벤트의 산업적 활용방안
2022	• 국내 콘퍼런스 1회 개최 – 스포츠산업 ESG의 현황과 미래 대응 방안 • 전문가 간담회 8회 개최 – 엔데믹 시대에 스포츠산업의 도전과 과제, 스포츠산업 정책 및 사업, 스포츠융합기술, 지역스포츠관광, 공공e스포츠산업의 현황과 기대효과, 스포츠과학기술 플랫폼 구축 • 글로벌 콘퍼런스 1회 개최 – 스포츠 데이터 머니타이제이션: 스포츠 시장 데이터 분석을 통한 경제적 가치 창출
2023	• 국내 콘퍼런스 1회 개최 – 스포츠산업 ESG의 현황과 미래 대응 방안 • 스포츠산업 지역간담회 8회 개최 – 지역스포츠관광의 미래 전략과 방향 (스포츠관광학회 공동 개최) – 신정부의 스포츠정책을 논하다 (스포츠산업경영학회 공동 개최) – 스포츠융합기술의 미래를 디자인하라 등 총 2회 (스포츠과학기술포럼 공동 개최) – 엔데믹 시대, 스포츠산업의 도전과 과제 등 총 4회 (스포츠산업협회 공동 개최) • 글로벌 콘퍼런스 1회 개최 – 스포츠 데이터 머니타이제이션: 스포츠 시장 데이터 분석을 통한 경제적 가치 창출
2024	• 국내 콘퍼런스 1회 개최 – 스포츠시장 확대를 통한 새로운 가치 창출 • 스포츠산업 지역간담회 8회 개최 – 스포츠산업 활성화를 위한 융복합기술, 어떻게 활용되고 있나? – 지속가능성장을 위한 인조잔디 운동장의 ESG 전략 – 지역스포츠산업 활성화를 위한 지역간담회 – 국내.외 피트니스 트렌드와 고급화 전략 – 베리어프리(Barrier Free) 스포츠관광의 방향과 전략 – 스포츠 메가트렌드 – AI시대 스포츠산업경영학 연구의 현황과 방향 – 스포츠이벤트와 디지털 플랫폼 • 글로벌 콘퍼런스 1회 개최 – Sport Industry and Local Economic Development

(5) 글로벌 스포츠산업 리포트(GSR)

글로벌 스포츠산업 리포트는 글로벌 스포츠산업 현황, 국가별 스포츠산업 정책, 글로벌 스포츠기업, 통계로 보는 글로벌 스포츠산업, 글로벌 스포츠산업 최신 뉴스를 목차로 구성하여 총 9회 발간하였다.

〈표 4-109〉 글로벌 스포츠산업 리포트 발행 실적

발행호	발행일	주 요 내 용
4월호	4.30	미국 등 스포츠 도시 동향, 정책
5월호	5.31	영국 스포츠 베팅 동향, 정책
6월호	6.30	미국 스포츠 베팅 동향, 정책
7월호	7.31	독일 스포츠 베팅 동향, 정책
8월호	8.31	프랑스 스포츠 베팅 동향, 정책
9월호	9.30	스포츠 활동 보상 프로그램 현황, 정책
10월호	10.31	미국, 영국 스포츠테크놀로지 동향, 정책
11월호	11.30	독일, 프랑스 스포츠테크놀로지 동향, 정책
12월호	12.31	폐교, 유휴시설, 지역 및 민간 기업 스포츠 시설 활용

제5장
프로스포츠

2024 Sport Industry White Paper



문화체육관광부

제5장 프로스포츠

1 프로스포츠 전개와 발전

프로스포츠(Pro Sports)란 Professional Sports의 약어로서 스포츠를 상품 혹은 서비스로 소비자(관객 혹은 시청자)에게 제공하고, 그에 대한 대가로 스포츠 팀, 구단주, 이벤트 주최자 등은 금전적 혹은 물질적 보상이나 이익을 획득하고 선수는 보수를 받는 경제활동이라고 할 수 있다. 체육학 대사전(2000)에 따르면 프로스포츠를 보수의 원천에 의하여 분류하면 세 가지로 분류할 수 있다. 첫째, 관객의 입장료에 의해 보수를 얻는 프로스포츠(프로야구, 프로축구, 프로농구, 프로배구, 프로복싱, 프로레슬링, 씨름 등)이며 복싱, 레슬링, 씨름을 제외하고는 야구, 축구, 농구, 배구와 같은 팀 스포츠이며 리그 형태로 운영되고 관객의 입장료, 방송중계권료, 스폰서십, 상품화권 등이 주요 수입원이다. 둘째, 관객의 투기에 의해 보수를 얻는 프로스포츠(경마, 경륜, 경정 등)로 사행성 스포츠로 불리기도 하며 국내에는 경마, 경륜, 경정이 있다. 셋째, 스폰서의 상금에 의해 보수를 얻는 프로스포츠(프로골프, 프로테니스, 프로볼링 등)가 있으며 팀이 아닌 개인의 프로선수가 협회의 회원자격을 획득하고 상금을 찾아 각 대회에 참가하는 형태이며 협회는 대회의 주최자가 되며 스폰서를 찾아 상금을 토대로 대회를 진행한다.

1) 프로스포츠 역사

프로스포츠는 오랜 역사가 있으며 19세기부터 서유럽과 북미에서의 환경 변화에 영향을 받았다. 영국의 경우 크리켓, 골프, 축구 등에서 계약 선수로 클럽에 고용되는 프로선수들이 탄생하였다. 미국의 경우 1871년에 최초의 직업야구선수 연맹(The National Association of Professional Baseball Players)이 조직되었으며 1902년에 현재의 내셔널리그(National League)와 아메리칸리그(American League)가 시작되었다. 미식축구(American football)의 경우 1892년에 프로경기가 열렸고 1898년에는 프로농구리그(National Basketball League)가 결성되었다. 일본의 경우 1920년에 일본 운동 협회라는 첫 일본 프로야구단이 생겼으나 1922년에 경영난으로 해산되었으며 1934년에 요미우리 자이언트가 창단되고 1926년에 창단된 다른 6구단과 함께 본격적인 프로야구 시대를 맞이하였다.

국내 프로스포츠의 역사를 살펴보면 그 시작은 대한민국 최초의 스포츠 스타인 자전거 선수, 엄복동이 될 수 있을 것이다. 1913년 전조선 자전차 경기대회에서 일미상회 종업원이었던 엄복동이 혜성과 같이 나타나 우승을 차지하였다. 그전까지는 자전거경주대회가 친목 동호회 성격이 강하였으나 엄복동이라는 스타가 탄생한 이후에 관객들이 몰려드는 스포츠 행사가 되었다. 그 후 엄복동은 1920년 시민 대운동회 자전거경주 대회부터 영국 자전거회사인 러지사 (RUDGE - WHITWORTH)가 제작한 자전거를 일미상회로부터 스폰서를 받으며 대회에 참가하였고 이를 시작으로 프로복싱, 프로레슬링, 씨름 등으로 프로스포츠가 확장되어갔다. 하지만 이 당시에는 프로스포츠의 산업화가 제대로 이루어지지 않았기 때문에 단순하게 레슬링과 권투가 직업의 하나로만 인식되어 있었기에 산업적인 측면보다는 어려운 시기에 국민의 여가를 즐기기 위한 활동으로 프로스포츠 이벤트들이 행해졌다.

국내 프로스포츠는 1982년 6개 팀으로 구성된 프로야구가 탄생하면서부터 정식으로 발전하기 시작하였다. 이후 1983년 프로축구, 1997년 프로농구, 2005년 프로배구가 출범하였다. 현재 국내에는 축구, 야구, 농구, 배구 4개 프로리그를 중심으로 프로스포츠 발전이 활발히 이루어지고 있다. 2002 FIFA 한·일 월드컵 축구경기대회에서의 우리나라 축구국가대표팀의 선전과 2008 베이징 하계올림픽 경기대회에서 야구의 우승으로 축구, 야구, 농구, 배구를 비롯한 국내 프로스포츠에 대한 국민의 관심도가 꾸준히 상승하고 있다. 또한 KPGA(Korea Professional Golfers' Association)와 KLPGA(Korea Ladies Professional Golf Association)를 중심으로 하는 골프도 활성화되어 있다. 2017년에는 한국프로야구 정규시즌 역대 최다 관중인 8,400,688명을 기록하였고, K리그에서는 비디오 판독시스템(VAR)을 도입하였다. 2018년에는 한국프로축구 대회명을 1부 리그는 'K리그1', 2부 리그는 'K리그2'로 변경하였고, 한국프로농구 선수 연고제 시행 및 합숙소 운영 제도를 폐지하였다. 2019년에는 프로축구가 2012년 승강제 도입 이후 최다 관중(2,376,923명)을 기록하였다. 또한 여자프로배구의 인기가 상승함에 따라 2019년 배구 관중은 580,448명으로 증가하였으나, 코로나19 발생 이후 관중 입장의 제한으로 인해 전 종목 관중에 감소하여 2020년 프로스포츠 전체 관중은 1,668,068명에 그쳤다. 이후 2021년 2,129,312명으로 소폭 증가하였고, 2022년 프로야구를 중심으로 8,428,764명으로 코로나 이전만큼 회복하면서 2023년에는 코로나19 엔데믹 선언과 함께 총 12,763,808명을 기록하였으며, 2024년에는 15,921,314명을 기록하였다.

2) 프로스포츠 산업화

국내 프로스포츠는 대부분 지역연고제를 근간으로 이루어지고 있다. 지역연고제는 일반적으로 홈구장이 위치한 도시를 기반으로 하는 도시연고제를 의미한다. 각 프로리그는 2천만 명이 거주하고 있는 수도권과 광역도시(부산, 대구, 광주, 대전, 인천, 울산)를 중심으로 프로팀이 연고지를 두고 있다. 특히 주 5일 근무 및 수업, 국민의 스포츠 직·간접 참여의식 성장, 미디어 발달 등 급속한 사회 환경의 변화는 프로스포츠의 기능을 더욱 확대해 스포츠 대중화와 스포츠산업 발전의 기반이 되고 있다. 프로스포츠는 직접적으로 지역경제 및 스포츠산업과의 연계로 이어진다. 따라서 프로스포츠는 지역의 경제적 효과, 국민의 여가선용 기회와 지역화합 도모, 아마추어 선수들의 진로 개척에 중추적 역할을 하며 지속적인 성장을 하고 있다.

프로스포츠산업이 지역경제 활성화를 위한 중요한 산업 중 하나로 자리매김하면서 프로스포츠는 지역발전의 주요 수단으로 인식되고 있으며 각 지방자치단체는 프로스포츠산업을 유치하고자 노력하고 있다. 특히 프로스포츠산업은 경기를 하는 선수와 이를 관람하는 관중, 팀과 리그에 참여하는 스폰서, 프로스포츠와 관련된 미디어, 용품업체 등 다양한 구성원들이 참여하는 복합적인 구조의 산업이라 할 수 있다. 프로스포츠 구단의 지역경제 파급 효과는 프로구단 홈구장에 경기가 열릴 경우, 원정팀 및 경기를 관람하기 위해 타 지역에서 온 팬, 취재진 등이 해당 도시에서 입장료, 숙박비, 식비, 교통비, 기념품 구입비 등의 지출을 하게 되고 이들이 지출한 비용은 홈 구단, 숙박업자, 요식업자, 소매업자 등의 매출증대에 기여하게 된다. 추가적으로 홈 구단에 배분되는 TV중계권 수입 및 타이틀 스폰서십 수입 등 연맹 차원의 수입도 타 지역에서 유입된 돈으로 간주하기도 하여 매출증대에 기여하는 한 요인으로 본다. 프로스포츠 구단의 경기개최로 인해 유입된 외부자금으로 지역경제가 얻는 총체적인 경제적 효과는 의미가 있다. 다만 현재까지는 국내 프로스포츠가 자립기반을 구축하기에는 아직 해결해야 할 여러 가지 난제들이 있는 것도 자명한 사실이다.

3) 프로스포츠 글로벌화

프로스포츠는 미국 프로농구(NBA: National Basketball Association)의 마이클 조던의 등장과 함께 글로벌화 되기 시작하였다. 마이클 조던을 통해 나이키와 NBA는 글로벌 마케팅을 본격적으로 시도하였다. 나이키는 에어 조던(Air Jordan)이라는 브랜드를 만들어 농구화 에어조던 시리즈를 전 세계에 판매하였고, NBA는 마이클 조던의 인기에 편승해 해외중계를 가속화하였다. 이 결과, NBA는 2000년에 205개국에 중계를 송출하였고 관련 상품들을 판매하고 있다. 이후 미국 프로야구(Major League Baseball: MLB), 미식축구(National Football League: NFL), 유럽 축구리그(영국, 스페인, 이탈리아, 독일 등), FIFA (Federation Internationale de Football Association), IOC(International Olympic Committee) 등이 스포츠 세계화에 뛰어들었다. IOC의 조사에 따르면 2020 도쿄 올림픽은 전 세계 약 3억 5천만 명이 TV와 디지털 플랫폼에서 시청했으며, 올림픽 방송 파트너 디지털 플랫폼의 공식 중계만으로도 총 280억 회의 동영상 조회수를 기록했다. 또한, 영국 프로축구(English Premier League: EPL)는 80개의 방송국에 의해 212개 국가에서 방송중계가 되고 있으며 리그 경기의 시청자 수는 약 47억 명으로 추산된다.

국내의 경우 과거 프로레슬링과 프로권투 등에서 국제경기가 주로 이어지다가, 박찬호가 미국 메이저리그에 진출하면서 본격적인 글로벌화에 가세하게 되었다. 지역 민방이었던 경인방송이 공중파 3사를 제치고 박찬호의 경기를 생중계하면서 지역방송이 전국에 방송되는 진풍경을 연출하였다. 박찬호의 데뷔 이후로 김병현, 서재응, 김선우, 최희섭 등이 메이저리그에 진출하면서 MLB 경기들은 지속적으로 중계방송 되고 있다. 여자 골프에서는 과거 구옥희의 일본 여자프로골프 진출, 그리고 박세리, 김미현이 세계무대에 뛰어든 이래, 현재는 박인비, 유소연, 김인경까지 수십 명의 한국 선수들이 LPGA를 장악하고 있다. 특히 박성현은 2017년 미국여자프로골프(LPGA)투어에서 39년 만에 올해의 선수, 신인상과 상금왕까지 차지하며 신인 3관왕에 올랐다. 1998년 박세리가 LPGA 챔피언십에서 정상에 등극하면서 LPGA 대회를 중심으로 본격적으로 국내에 방송 중계가 되기 시작하였으며 위성TV, 공중파TV, 케이블TV 등을 통해 PGA 투어와 시니어 투어가 중계되기 시작하였다. 한국 여자 프로골퍼들의 LPGA에서의 활약은 LPGA투어 경기(KEB·하나은행 챔피언십)의 한국개최로 이어졌는데, 이는 방송 중계와 같은 미디어를 통한 접근을 넘어 더욱 확장된 차원에서 글로벌화의 좋은 예라고 할 수 있다. 1988년 구옥희의 LPGA 첫 우승 이후 한국여자프로골퍼는 교포 출신을 포함해 150여명의 선수들이 LPGA 투어 무대를 밟았고, 2022년 기준 한국선수들이 205승을, 교포선수 46승을 올려 총 251승을 합작했다. 여자 일본 프로골프의 경우도 이민영, 신지애, 김하늘, 안신애, 이보미 등이 활약하면서 국내에 방송 중계되고 있다. 남자 프로골프에서는 최경주가 2000년에 Q스쿨 (Qualifying School: 자격시험)을 통과하고 미국 프로골프 투어(Professional Golf Association Tour: PGA Tour)에 참가하여 본격적인 PGA 투어의 국내 중계방송이 시작되었다. 최경주는 2002년 뉴올리언스 컴팩 클래식에서 우승하여 한국인으로 처음으로 PGA 투어 대회를 제패하였고 이후 양용은이 2009년 제91회 PGA 챔피언십에서 타이거 우즈를 꺾고 우승을 하면서 아시아 남자 골프 선수 최초로 메이저 대회에서 우승을 차지하였다. 현재 2022년 기준 PGA 투어에는 임성재, 김시우, 이경훈 등이 활약하고 있다. 2019년에는 강성훈이 PGA 투어 AT&T 바이런 넬슨 우승을 하며 활약을 보였다. 축구에서는 차범근이 서독, 허정무가 네덜란드 리그에서 활약한 이래 2002년 월드컵의 활약을 바탕으로 박지성, 이영표, 설기현, 송종국 등이 유럽리그에 진출하면서 네덜란드 프로축구와 영국 프리미어리그가 국내에 중계방송 되었으며 현재는 손흥민, 이강인 등이 세계축구의 중심에서 활약하면서 스페인리그, 독일 분데스리가 등 대부분의

유럽리그 경기들이 국내에 중계방송 되고 있다. 특히 손흥민은 2021-22시즌 35경기에 나와 23골 기록하며 아시아인 최초로 EPL에서 득점왕을 달성하는 기록을 세웠다. 또한 이승우, 백승호, 이강인 등의 유망주가 유럽 축구팀의 유스 시스템 속에 성장하였고, 뿐만 아니라 세계 각국의 축구 리그에 다수의 국내 선수들이 활약하고 있다. 야구는 류현진(토론토 블루제이스), 김하성(샌디에이고), 배지환(피츠버그), 최지만(탬파베이 레이스) 등의 선수가 미국 메이저리그에서 활약하였다.

〈표 5-1〉 리그수입에 따른 전 세계 프로스포츠 순위(2024년 기준)

리그	종목	국가	팀수	총수익규모
1위 프로풋볼리그(NFL)	미식축구	미국	32	230억 달러
2위 메이저리그(MLB)	야구	미국/ 캐나다	30	121억 달러
3위 프로농구(NBA)	농구	미국 / 캐나다	30	113억 달러
4위 프리미어리그(EPL)	축구	잉글랜드	20	85억 달러
5위 북미아이스하키리그(NHL)	아이스하키	미국 / 캐나다	32	63억 달러

※ 출처: Plunkett research(2025)

국내 프로스포츠 리그에서 외국인선수가 처음으로 뛴 1983년을 시작으로 거의 모든 프로스포츠 리그에서 외국인선수 제도를 도입했다. 태국 출신의 피아퐁, 보스니아 출신의 라데 등이 초기에 한국 프로축구리그에서 맹활약하였으며, 1990년대부터 본격적으로 외국인 선수들이 K리그에서 뛰기 시작하였다. 1991년 성남일화축구단에 입단했던 러시아 출신의 사리체프는 성남의 리그 3연패를 이끌며 K리그의 외국인 골키퍼 붐을 일으켰고, 이는 1996년 외국인 선수의 골키퍼 기용 금지조항을 도입하게 한 계기가 되었다. 이후 그는 안양 LG(현 FC서울)로 옮기면서 한국으로 귀화하였으며 이름을 당시 애칭이던 "신의손"으로 개명하였다. 그 뒤로 이성남(데니스), 이싸빅(싸빅), 마니산(마니치) 등의 선수가 K리그에서 뛰며 한국으로 귀화하였다. 한편 인천유나이티드FC는 2015년 12월 베트남 국가대표 선수인 쯔엉을 베트남의 호앙 안 지아 라이 FC로부터 임대 영입하여 국내 베트남 근로자 및 동남아 마케팅에 나섰다. 쯔엉은 피아퐁 이후 30년 만에 K리그에 진출한 아시아 선수로 2016년 강원 FC로 이적하였다. 현재 K리그는 팀당 최대 6명의 외국인선수(아시아 출신 선수 1명 포함)를 보유할 수 있다.

프로야구는 1998년 외국인 선수제도를 도입한 이래 꾸준히 숫자를 확대하여 현재 팀당 3명(타자 1명 포함)의 외국인 선수가 등록되어 있으며 신생팀인 kt 위즈의 경우 1군 경기 첫해인 2015년과 2016년 첫 2년 동안에 한해서 4명의 외국인 선수가 등록되었다. 1991년에는 한·일 국교 수교 25주년을 기념하여 한일 프로야구 간의 슈퍼게임이 6경기 개최되었고 1995년 6경기, 1999년 4경기가 치러졌다. 2006년에는 세계 16개국이 참가하는 WBC(World Baseball Classic)가 처음으로 열려 한국이 4강에 진출하였고 2009년 WBC에서는 준우승을 차지하였으나 2013년 WBC에서는 1라운드에서 탈락하였다. 2015년 WBSC(World Baseball Softball Confederation)가 주최하여 세계 12개국이 참가한 국가대항 야구대회인 프리미어12에서는 한국이 결승에서 미국을 꺾고 대회 초대우승을 차지하였다. 프로농구와 프로배구도 외국인 선수제도를 리그 초기부터 도입함으로써 부족한 선수수급문제 해결, 경기력 향상 및 볼거리 제공으로 국내 프로스포츠의 글로벌화에 일정 부분 역할을 하고 있다.

2 프로스포츠산업

1) 프로스포츠 관람객

국내 프로스포츠 관람객은 야구, 축구, 농구, 배구의 4대 종목 관람객을 합하여 2009년부터 2014년까지 증감을 반복하다가 2015년 1,160만 명, 2016년 1,246만 명으로 증가추세를 보였다. 하지만 또다시 감소추세를 보이다 코로나19로 인하여 2020년에는 116만 명에 그쳤다. 야구의 경우 2012년 750만 명의 관중수를 기록한 이후 2016년 863만 명, 2017년 871만 명을 돌파하며 최다 관중을 기록했다. 그러나 2018년에 이어 2019년에는 다시 753만 명으로 감소추세를 보였고 2020년엔 42만 명으로 국내 프로스포츠 중 가장 큰 폭으로 관중이 감소하였다. 프로축구의 경우 2011년 이후 지속적으로 관람객이 감소하였으나 2019년 다시 반등하였다. 1998년 처음으로 프로축구 관람객 수가 200만 명(2,179,288명)을 돌파한 뒤로 2000년에 200만 명 미만(1,909,839명)으로 떨어졌고 2017년에는 191만 명으로 2000년 이후 처음으로 2백만 관중 돌파에 실패했으며 2018년도에는 157만 명을 기록하였다. 2019년에는 2012년 승강제 도입 후 최다 관중인 237만 명을 기록하였으나 2020년은 11만 명에 그쳤다. 남자농구(KBL)의 경우 2014년 이후 꾸준히 관중수가 감소하다가 2019년도에는 87만 명으로 반등 후 2020년에 64만 명으로 나타났다. 여자농구(WKBL)의 경우 2015년 16만 명의 관중을 동원한 이후 지속적으로 감소하여 2019년 12만 명, 2020년 9만 명을 기록했다. 프로배구(KOVO)의 경우 지속적인 증가 추세를 나타내며 2019년 기준 남·여 경기를 합쳐서 총 580,448명의 관람객이 배구장을 찾았지만 2020년에 39만 명을 기록하였다. 2008년 이후로 2019년까지 야구, 축구, 농구, 배구 등 4개 프로스포츠의 총 관람인원은 매년 1,000만 명을 넘고 있다. 2021년에는 코로나19 여파의 지속으로 인한 경기장 관람인원 제한 등으로 감소하는 추세를 보였으나, 2022년부터 프로야구를 중심으로 관람객이 증가하고 있으며, 2023년 5월 코로나19 엔데믹 선언과 함께 이전 수준을 회복했다.

〈표 5-2〉 프로스포츠 전체관람객 추이

(단위: 명)

구 분	야 구	축 구	농 구(남)	농 구(여)	배 구	합 계
2012	7,533,408	2,419,143	1,333,787	150,752	427,222	11,864,312
2013	6,744,030	2,293,957	1,206,260	144,789	358,518	10,747,554
2014	6,754,619	2,084,768	1,303,988	159,201	416,288	10,718,864
2015	7,622,495	2,150,416	1,613,557	167,606	498,421	11,602,495
2016	8,631,829	2,139,826	1,030,846	158,607	507,479	12,468,587
2017	8,713,420	1,913,164	927,844	124,306	520,768	12,199,502
2018	8,400,502	1,570,628	848,395	123,000	517,674	11,460,199
2019	7,535,075	2,376,923	873,782	122,055	580,448	11,488,283
2020	424,399	114,412	643,651	92,547	393,059	1,668,068
2021	1,416,061	572,276	110,235	4,037	26,709	2,129,318
2022	6,375,707	1,429,376	337,224	43,632	242,825	8,428,764
2023	8,384,814	3,030,479	687,303	93,321	567,891	12,763,808
2024	10,887,000	3,439,000	836,917	112,871	645,526	15,921,314

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈표 5-3〉 주요 프로스포츠 경기 수 및 경기당 평균 관중수

(단위: 회, 명)

구 분	야 구		축 구		농 구(남)		농 구(여)		배 구	
	경기수	평균 관중	경기수	평균관중	경기수	평균 관중	경기수	평균 관중	경기수	평균 관중
2012	548	13,747	353	6,853	293	4,528	131	1,151	233	1,699
2013	593	11,373	409	5,609	290	4,160	114	1,270	192	1,867
2014	591	11,429	413	5,048	293	4,450	112	1,421	209	1,992
2015	736	10,357	453	4,747	293	3,971	112	1,496	227	2,196
2016	735	11,744	452	4,734	291	3,542	112	1,416	229	2,216
2017	736	11,839	412	4,644	293	3,167	111	1,120	231	2,254
2018	737	11,398	412	3,812	293	2,896	112	1,098	230	2,251
2019	733	10,280	412	5,769	292	2,992	112	1,090	229	2,535
2020	733	579	299	383	213	3,021	83	1,115	192	2,047
2021	731	1,937	414	1,382	290	380	100	40	230	116
2022	737	8,651	454	3,148	275	1,238	98	989	242	1,003
2023	735	11,408	468	6,475	292	2,354	97	962	267	2,127
2024	720	15,122	468	11,073	291	2,876	101	1,094	252	2,249

※ 경기수 = 정규리그+포스트시즌+올스타전(축구는 컵대회 포함)

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

일반적으로 미국, 영국 등 해외 스포츠 선진국의 사례를 살펴보면 스포츠산업의 발전은 프로스포츠리그를 중심으로 다양한 연관 산업이 성장하기 때문에 팬과 선수층이 두터운 종목의 프로화가 전체 스포츠산업의 발전에 큰 영향을 미친다고 볼 수 있다. 따라서 경기장 입장료, 구장 부대수입, 방송 중계권료를 통해 수익을 올리는 프로구단과 더불어 프로스포츠의 근간이 되는 아마추어 스포츠단체의 매출 확대가 동반될 수 있다. 이러한 스포츠 경기업은 스폰서십, 라이선싱, 선수관리 및 계약, 스포츠이벤트, 스포츠마케팅 기획 등의 활동을 통해 크게 성장할 것으로 전망하고 있다.

2) 국내 프로스포츠 환경 및 운영구조

국내 프로스포츠는 작은 시장규모에 비해 많은 종목이 운영된다. 축구, 야구, 농구(남·여), 배구(남·여) 61개 팀과 골프 종목을 포함, 4천여 명의 선수가 활동하고 있다. 한편, 미국은 4대 메이저 프로스포츠(미식축구(NFL), 야구(MLB), 농구(NBA), 아이스하키(NHL))가 미국 스포츠산업 수익창출의 중심이며, 2023년 시장규모는 NFL 186억 달러(약 26조 원), MLB 116억 달러(약 16조 원), NBA 각각 106억 달러(약 15조 원), NHL 61억 달러(약 8조 원)에 이른다(Plunkett Research, 2025). 미국 노동통계국(BLS)의 2024-2034년 고용전망에 따르면, 스포츠 선수 및 경기 참가자(Athletes and Sports Competitors)의 고용은 2024년 19,100명에서 2034년 20,200명으로 증가할 것으로 전망된다. 또한 코치 및 스카우트(Coaches and Scouts)는 2024년 306,500명에서 2034년 326,000명으로, 심판·경기운영원(Umpires, Referees, and Other Sports Officials)은 2024년 19,300명에서 2034년 20,400명으로 증가할 것으로 예상된다.

최근 들어 미국에도 축구의 인기가 높아지면서 미국 프로축구(Major League Soccer: MLS)에는 현재 세계적으로 인기가 있는 선수들과 대부분의 미국 국가대표 선수들이 활약하고 있다. 이에 따라 MLS의

관람객 수와 시장 규모도 지속적으로 성장하고 있다. 유럽의 영국, 독일, 스페인, 프랑스, 이탈리아 등은 축구를 중심으로 농구, 핸드볼 등의 프로스포츠리그가 운영되고 있다.

국내 프로스포츠는 축구, 야구, 농구, 배구의 4대 종목 총 관람인원이 2008년 이후 계속해서 1,000만 명을 넘어서는 등 외형적으로는 성장하였으나, 국내 프로구단의 운영은 비즈니스 측면보다는 성적에 초점이 맞춰져 있다. 국내 프로구단들은 구단 운영을 위한 운영자금을 자체적인 사업을 통한 수익보다는 수입원 대부분을 모기업 지원금과 스폰서십 및 광고수입에 의존(전체 수입 중 입장료 수입 13% 미만, 사업 수익 20% 미만)하고 있으며, 지출은 선수단 운영비가 70% 이상을 차지(선수들의 몸값이 매년 큰 폭으로 상승)하고 있다. 2004년 KBO리그 소속 선수(외국인 및 신인 선수 제외) 평균 연봉은 7,129만 원이었으나 2022년 선수 평균 연봉은 1억 5,259만 원으로 114%가 늘었다. 반면 최저 연봉은 2004년 2,000만 원에서 2022년 기준 3,000만 원으로 증가율은 50%에 불과하였다. 일본 프로야구의 경우(신인 연봉은 선수마다 상이)에는 최저 연봉은 440만 엔(약 4,400만 원)이지만 163km의 강속구를 던져 큰 주목을 받은 신인 사사키 로키의 연봉은 1,600만 엔(약 1억 6,000만 원)으로 최저 연봉의 4배 정도 많은 액수를 기록하였다. 프로축구 구단과 프로야구 구단은 모기업에서 분리되어 독립구단 형식을 갖추었으나, 프로농구 구단 및 프로배구 구단은 대부분 모기업의 하부 부서로 운영되고 있는 구조이다. 대표적인 관람 스포츠인 프로스포츠 리그는 스포츠산업의 한 축으로 성장 가능성이 크지만 현재 산업으로서의 성장이 정체되고 있는 양상이다.

〈표 5-4〉 주요 프로스포츠 등록선수 숫자

(단위: 명)

구 분	야 구	축 구	농 구		배 구		골 프		합 계
			남	여	남	여	남	여	
프로구단 (팀)	10	22	10	6	7	7	-	-	62
감독	10	22	10	6	7	7	-	-	62
선수	588	925	154	92	109	94	2,598	2,786	7,346
코칭 스태프	267	269	87	54	73	71	-	-	821

※ 출처: 각 프로리그 협회 홈페이지(2024)

〈표 5-5〉 프로스포츠 종목별 구단 운영형태

(단위: 개)

구 분	주식회사			기타 법인	모기업 하부 부서
	기업형	시·도민구단	개인대주주		
프로축구	9	8	-	5	-
프로야구	9	-	1	-	-
프로농구	1	-	-	-	15
프로배구	2	-	-	1	11
합계	21	8	1	6	26

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

3) 국내 프로스포츠 시장규모 및 경제적 가치

프로스포츠의 성장을 위해서는 스폰서십, 방송중계권, 라이선싱, 선수 관리 및 계약, 스포츠이벤트, 스포츠마케팅 등의 여러 가지 연계활동을 통한 경제적 가치 창출이 중요하다. 포브스(Forbes)가 미국 경제지에서 매년 발표하는 전 세계 스포츠구단 가치 랭킹에서 2022년 미국 프로풋볼(NFL) 댈러스 카우보이스가 1위에 올랐다. 포브스는 TV 중계권과 홈구장 가치와 수입, 스폰서 계약, 구단 용품 판매 등을 기준으로 매년 스포츠 구단들의 가치를 평가하고 발표해 왔다. 2022년 전 세계 구단 가치 리스트에서 댈러스 카우보이스가 지난해보다 40% 상승한 80억 달러(약 10조 6,840억 원)의 구단 가치를 기록했다. 모든 프로스포츠를 통틀어 역대 최고 흑자 기록임은 물론, 2016년 스페인 프로축구 레알 마드리드를 제치고 1위로 올라선 뒤 6년 연속 최고 가치 구단으로 선정됐다. 특히 댈러스 카우보이스를 비롯한 NFL 구단들은 톱50 중 절반이 넘는 25개 팀이 이름을 올렸다. 이어서, 2위 NFL 뉴잉글랜드 패트리어츠 64억 달러(약 8조 5,491억 원), 3위 NFL 로스 앤젤레스 램스 62억 달러(약 8조 2,819억 원)으로 상위 3위 모두 미국 프로풋볼이 차지하고 있으며, 지난해 2위였던 미국 프로야구(MLB) 뉴욕양키스는 지난 해보다 구단 가치가 15% 상승해 60억 달러(약 8조 148억 원)로 4위를 차지했다. 이러한 사례들에 비추어 보면 국내 프로스포츠는 상대적으로 프로스포츠 선진국에 비해 경제적 가치 규모가 작다고 할 수 있다.

2024년 5개 프로스포츠(야구, 축구, 농구, 배구, 골프)의 입장수입 규모는 총 약 2,231.8억 원이었으며 이중 프로야구가 1,595억 원으로 가장 큰 비중을 차지하였다. 프로축구가 424억 원으로 두 번째로 입장수입 규모가 큰 시장이었으며, 남자프로농구가 131억 원으로 뒤를 이었다. 다음으로 프로배구(남, 여) 74.7억 원, 여자 프로농구가 7억 원으로 나타나 남자 프로농구에 비해 여자 프로농구의 입장수입 규모가 현저히 작은 것을 알 수 있다. 2020년 코로나19에 따른 프로스포츠 관중 입장 제한 명령으로 인해 전체 프로스포츠 관중이 급격하게 감소하였으나 코로나19 완화로 2021년은 소폭 증가하였고, 2022년이후 프로야구와 프로축구는 큰 폭으로 상승하는 추세를 보이고 있다.

〈표 5-6〉 프로스포츠 입장수입 규모

(단위: 억 원)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
프로야구	948	85	257	1,005	1,233	1,595
프로축구	187	56	86	166	335	424
프로농구(남)	66.6	11	46	86	114	131
프로농구(여)	2.5	2.2	2.7	5	7	7
프로배구(남, 여)	33.3	29.8	3	25.6	73.7	74.7
프로골프(남)	0.1	0	0	0	0.25	0.16
프로골프(여)	-	-	-	-	-	-
소계	1,237.5	184.0	394.7	1,287.6	1762.9	2,231.8

※ 출처: 각 프로스포츠연맹

프로스포츠의 중계권 시장을 살펴보면 프로야구의 중계료가 약 540억 원으로 가장 큰 규모를 나타내고 있다. 이는 모바일·인터넷 등 뉴미디어 중계를 제외한 지상파, 케이블 등 TV방송기준으로, 연간 약 300억 원 규모로 추정되는 뉴미디어 중계권료를 합하면 연 900억 원을 넘는 중계수익을 올리고 있다. 프로야구 중계권료는 구단에 균등 배분되고 있기 때문에 프로야구 구단들은 연간 약 54억 원 정도의 중계권 수익을

올리고 있다고 볼 수 있다. 프로축구는 2013년부터 2019년까지 매년 60억 원 규모의 중계권 수익을 올리고 있다. 2021년에는 113억 원의 매출을 올리는 것으로 나타났다. 프로배구는 2017부터 2019년까지 매년 40억 원을 중계권료로 받았으나 2020년에는 37억 원으로 소폭 하락하였으나 2021년 42억 원으로 증가한 것으로 나타났다. 여자프로농구의 경우 4억 원 규모의 중계권 수입을 올리는 것으로 나타났으며, 남자프로농구는 연간 약 30억 원 규모로 중계권 시장이 형성되어 있었으나 2020년 감소한 30억 원으로 집계되었다. 2021년 남자프로 골프의 경우 2억 원의 증계권료 확보하였고, 2023년에는 34억, 2024년에는 35억원으로 증가한 수치를 보였다. 이 외에 대부분의 종목에서 전반적으로 큰 변화는 없었지만, 2023년 코로나19 엔데믹 선언 이후 프로축구의 경우 중계권이 높아지고 있는 추세를 보이고 있다.

〈표 5-7〉 프로스포츠 중계권 시장규모

(단위: 억 원)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
프로야구	540	540	540	540	540	540
프로축구	60	68	113	113	136	145
프로농구(남)	33	30	30	30	30	34.3
프로농구(여)	4	4	4	10	10	10
프로배구(남, 여)	40	37	42	50	50	50.8
프로골프(남)	-	-	2	1	34	35

※ 출처: 각 프로스포츠 연맹

※ 프로골프(여)는 계약에 따른 보안 사항으로 자료 미제공

프로스포츠의 머천다이징(상품화) 시장은 라이선싱 시장을 포함한다. 머천다이징 시장은 구단 혹은 협회가 상품을 소비자들에게 직접적으로 판매하는 것이고, 라이선싱 시장은 기업체 혹은 상품화권자에게 수수료를 받고 판매권을 넘기는 형태이다. 따라서 머천다이징 시장은 2차 파생시장이 없지만 라이선싱 시장은 2차 파생시장을 낳는다. 프로스포츠의 머천다이징 및 라이선싱 시장은 구단 혹은 협회의 로고나 마스코트 등이 들어간 유니폼을 비롯한 여러 가지 상품의 판매와 유소년 강습 등에서 주로 나타난다. 프로골프의 경우에는 팀스포츠가 아닌 개인 스포츠이며 대회의 운영이 대회별 스폰서 주도로 이루어지고 스포츠 이벤트 대행업체에 의하여 대회가 진행되는 경우가 많기 때문에 상대적으로 머천다이징 및 라이선싱 시장이 형성되기 어려운 실정이다.

2024년 4개 프로스포츠 머천다이징 시장규모는 약 1,074억 원이다. 이중 프로야구가 931.6억 원으로 머천다이징 시장에서 대부분의 비중을 차지하고 있으며, 다음으로는 프로축구가 126억 원을 기록하였다. 또한, 프로배구(남, 여)는 10.7억 원, 여자프로농구는 6000만 원, 남자 프로골프는 6.02억 원으로 나타났다.

〈표 5-8〉 프로스포츠 머천다이징(라이선싱 포함) 시장규모

(단위: 억 원)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
프로야구	116	73	93	191	348	931.6
프로축구	34	16	25	71	124	126
프로농구(남)	1.9	1.0	9.4	12	30.9	-
프로농구(여)	0.1	0.4	0.5	0.4	0.7	0.6
프로배구(남, 여)	2.2	1.3	1.1	3	4.3	10.7
프로골프(남)	5.9	6.36	12.28	8.32	16.12	6.02
소계	160.1	98.06	141.28	285.72	524.02	1,074.92

※ 라이센스 로열티 포함

※ 출처: 각 프로스포츠 연맹

※ 남자프로농구연맹 자료 미제공

프로스포츠의 스폰서 수입은 입장권 수입, 중계권 수입, 머천다이징 및 라이선싱 수입과 함께 주요 수입원의 역할을 한다. 프로스포츠 스폰서 시장규모는 입장수입 및 중계권 시장 규모와 상관관계가 크다. 즉 인기가 높은 종목일수록 입장료 수익이 커지고 시청률이 높게 나오기 때문에 중계권 시장 규모가 커지게 되며 이는 더 많은 대중에게 노출되는 것으로 해석될 수 있어 스폰서 시장규모 또한 대체로 크게 나타난다. 2024년 기준으로 모기업의 스폰서 금액을 제외한 프로야구 스폰서 시장규모는 약 743.6억 원, 프로축구의 스폰서 시장규모는 약 505억 원으로 나타났다. 여자 농구의 스폰서 금액은 22억 원으로 전년과 같았으며 프로배구(남, 여)는 157.7억 원으로 나타났다. 프로야구의 1군 등록선수는 구단별 27명이고 대부분 구단이 2군과 육성선수를 운영하기 때문에 구단별 선수 수는 60여 명이 넘는 경우가 많다. 프로축구의 경우 구단별 선수의 규모가 30~40명 정도이고 프로농구의 경우 구단별로 차이가 있지만 20명 정도이며 프로배구의 경우 구단별 선수의 수는 14~19명인 것으로 나타났다. 따라서 종목별 특성상 구단의 선수규모가 차이가 나게 되며 구단 규모가 작을수록 스폰서 금액 또한 작아진다. 구단 스폰서 금액(시장)이 시장을 통한 수입보다는 모기업 지원금, 상위부서 지원금 그리고 정부보조금에 의존하는 비율이 높기 때문이다. 프로골프의 경우 대회 수가 많은 여자 경기 스폰서 시장이 남자 경기 스폰서 시장보다 크다. 여자프로골프의 스폰서 시장 규모는 2023년에는 347억 원 규모를 이루었고, 남자프로골프의 스폰서 시장 규모는 90억 원대를 기록하였다.

〈표 5-9〉 프로스포츠 스폰서 시장규모

(단위: 억 원)

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
프로야구	1,100	1,079	657	565	544	854	743.6
프로축구	1,825	349	349	364	401	478	505
프로농구(남)	282	90	68.9	96.2	102	109	-
프로농구(여)	19	25.5	20.9	21	21	22	22
프로배구(남, 여)	122.7	123.3	110	97	118	135.1	157.7
프로골프(남)	362.1	4	33.6	46.4	59.86	90.7	107
프로골프(여)	254.5	300	217	303.1	311.4	347	-
소계	3,965.3	1,970.8	1,456.4	1,492.7	1557.3	2035.8	1,535.3

※ 모기업 제외 스폰서 금액

※ 출처: 각 프로스포츠 연맹

※ 남자프로농구연맹, 여자프로골프협회 자료 미제공

3 종목별 프로스포츠산업

국내 프로스포츠의 전체 현황은 1982년 프로야구리그가 출범한 이후 본격적으로 국내 스포츠리그의 프로화가 진행되었고 스포츠산업을 이끄는 기폭제가 되었다. 2024년 12월 31일 기준 야구, 축구, 농구(남·여), 배구(남·여), 골프(남·여) 등의 종목에 (사)한국프로축구연맹, (사)한국야구위원회, (사)한국농구연맹, (사)한국여자농구연맹, (사)한국배구연맹, (사)한국프로골프협회, (사)한국여자프로골프협회 등의 프로스포츠단체가 운영되고 있다. 종목별로는 프로야구 10개 구단, 프로축구 25개 구단(K리그 1-12개, K리그 2-13개), 프로농구 16개 구단(남10, 여6), 프로배구 13개 구단(남7, 여6) 등이 운영되고 있다. 2015년 11월에는 국내 프로스포츠 5개 종목(야구, 축구, 농구, 배구, 골프)의 7개 법인이 모여 "한국프로스포츠협회"를 출범시켰다. 한국프로스포츠협회는 한국 프로스포츠 수준 향상과 저변확대 및 프로스포츠를 통한 국민의 건전한 여가 도모를 위한 스포츠 활성화와 지역사회의 발전, 국제친선 기여에 목적을 두고 있으며 프로스포츠 저변 확대 및 홍보 관련 사업, 유소년 활성화 사업 및 클럽 스포츠 활성화 사업, 프로스포츠와 관련한 제반 행정과 지원업무, 프로스포츠에 관한 국제적인 교류와 그와 관련된 사업, 운동경기 부정방지 교육사업 및 은퇴선수 지원 프로그램 개발 사업, 선수, 지도자, 심판 등 인적자원 개발사업 등을 하고 있다.

〈표 5-10〉 프로스포츠단체 현황

(단위: 개)

구분 \ 종목	축구		야구	농구		배구		골프	
단체명	(사)한국프로축구연맹		(사)한국야구위원회	(사)한국농구연맹	(사)한국여자농구연맹	(사)한국배구연맹		(사)한국프로골프협회	(사)한국여자프로골프협회
대표	권오갑		허구연	김희옥	이병완	조원태		구자철	김정태
구단수	K1-12	K2-13	10	10	6	7	7	-	-

※ 출처: 각 단체 홈페이지(2024년 기준)

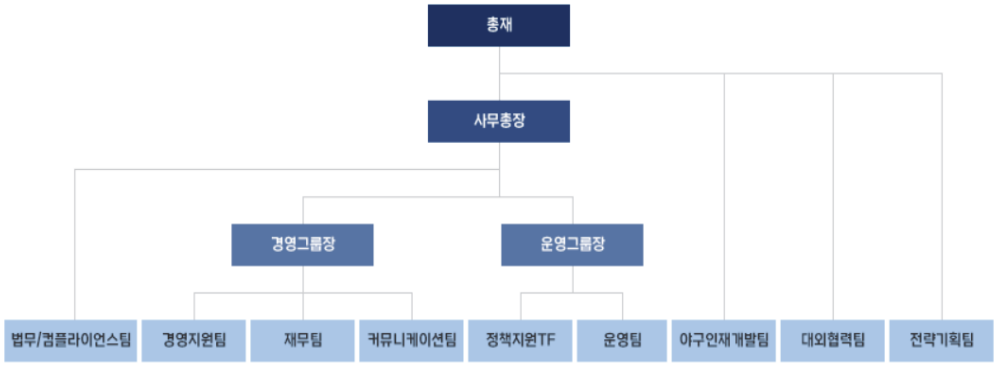
1) 프로야구

(1) 한국야구위원회

(사)한국야구위원회(Korea Baseball Organization)는 야구를 통해 대한민국 프로스포츠 발전에 기여하는 것을 목적으로 1981년 12월 11일 창립되었다. 대한민국 문화체육관광부 소관의 사단법인으로 각종 국제대회 참가 및 KBO 리그(국내 프로야구 리그)를 총괄하는 기구이다. 한국야구위원회의 주요 활동은 KBO 정규시즌, 올스타전, 포스트시즌, 한국시리즈 등의 리그 활동 관리, KBO 야구 경기의 기록 및 관련 자료의 수집과 조사 및 분석, 국제 야구 활동 교류추진, 아마추어 야구발전을 위한 제반 지원활동, TV 및 라디오 방송중계권 계약활동, 야구기술의 개발 및 지도 보급, 야구관계자의 상벌 및 복지사업, 야구박물관, 도서관 및 야구회관의 설치 운영, KBO 연감 및 간행물 발간, KBO 재산 및 회계 관리 등이 있다. 2008 베이징 하계 올림픽대회 야구 종목에서 한국대표팀이 구기 종목 사상 최초로 금메달을 획득한 이후 2009 제2회 월드 베이스볼 클래식(WBC)에서 준우승, 2010 광저우 하계 아시아 경기대회에서 금메달을 차지하였으며, 2015년에 열린 제1회 WBSC 프리미어12에서 우승하면서 국민적 인기를 구가하는 종목으로 발전하였다.

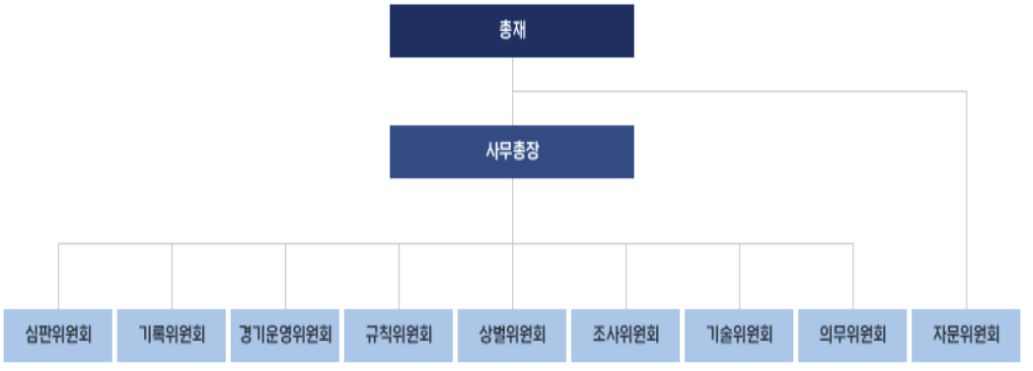
이러한 현상으로 인해 2016년 800만 관중을 돌파하였으나, 2019년 다시 700만 명대로 감소하였다. 이처럼 관중 감소가 일어나던 중 2020년은 코로나19로 인해 32만 명에 그쳤으나 엔데믹 이후 2024년은 1,088만 명으로 증가하였다.

〈그림 5-1〉 한국야구위원회 조직도



※ 출처: KBO 홈페이지

〈그림 5-2〉 KBO 전문위원회



※ 출처: KBO 홈페이지

주식회사 케이비오피(주) KBOP: Korea Baseball Organization Properties)는 2002년 2월에 설립된 (사)한국야구위원회의 자회사로서 KBO를 대신하여 통합 마케팅을 대행하는 회사이다. ㈜케이비오피의 주요업무는 타이틀 스폰서십 선정 및 관리와 KBO 공식 후원사 유치 및 관리 같은 KBO 리그 스폰서십 사업, KBO 리그 통합 상품화 및 라이선싱 사업 (구단에서 위임받은 통합 상품화 사업(모자, 의류, 액세서리 등) 및 KBO 리그 관련 라이선싱 사업), 그리고 TV, 인터넷, 모바일 등 미디어 관련 KBO 리그 중계권 계약활동 등이다.

〈그림 5-3〉 (주)케이비오피(KBOP)



※ 출처: KBO 홈페이지

(2) 프로야구 역사

한국 프로야구는 1982년에 출범하였다. 출범 첫해 등록된 구단은 6개 팀(MBC 청룡, 롯데 자이언츠, 삼성 라이온즈, OB 베어스, 해태 타이거즈, 삼미 슈퍼스타즈)이다. MBC 청룡과 삼성 라이온즈의 개막전을 시작으로 시즌이 진행되었고 초대 우승구단은 OB 베어스다. 대전을 연고로 창단한 OB 베어스는 1985년 서울로 연고지를 옮겼다. 같은 해 삼미 슈퍼스타즈는 청보 핀토스로 구단명칭을 바꾸었다. 1988년 태평양이 청보 핀토스를 인수하면서 태평양 돌핀스가 되었고 1995년 현대가 구단을 인수하여 현대 유니콘스가 되었다.

〈표 5-11〉 과거 KBO리그 팀 변천사

팀명	팀명 변경 역사	창단일 / 변경일	해체일
쌍방울 레이더스	-	1990년 3월 31일	2000년 2월 12일
삼미 슈퍼스타즈	청보 핀토스	1982년 2월 5일	1985년 6월 29일
청보 핀토스	태평양 돌핀스	1985년 6월 29일	1988년 3월 8일
태평양 돌핀스	현대 유니콘스	1988년 3월 8일	1996년 3월 11일
현대 유니콘스	-	1996년 3월 11일	2008년 3월 11일

※ 출처: 한국야구위원회(2024) 야구연감

한국 프로야구는 6개 구단으로 프로리그를 운영하다가 1986년 대전·충남을 연고로 빙그레 이글스가 창단되면서 7개 팀으로 늘어났다. 1990년 MBC 청룡이 LG에 인수되면서 LG트윈스가 되었고 1991년 쌍방울 레이더스가 전북을 연고로 창단하면서 8개 구단으로 리그가 진행되었다. 1993년에 빙그레 이글스가 한화 이글스로 바뀌었고 1999년 OB 베어스가 두산 베어스로 구단 명칭을 바꾸었다. 다음 해 쌍방울 레이더스가 해체되었고, 신인 지명권과 선수단은 새로 창단된 SK 와이번스가 인수하였다. 2001년 기아가 해태 타이거즈를 인수하면서 기아 타이거즈가 되었다. 2008년 현대 유니콘스가 해체되었으나 센테니얼 인베스트먼트가 선수단을 흡수하였고 우리담배가 스폰서를 맡아 우리 히어로즈가 창단되었다. 그러나 우리담배가 스폰서 계약을 해지하여 히어로즈라는 명칭으로 운영되었다. 2010년 넥센타이어가 네이밍스폰서가 되면서 넥센 히어로즈가 탄생하였다. 이후 넥센과의 스폰서 계약이 종료되고 키움증권과 새롭게 네이밍스폰서를 계약하

면서 2019년 1월 15일 키움 히어로즈로 변경되었다. 2011년 엔씨소프트가 NC 다이노스를 창단하면서 9개 구단이 되었다. 그리고 2013년 kt 위즈가 창단하면서 한국 프로야구는 10개 구단 시대를 맞이하였다. 2021년 신세계가 SK 와이번스의 구단 회원자격을 양수하여 SSG 랜더스가 되었다. 2024년도 구단 순위는 KIA가 총 144경기 중 87승 2무 55패로 1위를 차지하였으며 그 다음으로 삼성, LG, 두산, KT, SSG, 롯데, 한화, NC, 키움 순으로 최종순위를 기록했다.

〈표 5-12〉 현재 KBO리그 팀 변천사

현재의 팀명	팀명 변경 역사	창단일 / 변경일
두산 베어스	OB 베어스	1982년 1월 15일
	두산 베어스	1999년 1월 5일
LG 트윈스	MBC 청룡	1982년 1월 26일
	LG트윈스	1990년 3월 15일
KIA 타이거즈	해태 타이거즈	1982년 1월 30일
	KIA 타이거즈	2001년 8월 2일
삼성 라이온즈	-	1982년 2월 3일
롯데 자이언츠	-	1982년 2월 12일
한화 이글스	빙그레 이글스	1986년 3월 8일
	한화 이글스	1993년 11월 1일
키움 히어로즈	우리 히어로즈	2008년 3월 24일
	히어로즈	2008년 8월 26일
	서울 히어로즈	2009년 7월 5일
	넥센 히어로즈	2010년 2월 9일
	키움 히어로즈	2019년 1월 15일
NC 다이노스	-	2011년 3월 29일
kt 위즈	-	2013년 1월 17일
SSG 랜더스	SK 와이번스	2021년 3월 5일

※ 출처: 한국야구위원회(2024). 야구연감

〈표 5-13〉 KBO리그 팀 개요

팀	연고지	홈 경기장	제2 홈구장	창단연도	리그참가	감독
KIA 타이거즈	광주	광주-기아 챔피언스필드	군산월명종합운동장야구장	2001년	1982년	김종국
kt 위즈	수원	수원 kt 위즈 파크	-	2013년	2015년	이강철
LG 트윈스	서울	서울종합운동장 야구장	-	1990년	1982년	염경엽
NC 다이노스	창원	창원NC파크	-	2011년	2013년	강인권
SSG 랜더스	인천	인천SSG 랜더스필드	-	2000년	2000년	김원형
키움 히어로즈	서울	고척 스카이돔	-	2008년	2008년	홍원기
두산 베어스	서울	서울종합운동장 야구장	-	1982년	1982년	이승엽
롯데 자이언츠	부산	사직야구장	울산문수야구장	1982년	1982년	래리 서튼
삼성 라이온즈	대구	삼성 라이온즈파크	포항야구장	1982년	1982년	박진만
한화 이글스	대전	한화생명 이글스 파크	청주야구장	1986년	1986년	카를로스 수베로

※ 출처: 한국야구위원회(2024) 야구연감

(3) 프로야구단 경기장 개요

현재 국내 프로야구는 두산과 LG가 잠실야구장을 공동으로 홈구장으로 사용하고 있고 키움은 서울의 고척스카이돔을 홈구장으로 사용하여 서울에 3개 구단이 연고지를 가지고 있다. 2014년 KIA 타이거즈가 '광주-KIA 챔피언스 필드'라고 명명된 광주 구장을 신규로 건립하여 홈구장으로 사용하고 있고, '함평-KIA 챌린저스 필드'도 2012년 개장했다. kt 위즈는 1989년에 건립된 수원 경기장을 2014년에 리모델링하여 홈구장으로 사용하고 있다.

〈표 5-14〉 프로야구단 홈구장 및 2군 경기장 개요

(단위: 억 원, 명)

경기장	사용구단	건립연도	건립비용 (원)	수용인원
광주-KIA 챔피언스 필드	KIA 타이거즈	2014년	1,000억 원	27,000명
고척 스카이돔	키움 히어로즈	2015년	1,948억 원	18,000명
잠실야구장	LG 트윈스 두산 베어스	1982년	126억 원	24,427명
사직 종합운동장야구장	롯데 자이언츠	1985년	165억 원	28,500명
대구 삼성 라이온즈파크	삼성 라이온즈	2016년	1,666억 원	29,000명
SK 행복드림구장	SSG 랜더스	2002년	602억 원	27,877명
창원 NC파크	NC 다이노스	2019년	1,270억	22,112명
수원 kt 위즈 파크	kt 위즈	1989년 건립 2014년 리모델링	60억 원/건립 290억 원/리모델링	20,000명
한밭종합운동장 야구장	한화 이글스	1964년	3억 6천 7백만 원	13,000명
화성히어로즈 베이스볼파크	화성 히어로즈	2014년	21억 원	500명
이천베어스파크	두산베어스 2군	2014년	550억 원	400명
LG 챔피언스파크	LG트윈스 2군	2014년	700억 원	874명
롯데 상동야구장	롯데자이언츠 2군	2007년	250억 원	100명
포항야구장	삼성 라이온즈 NC 다이노스 2군	2013년	317억 원	15,000명
삼성 라이온즈 볼파크	삼성 라이온즈 2군	1996년	108억 원	1,165명
청주종합경기장 야구장	한화 이글스	1979년	29억 3천만 원	7,500명
함평-KIA챌린저스 필드	KIA 타이거즈 2군	2012년	340억 원	-
울산 문수 야구장	롯데 자이언츠	2014년	450억 원	12,088명

※ 출처: 각 지자체 홈페이지

롯데 자이언츠는 부산 사직구장을, NC 다이노스는 1982년 건립된 마산종합운동장 야구장을 사용하다 2019년 창원NC파크를 건립해 사용하고 있다. SK 와이번스는 2002년에 인천에 SK 행복드림구장을 건립하였으며 국내 야구장 중 최초로 외야에 투수 불펜을 설치하여 투수들이 안전하게 몸을 풀 수 있는 환경을 마련하였고 2009년 외야석 일부를 떼어내고 바비큐 존을 설치하였다. 내야석에도 탁자 지정석을 두 배로 늘리면서 좌석 수가 기존 30,400석에서 27,877석으로 줄어들었다. 삼성 라이온즈는 총사업비 1,666억 원이 투입돼 2016년 3월 19일에 개장한 대구 삼성라이온즈파크를 홈경기장으로 사용하고 있다. 한화 이글스는 1964년에 건립된 대전 한밭종합운동장 야구장을 홈구장으로 사용 중이며 이는 1982년 프로야구 원년부터 3년 동안 OB베어스(현 두산베어스)의 홈구장으로 사용되었다. 1985년 OB베어스가 서울로 연고지를 이전하고, 1985년 창단되어 1986년부터 1군 리그에 참가한 한화 이글스의 전신 빙그레 이글스가 대전구장을 홈구장으로 사용하게 된 바 있다. 롯데 자이언츠는 원년부터 1985년까지는 구덕 야구장을 사용했다가 1985년 완공된 사직 야구장으로 이전했다. 사직 야구장은 국내에서 펜스 높이가 가장 높기 때문에 타자들이 느끼는 체감 거리가 다른 곳보다 크다는 장점이 있다. 관중석 규모도 잠실 구장과 비슷하여 상당하다. 또한 제2홈구장을 사용하고 있는데, 과거에는 마산 야구장, 현재는 울산 문수 야구장을 사용하고 있다.

(4) 프로야구 현황 및 과제

가. 현황 및 문제점

1982년부터 프로야구 리그를 시작했으며, 2024년 현재 10개 구단이 KBO 리그에 참여하고 있다. 2024년 프로야구 평균 관중은 15,122명으로, 해외 주요리그 평균 관중(미국 MLB 24년 기준 29,568명, 일본 24년 기준 31,098명)에 비해서는 아직 격차가 크다. 주로 리그 성적이 중심이 되고 있어 전반적인 적자(각 구단은 모기업의 지원에 의존하며 50~200억 원 적자)를 극복하지 못하고 있다.

〈표 5-15〉 프로야구 관람객 규모

구 분	경기 수	연간 관람객	평균관중
2022	738	6,382천 명	8,648명
2023	735	8,384천 명	11,408명
2024	720	10,887천 명	15,122명

※ 출처: 문화체육관광부(2024 프로스포츠 경기단체 자료)

한국 프로스포츠는 야구와 축구, 농구, 배구 등 4대 스포츠가 모두 흥행하며 세계적으로도 손꼽히는 규모를 갖추고 있으나 정작 경기장이 낙후되어 팬들의 외면을 받았고 구단도 수익 창출에 어려움을 겪었다. 프로야구가 직면하고 있는 최대 과제는 지자체 소유의 경기장을 단편적으로 운영하고 있는 것이다. 특히 경기장 임대문제는 프로스포츠 발전을 저해하고 있는 주요 요소로 꼽히고 있다. 수원시와 25년 장기계약을 체결한 kt 위즈를 제외한 구단들은 단기간 계약으로 경기장의 안정적이고 지속적인 활용이 불가능하다. 또한 미래를 준비하는 체계적인 유소년선수 육성시스템이 부재하고, 고교야구의 경우 주말리그의 문제점(재정지원, 경기장 확보, 심판 확보, 출전선수 편중 등)에 대한 개선 및 정착 방안 마련이 필요하다.

나. 개선방안

국내 프로야구 구단들이 리그 성적 중심에서 자립 경영 중심 체제로 패러다임을 전환해야 한다. 모기업의 지원금에 의존하여 경기에만 집중하기보다는 프로구단 운영을 비즈니스로 인식하는 사고의 전환이 필요하다. 1980년대 초반 프로야구와 프로축구 출범 뒤 30년을 넘긴 한국 프로스포츠에 프로스포츠가 산업으로써의 역할을 할 수 있도록 뒷받침하는 '스포츠산업 진흥법' 전면 개정안이 2016년 시행되면서 프로구단이 홈구장을 최대 25년까지 수의계약 방식으로 장기 임대하여 관중 친화적인 곳이 되도록 투자하고 보수할 수 있게 되었다. 지방자치단체가 소유하고 운영하는 경기장 임대 문제가 프로스포츠 발전을 저해하고 있는 주요 요소로 꼽히고 있었으나 '스포츠산업진흥법'의 개정 및 시행으로 지방자치단체는 공공체육시설의 효율적 활용과 프로스포츠의 활성화를 위해 필요한 경우 25년 이내의 기간을 정하여 관리를 위탁할 수 있도록 하였고 프로스포츠단의 연고 경기장으로 사용·수익을 허가하거나 관리를 위탁할 때에는 프로스포츠단과 우선하여 수의계약을 할 수 있도록 하여 경기장의 안정적이고 지속적인 활용을 위한 장기임대 시스템의 법적인 기반이 마련되었다. 또한, 야구저변이 부족하기 때문에 미래를 준비하는 체계적인 유소년선수 육성시스템을 마련하고, 고교야구 주말리그의 문제점(재정지원, 경기장 확보, 심판 확보, 출전선수 편중 등)에 대한 개선 방안 마련 및 경기장 확대 등의 야구 인프라 확충도 필요한 실정이다. 또한 KBO.com 등 리그수입 극대화를 위한 통합마케팅이 요구되고 있으며, 구단별 비즈니스보다는 리그중심의 리그십에 대한 이해를 높여야 프로야구의 자립경영이 가능할 것이다.

2018년에는 두산 베어스가 프로구단 간 성과평가에서 최고 등급(S등급)을 받았다. 두산 베어스는 비용총액 대비 마케팅 및 관리 비용의 증감량, 유료 평균 관중수, 입장수익, 성적, 마케팅 혁신 등의 평가항목에서 높은 점수를 받았다. 9년 연속(2009~2017년) 홈 관중 1백만 명 돌파 기록을 세운 두산은 흥행성이 낮은 게임과 좌석의 판매 증대를 위해 연 40회 이상 홈경기에서 다양한 타깃 마케팅을 펼쳤다. '베어스데이(가족 타깃)', '미스터두데이(남성 타깃)', '퀸스데이(여성 타깃)', '두린이날(어린이 타깃)'을 비롯해 비인기 좌석은 스타선수 마케팅 일환인 '허슬두데이' 등으로 관객을 유치했다. 또한 서울시로부터 잠실야구장 광고권 사용 수익허가를 얻고, 모기업이 아닌 기업브랜드(한국타이어, 휠라코리아, 대화제약, 유안타증권 등)를 유니폼에 부착하는 등 모기업 광고지원금에 의존한 수입구조를 탈피해 다양한 기업 광고 유치에 힘썼다. 이외에도 인스타그램 채널과 구단 공식블로그 '두런두런'을 오픈하고, 약 1,800건의 경기 하이라이트 영상, 인포그래픽 등 SNS 콘텐츠를 제작해 팬들과의 온라인 커뮤니케이션도 활발히 가졌다. 그 결과 페이스북, 트위터, 유튜브, 인스타그램 등 구단 계정의 SNS 구독자 수가 전년대비 64%(총 구독자 19만명 증가) 증가한 점에서 높은 점수를 획득했다(한국프로스포츠협회, 2018). 두산 베어스뿐 아니라 나머지 9개 구단 또한 지속적으로 다양한 마케팅을 실시하고 있고 SNS, 유튜브 등을 통해 팬들과의 소통을 하고 있다. 구단들은 이러한 활동을 통해 소비층을 가장 크게 넓힐 수 있는 주요 타킷인 젊은 팬들의 유입에 초점을 맞추고 있다. 하지만 최근 관중수의 감소세를 보면 야구 소비층의 저변을 확대하기가 쉽지만은 않은 상황이다. 구단 차원에서는 무엇보다 젊은 팬들을 야구장에 끌어들이기 위한 다양한 마케팅 아이디어가 필요하다. 야구장이 단순히 야구를 보러 가는 공간이 아니라, 놀거리가 가득한 공간으로 인식될 수 있도록 하는 것은 물론, 선수들의 스토리를 잘 발굴해 내는 것도 필요하다. SK 와이번스(현 SSG 랜더스), kt 위즈, NC 다이노스 등이 첨단기술을 접목한 스마트 경기장을 선보이며 AR을 활용한 관중 참여 등에 앞장서고 있는 것도 야구장으로 관중을 끌어 모으기 위한 방안 중 하나라고 할 수 있다.

2) 프로축구

(1) 한국프로축구연맹

한국프로축구연맹은 프로축구를 통한 국민의 여가선용, 스포츠 활성화 및 저변확대, 그리고 이를 기반으로 한 한국축구의 양적, 질적 성장을 목적으로 1994년 7월 30일 조직된 기관이다. 1983년 한국 최초의 프로축구리그인 슈퍼리그 출범 당시 리그 관장 기구였던 슈퍼리그 위원회가 대한축구협회에 통합된 후 대한축구협회 프로위원회가 프로축구를 관리했다. 1994년 7월 30일 한국프로축구연맹이라는 명칭으로 독립하였고 2010년 1월 13일 대한민국 문화체육관광부 소관 사단법인으로 전환하였다.

〈그림 5-4〉 한국프로축구연맹 조직도



※ 출처: 한국프로축구연맹 조직도

(2) 프로축구 역사

한국프로축구는 1983년 슈퍼리그로 출범하여 프로 2팀 (할렐루야, 유공), 실업팀 3개 구단(국민은행, 대우, 포항제철) 총 5개 팀으로 리그가 진행되었다. 1983년 12월 3일 대우가 대우 로얄즈라는 명칭으로 프로화 하였고 3일 뒤 현대가 창단, 22일 럭키금성 구단이 탄생하였다. 1984년 포항제철이 프로로 전향하였다. 최초 5개 팀으로 시작했던 프로축구는 1985년 6개의 프로구단과 2개의 실업팀으로 리그를 진행했다. 하지만 1985년도 시즌을 마지막으로 할렐루야가 아마추어 팀으로 전향하였다. 프로리그를 활성화하기 위해 1987년 프로축구위원회가 조직되었고 전임심판제도를 시행하였다. 1989년 일화 천마가 프로축구팀을 만들었다. 1991년 평균 관중 1만 명을 달성하였고, 1994년 지금의 한국프로축구연맹이 출범하였다. 같은 해

전북 버팔로가 창설되었으나 재정난으로 해체되었고 전북 다이노스와 전남 드래곤즈가 창단되었다. 1995년 수원 삼성 프로축구단, 1997년 대전 시티즌이 창단되었다. 1994년 3월 15일 2002 월드컵 축구 유치위원회가 설치되었고 같은 해 7월 30일 한국프로축구연맹 KPFL이 발족되었다. 2000년 천안 일화 천마가 성남으로 연고지를 옮기면서 성남 일화 천마가 되었다. 2003년 최초의 시민구단인 대구 FC가 창단되었고, 2004년 안양 LG 치타스가 서울로 연고를 바꾸면서 FC 서울이 되었다. 2006년 부천 SK가 제주도로 옮기면서 제주 유나이티드로 명칭을 변경하였고, 경남 FC가 창단되었다. 2008년 강원도를 연고로 하는 강원FC가 탄생하였다. 2011년 광주 FC가 창단되었고, 2013년 FC안양, 2014년 서울 이랜드 FC가 탄생하였다. 2016년에는 그간 경찰팀 형태로 운영되던 무궁화 FC와 2017년을 끝으로 계약을 연장하지 않기로 하였고, 2018년에 아산 무궁화로 K리그2에 출전하였다. 2020년 국군체육부대와 김천시가 연고지 협약을 체결하여 상주 상무가 구단명 김천상무FC로 변경하여 2021년 리그에 참여하였다. 김포시민축구단은 2021년 김포FC로 구단명이 변경되었고 2022년 K3리그에서 승격하여 현재 K2리그에서 활약중에 있다.

〈표 5-16〉 프로스포츠클럽 자격요건(제1조)

1.	국내법을 근거로 설립된 영리법인 또는 비영리법인
2.	특정 행정 단위의 연고지
3.	연고지내에 본 규정 제3장 제2~4조에 부합되는 경기장 보유
4.	사무국 가. 상근임원 나. 사무국장 및 분야별(재무, 안전, 미디어, 마케팅 등) 담당자
5.	연맹 표준계약서를 체결하여 등록된 선수를 최소 20명 이상(외국인선수 포함) 보유하여야 한다. 선수 등록은 선수규정 제4조 1항에 의거한다.
6.	유소년클럽시스템 가. 4단계 연령별 클럽(U10, U12, U15, U18) 보유 나. 상기 가항의 클럽 중 U12, U15, U18클럽은 협회에 등록되어야 한다 다. 유소년육성책임자(AFC A급 자격증 보유자)
7.	기타 연맹 규정 또는 이사회, 총회의 의결로 정하는 사항

※ 출처: 한국프로축구연맹(2023)

2017년부터 2021년까지 5년간 K리그1(구 K리그 클래식) 우승을 전북 현대 모터스가 차지하면서 K리그 최초의 5연패를 달성하였다. 2009년 이후로는 9번의 우승을 거두면서 K리그 최고의 팀으로 자리매김하였다. 2022년부터 2024년까지 울산 현대가 K리그1 우승과 함께 3연패를 달성하였다. 2023년은 수원 블루윙즈가 K리그2로 강등되었으며 K리그2에서 1위한 김천상무가 2024년도에 K리그1으로 승격되어 시즌을 시작하였다.

〈표 5-17〉 프로축구 K리그1 '참가팀

(단위: 명)

구단	순위(2024)	위치	홈구장	수용 인원
울산 HD	K리그1 우승	울산	울산문수축구경기장	44,102
강원 FC	K리그1 2위	강원	춘천송암스포츠타운 주경기장	20,000
김천 상무	K리그1 3위	김천	김천종합운동장	30,000
FC 서울	K리그1 4위	서울	서울월드컵경기장	66,806
수원 FC	K리그1 5위	수원	수원종합운동장	11,808
포항 스틸러스	K리그1 6위	포항	포항스틸야드	17,443
제주 유나이티드	K리그1 7위	제주	제주월드컵경기장	35,657
대전 하나 시티즌	K리그1 8위	대전	대전월드컵경기장	40,903
광주FC	K리그1 9위	광주	광주월드컵경기장	40,245
전북 현대 모터스	K리그1 10위	전주	전주월드컵경기장	42,477
대구 FC	K리그1 11위	대구	대구스타디움	66,422
인천 유나이티드	K리그1 12위	인천	인천축구전용경기장	20,300

※ 출처: 프로축구연맹(2024) 프로축구연감

〈표 5-18〉 프로축구 K리그2 참가팀

(단위: 명)

구단	순위(2024)	위치	홈구장	수용 인원
FC 안양	K리그2 1위	안양	안양종합운동장	17,095
충남 아산	K리그2 2위	아산	이순신종합운동장	19,283
서울 이랜드 FC	K리그2 3위	서울	서울종합운동장	5,216
전남 드래곤즈	K리그2 4위	광양	광양축구전용구장	13,496
부산 아이파크	K리그2 5위	부산	구덕운동장	11,808
수원 삼성 블루윙즈	K리그2 6위	수원	수원월드컵경기장	44,031
김포 FC	K리그2 7위	김포	김포솔터축구장	5,040
부천 FC 1995	K리그2 8위	부천	부천종합운동장	35,545
천안 시티 FC	K리그2 9위	천안	천안종합운동장	30,000
충북청주 FC	K리그2 10위	청주	청주종합운동장	16,280
안산 그리너스 FC	K리그2 11위	안산	안산와~스타디움	35,000
경남 FC	K리그2 12위	경남	창원축구센터	15,116
성남 FC	K리그2 13위	성남	탄천 종합 운동장	16,000

※ 출처: 프로축구연맹(2024) 프로축구연감

(3) K리그 구단 명칭과 연고지 변천

〈표 5-19〉 프로축구 K리그 구단 변천사

구단명	K리그 참가 기간	구단명칭 변경	창단일 / 변경일
포항 스틸러스	1983년-현재	포항제철 축구단	1973년 4월 1일
		포항제철 돌핀스	1983년 (수퍼리그 참가로 마스코트 확정) 1984년 2월 (프로축구단으로 전환 확정)
		포항제철 아톰즈	1985년 2월 7일
		포항 아톰즈	1995년 5월 29일
		포항 스틸러스	1997년 1월 1일
부산 아이파크	1983년-현재	새한자동차 축구단	1979년 11월 22일 (창단식)
		대우 축구단	1980년 10월
		대우 로얄즈	1983년 (수퍼리그 참가로 마스코트 확정) 1983년 12월 3일 (프로축구단으로 창단식)
		부산 대우 로얄즈	1996년 1월
		부산 아이콘스2	2000년 2월 10일 (부산 대우 로얄즈 인수) 2000년 3월 7일 (부산 아이콘스로 재창단식)
		Pusan i.cons에서 Busan I'Cons로 구단명칭 영문철자 변경	2002년 7월
		부산 아이파크	2005년 2월 21일
		I'Park에서 IPark로 구단명칭 영문철자 변경	2012년 2월 7일
제주 유나이티드	1983년-현재	유공 코끼리	1982년 12월 17일 (창단식)
		부천 유공	1996년 1월 4일
		부천 SK	1997년 10월 1일
		Puchon에서 Bucheon으로 구단 영문철자 변경	2001년
		제주 유나이티드	2006년 2월 2일
울산 HD	1984년-현재	현대 호랑이	1983년 12월 6일 (창단식)
		울산 현대 호랑이	1996년 1월
		울산 현대	2008년 2월
		울산 HD	2023년 12월
FC 서울	1984년-현재	럭키금성 황소	1983년 12월 22일 (창단식)
		LG 치타스	1991년 2월 26일
		안양 LG 치타스	1996년 4월 26일
		FC 서울	2004년 3월 19일
성남 FC	1989년-현재	일화 천마	1989년 3월 18일 (창단식)
		천안 일화 천마	1996년 3월 27일
		성남 일화 천마	1999년 12월 27일
		성남 FC	2013년 12월 9일 (성남 일화 천마 인수확정) 2014년 1월 25일 (성남 시민 프로축구단으로 재창단식)

구단명	K리그 참가 기간	구단명칭 변경	창단일 / 변경일
전북 현대 모터스	1995년-현재	전북 다이노스	1994년 12월 12일 (창단식)
		전북 현대 다이노스	1997년 3월 7일
		전북 현대 모터스	2000년 6월 1일
		Chonbuk에서 Jeonbuk으로 구단명칭 영문철자 변경	2006년 1월 16일
전남 드래곤즈	1995년-현재	-	1994년 12월 16일 (창단식)
		Chunnam에서 Jeonnam으로 구단명칭 영문철자 변경	2014년 1월 6일
수원 삼성블루윙즈	1996년-현재	-	1995년 12월 15일 (창단식)
대전 시티즌	1997년-현재	-	1997년 3월 12일 (창단식) 2006년 3월 12일 (시민 프로축구단으로 전환 확정)
		Taejon에서 Daejeon으로 구단명칭 영문철자 변경	2003년 1월 21일
대구 FC	2003년-현재	-	2002년 12월 26일(창단 승인일) 2003년 3월 19일(창단식)
인천 유나이티드	2004년-현재	-	2003년 12월 12일(창단 승인일) 2004년 3월 1일 (창단식)
경남 FC	2006년-현재	-	2006년 1월 17일 (창단식)
강원 FC	2009년-현재	-	2008년 12월 18일 (창단식)
광주 FC	2011년-현재	-	2010년 12월 16일 (창단식)
상주 상무	2011년-현재	상주 상무 피닉스	2011년 2월 26일 (창단식)
		상주 상무	2013년 1월
안산 그리너스 FC	2013년-현재	경찰 축구단	1996년 3월 29일 (창단식)
		안산 경찰청	2014년 2월 11일 (안산시 연고지 협약식)
		안산 그리너스 FC	2017년 12월 6일
수원 FC	2013년-현재	수원시청 축구단	2003년 3월 15일 (창단식)
		수원 FC	2012년 11월 (프로축구단으로 전환 확정)
부천 FC 1995	2013년-현재	-	2007년 12월 1일 (창단식) 2012년 12월 (프로축구단으로 전환 확정)
FC 안양	2013년-현재	-	2013년 2월 2일 (창단식)
서울 이랜드 FC	2015년-현재	-	2014년 8월 22일 (창단 승인일) 2015년 3월 21일(창단식)
충남 아산 FC	2020년-현재	-	2020년 2월 7일 (창단식)
김천상무	2020년-현재	상주 상무	2020년 12월 17일(K리그 가입)
김포FC	2013년~현재	김포시민축구단	2013년 1월 29일 (창단식)
		김포FC	2022년 12월(프로축구단 전환)
천안 시티 FC	2023	-	2023년 1월(프로축구단 전환)

※ 주: 고양 Hi FC와 충주 험멜FC는 1999년에 창단하였으나 2016년을 끝으로 해체되었음

※ 출처: 프로축구연맹(2024). 프로축구연감

(4) 프로축구 현안 및 과제

가. 현황 및 문제점

1983년부터 프로축구 리그를 시작하여, 2023년 K리그1 12팀, K리그2 13팀이 리그에 참가하였다. 프로축구 평균 관중은 6,475명으로 국내 타 종목에 낮은 수준이다. 해외 주요리그 평균 관중수를 살펴보면 독일(분데스리가) 3만 8천 명, 잉글랜드(프리미어 리그) 4만 명, 스페인(프리메라 리가) 2만 7천 명, 이탈리아(세리에A) 3만 명, 미국(MLS) 2만 2천 명, 일본(J-League) 2만 명 수준이다. 2023년은 코로나19회복하는 시점에서 K리그 평균 관중수가 6,475명으로 집계되었다. 주목할 만한 부분은 40주년을 맞은 K리그가 유료 관중 집계를 시작한 2018년 이후 처음으로 총 관중 300만 명을 돌파했다는 점이다. 또한, K리그1의 관중만 산정하면 경기당 평균 관중은 1만 733명으로 2011시즌 이후 12시즌만에 평균관중 1만명을 돌파하였다. 홈구장의 수용 인원이 가장 많은 곳은 FC 서울의 '서울월드컵경기장(6만 6,806명)'이고 홈구장의 수용인원이 가장 적은 곳은 서울 이랜드 FC의 '서울종합운동장(5,216명)'으로 서울월드컵경기장과는 6만 1,590명의 차이를 보였다.

〈표 5-20〉 프로축구 관람객 규모

구 분	경기 수	연간 관람객	평균관중
2022	454	1,429천 명	3,148명
2023	468	3,030천 명	6,475명
2024	468	3,439천 명	11,073명

※ 출처: 문화체육관광부(2024 프로스포츠 경기단체 자료)

K리그는 K리그1 12개 팀(5개 팀이 시민구단), K리그2 13개 팀(9개팀이 시민구단)이 있는데 시민구단을 제외하고는 프로구단 홈 경기장 임대 사용료 과다 납부로 프로축구단 경영부담이 심화되고 있다. FC서울은 입장수익의 36%로 1경기 평균 4,000만 원 이상 사용료를 납부하고 있으며, 부산 아이파크는 경기당 약 4백만 원의 적자를 내고 있다. 경기장 구단 소유를 위한 규제 개선과 시·도민 구단의 지원을 가능하게 하는 체계적인 시스템 부재로 인해 시설 투자의 어려움이 있고 지자체 또는 산하 공단에 있는 경기장 운영권으로 관중을 위한 편의시설 개선, 안정적 수익 사업에 어려움이 상시 존재한다. 또한, 엘리트와 생활축구의 행정 이원화, 생태계 단절, 프로축구 경쟁력 미흡 등이 문제점으로 지적되고 있다.

나. 개선방안

K리그 경기장은 수용인원 수보다 평균관중수가 매우 낮은 수준을 보이고 있다. 경기장별로 작게는 1만 여명에서 많게는 6만6천여 명에 이르는 경기장 수용 규모는 평균 좌석 점유율이라는 단순 수치로 설명하기에 어려움이 있다. 특히 K리그2에 속한 대부분의 구단들은 축구전용구장이 아닌 종합운동장을 홈구장으로 사용하고 있기 때문에 규모나 시설면에 있어서 프로축구 경기에 적합하지 않다는 평가도 받고 있다. 따라서 수용인원을 구단 상황에 맞게 최적화시키는 축구장의 사이즈 조정(downsizing)이 필요하며, 의도적으로 경기장 수용 규모를 줄여 관중 점유율을 높이는 전략을 통해 티켓 희소성을 극대화하고 관중 및 시청자의

경기 몰입도 향상을 기대할 수 있다. 수원 삼성의 경우 2015 시즌부터 수원월드컵경기장 2층을 천막으로 가려 경기장의 빈곳을 줄여 관중 및 시청자의 몰입도를 향상시키고자 하였다. 수원 월드컵 경기장의 수용인원은 44,031명이며 2층을 개방하지 않을 경우 수용인원은 약 20,000명이다. 부산 아이파크의 경우에도 월드컵경기장이었던 부산 아이파크 주경기장에서 규모가 작은 구덕운동장으로 이전하였다. 2018년에는 K리그1 FC서울, K리그2 부산 아이파크가 프로구단 간 성과평가에서 각각 최고 등급(S등급)을 받았다. FC서울은 2년 연속 K리그1에서 최고 등급을 받았는데, K리그 최초로 8년 연속(2010~2017년) 30만 관중을 유치하며 입장수익, 유료 평균 관중수, 기타수익, 마케팅 혁신 등의 평가항목에서 높은 점수를 받았다. 2016년부터 진행한 'FM서울 Football & Music'과 푸드트럭은 팬 눈높이에 맞춰 더욱 진화했고, 서울자키(Seoul Jockey)를 선임해 선수단 버스 Live캠, 팬 인터뷰, 풋볼앤쇼핑 등 그라운드 방송을 진행하며 팬들의 호응을 얻었다. 또한 북측광장 한 곳에서만 진행되던 버스킹 공연을 FC서울 팬 파크와 매표소까지 확대 운영했다. 결제와 구매대기 시간이 길었던 푸드트럭존에는 모바일 결제 시스템과 웨이팅 시스템을 도입해 관람객의 대기시간을 줄이고 한 차원 높은 서비스를 제공했다. K리그2에서 최고등급을 받은 부산 아이파크는 인터넷 동시접속자 수, 유료 평균 관중수 증가율, 입장수익 증가율, 성적, 프로단체 정책사업 등의 항목에서 높은 점수를 얻었다. 부산은 홈 경기장을 프로야구 인기에 집중되어 있던 동부산권의 아시아드 주경기장을 벗어나 서부산권인 구덕운동장으로 옮겼다. 레전드 데이를 열어 안정환, 김주성, 안영학 등을 초청하고, 홈경기 시작 전 프로선수 및 유소년 코치에게 축구를 배울 수 있는 어린이 축구교실을 운영하는 등 관람객 유치를 위해 노력했다. 또한 부산시 연제구 홈플러스 아시아드점 지하에 150평 규모의 실내 풋살구장 '더 킥오프(THE KICKOFF)'를 개장하고 축구저변 확대를 위해 노력했다(한국프로스포츠협회, 2018).

스포츠산업 진흥법의 개정 및 시행으로 시·도민 구단의 운영 등을 지방자치단체가 지원하고 경기장 장기 임대를 위한 법적인 근거가 마련되었으나 실효성을 갖기 위해서는 프로축구단과 지자체간의 긴밀한 협력체제가 구축되어야 한다. 협력체제 구축을 위해서는 지자체의 스포츠 담당 공무원들과 프로축구단 관계자와의 협의체가 필요하며 협의체는 정기적인 회의와 워크숍 등을 통해 축구단의 미래 수익화 방안에 대한 비전을 공유할 수 있는 의제들이 논의되어야 한다. 경기장의 마케팅 활성화 및 수익 창출을 위해 해외의 '알리안츠 아레나', '도요타 파크' 등과 같은 경기장 명칭권(naming rights) 도입도 필요하다.

또한 프로축구는 프로그램 경쟁력 및 관중 확대를 위한 마케팅 강화가 시급하다. 기념품 다양화 및 디자인 개발, 경영 컨설팅 등을 통해 경영개선 및 자립 기반을 마련해야 한다. 또한 프로구단 수익의 중요 요소인 머천다이징 상품의 개발 및 유통 활성화를 위해 프로축구연맹이 상품 개발 및 유통망 구축지원을 해야 한다. 세계 유수의 구단이 자체 Mega Store를 보유하여 높은 수익성을 올리고 있는 반면 K리그는 동대문(KIKA 사옥)에 스토어를 운영하고 있는 실정이다. 향후 한국축구의 미래는 결국 K리그 활성화 정도에 달려있다. 손흥민, 황희찬, 김민재를 비롯한 해외진출 선수들을 통해 높아진 축구 팬들의 눈높이에 맞출 수 있는 리그 전반의 질적 수준 제고가 동반되어야 함은 물론이다. 즉, 국내 프로축구 활성화를 위해서는 마케팅 강화, 상품 개발 등과 함께 국내·외 선수들의 경기력 향상이라는 질적 성장을 동시에 제고하는 것이 필요하다.

〈표 5-21〉 축구 시스템 구축 방안

구 분	현 행	개 선 (안)
성인 리그	■프로와 실업리그와 단절 * 프로는 1부(K리그 클래식, 12팀)와 2부(K리그2, 10팀)간 승강제 * 내셔널리그(실업, 10팀) 및 챌린저스 리그(18팀)는 프로와 단절, 별도 운영 ■엘리트와 생활리그 단절	■프로-실업-생활 모두를 연계되도록 리그 개편 및 승강제 도입 * 1부(14~16팀)→2부(12~14팀)→3부(내셔널 리그와 챌린저스리그 통합)→4부(직장리그와 생활리그 우수팀)→5부~8부(생활리그)
대학 리그	■현행 77팀이 리그운영 중이나 대학 간 경기력 격차가 큼	■△최상위 16팀 △기타 61팀간 권역리그 △대학동아리리그 등 3단계로 개편
고등 리그	■18권역 168팀이 주말리그 운영, 경기력 격차 존재 * 학교운동부 130팀, 클럽팀 38팀(클럽팀 중 22팀은 K리그 산하클럽) ■학교운동부와 K리그 산하 클럽팀 등 팀간 경기력 격차 존재	■최상위 16팀(고등리그 및 K리그 산하 클럽팀) - 기타 152팀간 권역리그-학교스포츠클럽 등 3단계로 개편
초중등 리그	■초 : 43권역 366팀, 주말리그 운영 * 운동부 179팀, 클럽 187팀 ■중 : 28권역 243팀, 주말리그 운영 * 운동부 170팀, 클럽 73팀	■개편의 필요성은 있으나 우선적으로 성인, 대학, 고등리그 개편 후 추후 검토

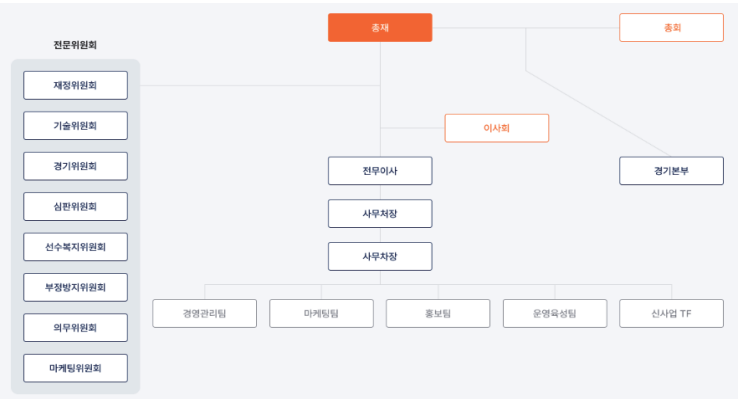
※ 출처: 프로스포츠발전방안, 문화체육관광부(2014)

3) 프로농구

(1) 한국농구연맹

한국농구연맹(Korea Basketball League: KBL)은 한국농구의 발전과 보급을 통한 국민 체력 향상과 여가선용의 기회확대 및 건강한 사회분위기 조성을 목적으로 1996년 11월 22일 출범된 문화체육관광부 소관의 사단법인이다. 한국 실내 스포츠 종목 중 유일하게 연간 100만 관중 이상을 기록하고 있으며, 2012년도에는 130만 관중을 돌파하였다. 2013년도에는 '2014 세계 농구선수권 대회' 출전권을 획득하였고, 2013년 외국인선수 제도와 국내선수 드래프트 시기 변경 및 샐러리캡 총량 규정 강화 등의 제도를 개선하였다. 또한, 2014년 D리그를 도입, 2015년 프로-아마 최강전을 개최, 2016년 아시아 프로농구 챔피언십 개최 등 한국농구발전을 위한 기틀을 마련하였다. 2017년에는 선수들의 군입대 관련 국제농구연맹(FIBA) 규정에 맞춰 언스포츠맨라이크(U) 파울 시 기존 2개 퇴장에서 1개 퇴장으로 변경하는 등 제도를 시작으로 다양한 부분에 업그레이드를 시도하여 보다 쾌적하고 즐거운 관람 여건을 만들고 있다. 2018년부터는 4쿼터 또는 연장 쿼터 2분 이내 드로우인 시 상대팀이 라인을 넘어 수비 시 T파울 부과하며 언스포츠맨라이크 파울, 디스퀄링 파울, 파이팅 파울로 인한 드로우인은 팀의 프론트 코트에서 시행하였다. 2021년에는 학교 폭력 관련 규정을 추가하며, KBL국내 신인선수 드래프트에 참여하는 선수들부터 '학교폭력 사실 서약서(학교 폭력사실 확인 및 허위 작성 시 제재 동의) 제출을 의무화 하여 학교 폭력 예방의 노력도 하고 있다. 또한, 2023년 아시아쿼터제 변경을 통해 리그의 국제적 경쟁력을 강화하고, 다양한 국적의 선수를 영입하여 팬층을 확장하려는 노력을 시도하였다. 아시아쿼터 선수의 급여는 최대 160,000달러(약 2억원)로 상한을 설정하였고, 25-26시즌부터는 기존 일본 및 필리핀 국적 선수만 영입이 가능했던 아시아 쿼터제를 대만, 말레이시아, 베트남, 인도네시아, 태국 등으로 확대하는 방안을 논의하였다.

〈그림 5-5〉 한국농구연맹 조직도



※ 출처: 한국농구연맹 홈페이지

(2) 남자프로농구 역사

한국남자 프로농구는 1996년 10월 16일 한국농구연맹이 창립되면서 시작되었다. 1983년 출범된 농구대잔치가 큰 인기를 끌었지만, 실업팀, 대학팀 간 경쟁이 심화되면서 스카우트 과열, 판정시비 등 여러 부작용이 발생했다. 이러한 문제를 해결하기 위한 방안으로 프로화가 제기되었고 1993년 5월 대한농구협회 산하에 프로농구 추진위원회가 설립되면서 본격적인 프로농구 도입 작업이 진행되었다. 최초로 프로리그가 열린 1997년 총 8개 구단(부산 기아 엔터프라이즈, 안양 SBS 스타스, 원주 나래 블루버드, 대구 동양 오리온스, 광주 나산 플라망스, 인천 대우 제우스, 대전 현대 다이넷, 수원 삼성 썬더스)이 등록되어 있었다. 다음 시즌에 청주 SK 나이츠와 창원 LG 세이커스가 합류하면서 총 10개 구단이 되었다. 정규리그전은 매년 개최되며 후원사에 따라 대회명 앞에 후원사의 이름이 다르게 붙는다. 정규경기와 플레이오프전의 홈경기는 KBL이 주최하고 홈팀이 주관하며 올스타경기는 KBL이 주최·주관한다.

〈표 5-22〉 프로농구 구단 변천사

구단명	리그 참가 기간	구단명칭 변경	창단일 / 변경일
울산 현대모비스 피버스	1997년 ~현재	부산 기아 엔터프라이즈	1997년 ~ 2001년
		울산 모비스 오토몬스	2001년 ~ 2004년
		울산 모비스 피버스	2004년 ~ 2017년
		울산 현대모비스 피버스	2017년 ~ 현재
고양 오리온 오리온스	1997년 ~2022년(5월)	대구 동양 오리온스	1997년 ~ 2003년
		대구 오리온스	2003년 ~ 2011년
		고양 오리온스	2011년 ~ 2015년
		고양 오리온 오리온스	2015년 ~ 2022년 5월
고양 데이원 점퍼스	2022년(8월) ~2023년(5월)	고양 캐롯 점퍼스	2022년 8월~ 2023년 5월
	2022년(5월) ~2023년(6월)	고양 데이원 점퍼스	2023년 5월~ 2023년 6월

구단명	리그 참가 기간	구단명칭 변경	창단일 / 변경일
고양 소노 스카이거너스	2023년(9월)~현재	고양 소노 스카이거너스	2023년 9월(창단)
창원 LG 세이커스	1997년~현재	경남 LG 세이커스	1997년 ~ 1998년
		창원 LG 세이커스	1998년 ~ 현재
수원 KT 소닉붐	1997년 ~현재	광주 나산 플라망스	1997년 ~ 1999년
		광주 골드뱅크 클리커스	1999년 ~ 2000년
		여수 골드뱅크 클리커스	2000년 ~ 2001년
		여수 코리아텐더 푸르미	2001년 ~ 2003년
		부산 코리아텐더 맥스텐	2003년
		부산 KTF 매직윙스	2003년 ~ 2009년
		부산 KT 소닉붐	2009년 ~ 2021년
		수원 KT 소닉붐	2021년 ~ 현재
부산 KCC 이지스	1997년 ~현재	대전 현대 다이냇	1997년 ~ 1999년
		대전 현대 걸리버스	1999년 ~ 2001년
		전주 KCC 이지스	2001년 ~ 2022년
		부산 KCC 이지스	2023년~현재
서울 SK 나이츠	1997년 ~현재	청주 진로 맥카스	1997년
		청주 SK 나이츠	1997년 ~ 2001년
		서울 SK 나이츠	2001년 ~ 현재
원주 DB 프로미	1997년 ~현재	원주 나래 블루버드	1997년 ~ 1999년
		원주 나래 해커스	1999년
		원주 삼보 엑써스	1999년 ~ 2002년
		원주 TG 엑써스	2002년 ~ 2003년
		원주 TG삼보 엑써스	2003년 ~ 2005년
		원주 동부 프로미	2005년 ~ 2017년
		원주 DB 프로미	2017년 ~ 현재
서울 삼성 썬더스	1997년 ~현재	수원 삼성 썬더스	1997년 ~ 2001년
		서울 삼성 썬더스	2001년 ~ 현재
대구 한국가스공사 페가수스	1997년 ~현재	인천 대우증권 제우스	1997년 ~ 1998년
		인천 대우 제우스	1998년 ~ 1999년
		인천 신세기 빅스	1999년 ~ 2001년
		인천 SK 빅스	2001년 ~ 2003년
		인천 전자랜드 블랙슬래머	2003년 ~ 2009년
		인천 전자랜드 엘리펀츠	2009년 ~ 2021년
		대구 한국가스공사 페가수스	2021년 ~ 현재
안양 정관장	1997년~현재	안양 SBS 스타즈	1997년 ~ 2005년
		안양 KT&G 카이츠	2005년 ~ 2010년
		안양 한국인삼공사	2010년 ~ 2011년
		안양 KGC 인삼공사	2011년 ~ 2022
		안양 정관장 레드부스터스	2023~현재

안양 KGC 인삼공사는 1992년 창단한 서울방송 실업농구단을 모태로 1997년 한국프로농구 출범과 함께 안양 SBS스타즈로 전환한 후 지금까지 팀을 유지하고 있다. 프로팀출간 이후 한 번도 연고지를 바꾸지 않은 3개 구단 중 하나지만 구단의 명칭은 4번째 바뀌게 되었는데, 2023년 KGC 인삼공사가 자사 브랜드인 '정관장'을 글로벌 브랜드로 재탄생시키겠다는 전략으로 브랜드 리뉴얼을 하였으며, 이에 맞춰 KGC가 운영중인 스포츠단의 명칭을 안양 정관장 레드부스터스로 변경하였다. 부산 KCC 이지스는 2001년 현대 걸리버스를 인수하며 연고지를 대전에서 전주로 이전했는데, 2023년 연고지를 부산으로 이전하면서 22년 만에 전주를 떠나게 되었다. 특히 2022년 8월 고양 데이원 점퍼스가 프로농구단 원년 구단 고양 오리온스를 인수하여 2022-23 시즌 한정으로 참가하였는데, KBO리그의 키움 히어로즈와 같이 네이밍 스폰서를 유치해 구단을 운영하고자 하였다. 첫 네이밍 스폰서로 캐롯손해보험과 스폰서 계약을 맺었으나, 모기업의 경영악화로 스폰서 계약을 해지하면서 고양 캐롯 점퍼스는 한 시즌을 채우지 못했고, 고양 데이원 점퍼스로 구단명을 변경하고 운영하고자 하였으나 지속된 재정난을 극복하지 못하고 2023년 6월 KBL로부터 영구제명 조치를 받게 되었다. 이후 인수 기업을 찾던 대명소노그룹이 코칭스태프와 선수단을 인수하며 고양 소노 스카이거너스를 새롭게 창단하게 되었다.

〈표 5-23〉 '24~'25년 프로농구 참가 구단 개요

구단명	연고지	경기장	참가시즌	감독
고양 소노 스카이거너스	고양	고양소노아레나	2023-2024시즌	김승기
수원 KT 소닉붐	수원	수원KT소닉붐아레나	1997시즌	서동철
서울 삼성 썬더스	서울	잠실실내체육관		이상민
서울 SK 나이츠		잠실학생체육관	1997-1998시즌	전희철
안양 정관장 레드부스터스	안양	안양체육관	1997시즌	김상식
울산 현대모비스 피버스	울산	동천체육관		유재학
원주 DB 프로미	원주	원주종합체육관		이상범
대구 한국가스공사 페가수스	인천	인천삼산월드체육관		유도훈
부산 KCC 이지스	부산	사직실내체육관		전창진
창원 LG 세이커스	창원	창원실내체육관	1997-1998시즌	조성원

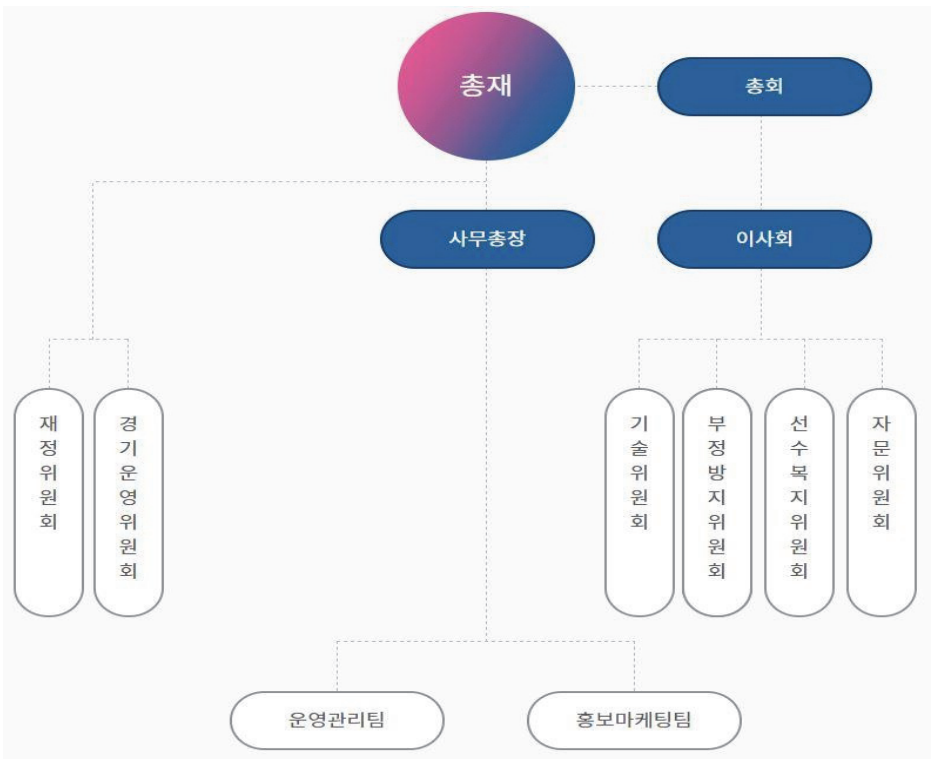
※ 출처: 한국농구연맹(2024)

현재 한국남자 프로 농구는 서울 삼성 썬더스, 서울 SK 나이츠, 고양 소노 스카이거너스, 창원 LG 세이커스, 대구 한국가스공사 페가수스, 울산 현대모비스 피버스, 부산 KCC 이지스, 수원 KT 소닉붐, 안양 정관장 레드부스터스, 원주 DB 프로미 등 총 10개 구단이 등록되어 있다.

(3) 한국여자농구연맹

한국여자농구연맹(Women's Korean Basketball League: WKBL)은 대한민국 여자 프로농구를 주관하는 단체로서 여자농구 보급을 통한 국민 체력 향상, 여가선용 기회 확대 및 건전한 사회분위기 조성을 목적으로 1998년 11월 11일 농구원로인 故 이성구 초대 총재와 IMF 속에서 살아남은 5개 팀이 힘을 합쳐서 출범된 문화체육관광부 소관의 사단법인이다. 1997년 미국에서 세계 최초로 생긴 여자프로농구(Women's National Basketball Association: WNBA)에 이어 세계 두 번째로 설립된 여자프로농구리그이다. 2014년 인천아시안게임에서 금메달을 획득하는데 기여하였고, 비디오 판독 시스템을 도입, 보완하여 여자프로농구 심판 판정의 신뢰도와 정확도를 향상시키고 있다. 또한 WKBL은 여름리그와 겨울리그를 주관하고 있는데, 리그는 정규경기, 플레이오프, 챔피언결정전으로 구성된다. 정규리그, 플레이오프경기 종료 후에는 경기실적에 따라 정규리그 MVP, 챔피언전 MVP, 신인선수상 등의 시상을 실시한다. WKBL은 아마추어 농구 활성화를 위해 여자 중고등부 엘리트 농구 선수를 대상으로 한 클럽대회인 'W Champs', 초중고교 및 사회단체에 소속된 남녀학생을 대상으로 한 방과 후 체육프로그램인 'W school' 등의 다양한 프로그램을 운영하고 있다.

〈그림 5-6〉 한국여자농구연맹조직도



※ 출처: 한국여자농구연맹 홈페이지

(4) 여자프로농구 역사

1998년 11월 11일 한국여자농구연맹이 출범하면서 여자프로농구의 막이 올랐고 당시 총 5개 구단(삼성생명, 현대산업개발, 한빛은행, 국민은행, 신세계)이 참가하였다. 1998년 라피도컵 여름리그에서 삼성생명이 우승하면서 첫 우승팀의 영예를 차지하였다. 1999년 첫 여자프로농구 겨울리그가 치러졌고 지도자 및 선수 연봉제와 신인 드래프트 제도가 도입되었다. 2000년 금호생명이 창단하면서 6개 구단으로 늘고 외국인선수제도가 도입되었다.

〈표 5-24〉 여자프로농구 구단 변천사

구단명	리그 참가 기간	구단명칭 변경	창단일 / 변경일
청주 KB 스타즈	1998년~현재	성남 국민은행 세이버스	1998년 ~ 2001년
		성남 KB국민은행 세이버스	2001년
		천안 KB국민은행 세이버스	2001년 ~ 2011년
		청주 KB국민은행 세이버스	2011년
		청주 KB 스타즈	2011년 ~ 현재
부산 BNK 썸	2000년~현재	인천 금호생명 펠컨스	2000년 ~ 2005년
		구리 금호생명 펠컨스	2005년 ~ 2007년
		구리 금호생명 레드윙스	2007년 ~ 2010년
		구리 KDB생명 위너스	2010년 ~ 2018년
		OK저축은행 읏샷	2018년
		부산 BNK 썸	2018년 ~ 현재
용인 삼성생명 블루밍스	1998년~현재	수원 삼성생명 비추미	1998년 ~ 2005년
		용인 삼성생명 비추미	2005년 ~ 2012년
		용인 삼성생명 블루밍스	2012년 ~ 2014년
		용인 삼성 블루밍스	2014년 ~ 2015년
		용인 삼성생명 블루밍스	2015년 ~ 현재
인천 신한은행 에스버드	1998년~현재	청주 현대 하이페리온	1998년 ~ 2004년
		안산 신한은행 에스버드	2004년 ~ 2014년
		인천 신한은행 에스버드	2014년 ~ 현재
아산 우리은행 WON	1998년~현재	상업은행 여자농구단	1958년 ~ 1998년
		한빛은행 한새	1998년 ~ 2001년
		춘천 한빛은행 한새	2001년 ~ 2002년
		춘천 우리은행 한새	2002년 ~ 2016년
		아산 우리은행 위비	2016년 ~ 2021년
		아산 우리은행 WON	2021년 ~ 현재
부천 하나원큐	1998년~현재	광주 신세계 쿨캣	1998년 ~ 2006년
		부천 신세계 쿨캣	2006년 ~ 2012년
		부천 하나외환	2012년 ~ 2015년
		KEB하나은행여자농구단	2015년 ~ 2018년
		부천 하나은행	2018년 ~ 2020년
		부천 하나원큐	2020년 ~ 현재

2001년 지역 연고제가 시행되어 각 구단은 농구에 관심이 있는 중소지역과 연고지 협약을 맺었다. 2004년에는 신인과 비주전급 선수들의 기량을 확인할 수 있는 퓨처스 리그를 시행하였고, 2005년 한국여자농구 경기력 증진과 저변 확대를 목적으로 한 여자농구 발전위원회가 출범되었다. 2007년 현대여자농구단이 신한은행에 인수되었고 2007-2008년도 시즌에는 외국인 선수제도가 폐지되었다가 2012-2013년도 시즌에 다시 시행되었다. 현재 여자 프로농구는 청주 KB스타즈, 삼성생명블루밍스, 신한은행 에스버드, 우리은행 우리WON, 부천 하나원큐, 부산 BNK 썸 등 총 6개 구단이 등록되어있다.

〈표 5-25〉 '24~'25년 여자 프로농구 참가 구단 개요

팀명	연고지	홈경기장	참가시즌	감독
청주 KB 스타즈	청주	청주실내체육관	1998시즌	안덕수
용인 삼성생명 블루밍스	용인	용인실내체육관		임근배
인천 신한은행 에스버드	인천	도원실내체육관		정상일
아산 우리은행 WON	아산	아산이순신체육관		위성우
부천 하나원큐	부천	하나원큐 청라체육관		이훈재
부산 BNK Sum	부산	사직실내체육관	2019시즌	유영주

※ 출처: 한국여자농구연맹(2024)

(5) 프로농구 현안 및 개선방안

가. 현황 및 문제점

1997년부터 프로농구 리그를 시작하여, 현재 남자농구 10개 팀, 여자농구 6개팀이 리그에 참여하고 있다. 2014년 인천아시안게임 남자와 여자 농구 동반우승으로 성장 가능성은 보였지만, 고질적인 경기력 문제는 여전히 나타났다. 전체적으로 보면 경기규칙, 심판역량, 대표팀 지원 문제 등으로 국제 경기력이 경쟁력을 갖추지 못하고 있다. 프로농구단 대부분이 모기업의 하부부서 형태로 자생능력 약화 및 상품화 전략이 부재하고 모기업 후원 및 연맹에 의존한 운영으로 수익창출 노력 또한 부족한 실정이다. 또한, 연고지 문제도 심각하다. 대다수 팀이 흥행을 기대하기 힘든 중소도시에 위치해 있으며, 아직까지도 WKBL 팀 중 서울특별시 연고팀이 없는 문제점이 대두되고 있다.

〈표 5-26〉 프로농구 관람객 규모

구 분	농 구(남)		농 구(여)	
	경기 수	평균관중	경기 수	평균관중
2022	275	1,238명	98	989명
2023	292	2,354명	97	962명
2024	287	2,956명	101	1,094명

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

또한, 프로농구 인프라가 미흡하고 이에 관한 관심도 부족하여 선수 저변확대에 한계가 있다. 현재 농구 전용 체육관이 부재하고 기존 시설들이 노후화되어 있으며 장기임대도 불가하여 각 구단이 시설을 활용하는 데 있어서 어려움이 있다. 승부조작과 불법 스포츠 도박 파문으로 농구 관심도가 하락하여 2016년 한국프로농구(KBL) 경기당 시청률이 0.02%로 나타났다. 또한, 체계적인 선수 육성체계가 미흡하기 때문에 선수층이 지속해서 감소하는 추세를 보이고 있다. 이러한 문제들을 해결하기 위한 한국농구연맹(KBL), 한국여자농구연맹(WKBL) 및 대한민국농구협회(KBA)의 단체 간 협업 및 소통이 미흡하고 유소년, 아마단체와 프로스포츠 사업 간의 연계성이 부족한 것도 문제로 지적되고 있다. 또한, 여고 농구는 WKBL 출범 때부터 이미 기반이 약화된 상태다. 운영 중인 팀들 중 로스터 12명을 온전히 채운 팀이 거의 없을 정도이며 유소년층 인구 비율의 감소와 맞물려 상황은 나아질 기미가 보이지 않고 있다.

〈표 5-27〉 연도별 KBA등록선수 규모

2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
2,479명	2,236명	2,059명	2,628명	2,261명	2,807명	2,350명

나. 개선방안

선진 국제경기 운영체계 도입을 통해 국제 경기력을 향상시킬 필요가 있다. 이를 위해서는 적극적인 몸싸움과 공격중심의 경기를 위한 국제농구연맹(FIBA)규칙 도입이 요구된다. 동시에 심판 통합관리 및 라이선스 인증 도입 등 심판역량 강화를 위한 노력도 필요하다. 국제경기 교류전 활성화를 통한 경기력 향상(2015년 한·중·필 리그)을 도모하고 프로농구 정체성 확립을 위한 구단 자생력 강화방안을 모색해야 한다. 한·중·필의 3개국 리그를 일본을 포함하여 4개국 리그로 늘리고 궁극적으로 프로축구처럼 중동권(카타르, 아랍에미레이트연합, 이란 등)의 나라들과 연계하여 아시안 챔피언스리그로 확장하여 경기력 향상과 함께 흥행을 통한 자생력 강화에 힘써야 한다. 또한, 선수수급문제를 해결하기 위해 아시아선수 쿼터제를 도입하여 중국 혹은 중동권의 장신선수를 수급하는 문제도 고민해봐야 할 것이다. 경기장 장기임대로 구단의 팬서비스 상품개발 및 시설투자를 유도하고 구단도 다양한 영리 상품개발 및 별도 법인화를 추진해야 한다. 2군 리그인 D-리그 활성화를 통해 경기력을 향상시키고 프로선수 수급문제를 해소할 수 있다. 이에 따라 농구 저변이 확대되고 단계별 농구 대표리그도 활성화될 것이며 이는 프로농구 기반 구축 및 선수 저변확대에 대한 노력으로 연결될 것이다. 이러한 개선방안 시행을 위해서는 농구 단체별 업무정립과 협업, 유소년, 아마추어, 생활, 프로농구 단체 정체성에 부합하는 역할이 정립되어야 할 것이다. 프로선수(은퇴선수 포함)를 활용한 유소년 및 아마 훈련 프로그램 개발 역시 장기적인 한국농구발전을 위한 개선방안이 될 것이다. 또한, 지역연고 의식 고취를 위해 각 구단이 연고지역에 구단사무실과 클럽하우스를 두어, 지역밀착에 각고의 노력이 요청되고 있다. 상대적으로 지역연고 개념이 부족하다는 평가를 받는 프로농구는 지역밀착 없이는 현재의 난관을 극복하기가 어려울 수 있다. 하지만 18-19시즌 올스타전을 서울 장충체육관에서 개최한 것은 연고지 문제 해결을 위한 노력으로 보여졌다. 장충체육관에서의 올스타전을 성공적으로 개최하면서 연고지의 인구가 어느 정도 받쳐준다면 WKBL도 충분히 흥행할 수 있다는 것을 증명했으며 연고지 문제 해결방안에 대하여 계속해서 노력하고 있다. 그럼에도 불구하고 2017년부터 현재까지 이어지는 선수 감소 현상이 향후에도 이어진다면, 프로농구 및 국내 농구의 양·질적인 측면이 감소할 수 있기 때문에 국내 농구의 저변 확대를 위해 인적 자원의 양성도 필요한 실정이다.

4) 프로배구

(1) 한국배구연맹

한국배구연맹(Korean Volleyball Federation: KOVO)은 한국배구의 발전과 보급을 통한 국민의 건전한 여가선용 및 스포츠 진흥에 이바지할 목적으로 2004년 12월 31일 출범된 문화체육관광부 소관의 사단법인이다. 남자부 4팀, 여자부 5팀으로 구성된 프로배구리그를 주관하였고 현재 남자 7팀, 여자 7팀으로 양적 확장을 이루었다. 짧은 역사에도 불구하고 관중수 증가를 위한 여러 사업을 추진한 결과 2005년 101,436

명의 총 관중을 기록하였고, 매년 성장하며 2016년 50만 관중 돌파 후 2019년까지 그 수준을 유지하였다. 2020년부터 2022년까지 코로나19로 인한 관중 감소를 제외하고, 2023시즌 567,891명, 2024시즌 645,526의 관중수를 기록하며 2023시즌 대비 증가한 것을 알 수 있다.

2006-2007시즌부터 선수, 지도자에 대한 인권교육을 강화하여 선수의 기본적인 인권을 보호하고 그 수준을 향상함으로써 폭력행위를 미연에 방지하고 프로배구의 건전한 발전을 도모하기 위하여 '선수인권보호규정'을 만들었고, 이러한 선수인권보호의 일환으로 선수 고충처리센터를 365일 24시간 상시 운영하고 있다. 또한, 스포츠 건전성 확보와 불법 스포츠 도박 근절로 프로배구를 사랑하는 팬과 선수, 코칭스텝, 심판 등 모두가 공정하고, 투명한 경기환경을 조성하여 건전한 V-리그를 만들기 위해 클린센터를 운영하고 있으며 승부조작 관련 제의, 가담, 관련 정보 등, 불법 스포츠 베팅 관련, 프로배구 관련 구성원이 금품수수를 하거나 향응을 받는 행위, 금품요구, 폭행 관련 행위 등에 대한 신고를 받고 있다. 클린센터는 익명 보장에 따라 신고자는 어떠한 불이익도 받지 않으며 신분에 대해 비밀을 보장받게 된다.

〈그림 5-7〉 한국배구연맹 조직도



※ 출처: 한국배구연맹 홈페이지

(2) 프로배구 역사

프로배구리그는 2004년 10월 한국배구연맹(KOVO)이 창립되면서 출범되었다. 2004년 12월 시범경기를 치른 뒤 2005년 2월 20일 첫 프로배구리그가 개막됐다. 2005년 여자부 투 포인트 백어택제와 외국인선수 운영제도가 도입되었다. 그리고 여자부 LG칼텍스정유가 구단 명을 GS칼텍스로 변경하였다. 프로리그 최초 우승팀은 남자부 천안 현대 스카이 워커스와 여자부 한국도로공사이다. 2005년 9월 마산을 연고로 하는 상무와 한전이 새롭게 프로배구리그 참가를 확정하였다. 2006년 여자부 현대건설 그린폭스가 수원시와 연고협약을 맺음으로써 연고지가 마산에서 수원으로 바뀌었고, 남자부 LG화재 그레이터스가 LIG 그레이터

스로, 다시 KB 손해보험 스타즈로 구단명을 변경하였다. 2007년에는 판정시비를 줄이고 스포츠 공정성 확보를 위해 비디오 판정제도를 도입하였다. 2009년 GS 칼텍스가 서울로 연고지를 이전했고, 흥국생명이 천안에서 인천으로 연고지를 옮겼다. 남자부에서는 자유계약선수제도(Free Agent)가 도입되었고, 현대건설 그린폭스가 현대건설 힐스테이트로 다시 구단명을 바꾸었다. 겨울스포츠로서 KBL, WKBL와 경쟁하는 위치에 있다. 2010년대 이후로는 케이블 중계의 경우 대체로 KBL보다 시청률이 높게 나왔고, 연고지 중심으로 관중 동원도 잘 되는 편이다. 2013 오프시즌에 KOVO와 KBSN이 3년에 100억이 넘는 중계권료 계약을 체결하기도 했다. 이후 2016시즌부터 5년간 200억 원 규모의 중계권 계약이 이어졌다. 2021년에 여자부에 페퍼저축은행 AI PEPPERS가 창단되면서 여자부의 팀은 총 7팀이 되었다.

〈표 5-28〉 '24~'25년 V-리그 경기 남자부 참가팀

팀명	연고지	홈경기장	감독
KB손해보험 스타즈	의정부	의정부체육관	미겔 리베라
삼성화재 블루팡스	대전	대전충무체육관	김상우
대한항공 점보스	인천	인천계양체육관	토미 틸리카이넨
현대캐피탈 스카이워커스	천안	천안유관순체육관	필립 블랑
우리카드 우리WON	서울	서울장충체육관	마우리시오 파에스
한국전력 빅스톰	수원	수원실내체육관	권영민
OK금융그룹 읏맨프로배구단	안산	안산상록수체육관	오기노 마사지

현재 남자부 7개 팀(안산 OK저축은행 러시앤캐시, 대전 삼성화재 블루팡스, 수원 한국전력 빅스톰, 인천 대한항공 점보스, 천안 현대캐피탈 스카이워커스, 의정부 KB손해보험 스타즈, 서울 우리카드 우리WON)이 있다. 성남 상무 신협 팀은 1951년 창단하였지만, 현재는 해체된 상태이다. 여자부 7개 팀(IBK 기업은행 알토스, 한국도로공사 하이패스 배구단, 현대건설 힐스테이트, 흥국생명 핑크스파이더스, GS 칼텍스 KIXX, KGC인삼공사 프로배구단, 페퍼저축은행 AI PEPPERS)이 등록되어 있다.

〈표 5-29〉 '24~'25년 V-리그 경기 여자부 참가팀

팀명	연고지	홈 경기장	감독
한국도로공사 하이패스 배구단	김천	김천실내체육관	김종민
정관장 레드스파크스	대전	대전충무체육관	고희진
현대건설 힐스테이트	수원	수원실내체육관	강성형
흥국생명 핑크스파이더스	인천	삼산월드체육관	마르첼로 아본단자
GS칼텍스 서울 KIXX	서울	서울장충체육관	이영택
IBK기업은행 알토스	화성	화성종합실내체육관	김호철
페퍼저축은행 AI PEPPERS	광주	페퍼스타디움	장소연

(3) 프로배구 현안 및 개선방안

가. 현황 및 문제점

〈표 5-30〉 프로배구 관람객 규모

구 분	경기 수	연간 관람객	평균관중
2022	267	242,000명	1,003명
2023	267	567,891명	2,127명
2024	252	645,526명	2,249명

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

2005년부터 프로배구 리그를 시작하여, 현재 남자 7개(대한항공 점보스, 삼성화재 블루팡스, 우리카드 위비, 한국전력 빅스톰, 현대캐피탈 스카이워커스, KB손해보험 스타즈, OK저축은행 읏맨)팀, 여자 7개(한국도로공사 하이패스, 현대건설 힐스테이트, 인천 흥국생명 핑크스파이더스, GS칼텍스 서울KIXX, 정관장 레드스파크스, IBK기업은행 알토스, 페퍼저축은행 AI페퍼스)팀이 리그에 참여하고 있다. 프로배구 2012~13시즌 총지출 600억 원(연맹과 구단 지출합계) 중 모기업의 지원은 460억 원으로 77% 수준이다. 당시 경기장 수준(좌석 수, 경기 수, 운영주체 등)의 문제로 모기업이 지원을 줄이는 실정이다. 현재 경기 수, 경기장 좌석 수를 고려할 때 최대 수용 가능한 관중수는 94만 명에 불과하다. 프로배구의 시청률은 1%가 되지 않고 있으며 생방송 시청률, 총 중계 수 및 총 시청자 수가 지속적으로 감소하고 있는 것으로 나타났다. 반면 2016년에는 완연한 성장세를 보였다. OK 저축은행의 로버트랜디 시몬 아티, 대한항공의 가스파라니 등과 같은 세계 정상급 선수들의 영입으로 인한 경기 수준의 향상과 여자대표팀의 2012년 런던올림픽 4위, 2016년 리우올림픽 8강에 오른 선전 및 세계 최고 선수로 꼽히는 '배구여제' 김연경의 등장으로 여자배구도 인지도가 높아졌다. 이로 인해 KBS N 스포츠와 SBS 스포츠로 전 경기가 중계되면서 V리그의 2019/20시즌 남자부 경기의 시청률이 0.83%를 기록했고, 여자부 경기의 시청률은 1.05%로 나타났다. 이처럼 V리그 시청률은 전반적으로 증가하였지만, 남자부는 시청률이 감소하는 추세이고, 여자부는 시청률이 증가하여 과거와 상반된 시청률로 나타나고 있다. 이처럼 여자부의 인기와 시청률이 남자부보다 높아짐에도 불구하고 남자부의 샐러리캡이 여자부보다 항상 높다는 점이 배구 팬들로부터 의문점과 문제점으로 지적되어오고 있다. 또한 프로배구단들의 구조가 독립법인이 아닌 모기업 하부의 부서 형태의 프로구단이고 프런트 인력의 전문성이 떨어지기 때문에 자립 경영이 힘든 실정이다. 또한, 구단이 프로구단의 운영을 팬들과의 소통이나 마케팅 강화, 수익사업 등의 자립경영을 위한 비즈니스 측면에서 보는 것이 아니라 모기업의 홍보차원에서 운영의 초점을 맞추고 단기간의 성적에만 중심을 두고 있는 것이 문제점으로 지적된다. 축구나 야구 같은 인기 종목에 비해 시장이 협소하고, 기본적인 신체조건(장신)을 필요로 하는 종목 특성상 유소년 선수부족 현상이 발생하고 있으며, 시설부족과 더불어 지도자 및 행정가 같은 전문 인력 부족 등 근본적인 문제가 만연해 있다. 또한 남자부든 여자부든 신생팀을 창단한다는 것은 리그의 파이가 커진다는 긍정적인 효과를 낼 수 있다.

나. 개선방안

프로배구의 활성화를 위해서는 경기수를 확대하고 경기장 인프라 개선 및 팬 중심의 구단 운영을 통해 매출을 증대시켜 재정적 자립기반을 구축해야 한다. 이를 위해 다양한 영리 상품개발 및 독립 경영의 토대 마련을 위한 프로배구단의 별도 법인화 추진 등의 노력이 요구된다. 떨어지고 있는 시청률을 높이기 위해 수준급 용병의 영입을 통해 경기 수준을 제고하여야 하며 팬들과 소통하고 팬들을 우선으로 하는 다양한 마케팅 활동이 필요하다. 또한, 중계권료 상승을 위해 다양한 통계 분석과 인포그래픽스 방법 등 현재 경기 중계 수준을 넘어서는 고급화된 콘텐츠를 제공해야 한다. 이와 동시에 배구의 특성과 환경을 활용하여 스폰서 기업의 실질적인 사업적 성과와 연결시킬 수 있는 전략 및 마케팅 전문가를 양성할 필요가 있다. 2017년 한국프로스포츠협회는 체육진흥투표권 주최단체 등의 지원금(이하 주최단체지원금) 차등 지원을 위한 프로구단(프로농구, 프로배구) 간 성과평가를 실시하였다. 문화체육관광부 훈령 제287호「체육진흥투표권 주최단체 지원 등의 사업비 집행규정」제9조(성과평가)에 의거하여 주최단체 등의 지원금 집행대상별 배분기준을 마련하였다. 국내경기 수익금은 종목 내 프로구단 간 성과평가를 통해 차등지원하며, 해외경기 수익금의 50%의 30%는 종목(축구, 야구, 농구, 배구) 간 성과평가를 통해 차등지원 하였다. 그리고 남녀골프(개인종목)는 별도로 평가하였다. 프로구단 간 평가는 지표항목 총 6개 항목(마케팅 및 관리 비용 15점, 미디어 10점, 관람객 15점, 매출수익 40점, 성적 10점, 기타(정성평가) 10점)으로 이루어졌다. 세부 평가지표로는 총 18개(마케팅 및 관리 비용의 총액, 비용총액 대비 마케팅 및 관리 비용의 전년 대비 증감량, 시즌 평균 TV시청률(조건부지표 반영 시), 인터넷 중계 동시접속자 수(조건부 지표), 당해 연도 유료 평균 관중수, 유료 평균 관중수의 전년 대비 증가율, 당해 연도 입장수익, 입장수익의 전년 대비 증가율, 당해 연도 광고수익, 기타수익의 전년 대비 증가율, 홈경기 승률, 리그 최종 순위(포스트시즌 포함), 마케팅 혁신 및 사회공헌활동, 프로단체 정책사업 등)로 실시하였다. 또한, 마케팅 및 관리비용, 매출수익 등 회계 관련 지표는 종목별로 통일된 표준손익계산서를 도입해 검증하였다. 배구는 유소년·아마스포츠 60%, 프로스포츠 40%를 합산해 실시하는 종목 간 평가에서 타 종목(야구, 축구, 농구) 대비 단체 운영 및 사업평가, 프로리그 전체 관중 증가율, 프로리그 전체 매출 증가율에서 1위에 올라 최고 등급을 받았다. 이처럼 프로배구 관중수는 타 종목보다 높은 성장률을 보이고 있고, 특히 김연경의 국내리그 복귀로 인하여 여자배구의 인기가 남자배구보다 높아지기 시작했다. 이러한 긍정적인 이면에 남·여부의 샐러리캡 차이, 학교폭력 등과 같은 불안요소가 끊임없이 제기되고 있어 적극적인 조치가 필요한 실정이다.

프로배구 남자부 현대캐피탈은 TV시청률과 인터넷 중계 동시접속자 수, 유료 평균 관중수, 입장수익, 마케팅 혁신 및 사회공헌활동 항목에서 모두 다른 구단보다 앞섰고, 활발한 팬서비스와 관람석 개선 등으로 프로구단 성과평가에서 2년 연속 최고 등급인 S등급을 받았다. 여자부는 흥국생명이 TV시청률, 인터넷 중계 동시접속자 수, 입장수익, 입장수익 증가율, 홈경기 승률 항목에서 높은 점수를 얻어 최고 등급을 받았다. 프로구단 간 성과평가는 구단들이 적극적으로 자생력을 기르고 경쟁력을 갖출 수 있는 환경을 조성하기 위해 도입됐다. 특히 변화를 도모하는 구단에는 더 많은 지원금이 배부될 수 있도록 인센티브를 통해 동기를 부여하고 있다. 프로배구의 연봉은 야구, 축구, 농구와 같은 다른 프로리그에 비해서 상대적으로 적은 편이다. 특히 비슷한 신체조건을 가진 한정된 선수들을 대상으로 경쟁해야 하는 농구와 배구의 경우 농구의 연봉이 상대적으로 높기 때문에 배구보다는 농구를 택하는 경우가 많이 있으므로 지도자와 선수들의 처우개선이 필요한 실정이다. 한국프로배구의 장기적 발전을 위해 프로구단과 연맹이 앞장서서 장기적인 관점에서 유소년 선수

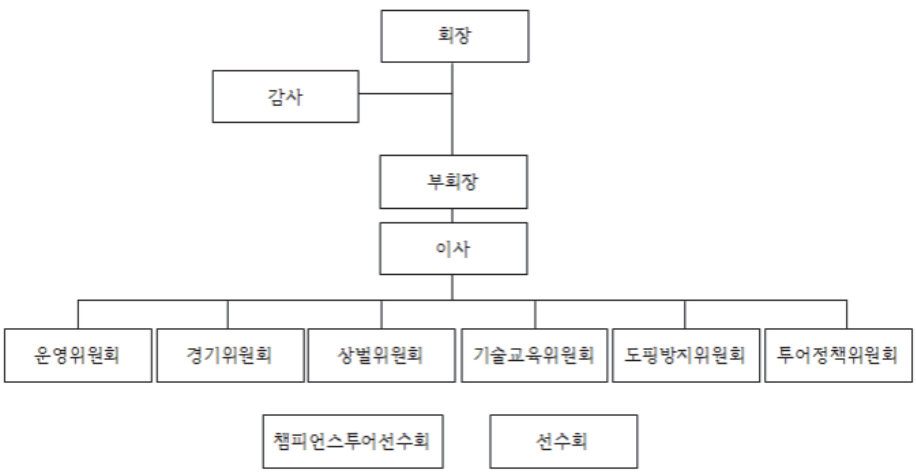
육성에 필요한 시설 및 제반 사항들을 지원해야 한다. 또한, 프로배구의 발전과 성장을 위해 남·녀 프로구단 증가, 글로벌 랭킹 상승, 유소년 선수 증가, 관중수 증가, 매출액 증가, 현재 4개밖에 없는 여자 대학팀 창단 유도 등 배구의 활성화를 유도하는 것이 필요하다. 이를 위해 대한배구협회와 한국배구연맹의 원활한 협력과 공조가 요구된다. 또한 배구도 축구와 농구처럼 상비군 제도를 더 활성화 시켜 유능하고 좋은 실력의 선수발굴에 더욱 치중하여야한다. 그리고 대표팀 전임감독, 프로배구 로컬룰 적용, 프로배구 용병제도, 대표선수 선발 방식 제고 등에 더욱 강화와 협조가 필요하다. 이러한 노력들을 시행하다보면 프로배구의 앞날에 큰 영향을 미치며 선수들과 관중들의 흥미를 더욱 고조시켜 배구의 흥행도 기대해 볼 수 있을 것이다.

5) 프로골프

(1) 한국프로골프협회

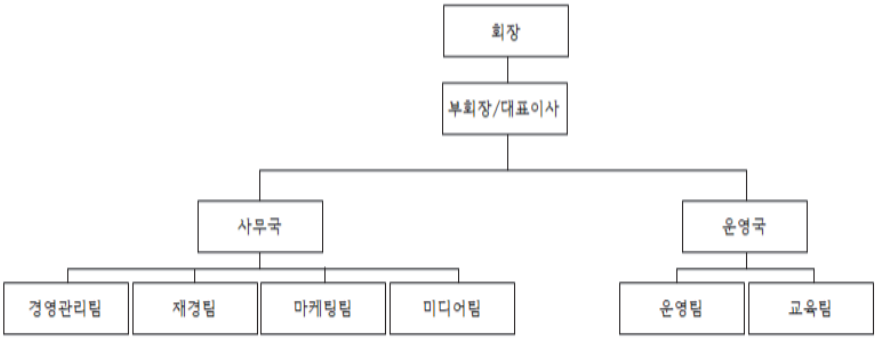
한국프로골프협회(Korea Professional Golfers' Association)는 1968년 한국프로골프의 발전에 이바지하고 프로골퍼의 기량 및 자질향상을 도모하여, 골프를 통한 국위선양을 목적으로 설립되었다. 1958년 한국프로골프선수권대회, 한국오픈 골프선수권대회가 개최된 후 1963년 프로골프회가 창설되었고, 1968년 11월 12일, 문교부의 정식 설립 인가를 받은 한국프로골프협회가 발족하게 되었다. 레슨프로제도 도입(1983), 골프 코치스쿨 및 세미프로 선발전 실시(1988), 2부 투어대회 출범(1999) 등 골프지도와 우수골퍼들이 성장할 수 있는 제도적 기반들을 조성하였다. 2004년 SBS와 조인식을 가졌고 2005년 KOREAN TOUR를 창설하였다. 이후 2006년부터 2008년까지 12개 대회를 창설하였고 2009년 KPGA 아카데미 투어를 창설하였다. 2024년은 총 24개의 남자프로골프(KPGA)대회가 열렸고 총 상금규모는 270억 원으로 KPGA 사상 최대 규모를 기록했다.

〈그림 5-8〉 한국프로골프협회 조직도(이사회 및 분과위원회)



※ 출처: 한국프로골프협회 홈페이지

〈그림 5-9〉 한국프로골프협회 조직도(사무국)



※ 출처: 한국프로골프협회 홈페이지

〈표 5-31〉 '24년 KPGA 대회 개요

대회명	장소	대회기간	총상금
제19회 DB손해보험 프로미 오픈	라비에벨 CC	04.13-04.16	7억 원
KPGA 파운더스컵 with 한맥CC	한맥CC	04.18-04.21	7억 원
2024 우리금융 챔피언십	페럼클럽	04.25-04.28	15억 원
제43회 GS칼텍스 매경오픈	남서울 CC	05.02-05.05	13억 원
KPGA 클래식	골프존카운티 영암42	05.09-05.12	7억
SK telecom OPEN 2024	핀크스 GC	05.16-05.19	13억 원
KB금융 리브챔피언십	블랙스톤 이천 GC	05.23-05.26	7억 원
제14회 대상트코리아 매치플레이	킹스데일 GC	05.30-06.02	8억 원
제67회 KPGA 선수권대회 with A-ONE CC	에이원 CC	06.06-06.09	16억 원
하나은행 인비테이셔널	Chiba Isumi GC	06.13-06.16	13억 원
코오롱 제66회 한국오픈	우정힐스 CC	06.20-06.23	14억 원
비즈플레이-원더클럽 오픈 with 클럽72	클럽72 CC	06.27-06.30	7억원
KPGA 군산CC 오픈	군산 CC	07.11-07.14	9.8억 원
2024 렉서스 마스터즈	에이원 CC	08.29-09.01	10억원
제40회 신한동해오픈	클럽72 CC	09.05-09.08	14억 원
골프존-도레이 오픈	골프존 카운티 선산	09.12~09.15	10억 원
현대해상 최경주 인비테이셔널	페럼클럽	10.05-10.08	12.5억 원
백송홀딩스-아시아드CC 부산오픈	아시아드 CC	10.10-10.13	10억 원
더채리티클래식 2024	설해원	10.17-10.20	10억원
제네시스 챔피언십	잭 니클라우스 골프클럽 코리아	10.24-10.27	9.4억 원
동아회원권그룹 오픈	장수 GR	10.31-11.03	7억 원
KPGA투어챔피언십	사이프러스골프&리조트	11.07-11.10	11억 원

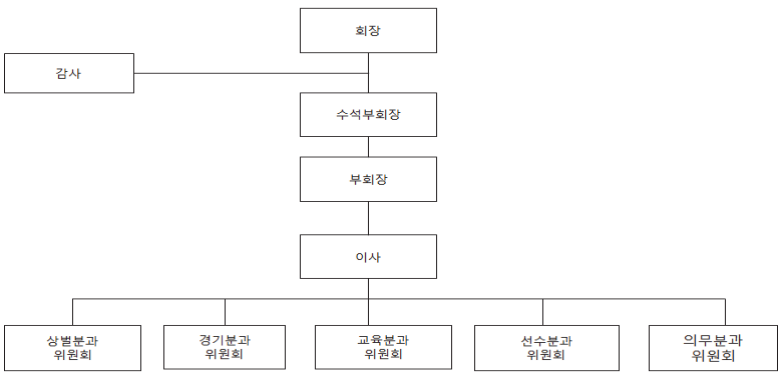
※ 출처: ㈜한국프로골프투어(KGT) 홈페이지(kpga.co.kr)

(2) 한국여자프로골프협회

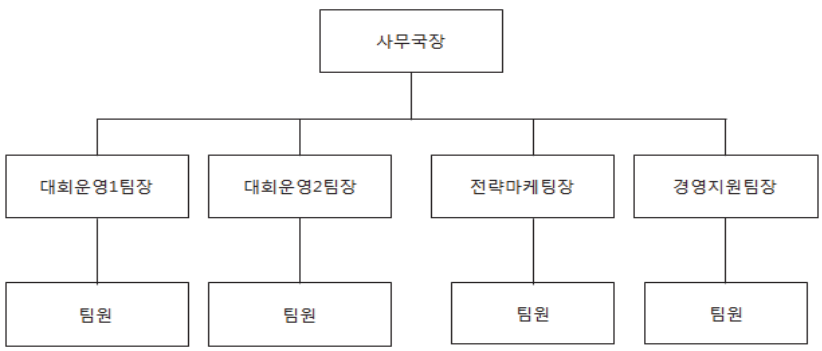
1978년 한국프로골프협회 산하에 여자프로부가 설치되어 한국여자 프로골퍼 8명을 배출하였고 여자프로골프대회가 국내에서 최초로 개최되었다. 1988년 한국프로골프협회에서 독립하여 한국여자프로골프협회로 공식 출범하였고 1991년 문화체육부 산하 (사)한국여자프로골프협회(Korea Ladies Professional Golf Association)로 등록되었다. 그 후로 경기분과위원회 창설(1991), 경기기록 전산화 도입(1992), 협회내규 제정(1993), 준회원 선발제 신설(1998), 프로입문 나이제한 철폐(1999) 등 다양한 제도적 기반들을 조성하였다.

2000년 최초 대의원 총회를 개최하였고 SBS 골프 채널과 골프대회 실시간 중계실시 방송중계권료 계약을 체결하였다. 2001년 아마추어 시드전을 폐지하고 프로입문을 위한 나이제한(만 17세 이상)을 부활시켰다. 2003년 농심배 신인왕전이 최초로 개최되었으며 산휴제도 시행 및 풀시드권 명수 규정을 40명에서 50명으로 변경하였다. 2006년에는 협회와 KB국민은행이 계약하여 KLPGA 역사상 최초로 투어제도를 도입하였다. 2007년 MBC투어를 출범하였고 스포츠토토 기금으로 유소년 체육 활성화 사업을 시행하였다. 2010년 정회원 및 준회원 선발전을 절대평가에서 상대평가로 변경(연간 정회원 총 61명, 준회원 총 100명 선발)하였다. 2024년에 총 31개의 한국여자프로골프(KLPGA)대회가 열렸고 총상금규모는 332억 원으로 역대 최대 규모였다.

〈그림 5-10〉 한국여자프로골프협회 조직도(이사회 및 분과위원회)



〈그림 5-11〉 한국여자프로골프협회 조직도(사무국)



※ 출처: 한국여자프로골프협회 홈페이지

〈표 5-32〉 '24년 KLPGA 대회 개요

대회명	장소	대회기간	총상금
하나금융그룹 싱가포르 여자오픈	Tanah Merah CC	03.07-03.10	SGD 110만 (약 11억 원)
블루캐니언 레이디스 챔피언십	블루캐니언	03.15-03.17	9억 원
두산건설 We've 챔피언십	테디밸리 골프앤리조트	04.04-04.07	12억 원
메디힐 · 한국일보 챔피언십	페럼	04.11-04.14	10억 원
넥센 · 세인트나인 마스터즈 2024	가야	04.19-04.21	9억 원
크리스 F&C 제46회 KLPGA 챔피언십	레이크우드	04.25-04.28	13억 원
제10회 교촌 허니 레이디스 오픈	아시아드	05.03-05.05	8억 원
2024 NH투자증권 레이디스 챔피언십	수원	05.10-05.12	8억 원
2024 두산 매치플레이 챔피언십	라데나	05.15-05.19	9억 원
제12회 E1 채리티 오픈	페럼	05.24-05.26	9억 원
Sh수협은행 MBN 여자오픈	더스타휴	05.31-06.02	10억원
2024 셀트리온 퀸즈 마스터즈	설해원	06.07-06.09	12억 원
DB그룹 제38회 한국여자오픈 골프선수권대회	레인보우힐스	06.13-06.16	12억 원
BC카드 · 한경 레이디스컵 2024	포천힐스	06.20-06.23	14억 원
맥콜 · 모나파크 오픈 with SBS Golf	버치힐	06.28-06.30	8억 원
롯데오픈	베어즈베스트라 청라	07.04-07.07	12억 원
하이원리조트 여자오픈 2024	하이원	07.11-07.14	10억 원
제 11회 제주삼다수 마스터스	블랙스톤 제주	08.01-08.04	10억 원
더헤븐 마스터즈	더헤븐	08.16-08.18	10억 원
한화 클래식 2024	제이드팰리스	08.22-08.25	17억 원
제13회 KG 레이디스 오픈	써닝포인트	08.30-09.01	8억 원
KB금융 스타챔피언십	블랙스톤 이천	09.05-09.08	12억 원
OK금융그룹 읏맨 오픈	클럽72	09.13-09.15	8억 원
대보 하우스디 오픈	서원밸리	09.20-09.22	10억 원
하나금융그룹 챔피언십	베어즈베스트 청라	09.26-09.29	15억 원
제24회 하이트진로 챔피언십	블루헤런	10.03-10.06	15억 원
2024 동부건설 · 한국토지신탁 챔피언십	악산CC	10.10-10.13	10억 원
상상인·한국경제TV 오픈 2024	레이크우드	10.17-10.20	12억원
덕신EPC · 서울경제 레이디스 클래식	88	10.24-10.27	10억 원
S-OIL 챔피언십 2024	엘리시안 제주	10.31-11.03	9억 원
SK텔레콤 · SK쉴더스 챔피언십 2024	라비에벨	11.08-11.10	10억 원

※ 출처: 한국여자골프협회(KLPGA) 홈페이지

제6장
스포츠산업 관련 법제

2024 Sport Industry White Paper



문화체육관광부

제6장 스포츠산업 관련 법제

1 개관

국내 법령 중에 스포츠산업과 가장 밀접한 관련이 있는 것은 스포츠산업 진흥을 위하여 2007년 법률 제8333호로 제정된 「스포츠산업 진흥법」 이다. 이 법은 스포츠산업이 고부가가치산업으로 성장 잠재력이 매우 큼에도 불구하고 당시 스포츠산업에 대해서는 「국민체육진흥법」에 '체육용구의 생산장려 및 체육시설업의 육성'에 관한 사항만을 규정하고 있어 '스포츠산업'과 관련하여 보다 체계적인 법적·제도적 지원 기반의 확보가 요청됨에 따라 이 법을 제정하게 되었다. 「스포츠산업진흥법」은 스포츠산업의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화하여 스포츠산업의 진흥을 촉진하고, 나아가 국민의 문화적인 삶의 향상과 국민경제의 발전에 이바지하는데 그 목적을 지니고 있다.

스포츠산업과 관련된 법령은 「스포츠산업 진흥법」 이외에도 스포츠산업과 관련된 내용을 담고 있는 다양한 실정법에서 찾아볼 수 있는데 이를 '스포츠산업관련법'이라고 할 수 있다. 스포츠산업관련법의 의미를 좀 더 명확하게 정의하기 위하여 법의 분류를 살펴보도록 한다. 법을 분류하기 위해서는 법의 형식이나 내용 또는 효력에 따라서 다양하게 분류할 수 있다.

현재 우리나라 법령의 수는 약 5,000여 건으로 예상되며, 형식에 따라서 피라미드식의 구조로 구성되어 있다. 이 구조에서 최상의 위치에는 헌법이 자리 잡고 있고 그 밑으로 국회에서 제정한 법률이 존재한다. 법률은 다시 일정 부분 대통령에게 위임하게 되는데 이때 대통령의 명령을 시행령이라고 한다. 또한 대통령의 시행령을 위임 받은 총리와 각 부장관은 명령을 하게 되는데 이를 시행규칙이라고 한다. 이외에 조례 등 지방자치단체에 의한 자치법규가 밑으로 자리 잡고 있다. 여기서 국회에서 제정한 법을 법률이라고 하고, 대통령과 국무총리 및 각 부장관이 제정한 법을 명령이라고 하며, 법률과 명령을 합쳐서 법령이라고 한다.

이러한 법령들은 그 내용에 따라서 공법과 사법, 그리고 사회법 등으로 분류한다. 공법은 국가와 지방자치단체, 기타 공법인이 주체가 되고, 국가와 국민 간의 관계를 규율하며, 공익의 실현을 추구하는 법을 말한다. 사법은 사인 간의 생활관계를 규율하는 법을 말한다.

스포츠산업과 관련된 법령은 그 효력이 미치는 범위에 따라 공법적인 성격을 지닌 「국민체육진흥법」과 「체육시설의 설치 · 이용에 관한 법률」 등이 있고, 사업의 추진이나 운영, 진흥(지원)을 위한특별법 성격의 「경륜 · 경정법」, 「국제경기대회지원법」, 「생활체육진흥법」, 「2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 지원 등에 관한 특별법」, 「태권도 진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률」, 「전통무예진흥법」, 「바둑진흥법」, 「이스포츠(전자스포츠)진흥에 관한 법률」, 「게임산업 진흥에 관한 법률」(이상 문화체육관광부 소관 법률), 「수상레저안전법」(해양경찰청 소관 법률)」, 「한국마사회법」(농림수산식품부 소관 법률) 등이 있다. 이외에도 「정부조직법」, 「청소년기본법」, 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」, 「국가배상법」, 「공유재산 및 물품 관리법」, 「저작권법」, 「독점규제 및 공정거래법에 관한 법률」, 「약관의 규제에 관한 법률」, 「제조물책임법」등에서도 스포츠산업과 직·간접적으로 관련된 내용을 가진 법령들을 찾을 수 있다. 사법의 영역에서는 직접 스포츠에 관하여 명문의 규정을 두고 있는 경우는 거의 없다. 「민법」이나 「상법」, 「저작권

법」등의 법률은 단지 스포츠에서 발생하는 각종 사인 간의 법률관계에 적용될 수 있을 뿐이다. 즉, 사인 간의 계약관계에 따른 재산권 관련 문제나 사고와 관련하여 그 주체가 사인이라면 「민법」상의 불법행위와 관련하여 손해배상 규정이 적용된다.

법령은 그 적용범위에 따라 일반법과 특별법으로 구분하고, 특별한 목적으로 제정된 특별법이 일반법에 우선하여 적용된다.

2 스포츠산업 관련 법제 현황

스포츠산업과 관련된 법제도의 현황은 스포츠산업과 직접적으로 관련된 법제도와 간접적으로 관련된 법제도를 통해서 살펴볼 수 있다. 우선, 스포츠산업과 직접적으로 관련된 법제도는 '문화체육관광부 소관 법령'과 '문화체육관광부 행정규칙(훈령·예규·고시·공시)' 등을 통해서 그리고 간접적으로 관련된 법제도는 여러 스포츠산업 유관법령을 통해서 그 현황을 파악할 수 있다.

1) 문화체육관광부 소관 법령

스포츠산업 관련 법령에서 문화체육관광부 소관 법령으로는 아래 〈그림 6-1〉에서 보는 바와 같이 총 11편을 선별하였고 이러한 법령들의 제정년도와 개정회수는 아래 〈표 6-1〉과 같다.

〈그림 6-1〉 스포츠산업관련법령 제정현황



〈표 6-1〉 문화체육관광부 소관 스포츠산업 관련 법령 제·개정 현황

순번	법률명	제정일	비고
1	스포츠산업 진흥법	2007.04.06	개정 10회
2	국민체육진흥법	1962.09.17	개정 56회
3	체육시설의 설치·이용에 관한 법률	1989.03.31	개정 44회
4	경륜·경정법	1991.12.31	개정 28회
5	태권도진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률	2007.12.21	개정 26회
6	전통무예진흥법	2008.03.28	개정 06회
7	2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 지원 등에 관한 특별법	2012.01.26	개정 33회
8	국제경기대회지원법	2012.05.23	개정 19회
9	생활체육진흥법	2015.03.27	개정 05회
10	바둑진흥법	2018.04.17	개정 01회
11	스포츠기본법	2021.08.10	개정 01회

※ 2024년 12월까지의 제·개정 반영

가. 스포츠산업 진흥법

「스포츠산업 진흥법」은 2007년 4월 6일 제정된 법으로서 "스포츠산업의 진흥에 필요한 사항을 규정함으로써 스포츠산업의 기반조성 및 경쟁력 강화를 도모하고, 스포츠를 통한 국민의 여가선용 기회 확대와 국민경제의 건전한 발전에 이바지함"을 목적으로 하고 있다.

이 법은 전체 23조로 구성되어 있으며, 주요 내용으로는 국가가 스포츠산업 기본계획을 수립하고, 전문인력을 양성하며, 창업지원, 스포츠산업진흥시설의 지정, 스포츠산업 지원센터의 지정, 프로스포츠의 육성, 국제교류 및 해외시장 진출지원 등의 노력을 하도록 규정하고 있다.

주요 내용을 구체적으로 살펴보면, 우선 문화체육부장관은 스포츠산업 진흥에 관한 기본적이고 종합적인 중장기 진흥 기본계획과 스포츠산업의 각 분야별·기간별 세부시행계획을 수립·시행하여야 한다. 또한, 문화체육관광부장관은 기본계획 및 세부시행계획에 따라 공공기관, 단체 및 스포츠산업 사업자가 스포츠산업의 경쟁력 강화를 위한 조치를 취하고자 할 때에는 예산의 범위에서 지원할 수 있다.

이 법의 두 번째 주요내용으로는 '전문인력 양성'을 들 수 있다. 국가나 지방자치단체는 스포츠산업 전문인력 양성을 위하여 연구소·대학 등 대통령령으로 인정하는 기관을 전문 인력 양성기관으로 지정하고, 그 양성에 필요한 경비를 보조할 수 있도록 규정하고 있다.

세 번째는 '창업지원'에 관한 내용이다. 문화체육관광부장관은 스포츠산업과 관련된 창업을 촉진하고, 일자리를 창출하기 위하여 필요한 시책을 마련하며, 사업추진에 필요한 자금을 예산의 범위에서 지원할 수 있다.

네 번째는 '스포츠산업진흥시설의 지정'에 관한 내용이다. 스포츠산업의 진흥을 위하여 필요하다고 인정하는

경우 지방자치단체의 장과 협의하여 당해 지방자치단체 소유의 공공체육시설을 스포츠산업진흥시설로 지정할 수 있고, 이 경우 시설 설치 및 보수 등에 필요한 자금의 전부 또는 일부를 지원할 수 있도록 하고, 지정된 스포츠산업진흥시설이 지정요건에 미달하는 때에는 그 지정을 해제할 수 있도록 규정하고 있다. 또한, 국가 또는 지방자치단체는 스포츠산업진흥시설의 지정 및 운영을 위하여 필요하다고 인정하는 경우에는 「국유재산법」 또는 「공유재산 및 물품관리법」의 규정에도 불구하고 국·공유재산을 수의계약으로 대부·사용·수익하게 하거나 매각할 수 있도록 하고, 스포츠산업진흥을 위하여 필요하다고 인정하는 경우 스포츠산업진흥시설을 지정받고자 하는 지방자치단체에 대하여 자금을 지원할 수 있도록 규정하고 있다.

다섯 번째는 '스포츠산업지원센터의 지정'에 관한 내용이다. 문화체육관광부장관은 스포츠산업의 발전을 위하여 국공립 연구기관, 대학, 특정연구기관 등을 스포츠산업지원센터로 지정할 수 있다. 지정된 센터는 스포츠산업 발전을 위하여 지방지치단체와 협조하거나, 혹은 스포츠산업체 발전을 위한 상담 등을 지원할 수 있다.

여섯 번째는 '프로스포츠의 육성과 국제교류 및 해외시장 진출 등의 지원'이다. 국가 및 지방자치단체는 프로스포츠 육성에 필요한 시책을 강구할 수 있는데, 구체적으로 프로스포츠단 창단에 출자 또는 출연할 수 있으며, 프로스포츠 활성화를 위하여 필요한 경우 프로스포츠단 사업 추진에 필요한 경비를 지원할 수 있다. 지방자치단체의 장은 필요한 경우 공유재산을 25년 이내의 기간을 정하여 프로스포츠단의 연고 경기장으로 사용·수익을 허가하거나 관리를 위탁할 수 있으며, 이때 해당 체육시설과 그에 따른 부대시설에 대하여 해당 프로스포츠단과 우선하여 수의계약 할 수 있다. 또한, 프로스포츠단은 필요한 경우 해당 체육시설을 직접 또는 보수할 수 있으나, 다만, 그 수리 또는 보수가 공유재산의 원상이 변경되는 경우 혹은 대규모의 수리 또는 보수에 해당할 경우에는 지방자치단체 장의 승인을 받아야 한다. 이때 지방자치단체는 수리 또는 보수에 필요한 비용의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

또한, 「스포츠산업진흥법」에는 '국제교류 및 해외시장 진출지원'에 관한 규정을 두고 있다. 국제교류 및 해외시장 진출지원을 위해 정부는 국내 스포츠산업의 경쟁력 강화와 스포츠산업 관련 상품의 해외시장 진출을 활성화하기 위하여 외국과의 공동제작, 방송 및 인터넷 등을 통한 해외마케팅과 홍보활동, 외국자본의 투자유치, 수출 관련 협력체계의 구축 등의 사업을 지원할 수 있도록 하고, 사업을 효율적으로 지원하기 위해 이에 필요한 비용을 보조할 수 있도록 규정하고 있다.

「스포츠산업진흥법」은 2007년 제정 이후 10차례 개정이 있었다. 첫 번째 개정은 2008년 「정부조직법」에 따라 기획재정부를 신설하여 정부기능을 효율적으로 재배치하는 과정에서 이루어졌다. 개정 내용으로는 여러 조항들에서 '문화관광부장관'을 '문화체육관광부장관'으로 명칭을 변경하는 것이었다.

2차 개정은 2010년에 있었고 개정의 핵심은 제7조의 삭제와 제16조를 신설한 것이라 할 수 있다. 제16조를 신설한 사유는 지방자치단체가 재정 부족으로 공공체육시설의 개수·보수를 하지 못하는 상황에서 프로스포츠단체가 관객 유치와 서비스 향상을 위하여 공공체육시설 개수·보수를 하려 하더라도 「공유재산 및 물품관리법」에 따라 시설 사용·수익 기간이 3년 이내로 한정되어 있어 적극적인 투자에 한계가 있음을 발견했기 때문이다. 이에 프로스포츠단체가 지방자치단체의 공공체육시설을 25년의 기간 내에서 사용·수익할 수 있도록 법적 근거를 마련함으로써 프로스포츠의 활성화 및 공공체육시설의 효율적 운영을 도모하고자 하였다.

2016년 2월 3차 개정에서는 「스포츠산업 진흥법」 전부 개정을 시도하였다. 전부개정이 이루어지게 된 배경에는 2013년 12월 문화체육관광부의 '스포츠산업 중장기 발전계획('14~'18년)' 발표가 있었고, 스포츠

산업 전담부서가 신설되면서 스포츠산업 육성을 위한 추진동력과 실효성 확보를 위해 법적근거가 필요했기 때문이다. 또한 2007년에 제정된 현행법은 스포츠산업 진흥을 위한 선언적인 사항만을 규정하고 있어서 스포츠산업을 체계적으로 육성·지원하는 데 한계가 있다는 지적에 따른 것이다. 3차 전부 개정한 주요 내용은 아래 〈표 6-2〉와 같다.

〈표 6-2〉 스포츠산업 진흥법 주요 개정 내용

조 항	내용
제7조	기본계획과 세부 시행계획을 효율적으로 수립·시행하기 위하여 정기적으로 스포츠산업 실태조사를 실시하도록 함
제8조	스포츠산업과 관련된 기술개발을 추진하기 위한 정책을 수립·시행하고, 기술개발을 수행하는데 드는 자금을 예산의 범위에서 지원 또는 출연할 수 있도록 하며, 기술개발사업 업무 대행기관을 둘 수 있도록 함
제10조	스포츠산업과 관련된 창업을 촉진하고 일자리를 창출하기 위하여 필요한 자금을 예산의 범위에서 지원할 수 있도록 함
제11조	지방자치단체 소유의 공공체육시설을 스포츠산업진흥시설로 지정할 수 있도록 하며, 프로스포츠의 육성을 위하여 프로스포츠단 연고 경기장을 스포츠산업진흥시설로 우선 지정할 수 있도록 함
제15조	스포츠산업의 육성과 기술개발을 위하여 스포츠산업 관련 상품의 품질 향상에 필요한 지원을 할 수 있도록 함
제16조	스포츠산업 투자 활성화를 위하여「벤처기업육성에 관한 특별조치법」에 따른 중소기업투자모태조합과 한국벤처투자조합 등에 출자할 수 있도록 함
제17조 제2항	지방자치단체 또는 공공기관이 프로스포츠 육성을 위하여 프로스포츠단 창단에 출자 또는 출연할 수 있고, 프로스포츠단 사업 추진에 필요한 경비를 지원할 수 있도록 함
제17조 제3항	지방자치단체는 공공체육시설의 효율적 활용과 프로스포츠의 활성화를 위하여 필요한 경우,「공유재산 및 물품 관리법」에도 불구하고 공유재산을 25년 이내의 기간을 정하여 관리를 위탁할 수 있도록 함
제17조 제6항	지방자치단체장이 공유재산 중 체육시설을 프로스포츠단의 연고 경기장으로 사용·수익을 허가하거나 관리를 위탁할 때에는「공유재산 및 물품 관리법」에도 불구하고 프로스포츠단과 우선하여 수의계약 할 수 있도록 함
제18조	선수의 권익 보호와 스포츠산업의 건전한 발전을 위하여 공정한 영업질서의 조성 등 필요한 시책을 강구하도록 함

2020년 2월 4차 개정에서는「벤처투자 촉진에 관한 법률」(법률 제16998호)에 제정됨에 따라 타법개정으로 제16조 제1호를 "「벤처투자 촉진에 관한 법률」제2조 제11호에 따른 벤처투자조합과 같은 법 제70조 제1항에 따른 "벤처투자모태조합"으로 개정하였다.

2020년 12월 5차 개정에서는 감염병 등에 효율적으로 대응하기 위하여 스포츠산업 기본계획에 감염병 등에 대한 안전·위생·방역 관리에 관한 사항이 포함되도록 하고(제5조 제2항 제8호 신설), 문화체육관광부장관이 프로스포츠 경기 일정을 재난상황의 심각성 등을 고려하여 조정할 수 있는 지침을 마련하도록(제18조 제2항 신설) 하는 한편, 연구개발사업의 효율적 추진을 위하여 연구개발 업무를 대행하는 전문기관 지정 근거를 마련하고(제8조 제2항), 선수 권익 보호와 스포츠산업의 공정한 영업질서 확립을 위한 표준계약서 보급 근거를 마련하는(제18조의2 신설) 등 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완하였다.

2021년 4월 6차 개정에서는 문화체육관광부장관이「국가연구개발혁신법」에 따른 전문기관을 지정하여 스포츠산업과 관련된 연구개발사업에 관한 업무를 대행시킬 수 있도록 하는 내용으로 「스포츠산업 진흥법」이 개정(법률 제17714호, 2020. 12. 22. 공포, 2021. 1. 23. 시행)됨에 따라 스포츠산업의 연구개발과 관련된 종전의 규정을 정비하려는 의도였다. 이에 따라 제2조 제5항 각 호 외의 부분 중 "법 제5조 제2항 제8호"를 "법 제5조 제2항 제9호"로 하고, 같은 항 제1호 중 "기술개발"을 "연구개발"로 수정하였다. 또한 제4조의 제목 "(기술개발의 지원 · 출연 대상과 사업)"을 "(연구개발의 지원 · 출연 대상과 사업)"으로 하고, 같은 조 제1항 제4호, 같은 조 제2항 각 호 외의 부분, 같은 항 제1호 및 제4호 중 "기술개발"을 각각 "연구개발"로 일부 개정하였다. 그리고 제21조(권한의 위임) 문화체육관광부장관은 법 제22조에 따라 다음 각 호의 권한을 특별시장 · 광역시장 · 특별자치시장 · 도지사 · 특별자치도지사에게 위임한다. 1. 법 제11조에 따른 진흥시설의 지정에 관한 권한, 2. 법 제12조에 따른 진흥시설의 지정해제에 관한 권한, 3. 법 제21조에 따른 청문에 관한 권한(법 제12조에 따른 진흥시설의 지정해제의 경우만 해당한다)으로 개정하였다.

2022년 7월 7차 개정의 배경은 다음과 같다. 현행법에서는 지방자치단체가 공공체육시설의 효율적 운영과 프로스포츠 활성화를 위하여 필요하다고 인정하는 경우「공유재산 및 물품 관리법」제21조제1항 및 제27조제1항에도 불구하고 공유재산을 25년 이내의 기간을 정하여 사용 · 수익을 허가하거나 관리 위탁할 수 있도록 하고 있고, 이에 따라 지방자치단체 소유의 체육시설을 프로스포츠 구단의 연고 경기장으로 사용 · 수익할 수 있게 되었다. 하지만 코로나바이러스감염증-19 확산 기간 관중 축소 및 무관중 경기와 리그 조기 종료 등으로 프로스포츠의 피해가 극심해지고 프로스포츠 구단의 수익사업에 적자가 발생하고 있어 지방자치단체의 공유재산 중 행정재산뿐만 아니라 일반재산의 대부를 통한 수익사업이 가능하게 해야 한다는 의견이 제기되었다. 이에 지방자치단체는 공유재산 중 일반재산의 대부를 가능하게 하고, 사용료 또는 납부 방법을 정할 수 있으며, 일반재산을 수의계약할 수 있도록 함으로써 침체된 프로스포츠의 위기를 극복하고 이를 통한 지역경제의 활성화에 이바지하려는 것을 목적으로 제17조제3항 중 "제21조제1항 및 제27조제1항에도"를 "제21조제1항, 제27조제1항 및 제31조에도"로, "관리를 위탁할"을 "관리위탁 또는 대부할"로 수정하고, 같은 조 제4항 각 호 외의 부분 전단 중 "수익하게 하는"을 "수익하게 하거나 대부하는"으로, "제22조에도"를 "제22조 및 제32조에도"로, "사용료와"를 "사용료 및 대부료와"로 하며, 같은 조 제5항 중 "수익하게 하는"을 "수익하게 하거나 대부하는"으로, "수익의"를 "수익과 대부의"로 하고, 같은 조 제6항 전단 중 "그 관리를 위탁하는"을 "관리위탁 또는 대부하는"으로, "제20조 및 제27조에도"를 "제20조, 제27조 및 제29조에도"로 개정하였다.

2023년 6월 8차 개정에서 국가와 지방자치단체는 스포츠산업의 진흥을 위한 각종 시책을 수립 · 시행할 때 장애인이 관련 활동에 참여할 수 있도록 정당한 편의를 제공하기 위하여 노력하여야 하고, 문화체육관광부장관이 수립하는 기본계획에 「장애인차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률」에 따른 정당한 편의 제공에 관한 사항이 포함되도록, 장애인의 스포츠관람권을 보장하기 위한 사업이 원활하게 수행될 수 있도록 지원하기 위한 방안으로 개정되었다. 개정된 사항은 '국가와 지방자치단체는 스포츠산업의 진흥을 위한 각종 시책을 수립 · 시행할 때 장애인이 관련 활동에 참여할 수 있도록 정당한 편의를 제공하기 위하여 노력하여야 하고, 문화체육관광부장관이 수립하는 기본계획에 「장애인차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률」에 따른 정당한 편의 제공에 관한 사항이 포함되도록 하였다. 또한, 문화체육관광부장관은 "장애인의 스포츠관람권을 보장하기 위한 사업이 원활하게 수행될 수 있도록 지원하기(제4조 3항)", "「장애인차별금지 및 권리구제

등에 관한 법률」 제4조제2항에 따른 정당한 편의 제공에 관한 사항(제5조제2항제9호를 제10호로 하고 같은 항에 제 9호를 신설)", "문화체육관광부장관은 스포츠산업의 진흥에 필요한 시책을 마련할 때에는 장애인의 스포츠관람권(장애인이 장애인이 아닌 사람과 동등하게 스포츠를 관람할 수 있는 권리를 말한다)을 보장하기 위한 사업이 원활하게 수행될 수 있도록 행정적 · 재정적으로 특별한 지원을 하기 위하여 노력하여야 한다.(제18조의 3(장애인의 스포츠관람권 보장을 위한 특별지원)"을 신설하였다.

2023년 8월 9차 개정에서는 법률용어 정비를 위한 법률 일부개정을 통해 "제17조제1항" 내용의 "여가활동 진작"을 "여가활동 북돋우기 위해"로 개정되었다.

2023년 10월 10차 개정에서는 문화체육관광부장관이 선수뿐만 아니라 감독·코치 등의 권한과 권익을 보호하기 위한 시책을 강구하도록 법률에서 위임한 권익보호 시책 강구의 구체적 대상을 규정하고자 개정되었다. 이에 "제18조의 제목 (선수 권익 보호 등)"을 "(선수 및 감독 · 코치 등의 권익 보호 등)"으로 하고, 같은 조 "제1항" 및 "제2항"을 각각 "제2항" 및 "제3항"으로 하며, 같은 조에 "제1항"을 "대통령령으로 정하는 자란 트레이너, 의료진 등 프로스포츠단에 소속된 자를 말한다." 와 같이 신설하고, 같은 조 "제2항(종전의 제1항) 제7호 중 "선수의"를 "선수 및 감독 · 코치 등의 권한과"로 하며, 같은 항 각 호 외의 부분 중 "선수"를 "선수 및 감독 · 코치 등의 권한과"로 하고, 같은 조 "제3항(종전의 제2항)" 중 "제1항"을 "제2항"으로 한다.로 개정하였다.

나. 국민체육진흥법

「국민체육진흥법」은 1962년 9월 17일 제정된 최초의 체육 관련 법률이라고 할 수 있다. 이 법은 "국민체육을 진흥함으로써 국민의 체력을 증진하고 건전한 정신을 함양하여 명랑한 국민 생활을 영위하게 하며, 나아가 체육을 통하여 국위선양에 이바지함"을 목적으로 한다.

이 법은 체육진흥의 기본이 되는 법으로서 전체 6장 55조로 구성되어 있다. 그 주요 내용으로는 제1장(총칙) 제2조에 '체육, 선수, 체육지도자, 체육동호인조직, 운동경기부, 체육진흥투표권' 등의 제개념을 규정하고 있다. 제3조에는 '국가와 지방자치단체는 국민체육 진흥에 관한 시책을 마련하고 국민의 자발적인 체육 활동을 권장·보호 및 육성하여야 한다'고 명시하고 있다. 제2장은 제7조부터 18조에 해당이 되며 '체육 진흥을 위한 조치'에 관한 내용으로서 '지방체육진흥, 학교체육진흥, 직장체육진흥, 체육지도자양성, 선수 등의 보호 및 육성, 대한민국체육유공자의 보상, 체육용구의 생산장려' 등에 관하여 규정하고 있다. 제3장은 제19조부터 제23조에 해당이 되며, 국민체육 진흥의 재원인 국민체육진흥기금의 조성과 그 사용에 관하여 규정하고 있다. 제4장은 제24조부터 제32조까지이며 '체육진흥투표권의 발행'에 관한 내용으로서 '체육진흥투표권의 발행 사업의 위탁, 유사행위 금지, 환급금, 위탁운영비, 수익금의 사용, 체육진흥투표권의 구매 제한' 등에 관하여 명시하고 있다. 제5장은 제33조부터 제43조까지를 포함하며 '대한체육회와 대한장애인체육회, 한국도핑방지위원회, 서울올림픽기념국민체육진흥공단 등 체육단체의 육성'에 관하여 구체적으로 기술하고 있다.

「국민체육진흥법」은 1962년에 제정된 이후 56차례 걸쳐 개정이 이루어졌다. 이 중에서 1982년에 86아시아경기대회와 88올림픽대회에 능동적으로 대처하고 국민체육진흥을 효율적으로 도모하여 국민복지와 국위선양에 적극적으로 이바지하기 위하여 전부개정을 수행하였다. 2007년에도 전부개정이 이루어진 바 있는

데, 개정이유는 법 문장의 표기를 한글화하고 어려운 용어를 쉬운 우리말로 풀어쓰며 복잡한 문장은 체계를 정리하여 쉽고 간결하게 다듬기 위해서였다.

2015년에 개정된 「국민체육진흥법」은 '대한체육회'와 '국민생활체육회'가 '통합체육회'로 변경된다고 하는 중요한 내용을 담고 있다. 즉, 전문체육과 생활체육의 활성화를 도모하기 위하여 대한체육회와 국민생활체육회를 통합하여 선진국형 체육시스템을 확립하고자 하였다. 이 통합체육회는 가맹된 경기단체와 생활체육종목단체 등의 사업과 활동에 대한 지도와 지원 사업, 체육대회의 개최와 국제교류, 선수 양성과 경기력 향상 등 전문체육 진흥을 위한 사업, 체육인의 복지향상, 국가대표 은퇴선수 지원사업, 그밖에 체육 진흥을 위하여 필요한 사업을 진행한다. 또한 현행법에서 아마추어 선수의 도핑검사 의무조항이 명시적으로 없는 입법적 불비를 보완하고, 프로선수에 대한 역차별을 방지하기 위하여 경기단체에 등록한 선수는 도핑방지위원회의 도핑 검사를 받도록 의무화하고, 도핑 검사의 대상자 선정기준 및 선정방법은 도핑방지위원회가 정하도록 하였다. 한편, 대한체육회 및 대한장애인체육회의 회장을 선출하기 위한 선거관리를 정관으로 정하는 바에 따라 중앙선거관리위원회에 위탁하여 중립적이고 객관적인 선거관리가 이루어지도록 하였다.

「국민체육진흥법」은 2016년에 2월 3일, 5월 29일, 12월 20일 3차례 걸쳐 일부개정이 이루어졌다. 2016년 개정법의 주요내용은 첫째, 지방자치단체가 대한체육회, 대한장애인체육회 및 국민생활체육회의 지부·지회에 예산의 범위에서 운영비를 보조할 수 있도록 하였다. 둘째 스포츠산업 진흥을 위한 지원 사업 등에 국민체육진흥기금을 사용하도록 하고, 스포츠산업투자조합에 출자할 수 있는 근거를 마련하여 그 수익금을 기금으로 조성하는 등 스포츠산업 진흥 지원을 강화함으로써 국민체육 진흥에 기여하고자 하였다. 또한, 국가와 지방자치단체는 장애인이 체육시설을 우선적으로 이용할 수 있도록 필요한 조치를 할 수 있도록 하였다.

2017년에는 금치산 및 한정치산 제도를 폐지하고 성년후견·한정후견제 등을 도입하는 내용으로 「민법」이 개정됨에 따라 체육지도자의 결격사유 중 금치산자 또는 한정치산자를 피성년후견인 또는 피한정후견인으로 대체하도록 하였고, 「사행산업통합감독위원회법」에 따른 중독예방치유부담금을 국민체육진흥기금에 편입하고, 동 기금을 국민체육진흥계정과 사행산업중독예방치유계정으로 구분·관리하며, 사행산업중독예방치유계정은 사행산업통합감독위원회가 「사행산업통합감독위원회법」에 따라 별도 관리·운용함으로써 부담금 운용의 투명성과 국회의 재정 통제기능을 강화하도록 개정하였다.

2019년에는 체육단체의 범위 규정이 광범위하고 모호하여 법률해석 시 혼란을 가중하고 있어 체육단체의 범위에 통합체육회, 대한장애인체육회, 체육시설업협회 등이 포함됨을 명시하였다. 또한, 종전에는 피성년후견인 또는 피한정후견인임을 이유로 체육지도자의 자격이 취소된 후 3년이 경과되지 아니한 사람은 체육지도자가 될 수 없도록 하였으나, 앞으로는 해당 결격사유가 해소된 때에는 유예기간 없이 바로 체육지도자가 될 수 있도록 결격사유에 관한 제도를 합리적으로 개선하였다. 또한, 체육단체 장은 지방자치단체의 장 또는 지방의회의 의원이 겸직할 수 없도록 제한함으로써 체육단체를 정치적인 영향력에서 배제하도록 개정하였다.

2020년에는 2월 4일, 6월 9일, 8월 18일, 12월 8일 총 4차례 걸쳐 일부개정이 이루어졌다. 2월에는 체육지도자의 선수에 대한 성폭력, 상해와 폭행 등의 문제가 대두되고 있어 이에 대한 근본적인 해결책 마련이 시급한 상황인바, 체육지도자에 대한 폭력 예방교육, 체육지도자의 결격사유 강화, 장려금 환수 근거 마련, 징계정보시스템 구축·운영 등을 통해 건전한 스포츠환경 조성과 체육인의 인권보호를 강화하는 한편, 스포츠의 최고의 가치인 공정성을 확보하고, 스포츠비리 등으로부터 선수를 보호하기 위하여 스포츠윤

리센터를 설립하도록 하였다. 6월에는 노인 체육 진흥을 위하여 국가와 지방자치단체는 노인 체육 진흥에 필요한 시책을 마련하도록 하고, 노인 건강의 유지 및 증진을 위한 맞춤 체육활동 프로그램을 운영하거나 그 운영에 필요한 비용 및 시설을 지원할 수 있도록 하였다. 8월에는 체육계 인권침해 및 스포츠비리 신고자 · 피해자 등에 대한 보호를 강화하고, 스포츠윤리센터의 기능과 권한을 강화하는 등 체육인의 인권보호 보호를 위하여 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선 · 보완하였다. 12월에는 직장운동경기부 내 인권 침해 등이 사회적 문제로 대두됨에 따라 직장운동경기부의 상시 합숙훈련에 대하여 소속 선수의 사생활의 자유와 개인 선택의 자유 보장, 스포츠 비리 등의 행위로 유죄판결이 확정된 자에 대한 명단 공개, 체육인의 인적사항, 경기실적, 징계 이력 등의 세부 인적 정보의 통합관리를 위한 통합정보시스템을 구축 · 운영, 인권침해 등 신고의 처리과정을 효율적으로 관리하기 위한 통합신고관리시스템 구축 등에 관한 사항을 규정하는 한편, 지방체육회를 법정법인화하여 자율적으로 지역체육을 특성화하는 역할을 수행할 수 있도록 하고, 종전에 임의기구였던 지역체육진흥협의회를 반드시 설치하여 지방자치단체의 장, 지역체육회의 회장 등의 원활한 협의를 유도하는 한편, 지방체육회 예산 지원을 통한 안정적인 재원 확보 근거를 마련하였다. 또한 타법개정으로 피후견인 결격조항 정비를 위한 경륜 · 경정법 등 7개 법률의 일부개정에 관한 법률을 반영하였다.

2021년에는 8월 10일 1회의 일부개정과 1회의 타법개정이 이루어졌다. 개정목적은 체육인의 생활 안정과 복지를 체계적으로 지원하기 위하여 “체육인 복지법”을 제정함에 따라 중복되는 해당 규정을 삭제하고, 기금의 사용 등에 “체육인 복지법”에 따른 지원 사업을 명확히 규정하는 등 관련 규정을 정비하기 위함이다.

2022년에는 1월 18일, 2월 3일 2차례에 거쳐 일부 개정이 이루어졌다. 1월 18일에 일부개정 된 주요 목적은 학교운동부 및 국군체육부대 내 발생하는 스포츠폭력, 비위행위 등에 대한 징계정보 수집을 위해 운동경기부의 개념을 재정의하고, 체육진흥투표권 발행 사업 위탁구조 개선에 따른 자회사 설립 시 체육기금을 출연할 수 있도록 하며, 이에 따른 수익금은 체육기금으로 환수하고, 위탁 운영비를 현실화 하는 등의 내용을 추가하고자 하는 것이다. 개정 내용은 다음과 같다. 첫째, 체육단체 및 경기단체는 승부조작에 가담하여 유죄판결이 확정된 전문체육선수등의 국내외 운동경기 대회 출전 등 활동을 할 수 없도록 조치를 취하도록 한다(제14조의4 신설). 둘째, 체육계 인권침해 및 스포츠비리 신고자 · 피해자 등에 대한 보호를 강화하고, 스포츠윤리센터의 기능과 권한을 강화하는 등 체육인의 인권보호 보호를 위하여 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선 · 보완하기 위해 학교운동부, 국군체육부대에 소속된 선수, 체육지도자, 심판 및 임직원의 징계에 관한 정보를 징계정보시스템을 통해 구축 · 운영하도록 한다(제18조의13). 셋째, 체육진흥투표권 발행사업의 공공성 · 투명성을 위해 국민체육진흥공단이 발행주식의 총수를 소유하고 있는 「상법」에 따른 주식회사(이하 “수탁사업자‘)에게 체육진흥투표권 발행사업을 위탁하여 운영하도록 한다(제25조). 넷째, 체육진흥투표권은 발행회차별 총투표금액 20만원 범위 내 대통령령으로 정하는 금액을 초과하여 판매 · 구매하지 않도록 한다(제30조) 등으로 개정하였다.

또한 2월 3일 일부개정된 사항으로는 민선 지방체육회장 제도가 시행되고 지방체육회의 법인화가 진행 중이나, 지방체육회와 지방장애인체육회의 재정은 열악한 상황인바, 지방체육회와 지방장애인체육회에 대한 지방자치단체의 운영비 지원을 의무화하는 한편, 국민체육진흥기금의 효율적 운용을 위하여 문화체육관광부장관으로 하여금 전년도 국민체육진흥계정 사용의 성과를 평가하고 그 결과를 다음 연도 기금운용계획안에 반영하도록 노력할 의무를 부여하려는 것을 목적으로 제18조제3항 전단 중 "대한체육회, 지방체육회,

대한장애인체육회 및"을 "지방체육회와"로, "보조할 수 있다"를 "지원하여야 한다"로 개정하였다. 또한 제22조3의 “성과의 평가”를 신설하여 문화체육관광부장관은 국민체육진흥계정 사용의 성과를 측정, 평과하여 결과를 매년 3월말헤 확정하여야 하며, 그를 위해 계정관리기관에 업무 위탁, 협의를 통한 기준설정 등을 제시하였다.

2023년에는 3월 14일 타법개정과, 6월 20일, 9월 14일 2회에 거쳐 일부개정이 이루어졌다. 3월 14일 타법개정으로는 제18조 15의 “영상정보처리기기의 설치, 관리”가 “고정형 영상정보처리기기의 설치, 관리”로 개정되면서 그에 따른 명칭을 개정하였다. 6월에 이루어진 개정의 목적은 체육진흥투표권의 환급금 지급 금지 대상자 확인을 위한 자료요청 대상에 문화체육관광부장관 등을 추가하고, 확인 자료의 범위에 외국인등록번호를 추가하며, 환급금 지급 업무를 수탁 · 대행하는 자를 포함한 수탁사업자가 업무수행을 위해 주민등록번호 등의 개인정보를 처리할 수 있는 근거를 마련하기 위한 개정으로 제 30조의 내용이 다수 개정되었는데, “3항 해당하는 자”를 “환금급 지급 금지 대상자”로 명시하였으며, “4항 수탁사업자는 「소득세법」 제84조제1호에 규정된 금액 이상의 환급금을 지급받을 자가 환급금 지급 금지 대상자인지 확인하기 위하여 필요한 경우 다음 각 호의 자에게 환급금 지급 금지 대상자의 성명, 「주민등록법」 제7조의2 제1항에 따른 주민등록번호 또는 「출입국관리법」 제31조제5항에 따른 외국인등록번호에 관한 자료의 제출을 요청할 수 있다”로 개정하였으며, 다음 각호의 자는 문화체육관광부장관, 발행사업자, 경기단체 및 체육진흥투표권 발행대상 운동경기를 주최하는 단체로 정하였다. 또한 5항에는 4항에 제시되어 있는 내용으로의 수정을 통해 자료처리 명시에 대한 내용으로 개정되었다. 6항은 “수탁사업자는 대통령령으로 정하는 금액을 토과하여 체육진흥투표권은 판매하여서는 아니된다”고 명시하였고, 7항은 “6항을 위반하여 구매하여서는 안된다.”고 개정하였다. 30조의2에서 “제30조5항의 위반행위”를 “제30조6항”으로 개정하였다. 9월에는 일정 규모 이상의 인원이 밀집하는 체육 행사를 개최하려는 자는 체육 행사 안전관리계획을 수립하고, 안전교육 · 점검을 시행하는 등 안전관리에 필요한 조치를 하도록 하며, 체육단체의 장의 겸직 금지의 직에 교육감을 추가하고, 국가와 지방자치단체는 노인 체육 활동에 필요한 시설의 적정한 확보와 그 운영에 필요한 시책을 마련하기 위해 개정하였으며, 13조 3항에 “국가와 지방자치단체는 노인 체육 활동에 필요한 시설의 적정한 확보와 그 운영에 필요한 시책을 마련하여야 한다.”의 내용이 추가되었다. “12조의 2에 첫째, 대통령령으로 정하는 일정 규모 이상의 인원이 밀집하는 체육 행사를 개최하려는 자는 해당 체육 행사가 안전하게 진행될 수 있도록 체육 행사 안전관리계획을 수립하고 안전교육 · 점검을 시행하는 등 안전관리에 필요한 조치를 하여야 한다. 둘째, 제1항에 따른 체육 행사 안전관리계획의 내용, 수립절차 및 안전교육 · 점검 방식 등에 관한 사항은 대통령령으로 정한다.”의 내용이 개정되었고, 제43조2의 “지방자치단체의 장”이 “지방자치단체의 장, 교육감”으로 개정되었다.

2024년에는 2월 6일, 3월 26일, 10월 22일 세차례에 거쳐 일부개정이 이루어졌다. 2월 6일 개정된 주요목적은 체육지도자 연수 및 재교육 과정 중 필수교육 사항을 성폭력 등 폭력 예방교육, 스포츠비리 및 체육계 인권침해방지 예방교육, 도핑방지 교육 등을 포함하는 스포츠윤리교육으로 확대실시하고, 체육진흥투표권 판매 또는 환급금 지급 제한나이 기준 변경, 문화체육관광부장관의 체육단체 소속 직원 등의 징계요구에 대한 결과보고 기한, 체육계 인권침해 사건 등에 대한 스포츠윤리센터의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선, 보완하기 위함이다. 이에 제11조에 제시된 “성폭력 등 폭력 예방교육은”을 “스포츠윤리교육은”으로 전면 수정하고, 제11조3항의 “성폭력 등 폭력 예방교육 등 문화체육부 관광부령으로 정하는 사항

이"를 "스포츠윤리교육 과정이"로 개정하면서 1. 성폭력 등 폭력 예방교육, 2. 스포츠비리 및 체육계 인권침해 방지를 위한 예방교육, 3. 도핑방지교육, 4. 그밖에 체육의 공정성 확보와 체육인의 인권보호를 위하여 문화체육관광부령으로 정하는 교육으로 구체화하여 제시하여 개정하였다. 3월 26일 개정된 목적은 지정된 명령을 자동으로 반복 입력하는 매크로 프로그램을 이용하여 운동경기 입장권 등 판매하는 행위를 금지하고, 체육계 인권침해 및 스포츠 비리 사실을 고의적으로 축소하거나 은폐하는 행뒤 금지 및 지방자치단체가 지방체육회 등에 공유재산을 무상으로 대부, 사용 . 수익하게 하거나 그 관리를 위탁할 수 있는 근거를 마련하기 위함이다. 이에 "제6조2"를 신설하였고, "제18조4의2항"을 "체육지도자, 선수"를 "체육단체의 임직원, 체육지도자, 심판, 선수"로 개정하였고, "제18조6의3항"을 신설, "제18조8의2호"를 삭제하였다. 또한 "제33조3"의 내용을 신설하여 지방체육회와 지방장애인체육회의 공유재산을 위탁할 수 있다는 사항을 신설하였다.

10월 22일에 개정목적은 회원제로 운영하는 골프장 시설의 입장료에 대하여 부가금을 징수하는 규정이 골프장 부가금 납부의무자를 차별하여 평등원칙에 위배된다는 헌법재판소의 위헌결정에 따라 효력이 상실된 관련규정을 삭제하기 위함으로 "제20조제1항2제3호", "제23조","제55조제2항제5호"를 삭제하였다.

다. 체육시설의 설치.이용에 관한 법률

「체육시설의 설치.이용에 관한 법률」은 1989년 3월 31일 제정·공포된 법률로서 1994년 1월 7일에 전면 개정되고, 2007년 4월 11일에 한 번 더 전면 개정되었다. 이 법률은 "체육시설의 설치·이용을 장려하고 체육시설업을 건전하게 발전시켜 국민의 건강증진과 여가선용에 이바지함"을 목적으로 하며 공공체육시설의 설치와 민간체육시설업의 권리·의무를 정하고 있다. 이 법률은 총 5장 40조로 구성되어 있다.

이 법률은 체육시설을 공공체육시설과 영리 목적의 체육시설업으로 나누며, 공공체육시설은 전문체육시설, 생활체육시설, 직장체육시설로 구분하며, 영리체육시설은 등록체육시설업과 신고체육시설업으로 구분하고 있다. 영리체육시설업은 체육지도자 배치·시설기준 및 이용자 보호 등을 규정하고 있으며, 국가 또는 지방자치단체 및 직장의 장에게 전문체육시설, 생활체육시설의 설치·운영 의무를 부여하는 동시에 지역주민을 위해 해당 체육시설을 개방하도록 규정하고 있다.

2015년은 전년도와 동일한 목적으로 개정이 이루어졌으며 자세한 사항은 다음과 같다. 국가와 지방자치단체의 장에게 체육시설 안전을 위한 제도적 장치마련과 이에 필요한 재원 확보노력을 하도록 하고, 체육시설 설치·운영자 및 위탁운영·관리자에게는 기능 및 안전성 유지관리의 의무를 부여하였다. 더불어 문화체육관광부장관으로 하여금 5년마다 체육시설 안전관리에 관한 기본계획을 수립·시행하고, 이에 근거하여 매년 연도별 계획을 수립·시행하도록 하였다.

체육시설 관리감독 체계를 정비하기 위하여 문화체육관광부장관은 안전점검 등 체육시설 안전관련 사항을 재난관리책임기관에 위탁할 수 있도록 하였으며, 체육시설정보관리종합시스템을 구축하고 안전관리 위탁기관을 통하여 운용할 수 있도록 하였다. 또한 체육시설안전점검 결과에 따른 시설물의 보수·보강 등 필요 조치에 대한 이행 및 시정 명령을 준수하지 않은 체육시설업자 등에게 과태료 또는 영업정지 등의 제재조치를 할 수 있도록 하였다. 한편, 「도로교통법」에서 정하고 있는 어린이통학버스에 보호자를 동승시킬 의무를 위반하여 어린이 인명사고가 발생하는 경우 영업정지 등 제재조치를 하고 관련 정보를 공개할 수 있도록 하였다.

2016년 개정에서는 체육시설을 이용하는 일반이용자의 권익을 보호하기 위하여 일반이용자가 체육시설을 이용할 수 없게 된 경우 체육시설업자가 이용료를 반환하도록 하였다. 또한, 행정제재처분을 회피할 목적으로 체육시설업의 양도 등을 하는 것을 방지하기 위하여 행정제재 처분의 효과가 체육시설업을 양수한 자 등에게 승계되도록 하였다.

2017년에는 국민생활 및 기업 활동과 밀접하게 관련되어 있는 신고 민원의 처리절차를 법령에서 명확하게 규정하고 관련 민원의 투명하고 신속한 처리와 일선 행정기관의 적극행정을 유도하기 위하여, 체육시설업의 신고를 받은 경우에는 7일 이내에, 변경신고를 받은 경우에는 5일 이내에 신고수리 여부를 신고인에게 통지하도록 하고, 그 기간 내에 신고수리 여부 또는 처리기간의 연장 여부를 통지하지 아니한 경우에는 신고를 수리한 것으로 간주하는 제도를 도입하였다.

2018년에는 2번에 걸쳐 일부 개정되었는데, 첫 번째는 체육시설의 안전점검 결과를 의무적으로 공개하도록 하여 국민들이 보다 안전한 환경에서 체육시설을 이용할 수 있도록 하며, 행정법규 위반행위에 대해 다른 법률들과 비교해 그 처벌 정도가 합리적으로 설명할 수 없는 편차가 존재하는 경우 이를 조정하고자 하였다. 두 번째는, 최근 IT기술의 발달에 따른 가상환경 이용 시설에 대한 체육시설 분류기준과 안전기준을 명확히 하며 특히 '골프 연습장업'으로 신고하도록 되어 있는 스크린골프장이 기존 규정의 한계로 대부분 불법시설로 운영되어 이를 시정하고자 하였다.

2020년에는 5월 19일, 12월 18일, 12월 22일 총 3번에 걸쳐 일부 개정이 이루어졌다. 5월에는 다양한 종목의 체육교습이 증가하고 있지만, 체육교습업은 체육시설업에 포함되어 있지 않아 안전관리의 사각지대에 놓여 있는바, 체육시설을 이용한 교습행위를 제공하는 업(業)을 체육시설업에 포함하도록 하고, 이를 시장 · 군수 · 구청장 등에게 신고하도록 함으로써 체육교습업에 대한 관리를 강화하도록 하였다. 12월에는 두 번에 걸쳐 개정이 이루어졌다. 첫 번째는 체육시설 안전점검이 내실 있게 실시될 수 있도록 문화체육관광부장관의 체육시설 안전점검 업무에 대한 명시적 근거규정을 마련하고, 지역 주민의 체육활동을 진흥하기 위하여 공공기관이 설치 · 운영하는 직장 체육시설을 기관의 업무나 시설의 유지 · 관리 등에 지장이 없는 범위에서 지역 주민에게 개방하도록 하는 한편, 스포츠클라이밍 활동이 안전하게 이루어질 수 있도록 인공암벽장업을 신고 체육시설업으로 규정하였다. 두 번째는 현행법은 문화체육관광부장관이 체육시설 안전관리에 관한 기본계획을 5년마다 수립 · 시행하도록 하여 체육시설의 안전한 이용과 체계적인 관리를 도모하고 있으나, 코로나19로 인해 실내 · 외 공공체육시설에서의 감염위험이 제기됨에 따라 체육활동을 위한 국민의 체육시설 이용이 제한되고 있고, 코로나19의 대유행과 체육시설 이용제한이 장기화됨에 따라 감염병 유행 전반에 대한 장기적이고도 지속적인 대책 수립 필요성이 제기됨에 따라 체육시설 안전관리에 관한 기본계획에 체육시설의 감염병 등에 대한 위생 · 방역 관리에 관한 사항이 포함되도록 하였다.

2021년에는 4월 13일, 5월 18일, 6월 9일, 6월 23일, 12월 9일 총 5차례에 걸쳐 일부 개정이 이루어졌다. 4월에는 일반 국민이 법률을 보다 쉽게 이해할 수 있도록 일본식 한자어 표현인 "지불하고"를 우리말인 "내고"로 순화하려는 목적으로 개정하였다. 5월에는 국가와 지방자치단체가 체육시설에 대한 감염병 방역 및 예방조치를 마련함에 있어 체육시설의 종류와 이용자의 연령 등 특성을 고려하여 체육시설이 원활하게 이용될 수 있도록 노력할 의무를 부여하는 한편, 감염병 확산 및 방역조치 등으로 체육 시설업과 자유업으로 체육시설을 운영하는 자에게 경영상 중대한 위기가 발생한 경우 국가와 지방자치단체가 필요한 지원을 할 수 있는 근거 규정을 마련하기 위해 개정하였다. 6월 첫 번째 개정에서는 체육시설 안전점검이 내실

있게 실시될 수 있도록 문화체육관광부장관의 체육시설 안전점검 업무에 대한 명시적 근거규정을 마련하고, 지역 주민의 체육 활동을 진흥하기 위하여 공공기관이 설치·운영하는 직장 체육시설을 기관의 업무나 시설의 유지·관리 등에 지장이 없는 범위에서 지역 주민에게 개방하도록 하는 한편, 스포츠클라이밍 활동이 안전하게 이루어질 수 있도록 인공암벽장업을 신고 체육시설업으로 규정하였다. 6월 두 번째 개정에서는 현행법은 문화체육관광부장관이 체육시설 안전관리에 관한 기본계획을 5년마다 수립·시행하도록 하여 체육시설의 안전한 이용과 체계적인 관리를 도모하고 있지만, 최근 코로나바이러스감염증-19로 인해 실내·외 공공체육시설에서의 감염위험이 제기됨에 따라 체육활동을 위한 국민의 체육시설 이용이 제한되고 있고, 코로나바이러스감염증-19의 대유행과 체육시설 이용제한이 장기화됨에 따라 감염병 유행 전반에 대한 장기적이고도 지속적인 대책 수립 필요성이 제기되어 체육시설 안전관리에 관한 기본계획에 체육시설의 감염병 등에 대한 위생·방역 관리에 관한 사항이 포함되도록 개정 내용을 반영하였다. 마지막 12월에는 체육시설 안전점검이 내실 있게 실시될 수 있도록 문화체육관광부장관의 체육시설 안전점검 업무에 대한 명시적 근거 규정을 마련하고, 지역 주민의 체육 활동을 진흥하기 위하여 공공기관이 설치·운영하는 직장 체육시설을 기관의 업무나 시설의 유지·관리 등에 지장이 없는 범위에서 지역 주민에게 개방하도록 하는 한편, 스포츠클라이밍 활동이 안전하게 이루어질 수 있도록 인공암벽장업을 신고 체육시설업으로 규정하기 위해 일부 개정하였다.

2022년에는 2차례에 걸쳐 일부 개정이 이루어졌다. 7월 19일에는 대중골프장의 회원모집 및 유사 행위 등의 편법운영을 막기 위하여 체육시설의 회원 개념을 재정의하고 대중골프장 운영자의 회원 모집행위 금지, 예약자 우선 이용제공 등 체육시설의 이용 질서를 규정하기 위한 개정이 진행되었다. 개성 사항은 첫째, 체육시설의 '회원'을 일반이용자보다 유리한 조건으로 우선적으로 이용하기로 약정한 자로 재정의 한다(제2조제4호). 둘째, 대중골프장을 운영하는 자의 회원 모집행위 및 이용 우선권 제공·판매 행위를 금지한다(제21조제3항 신설). 11월 4일에는 골프장업의 세부 종류를 "회원제 골프장업"과 "비회원제 골프장업"으로 구분하고, 문화체육관광부장관은 국민체육진흥을 위하여 비회원제 골프장 중에서 이용료 등의 요건을 충족하는 골프장을 대중형 골프장으로 지정하여 지원할 수 있게 함으로써, 국민체육 진흥과 골프대중화 정책의 본래 취지를 달성하기 위해 제10조제2항 중 "체육시설업"을 "체육시설업(골프장업은 제외한다)"으로 개정하였다.

2023년에는 8월에 타법개정과 일부개정이 이루어졌는데, 타법개정은 법률용어 정비를 위한 문화체육관광위원회 소관 법률 일부개정을 위한 법률로서 "제19조제1항"과 "제27조제2항제2호"의 법률 일부를 개정하였다. 일부개정은 체육시설 안전관리 기본계획에 체육시설을 이용하는 어린이의 안전사고 예방 및 안전관리에 관한 사항을 포함하였다. 그리고 체육시설업자가 준수해야 할 안전·위생 기준에 어린이 안전사고 예방수칙 사항을 추가하는 한편, 지정된 명령을 자동으로 반복·입력하는 프로그램을 이용하여 체육시설 이용권 등을 예약하고 부정 판매하는 행위를 금지하고, 이를 위반하는 경우 1년 이하의 징역 또는 1천만 원 이하에 처하도록 근거를 마련하는 등 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완하기 위해 개정되었다. 개정된 내용은 "체육시설 이용 관련 어린이(13세 미만의 사람을 말한다. 이하 같다) 안전사고 예방 및 안전관리에 관한 사항(제4조2항 제3호2 신설)"과 제21조의 2를 다음과 같이 신설하였다. "첫째, '문화체육관광부장관은 체육시설의 이용권 또는 할인권·교환권 등(이하 "이용권등"이라 한다)의 부정판매(상습 또는 영업으로 자신이 예약한 체육시설 이용권 등을 웃돈을 받고 다른 사람에게 판매하거나 알선하는 행위를

말한다. 이하 같다)를 방지하기 위하여 노력하여야 한다'. 둘째, '누구든지 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조 제1항 제1호에 따른 정보통신망에 지정된 명령을 자동으로 반복 · 입력하는 프로그램을 이용하여 예약한 체육시설 이용권 등을 부정 판매하여서는 아니 된다." 또한 제24조 제1항 중 "어린이 안전사고 예방수칙"이 제시되었으며, "제38조 제2항에 제1호의 2"를 "제21조의 2제 2항을 위반하여 예약한 체육시설 이용권 등을 부정판매한자"와 같이 신설하였다.

2024년 2월 27일 개정된 목적은 문화체육관광부장관 등이 체육시설 안전점검을 위해 필요한 경우 체육시설업자의 휴업 또는 폐업 사실의 확인을 관할 세무서장에 요청할 수 있도록 하고, 이용자에게 위해 · 위험을 발생시킬 수 있는 결함이 있는 체육시설에 대하여 체육시설의 소유자 등이 시설물의 보수 · 보강 등 필요한 조치를 하도록 하며, 문화체육관광부장관이 체육시설의 소유자 · 관리자 및 체육시설업자 등을 대상으로 체육시설과 관련된 사고를 예방하기 위한 교육 및 체육시설의 안전관리를 위한 교육을 실시하도록 하는 한편, 노인이 생활체육시설을 쉽고 안전하게 이용할 수 있도록 국가와 지방자치단체가 필요한 시책을 강구하기 위함이다. 또한 비회원제 골프장 운영자가 골프장과 숙박시설 등을 함께 묶은 상품의 이용, 일정 인원수 이상으로 구성된 단체의 정기적 이용, 공익 목적 대회 등을 위해 이용 우선권을 제공하거나 판매할 수 있도록 허용하는 등 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선 · 보완하기 위해 개정되었다. 이에 제4조를 개정하였으며, "제4조8"을 신설하였다. 그리고 "제6조제2항" 중 "장애인이"를 "노인과 장애인이"로 개정하였으며, "제21조 제4항"을 비회원제 골프장을 운영하는 자는 대통령령으로 정하는 상품·단체·기간 등의 범위내에서 우선권을 제공하거나 판매할 수 있다고 하는 내용을 신설하였다.

10월 22일에 개정된 주요 목적과 내용은 지방자치단체 수행 사무에 관한 지방의 자율성을 제고하고 중앙행정기관과 지방자치단체의 관계를 상호 협력적인 방향으로 설정하기 위하여 종전에는 시 · 도지사, 시장 · 군수 또는 구청장이 체육시설의 설치 · 이용에 관한 시책 수립에 필요한 사항 등을 문화체육관광부장관에게 '보고'하도록 하던 것을, 앞으로는 '통보'하도록 하는 한편, 체육시설 이용자를 보다 두텁게 보호하기 위하여 체육시설업자에게 휴업 또는 폐업 예정일 14일 전까지 그 사실을 회원 및 일반이용자에게 통지할 의무를 부과하고, 위반 시 100만 원 이하의 과태료를 부과함을 목적으로 개정되었다. 이에 "제29조1항"의 내용이 명칭변경으로 개정되었고, "제29조3항과 4항"을 신설하였다. 그리고 "제40조제1항제5호, 6호"를 각각 "제6호", "제7호"로 하고, "제5호"를 "제29조제3항에 따른 휴업 또는 폐업 사실을 휴업 또는 폐업 예정일 14일 전까지 같은 항 각호의 이용자에게 통지하지 아니한자"로 신설하였다.

라. 경륜.경정법

「경륜.경정법」은 1991년 12월 31일 제정된 법으로서 "경륜 및 경정의 공정한 시행과 원활한 보급을 통하여 국민의 여가선용과 청소년의 건전육성 및 국민체육의 진흥을 도모하고, 지방재정확충을 위한 재원을 마련하며, 자전거 및 모터보트 경기수준의 향상에 이바지함"을 목적으로 한다. 이 법은 경륜.경정의 시행과 그로 인한 수익금의 사용 등을 주요 내용으로 하고 있다. 이 법률은 총 4장 35조로 구성되어 있다

이 법은 1991년 제정된 이후 28차례 걸쳐 개정이 이루어졌다. 2010년 개정에서는 소멸시효가 완성되어 발생하는 미환급 수익금을 「국민체육진흥법」에 따른 국민체육진흥기금에 귀속되도록 하여 각종 체육 사업에 사용할 수 있도록 하였다. 2011년에는 「개별소비세법」개정 내용을 반영하여 입장료 징수 범위를 경주장

에서 경주장 및 장외매장으로 수정하였다. 2014년 개정에서는 경륜 · 경정을 통해 발생한 수익금의 일부는 반드시 자전거 및 모터보트 선수육성을 위한 용도로 우선 사용할 수 있도록 그 법적 근거를 제공하였다. 또한 2016년 개정에서는 자전거 및 모터보트 경주에 대한 승자투표 방법의 탄력적인 운영을 위하여 승자투표 방법 중 특별승식의 경우 그 종류와 종류별 승자의 결정 방법을 문화체육관광부령으로 정할 수 있도록 하는 등 현행제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완하였다.

2017년에는 경륜이나 경정의 시행에 따른 수익금 중 일부를 문화체육관광부령으로 정하는 공익사업인 소외계층 지원사업과 생활체육증진사업, 지방체육 진흥 등을 위한 지방재정 확충 등의 목적으로 사용되고 있는 바, 이는 「국가재정법」에 따른 국가 재정의 투명성과 책임성을 제고하기 위하여 국가 재정활동으로 발행하는 수입과 지출을 모두 예산에 계상하도록 하는 예산총계주의 원칙에 위배되고, 적정한 재정 통제방안이 마련되지 않고 있어, 그 동안 국회 국정감사와 감사원에서 개선방안 마련에 대한 지적이 지속적으로 제기되고 있었다. 이에 경륜이나 경정의 시행에 따른 수익금으로 실시하던 현행의 사업을 국민체육진흥기금 등으로 편입하여 수익금의 투명성과 책임성을 제고하도록 개정하였다.

2018년에는 중소기업진흥에 관한 일부 법률 개정이 반영된 것을 비롯해 총 세 번의 개정이 있었다. 10월에는 경륜 · 경정 선수에게도 도핑검사 의무를 부과하였다. 12월에는 처벌정도에 있어 다른 법률과의 편차를 조정하고 형사처벌의 공정성을 기하도록 법이 개편되었다. 그 결과, 선수나 심판이 그 업무에 관하여 부정한 청탁을 받고 재물 또는 재산상의 이익을 수수 · 요구 또는 약속한 경우 등에 대한 벌금액을 국민권익위원회의 권고안 및 국회 사무처 법제예규의 기준으로 개정하였다.

2019년에는 경주사업자가 아닌 자가 승자투표권 또는 이와 유사한 것을 발매하는 등의 유사행위를 금지하면서 이를 위반한 경우 벌칙을 부과하도록 하고 있는 바, 죄형법정주의 원칙에 부합하도록 그 구성요건을 구체적으로 규정하고 다른 법률의 유사 위반행위에 대한 벌칙 수준과의 형평성을 고려하여 벌칙을 상향하고, 법 문장의 어려운 용어를 쉬운 용어로 정비하였다.

2020년에는 복지와 안전을 위한 조치 시 이해당사자의 의견을 균형 있게 청취할 수 있도록 경주사업자는 경주에 출전하는 선수나 심판 등의 복지와 안전을 위하여 필요한 조치를 하려는 경우 선수와 심판 등의 의견을 들을 수 있도록 하였고, 현행 「경륜·경정법」의 전반적인 내용과 주목적을 고려하여 제1조 목적 조항을 “이 법은 경륜(競輪) 및 경정(競艇)을 공정하게 시행하고 원활하게 보급하여 국민의 여가 선용과 국민 체육 진흥을 도모하고, 청소년의 건전육성과 지방재정 확충을 위한 재원을 마련하며, 자전거 및 모터보트 경기의 수준 향상에 이바지함을 목적으로 한다”로 개정하였다.

2021년에는 6월 15일 한 차례 일부 개정이 이루어졌다. 최근 코로나19로 경정 · 경륜 경기가 장기 휴장하면서 국민체육진흥기금 등 공공기금 조성에 악영향을 끼치고 있으며, 선수 등 관련 산업 종사자들의 생계가 심각하게 위협받고 있다. 이와 더불어 2020년 불법 경륜 · 경정 사이트가 1천여 건 신고 접수되는 등 불법 온라인 도박시장 규모가 매년 확대되고 있어 대책마련이 필요한 실정이다. 이에 경륜 · 경정 승자투표권 온라인 발매를 허용해 비대면서비스 수요를 충족시키고 기존 장외매장 운영을 대체하는 등 코로나19 장기화에 대비하는 한편, 온라인 발매를 통해 불법 온라인 도박시장 확산을 방지하고 경륜 · 경정 관련 종사자들의 생계보장과 국민체육진흥기금 등 공공재정 조성에 기여하는 내용이 포함되도록 개정하였다.

2022년에는 5월 3일 경륜 · 경정 선수 및 심판의 결격사유 중 "금고 이상의 형을 선고받은 자"에는 집행유예

를 선고받은 자도 포함된다는 점을 명확하게 규정하되, 실형을 선고받은 자와 집행유예를 선고받은 자를 구분하여 결격기간에 차이를 두어 규정하는 등 국민의 법 적용에 대한 예측가능성을 높이고 불합리한 규정을 개선함으로써 법치국가원리의 충실한 실현을 도모하기 위한 목적으로 일부 개정이 진행되었다.

2023년에는 8월 8일 한차례 개정이 이루어졌는데, "법률을 더 알기 쉽게 마들기 위하여 국회사무처·법제처 및 국립국어원이 공동으로 선정한 순화어를 법률에 반영하여 순화어를 사용"한 것을 바탕으로 용어를 개정하였다.

마. 태권도진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률

「태권도진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률」은 2007년 12월 21일 제정된 법률로서 "우리 민족의 고유 무예인 태권도를 진흥하고 전 세계 태권도인들의 성지인 태권도공원을 조성하여 국민의 심신단련과 자긍심을 고취하고 나아가 태권도를 세계적인 무예 및 스포츠로 발전시켜 국위선양에 이바지함"을 목적으로 한다. 이 법은 26차례 개정과정을 거쳐 현재 5장 24조로 구성하게 되었다. 주요 내용으로는 '태권도의 체계적인 보존 및 진흥을 위하여 태권도 진흥의 기본방향, 지도자의 교육·양성에 관한 사항 등 태권도 진흥 기본계획 수립·시행과 효율적인 태권도공원의 조성·운영' 등을 포함하고 있다.

2017년에는 국민생활 및 기업 활동과 밀접하게 관련되어 있는 인허가 민원의 처리절차를 법령에서 명확하게 규정함하고 관련 민원의 투명하고 신속한 처리와 일선 행정기관의 적극행정을 유도하기 위하여, 태권도공원 조성 기본계획 및 개발계획의 승인과 관련하여 협의를 요청받은 행정기관의 장은 그 협의를 요청받은 날부터 60일 이내에 의견을 제출하도록 하고, 그 기간 내에 의견을 제출하지 아니한 경우에는 의견이 없는 것으로 간주하는 제도를 도입하였다. 또한 과태료 부과 · 징수, 재판 및 집행 등의 절차에 관하여는「질서위반행위규제법」이 우선적으로 적용되므로,「질서위반행위규제법」에서 정하고 있는 내용과 중복되거나 저촉되는 내용으로 이 법에서 정하고 있는 과태료 처분에 대한 이의절차, 과태료 재판, 과태료 체납처분 관련 규정을 삭제하였다.

2018년에는 국기(國技)에 관한 법적 근거를 마련하여 태권도를 우리나라와 민족문화를 상징하는 상징물로서 국기(國旗)로서 태극기와 같은 법적 근거를 마련하고자 하였다. 또한 정부 직할 세종특별자치시가 출범한 이래로 문화체육관광부장관의 권한 일부를 위임하는 광역자치 단체장의 범위에서 누락된 부분을 보완하였다.

2019년에는 우리 민족 고유 무도인 태권도의 위상을 제고하고 계승하기 위하여 태권도대사범(跆拳道大師範) 지정 제도를 도입하였다.

2020년에는 코로나19의 유행으로 체육활동 전반이 위축되면서 그 피해가 태권도 진흥에 미치고 있으며, 코로나19가 장기화되면서 감염병 유행 전반에 대한 장기적인 대응책 마련 필요성이 제기됨에 따라 태권도진흥기본계획에 태권도시설의 감염병 등에 대한 안전 · 위생 · 방역 관리에 관한 사항이 포함되도록 개정하였고,「전기안전관리법」(법률 제17171호) 개정으로 타법개정이 이루어졌다.

2021년에는 4월 13일 한 차례 개정이 이루어졌다. 현행법에 따르면 문화체육관광부장관은 문화체육관광부장관은 태권도의 체계적인 보존 및 진흥을 위하여 태권도진흥기본계획에 관한 종합적인 기본계획을 수립 · 시행하도록 하고 있으나 그 수립 주기에 대한 규정은 없다. 그런데「독서문화진흥법」,「출판문화산업 진흥

법」등의 문화 관련 진흥에 관한 법률에서는 기본계획의 수립주기가 5년으로 명시되어 있어 중장기적 관점에서 정책이 추진되고 체계적으로 사업이 수행된다는 의견이 있었다. 이에 태권도진흥기본계획에 대한 수립주기를 5년으로 규정함으로써 태권도진흥기본계획이 효율적이고 체계적으로 추진될 수 있도록 개정하였다.

2022년부터 2023년까지는 3차례에 걸쳐 타법개정만 이루어져 본문내용에서 사용한 단어의 개정이 이루어졌다. 2023년 8월에는 법률을 더 알기 쉽게 만들기 위해 순화어를 사용함으로서 "국위선양"을 "국가를 널리 알리는데"로 개정하였으며, 12월 개정문에서는 "전라북도"를 "전북특별자치도"로 개정하였다.

바. 전통무예진흥법

「전통무예진흥법」은 2008년 3월28일 제정된 법으로 "문화적 가치가 있는 전통무예를 진흥하여 국민의 건강 증진과 문화생활 향상 및 문화국가 지향에 기여함"을 목적으로 하고 있다. 전체 6조로 구성되어 있으며, 국가로 하여금 기본계획 수립, 전통무예단체 육성, 전통무예지도자 육성 등의 사업들을 수행하도록 하고 있다.

2017년에는 전통무예의 지속가능한 발전을 위한 「국제연합교육과학문화기구(유네스코) 후원 청소년 발달과 참여를 위한 국제무예센터(카테고리 II)에 관한 대한민국 정부와 유네스코 간의 협정」에 따라 2016년 설립한 유네스코 국제무예센터의 법적 근거를 마련함으로써 전통무예의 보존 및 진흥에 기여하도록 개정하였다.

2020년에는 두 차례 개정이 이루어졌다. 첫 번째로 전통무예 진흥을 위하여 지방자치단체가 전통무예단체에 그 운영비를 지원할 수 있는 법적 근거를 마련하고, 업무의 효율적 추진을 위하여 문화체육관광부장관은 전통무예진흥 업무의 일부를 관계기관이나 단체에 위탁할 수 있도록 하였다. 두 번째로, 코로나19로 인해 사회적 거리두기가 진행되면서 전통무예공연이 위축되고 있고, 코로나19의 대유행이 계속되면서 전통무예 진흥에 대한 우려가 고조됨에 따라 감염병 유행 전반에 대한 장기적이고도 지속적인 대책의 수립 필요성이 제기됨에 따라 전통무예에 관한 종합적인 기본계획에 전통무예 시설의 감염병에 대한 안전 · 위생 · 방역 관리에 관한 사항이 포함되도록 개정하였다.

2021년에는 7월 14일 한 차례 개정이 이루어졌다. 현행법에 따르면 문화체육관광부장관은 전통무예의 체계적인 보존 및 진흥을 위하여 전통무예에 관한 종합적인 기본계획을 수립 · 시행하도록 하고 있으나 그 수립 주기에 대한 규정은 없다. 그런데「독서문화진흥법」,「출판문화산업 진흥법」등의 문화 관련 진흥에 관한 법률에서는 기본계획의 수립주기가 5년으로 명시되어 있어 중장기적 관점에서 정책이 추진되고 체계적으로 사업이 수행된다는 의견이 있었다. 이에 전통무예진흥기본계획에 대한 수립 주기를 5년으로 규정함으로써 전통무예 진흥기본계획이 효율적이고 체계적으로 추진될 수 있도록 개정하였다.

2023년 8월 「국가유산기본법」의 제정으로 '무형문화재' 용어를 '무형유산'으로 변경함에 따라 제명을 「무형유산의 보전 및 진흥에 관한 법률」로 변경하고, '무형문화재' 용어를 '무형유산'으로 일괄 변경하여 「국가유산기본법」 체계에 맞게 정비하는 한편, 국가무형유산 전승자 등의 결격사유를 신설하고, 이를 확인하기 위한 범죄경력조회의 근거를 마련하기 위해 개정되었다.

사. 2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 지원 등에 관한 특별법

「2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 지원 등에 관한 특별법」은 2012년 1월 26일 제정된 법으로 "2018년에 개최되는 제23회 동계올림픽대회 및 제12회 동계패럴림픽대회의 성공적인 개최를 지원함으로써 국민체육을 진흥하고 올림픽 유산을 공고히 하여 국가 발전에 이바지함"을 목적으로 하고 있다. 이 법은 전체 8장 92조로 구성되어 있으며, 조직위원회, 대회지원위원회, 대회관련 시설, 동계올림픽 특구의 지정·운영, 대회를 통한 남북 체육교류, 벌칙 등에 관하여 규정하고 있다.

2015년에는 타법 개정에 따라 전월세시장 수급불균형 현상을 완화하고, 공공주택 관리를 체계적·효율적으로 지원하며, 2018년 평창동계올림픽의 성공적 개최를 위한 식수용 저수지 건설사업 및 주거복지 증진과 도시재생을 활성화하여 국민 삶의 질 향상에 이바지하기 위한 법 개정이 이루어졌다. 우선 전월세시장 수급불균형 현상 완화를 위해 규제 중심의 현행 「임대주택법」을 지원 중심의 「민간임대주택에 관한 특별법」으로 전부 개정하여 도시·건축 규제 완화 등 민간 임대주택에 대한 지원을 강화하되, 공공부문의 자원을 활용하여 발생하는 민간의 개발이익을 적정하게 환수하기 위한 근거를 마련하는 등 관련 제도를 보완하였다.

2016년에는 6번의 개정이 있었는데, 그 주요 내용을 살펴보면, 우선, 옥외광고산업의 지원을 강화하기 위하여 기존의 「옥외광고물 등 관리법」을 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률」로 법률 명칭을 변경하였고, 다양한 옥외광고물들이 공간의 특성 및 환경을 고려하여 설치 및 표시가 가능하도록 '자유표시구역'을 지정함으로서 옥외광고산업을 진흥시키는 한편, 옥외광고산업을 진흥하기 위하여 조직위원회는 대회 운영에 필요한 자금을 해당 변경된 법률에 근거하여 옥외광고사업 수익금을 재원으로 충당할 수 있도록 하였다.

「2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 지원 등에 관한 특별법」은 타법인 「주택법」이 주택의 건설 및 공급 및 주택시장의 관리에 관한 기본법으로 기능할 수 있도록 전체적인 체계와 조문을 정비하자 더불어 이 법도 일부 개정하게 되었다. 예를 들어, 대회관련 시설로 건립된 선수촌, 미디어촌을 일반인에게 제공할 경우 전용면적 85제곱미터를 초과하는 공동주택에 관하여는 「주택법」 제57조(주택의 분양가격 제한)에도 불구하고 분양가격을 제한하지 아니할 수 있고, 그리고 특구에서 입주기업의 종사자 또는 새로 설립된 교육기관·의료기관의 교원·의사·간호사와 그 밖의 종사자에게 주택을 공급하는 경우 「주택법」 제54조(주택의 공급)에도 불구하고 주택을 우선 공급할 수 있도록 하였다.

조직위원회의 설치 및 운영에 필요한 자금과 대회의 준비 및 운영에 필요한 비용을 충당하기 위하여 조직위원회는 대회기금을 조성할 수 있도록 하였다. 그 기금은 '정부 및 정부 외의 자의 출연금이나 보조금 및 기부금품, 자금차입에 따른 차입금, 수익사업에 따른 수익금, 체육진흥투표권 수익금, 기념주화 발행에 따른 수익금, 옥외광고사업 수익금, 기금운영으로 생기는 수익금' 등으로 조성하거나 혹은 기부금품을 모집하거나 기념화폐를 발행할 수 있도록 하였다. 또한 '장애인동계올림픽대회'는 국제올림픽위원회(IOC)가 아닌 국제패럴림픽위원회(IPC)가 대회 주체인 점을 고려하여 명칭을 '동계패럴림픽'으로 변경하였다.

2016년에 개정된 또 다른 내용은 「전파법」과 관련된 것이다. 대한민국 정부가 2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회를 유치하기 위하여 지난 2010년 각국 선수단, 국제올림픽위원회(IOC), 국제장애인올림픽위원회(IPC), 미디어, 방송사 등의 무전기용 주파수 무료 사용을 보장하겠다는 보증서를 IOC에 제출한 바 있다. 그러나 현행 국내 「전파법」은 국가적·국제적 행사 등을 위하여 주파수의 사용을 승인하는 경우

수수료를 징수하도록 하고 있어서 국제사회에 대한 약속을 이행하고 원활한 대회를 개최하기 위하여 2018년 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회에 한하여 수수료를 감면할 필요성이 대두되었다. 이에 따라 대회 또는 대회와 관련한 올림픽 사전 경기대회에 참가하는 자로서 조직위원회가 정하여 고시하는 자에 대해서는 「전파법」 제69조 제1항 제1호의3에도 불구하고 수수료를 면제할 수 있도록 동법 제35조의3을 신설하였다.

최근 인터넷 암표 매매가 사회적 문제로 대두되고 있으며 리우올림픽대회에서 입장권 부정판매가 큰 논란이 된 바 있으므로, 2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 입장권의 부정판매를 사전에 차단하여 국민 피해를 방지하고 대회 이미지에 부정적인 영향을 끼치지 않도록 동법 제25의 2를 신설하여 '조직위원회가 발행한 대회 입장권을 구매한 자가 상습 또는 영업으로 자신이 구입한 가격을 초과한 금액으로 다른 사람에게 되파는 행위'를 금지하였다. 이를 위반 시 500만 원 이하 과태료에 처하도록 개정하였다(제92조).

또한 대회에 참가하는 외국인의 차량 수요 충족과 원활한 이동을 보장하기 위하여 편리한 수송서비스 제공 및 조직위원회 재정 확충을 위하여 대회 종료 시까지 한시적으로 조직위원회가 자동차대여사업자의 사업용 자동차를 외국인에게 유상으로 재임대하거나, 자가운전을 할 수 없는 외국인에게 운전자를 알선할 수 있도록 하는 조항을 신설하였다(제35조의 4).

2017년에는 2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회를 개최함에 있어 대회 참가자를 보호하고 대회 안전을 확보하기 위하여, 대회 관계자 또는 성화 봉송 주자가 되려는 사람이 선수단, 국내외 주요 인사, 관중 등의 안전에 위협을 줄 수 있는 중대한 범죄자인지 여부를 미리 확인하여 대회 참여를 배제하였고, 현행법은 2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 조직위원회가 지정한 휘장 · 마스코트 등 대회 관련 상징물 등을 사용하고자 하는 자는 사전에 조직위원회의 승인을 받도록 하였다. 대회 관련 상징물 등을 출원 · 등록하고, 상호 계약을 통해 대회 관련 상징물 등의 마케팅 권리를 취득한 대회 후원사 및 대회 경기를 중계할 권리를 가진 방송중계권자의 권리를 보호해야 하나, 대회 관련 상징물 등을 사용할 권리가 없는 자가 조직위원회의 사전승인을 받지 않고 무단으로 영업이나 사업에 사용하거나, 대회 후원사가 아닌 비후원사가 대회 관련 상징물 등을 사용할 권리를 취득하지 않고 무임승차를 통해서 대회 관련 상징물 등을 사용하지 아니한 경우라도 자기 사업이나 영업에 이용할 목적으로 대회와 연계시키거나 이를 연상시키는 마케팅 활동을 하고 있어, 이러한 활동을 적극적으로 막을 필요성이 있다는 지적이 제기됨에 따라 대회 관련 상징물 등을 사용할 권리가 없는 자가 대회 관련 상징물 등을 직접 사용하지 아니한 경우라도 자기의 영업을 위하여 상품과 서비스를 대회와 연계하여 대회나 조직위원회와 관련이 있는 것으로 오인하게 하는 표시 · 광고 등을 통하여 타인의 경제적 이익을 침해하는 등의 행위를 금지함으로써 정당한 대회 후원사 및 대회 경기 중계권자의 권리를 보장하고 대회의 성공적 개최에 이바지하였다. 이 법은 유효기간이 명시되어 있는 한시법(限時法)으로 부칙 제2조(유효기간)에 따라 이 법의 효력은 대회 종료 후 2014년 12월 31일로 폐지되었다.

2018년에는「해양공간계획 및 관리에 관한 법률」및「중소기업진흥에 관한 법률」개정이 반영되어 두 차례 개정이 있었다. 아울러「항만법」전부개정법률(법률 제16902호),「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률」일부개정법률(법률 제17598호) 개정이 반영되어 두 차례 타법개정이 있었다.

2020년에는 두건의 타법 개정이 있었는데, 1월에는 항만법 전부개정법률에 의하여 "항만공사"를 "항만개발사업"의 명칭으로 개정되었으며, 12월에는 산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률 일부개정법률에

의해 '「중소기업진흥에 관한 법률」 제68조에 따른 중소벤처기업진흥공단 또는 「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률」 제45조의9'를 '「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률」 제45조의17'로 개정되었다.

2021년에는 6월 15일 "댐건설 및 주변지역지원 등에 관한 법률' 일부개정으로 '「댐건설 및 주변지역지원 등에 관한 법률」(제35조의2)'을 '「댐건설 · 관리 및 주변지역지원 등에 관한 법률」'로 개정하였다.

2022년에는 1월 11일 타법(국가수도기본계획) 일부 개정령으로 지역별 수도 정비계획을 수립하도록 하여 계획 간 위상을 정비하고 연계를 강화하려는 목적으로 "수도정비기본계획"을 "수도정비계획"으로 변경하였으며, 12월 27일 「산림자원의 조성 및 관리에 관한 법률」타법 개정으로 제33조제1항제28호 중 "「산림자원의 조성 및 관리에 관한 법률」 "제36조제1항 · 제4항"을 「산림자원의 조성 및 관리에 관한 법률」 "제36조제1항 · 제5항"으로, "제57조제1항제3호" 중 「산림자원의 조성 및 관리에 관한 법률」 "제36조제1항 및 제4항"을 「산림자원의 조성 및 관리에 관한 법률」 "제36조제1항 및 제5항"으로 변경하였다.

2023년에는 두 차례의 타법 개정이 이루어졌는데, 먼저 6월에는 "강원도"의 명칭을 "강원특별자치도"의 명칭으로 변경되었고, 8월에는 법률을 더 알기 쉽게 만들기 위해 순화어를 사용함으로서, 몇 가지 용어가 변경되면서 타법개정이 이루어졌다(제43조제1호, 제 53조 전단, 제63조제1항 및 제2항).

2024년 10월 22일 한차례 타법개정으로 개정되었는데, 국민체육진흥법 일부개정법률로 인하여 제72조의 제목 "골프장 입장행위 등에 대한 조세 및 부가금의 면제"를 "골프장 입장행위 등에 대한 조세의 면제"로 하고 같은 조 제2항을 삭제하였다.

아. 국제경기대회지원법

「국제경기대회지원법」은 2012년 05월 03일 제정된 법으로서 "국내에서 개최되는 국제경기대회에 대한 지원 근거를 마련하여 대회의 성공적 개최를 지원함으로써 국민체육을 진흥하고 국가발전에 이바지함"을 목적으로 하고 있다.

국내에서 개최되는 국제경기대회는 국민체육 진흥과 더불어 관련된 산업의 발전 및 국가이미지 제고 등을 통해 국가발전에 기여하는 주요행사인 바, 이러한 국제경기대회의 성공적인 개최를 지원하고, 또한 그동안 서울 올림픽대회, 월드컵 축구대회 등 국가차원의 지원이 필요한 국제경기대회를 유치할 때마다 한시적인 특별법을 제정하는 식의 행정낭비를 개선하고, 국제경기대회 지원 기준 등에 대한 일반 원칙을 확립하고자 본 법을 제정하게 되었다.

이 법은 전체 6장 34조로 구성되어 있으며, 주요 내용은 문화체육관광부 장관이 국제경기대회 유치 및 개최 지원에 관한 정책을 총괄·조정하도록 하고, 국제경기대회를 유치하려는 지방자치단체 및 체육단체(경기단체 포함)의 장은 관련 국제스포츠기구의 장에게 유치 신청서 제출 전에 문화체육관광부 장관의 승인을 받도록 하고, 문화체육관광부 장관은 대회 유치 승인 시 미리 재원조달방안 등에 관하여 기획재정부 장관과 협의하도록 하여 대회 개최에 따른 재정소요를 고려할 수 있게 하였다. 또한, 대회 개최에 대한 평가가 이루어질 수 있도록, 대회조직위원회는 대회 종료 후 6개월 이내에 대회 평가결과를 문화체육관광부 장관에게 제출하도록 하고, 문화체육관광부 장관은 이를 포함한 대회결과를 국회 소관 상임위원회에 보고하도록 하고 있다.

2015년에는 서울에서 개최된 제5회 세계 시각장애인 경기대회와 2018년 창원에서 개최되는 제52회 세계 사격선수권대회가 성공적으로 개최될 수 있도록 정부지원을 위한 법령상 근거를 마련하였다. 또한, 타법 개정에 따라 「공공주택건설 등에 관한 특별법」을 공공주택의 공급 · 관리 등에 관한 사항을 포함하여 「공공주택 특별법」으로 변경하고, 기존에 상이하게 규정되었던 「공공주택건설 등에 관한 특별법」과 「임대주택법」의 공공주택 정의를 일원화하여 그 의미를 명확하게 규정하고 준주택에 대하여 공공주택의 규정을 준용할 수 있도록 하였다.

2016년에는 옥외광고산업의 지원을 강화하기 위하여 기존의 「옥외광고물 등 관리법」을 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률」로 법률 명칭을 변경하였고, 다양한 옥외광고물들이 공간의 특성 및 환경을 고려하여 설치 및 표시가 가능하도록 '자유표시구역'을 지정함으로써 옥외광고산업을 진흥시키는 한편, 옥외광고산업을 진흥하기 위하여 조직위원회는 대회 운영에 필요한 자금을 해당 변경된 법률에 근거하여 옥외광고사업 수익금을 재원으로 충당할 수 있도록 하였다.

「국제경기대회지원법」은 타법인 「주택법」이 주택의 건설 및 공급 및 주택시장의 관리에 관한 기본법으로 기능할 수 있도록 전체적인 체계와 조문을 정비하자 더불어 이 법도 일부 개정하게 되었다. 예를 들어, 대회관련 시설로 건립된 선수촌, 미디어촌을 일반인에게 제공할 경우 전용면적 85제곱미터를 초과하는 공동주택에 관하여는 「주택법」 제57조(주택의 분양가격 제한)에도 불구하고 분양가격을 제한하지 않도록 하였다.

2017년에는 타법 개정이 반영된 것 외에도 3월에는 국제경기대회 결정을 신중히 하도록 유치 승인 절차를 개선하고, 유치된 국제경기대회에 대하여 문화체육관광부장관이 효율적으로 관리 · 지원할 수 있도록 제도적 기반을 마련하였다. 또한 2018년에는 '준공확인필증'을 '준공확인증명서'로 개정하여 일반 국민이 쉽게 읽고 이해해서 잘 지킬 수 있도록 하였다.

2021년에는「스포츠기본법」개정에 따라 8월 10일 타법 개정이 이루어졌는데, 개정내용은 제8조를 삭제하였으며, 제21조제3항 중 "지원위원회"를 "「스포츠기본법」에 따른 국가스포츠정책위원회"로 수정하였다.

2022년에는 "산림자원의 조성 및 관리에 관한 법률 일부 개정법률"로 타법개정이 이루어졌다. 개정내용은 "「산림자원의 조성 및 관리에 관한 법률」 제36조제1항 · 제4항"을 " 제36조제1항 · 제5항에 따른"으로 개정하였다.

2023년에는 두 차례에 거처 타법 개정이 이루어졌는데, 첫 번째는 5월 16일 "행정법제 혁신을 위한 관광진흥개발기금법 등 6개 법률의 일부개정에 관한 법률"에 의해 제 27조 2항의 내용에 "관계 행정기관의 장은 협의 요청 받은 날부터 30일 이내 의견을 제출하여야 한다"는 내용을 삭제하고, 제 27조 3항에 "의견제출하지 않을 경우 의견이 없는 것으로 본다'는 내용을 "제1항 및 제2항에서 규정한 사항 외에 인 · 허가 등 의제의 기준 및 효과 등에 관하여는 「행정기본법」 제24조부터 제26조까지를 준용한다."로 개정하였다. 두 번째는 8월 8일에 이루어진 " 법률을 더 알기 쉽게 만들기 위해 국회사무처 · 법제처 및 국립국어원이 공동으로 선정한 순화어를 법률에 반영"을 통해 몇몇 내용을 글의 흐름에 맞춰 개정되었다.

자. 생활체육진흥법

오늘날 국민의 건강증진과 삶의 질 향상을 위하여 생활체육의 활성화는 반드시 필요한 시대적 과제가 되었다. 국민생활체육회가 전국 17개 시·도에 3백 7십만 명의 회원을 보유하고 한해 700억 원의 국가 예산을 집행하는 국민 체육단체로 성장한 것이 이를 증명하고 있다. 그러나 이러한 생활체육을 보다 활성화하기 위해서는 법적 근거가 필요한데, 이러한 요구에 의해 2015년 3월 27일 「생활체육진흥법」을 제정하기에 이르렀다. 해당 법을 통해서 생활체육 진흥에 필요한 사항을 규정함으로써 생활체육의 기반조성 및 활성화를 도모하고, 생활체육을 통한 국민의 건강과 체력증진 그리고 여가선용 및 복지 향상에 이바지하며, 생활체육과 전문체육의 연계를 강화하여 체육정책의 통일성을 높이는 데 기여할 수 있게 되었다.

이 법은 총 16조로 구성되어 있고, 그 내용은 '목적, 정의, 국민의 생활체육 권리, 다른 법률과의 관계, 국가 등의 책무, 생활체육 진흥 기본계획의 수립, 국민생활체육회, 생활체육강좌의 설치, 스포츠클럽의 육성 및 지원, 체육동호인조직의 육성 및 지원, 국유·공유재산의 대부 등, 보험 등 가입, 유사명칭의 사용금지, 감독, 보고·검사 등, 그리고 과태료' 등을 포함하고 있다.

2019년 생활체육지도자의 근로 조건 및 복리 · 후생과 관련하여 생활체육 진흥 기본계획에 생활체육지도자의 처우개선 및 복리후생 증진에 관한 사항을 포함하도록 일부 개정하였다.

2020년에는 코로나19 확산으로 실내 · 외 공공체육시설에서의 감염위험이 제기됨에 따라 생활체육시설의 이용과 단체 활동이 많이 줄어들고 있고, 코로나19의 대유행과 장기화는 생활체육 전반에 대한 우려로 질 수 있으므로 감염병 유행 전반에 대한 장기적이고도 지속적인 생활체육시설 및 단체의 예방대책 수립 필요성이 제기됨에 따라 생활체육시설의 감염병 등에 대한 안전 · 위생 · 방역 관리에 관한 사항이 생활체육의 진흥을 위한 기본계획에 포함되도록 개정하였다.

2021년에는 두차례 개정이 이루어졌는데, 첫 번째 현행법에 따르면 문화체육관광부장관은 생활체육 진흥을 위하여 생활체육에 관한 종합적인 기본계획을 수립 · 시행하도록 하고 있으나 그 수립 주기에 대한 규정은 없다. 그런데「독서문화진흥법」,「출판문화산업 진흥법」등의 문화 관련 진흥에 관한 법률에서는 기본계획의 수립 주기가 5년으로 명시되어 있어 중장기적 관점에서 정책이 추진되고 체계적으로 사업이 수행된다는 의견이 있었다. 이에 생활체육진흥기본계획에 대한 수립 주기를 5년으로 규정함으로써 생활체육진흥기본계획이 효율적이고 체계적으로 추진될 수 있도록 4월 13일에 개정되었으며, 6월 15일에 두 번째 개정이 이루어졌다.

현행법은 "스포츠클럽"을 회원의 정기적인 체육활동을 위하여 비영리 목적으로 운영되는 법인 또는 단체로 규정하고 있고, 스포츠클럽을 생활체육 진흥 기본계획에 따라 생활체육 정책 안에서 진흥하도록 하고 있으나, 생활체육의 핵심적인 역할을 하는 스포츠클럽의 진흥을 위한 제도적 기반이 여전히 미비하고 구체적인 법령의 규정이 없어 체계적인 지원에 한계를 극복하고자,「스포츠클럽법」이 제정됨에 따라 중복되는 현행「생활체육진흥법」 규정을 정리 · 삭제하기위해 생활체육진흥법 제 2조제5호, 제9조를 삭제하였다.

2023년에는 8월 8일에 일부 개정되었는데, 국가 및 지방자치단체가 예산의 범위에서 장애인 체육동호인조직의 육성에 필요한 경비의 일부를 지원할 수 있도록 개정되었다. 개정된 내용은 제 10조 2항 "체육동호인조직"을 "체육동호인조직과 장애인"으로 장애인 체육동호인조직을 추가하여 개정되었다.

차. 바둑진흥법

「바둑진흥법」은 '바둑의 진흥 및 바둑문화 기반조성에 필요한 사항을 정함으로써 국민의 여가 선용 기회 확대와 건강한 정신함양 및 바둑의 세계화에 이바지하는 것을 목적'으로 2018년 4월 17일 제정되었다. 우리나라의 바둑은 삼국시대 이전부터 크게 성행해온 전통문화이자 대표적인 두뇌스포츠로서 우리의 고유한 정신 가치 체계를 전승하여 사회통합에 일조하고 있으며, 국제적으로도 높은 경쟁력을 갖고 국가의 위상을 제고하고 있다. 또한 교육적으로 사고력 배양은 물론이고 인성과 정서를 함양할 수 있고, 여가 선용과 건전한 문화생활 영위, 노인들의 취미활동 및 치매예방 등의 효과를 얻을 수 있어 해외에서도 바둑 인구의 저변이 확대되고 있는 상황이다.

국내에서는 바둑에 대한 국민적 관심이 낮아짐에 따라 지속적으로 바둑 인구가 감소되고 있어 세계적으로 저변이 확대되고 있는 바둑의 지속적인 발전과 우리나라의 국제적 위상강화를 위하여 제도적 뒷받침이 필요한 실정임에 따라, 바둑진흥기본계획의 수립 · 시행, 바둑전문인력의 양성 등 바둑의 진흥에 필요한 사항을 정함으로써 바둑을 통해 국민의 여가선용 기회를 확대하고 건강한 정신을 함양함과 아울러 바둑의 세계화에 이바지하려는 목적으로 제정되었다.

2021년에는 4월 13일 법 제정 이후 처음으로 개정이 이루어졌다. 현행법에 따르면 문화체육관광부장관은 바둑의 체계적인 보존 및 진흥을 위하여 바둑진흥기본계획을 수립 · 시행하도록 하고 있으나 그 수립 주기에 대한 규정은 없다. 그런데「독서문화진흥법」,「출판문화산업 진흥법」등의 문화 관련 진흥에 관한 법률에서는 기본계획의 수립주기가 5년으로 명시되어 있어 중장기적 관점에서 정책이 추진되고 체계적으로 사업이 수행된다는 의견이 있었다. 이에 바둑진흥기본계획에 대한 수립주기를 5년으로 규정함으로써 바둑진흥기본계획이 효율적이고 체계적으로 추진될 수 있도록 개정하였다.

카. 스포츠기본법

「스포츠기본법」은 '스포츠에 관한 국민의 권리와 국가 및 지방자치단체의 책임을 정하고 스포츠 정책의 방향과 그 추진에 필요한 기본적인 사항을 규정함으로써 스포츠의 가치와 위상을 높여 모든 국민이 건강하고 행복한 삶을 영위하고 나아가 국가사회의 발전과 사회통합을 도모하는 것을 목적'으로 2021년 8월 10일 제정되었다. 이 법은 국민 모두가 스포츠 및 신체활동에 자유롭고 평등하게 참여하여 건강하고 행복한 삶을 영위할 수 있도록 스포츠의 가치가 교육, 문화, 환경, 인권, 복지, 정치, 경제, 여가 등 우리 사회 영역 전반에 확산될 수 있게 국가와 지방자치단체가 그 역할을 다하며, 개인이 스포츠 활동에서 차별받지 아니하도록 하고, 스포츠의 다양성, 자율성과 민주성의 원리가 조화롭게 실현되도록 하는 것에 대한 내용을 포함하고 있다.

2021년 8월 10일에 제정되고 2022년 6월 16일에 시행된 개정의 목적은「스포츠기본법 시행령」에 따른 국가스포츠정책위원회 및 국제경기대회지원실무위원회 구성 및 운영 관련 사항을 변경하기 위한 것이며 주요 내용은 다음과 같다. 첫째, 국가스포츠정책위원회를 공동위원장 2인을 포함한 25인 이내의 정부위원과 민간위원으로 구성하도록 하였으며, 민간위원은 스포츠 정책에 대한 지식과 경험이 풍부한 사람 중 국무총리가 위촉한 자로 한다(안 제3조). 둘째, 국무총리인 위원장이 국가스포츠정책위원회 업무를 총괄하고 회의를 소집하며, 민간위원의 임기는 2년으로 한다(안 제4조). 셋째, 국제경기대회지원실무위원회를 위원장 1명을

포함한 20인 이내의 정부위원과 민간위원으로 하도록 하며, 민간위원은 전문지식과 경험이 풍부한 사람 중 실무위원회 위원장이 위촉하도록 한다. 또한, 민간위원의 임기는 2년으로 한다(안 제6조)는 내용을 포함하여 개정이 이루어졌다.

2) 문화체육관광부 행정규칙(훈령·예규·고시·공시)

행정규칙은 행정조직 내부에서 행정의 사무처리 기준으로서 제정된 일반적이며 추상적인 규범을 의미한다. 실무상 훈령, 예규, 고시, 공시 등이 이에 해당된다. 이는 법규가 아닌 점에서 법규명령(실정법 상 시행령과 시행규칙)과는 구별된다.

문화체육관광부에서 입안하는 행정규칙의 형식 역시 훈령, 예규, 고시, 혹은 공고로 구분할 수 있다. 훈령이라 함은 상급기관이 하급기관에 대하여 장기간에 걸쳐 그 권한의 행사를 일반적으로 지시하기 위하여 발하는 명령으로서 조문 형식 또는 시행문 형식에 의하여 작성하고, 누년 일련번호를 사용한다. 예규라 함은 행정사무의 통일을 기하기 위하여 반복적 행정사무의 처리기준을 제시하는 법규 문서 외의 문서로서 조문 형식 또는 시행문 형식에 의하여 작성하고, 누년 일련번호를 사용한다. 고시란 법령이 정하는 바에 따라서 일정한 사항을 일반에게 알리기 위한 문서로서 연도표시 일련번호를 사용한다. 따라서 행정기관 내부를 직접적인 적용 대상으로 하는 경우에는 훈령 또는 예규의 형식으로 하고 일반인에게 일정한 사항을 알리는 것을 목적으로 하는 경우에는 고시 또는 공고의 형식으로 발령한다. 아래 〈표 6-3〉은 문화체육관광부 행정규칙 중에서 스포츠산업과 관련된 내용 총 11편을 선별하여 정리한 것이다.

〈표 6-3〉 스포츠산업 관련 문화체육관광부 행정규칙(훈령·예규·고시·공시)

순번	훈령 · 예규 · 고시	내용
1	「골프장의 입지기준 및 환경보전 등에 관한 규정」 문화체육관광부 고시 제2014-32호(2014.9.1.)	이 규정은 '체육시설의 설치·이용에 관한 법률 시행령 제12조 제2호의 규정에 따라 골프장의 입지기준·환경보전에 관한 사항을 정함'을 목적으로 한다. 이 규정은 2008년 고시를 개정한 것으로서 그 개정내용은 골프장 사업계획지 내 원형보전지 확보비율(20% 이상) 규정 삭제, 체시법 시행규칙 제24조가 삭제되었으므로 '농약잔류량 검사방법'에 관한 사항을 정하도록 한 문구 삭제 등이다.
2	「골프장 입장 시 개별소비세 면세 대상 골프선수 등에 관한 규정」 문화체육관광부 고시 제2014-33호(2014.9.1.)	이 규정은 '「개별소비세법」 시행령 제33조의2(입장행위의 면세)의 규정에 따라 문화체육관광부장관이 지정 또는 정하도록 한 사항 등에 관하여 규정함'을 목적으로 한다. 이 규정은 동 고시의 규제 재검토 기한이 지남에 따라 재검토 기한을 다시 정하고자 한다. 재검토 기한은 2013.3.25.부터 3년 이내이다.
3	「관세감면 체육용품의 사후관리 위탁업무 처리규정」 문화체육관광부 훈령 제224호(2014.4.9.)	이 규정은 '「관세법」 제108조 제3항 및 동법 시행령 제133조 제1항의 규정에 의하여 관세청장이 위탁하는 관세감면 체육용품의 사후관리 업무처리에 관한 사항을 정함'을 목적으로 한다. 개정된 주요 내용은 훈령에 대한 재검토기한을 3년(2017년 3월31일)으로 재설정 하고, 별지 제2호 서식(관세 감면 물품 반입신고서)상의'주민등록번호'를'생년월일'로 변경하였다.
4	「대한민국체육상 심사위원회 규정」	이 규정은 '「국민체육진흥법 시행규칙」 제7조에 따른 대한민국체육상 심사위원회의

순번	훈령 · 예규 · 고시	내용
	문화체육관광부 훈령 제260호(2015.7.7.)	구성·운영 등에 관하여 필요한 사항을 규정함'을 목적으로 한다. 이 규정의 주요 내용은 '구성, 분과위원회, 위원해촉, 회의, 심사, 심사기준 및 결격사유, 심사결과 제출, 그리고 수당'등으로 이루어져 있다. 이 규정은 1993년 7월 13일 제정 이후 7회의 개정 과정을 거쳤으며, 최근 2015년 7월 7일 개정에서는 공정하고 투명한 스포츠 환경조성의 기초인 심판의 중요성을 인식, 수상분야를 신설함으로써 공정 스포츠 구현에 기여하고 타의 모범이 되는 심판에 대한 사례를 발굴·확산과 스포츠산업과 신설에 따른 관련 산업 발전에 이바지한 연구자, 산업발전 및 진흥에 기여한 자 등을 심사기준에 포함하여 시상함으로써 산업발전을 위한 기반 구축을 지원 조항을 추가하였다.
5	「우수체육용구 생산업체 지정 및 관리요령」 문화체육관광부 고시 제2015-41호 (2016.1.4.)	이 규정은 '「국민체육진흥법 시행규칙」 제28조에 의하여 체육용구 등의 우수업체의 지정대상업종·신청절차 및 사후관리방법 등을 규정함'을 목적으로 한다. 그 주요 내용은 '지정대상, 지정신청, 지정승인 및 유효기간, 우수업체에 대한 기술지도, 우수업체에 대한 국민체육진흥 기금 융자, 지정업체의 준수사항, 체육용품심의위원회 설치 및 운영, 그리고 규제의 재검토'등으로 이루어져 있다. 이 규정은 1990년 10월 26일 체육부 고시로 제정되었고, 이후 10회 개정 과정을 거쳤으며, 최근 2015년 12월 15일 개정에서는 제10조(규제의 재검토)를 신설하였다. 이 조항에 따르면 문화체육관광부장관은 '우수체육용구 생산업체 지정 신청 시 제출한 서류'그리고'우수체육용구 지정업체의 준수사항'에 대하여 2016년 1월 1일을 기준으로 3년마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 해야 함을 명시하고 있다. 2016년 1월 4일 일부 개정안에는 우수체육용구 생산업체 지정 및 관리요령의 일부를 다음과 같이 개정하면서 제10조를 다음과 같이 신설하였다. 제10조(규제의 재검토) 문화체육관광부장관은 다음 각 호의 사항에 대하여 2016년 1월 1일을 기준으로 3년마다(매 3년이 되는 해의 1월 1일 전까지를 말한다) 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 하여야 한다.
6	「체육시설 안전점검 지침」 문화체육관광부 고시 제2020-65호 (2020.12.22.)	이 규정은 문화체육관광부장관이 체육시설 안전점검의 절차와 방법 등에 관하여 안전점검지침을 작성하여 고시하여야 한다는 「체육시설의 설치·이용에 관한 법률 시행령」 제2조의 3(체육시설 안전점검)을 근거로 2016년 11월 9일 신설하였다. 본 지침은 '안전점검 실시자의 구성 및 자격, 안전점검계획, 안전점검의 항목 및 결과보고서의 내용과 절차 등의 사항을 구체적으로 정하여 재난관리책임기관들이 체육시설 안전점검 업무를 효율적이고 통일되게 수행'하고자 함을 목적으로 하고 있다. 2020년 12월 22일 개정안에는 체육시설 안전점검 종류, 방법, 시기, 항목 정비 및 안전점검 평가기준 등급 조정(기존 4단계 → 3단계) 등「체육시설의 설치·이용에 관한 법률」시행령 일부개정('19.10.29. 공포) 및 동법 시행규칙 일부개정('20.01.31. 공포) 내용 반영 및 안전 점검 업무의 효율성 제고를 위한 지침의 내용 등이 개정되었다.
7	「체육진흥투표권 주최단체 지원 등의 사업비 집행규정」 문화체육관광부 훈령 제438호(2021.1.14.)	이 규정은 2015년 3월 23일 제정되어 2016년 3월 18일 개정되었다. 「국민체육진흥법」 제22조제2항2호 및 동법 시행령 제23조의2제4항의 규정에 의하여'기금의 사용목적 중 체육진흥투표권 발행 대상 운동경기를 주최하는 단체의 지원, 비발행 대상 종목의 육성 등의 사업에 대한 기금의 집행범위, 사후관리 등에 관한 사항을 규정함'을 목적으로 한다. 지원금의 집행대상은 프로스포츠 활성화 사업, 유소년 및 아마추어 스포츠 활성화 사업, 체육진흥투표권 비발행 대상 종목의 육성을 위한 사업, 스포츠 공정성 인식 제고를 위한 교육 사업, 도핑, 승부조작 등 부정행위 방지 사업, 주최단체의 은퇴선수 지원 및 부상선수 재활 사업을 지원금 집행대상으로 한다. 또한 지원금의 집행대상별 배분기준, 지원금의 감액, 집행 제한, 사후관리 등을 세세하게 규정하고 있다. 2021년 1월 14일 개정 이유를 보면 현행 집행규정에 따르면 불법 스포츠 도박 및 승부조작, 지원금 횡령·유용 및 이에 상응하는 기타 비위에 대해서만 보조금 감액 가능하여, 종목별로 연맹이나 구단의 부적절한 행위에 대하여 적극적으로 대응하는 데 어려움이 있었다. 이에 선량한 풍속 또는 사회 질서에 위반되는 행위로 주최단체의 품위를 현저히 해한 단체에 대하여 지원금을 감액할 수 있는 근거를 신설하여 매년 국고보조금을 받고 있는 스포츠 단체가 자체적으로 문제 상황을 관리하려는 노력을 기울이도록 하고자 하여 개정안을 반영하였다. 2022년 7월 21일 한차례 개정이 더 이루어졌는데, 개정내용은 제5조7항의 '체육진흥투표권 발행 대상 종목 및 비발행 대상 종목의 스포츠클럽 육성사업'의 내용 삭제 되었다.

순번	훈령 · 예규 · 고시	내용
8	「프로스포츠 표준계약서」 문화체육관광부 고시 제2021-32호 (2021.6.3.)	이 규정은 프로스포츠의 공정한 환경 조성을 지원하기 위해 표준계약서를 정함을 목적으로 2021년 6월 3일 제정되어 야구, 축구, 남자농구, 여자농구, 배구 등 5개 종목의 프로스포츠 선수계약서를 규정하고 있다. 문화체육관광부 장관은 이 고시에 대하여 2022년 1월 1일을 기준으로 매 3년이 되는 시점(매 3년째의 12월 31일까지를 말한다)마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 하여야 하는 재검토기한을 별도로 명시하고 있다.
9	「체육인 복지 지원사업 시행지침」 문화체육관광부 훈령 제 530호 (2024.09.13.)	이 규정은 「체육인 복지법」 시행령 및 시행규칙에서 위임된 사항과 그 시행에 필요한 사항을 규정함을 목적으로 2022년 8월 31일 제정되었다. 주된 내용으로는 '대한민국 체육유공자 등의 지원(연금지급, 연금수급자의 지정 방법 및 효력, 연금 지급확정의 확인 및 관리, 생활안정수당 지급, 생활안정수당의 지급신청, 간호수당 지급, 간호수당 지급신청, 연금 및 수당 지급 변동사항 발생시 기산시기, 연금 및 수당 지급의 일시 보류, 사망위로금 지급, 사망위로금 지급신청, 의료지원, 교육지원, 대학 등의 성적 적용, 학습보조비 지급, 취업지원, 주택의 우선공급, 생업지원, 요양지원에 관한 보조, 고궁 등 이용지원, 대한민국체육유공자의 지정 신청, 지정결정 통지, 번호 부여, 증서발급, 변동신고, 보상지급방법)에 대한 내용이 있다. 그리고 국가대표 선수, 지도자에 대한 지원(경기력 성과포상금 지급대상자 선정기준, 경기력 성과포상금 세부종류, 선수 경기력 성과포상금 지급액, 지급방법, 지도자 경기력 성과포상금 지급액, 지급방법, 경기력 성과포상금 지급 시기, 지급의 일시 보류, 생활지원금, 국내대학원 교육지원금, 국외유학 교육지원금)에 대한 내용도 기술되어 있다. 또한 보험 또는 공제지원, 장학사업, 원로 체육인 지원, 보칙 및 벌칙에 대한 내용도 명시하고 있다. 이 훈령에 대하여 2023년 1월 1일 기준으로 매3년이 되는 시점(매 3년째의 12월 31일까지를 말한다)마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 하여야 한다. 2024년 9월 12일에 한차례 개정이 이루어졌다, 내용으로는 문화체육관관부 훈령 357호 "대한민국체육 유공자 지원사업 시행지침"을 폐지하고, 제29조제4항에 따라 경기력 성과포상금을 지급할 수 있는 종목은 훈령 시행전 개최된 대회에 대하여 훈령 시행이후 지급하는 경기력 성과포상금에도 적용하는 것으로 개정되었다.
10	「체육지도자 자격종목 신설, 변경, 폐지 등에 관한 고시」 문화체육관광부 고시 제 2024-40호 (2024.09.26.)	이 규정은 「국민체육진흥법」 제11조 및 같은법 시행령 제9조의6[별표1] 개정에 따른 자격종목의 신설, 변경, 폐지 등을 위해 필요한 사항을 규정함을 목적으로 2020년 3월 11일에 제정되었다. 주요내용으로는 자격종목심사위원회 구성 및 운영, 위원의 제척, 기피, 회피, 위원회 역할, 위원회 개최, 자격종목의 신설, 변경, 폐지 신청, 자격종목의 신설, 변경, 폐지 결정, 자격종목의 지정, 고시, 수당, 비밀의 유지, 운영세칙, 재검토기한로 이루어져 있다. 이 규정은 2023년 5월 1일에 개정되었는데, 내용으로는 제3조 3항 '위원회 위원장은 문화체육관광부 체육진흥과장으로 하고, 간사는 문화체육관광부 체육진흥과 체육지도자 업무 담당 사무관으로 한다.'의 내용을 '위원회 위원장은 체육지도자 가격검정 업무를 담당하는 문화체육관광부 과장급 공무원으로 하고, 간사는 사무관으로한다'의 내용으로 개정되었다. 또한 2024년 9월 26일에 한차례 개정되었는데, 종전 문화체육관광부 고시 제 2021-25호를 폐지하고, 이 고시에 따른 인정종목을 전문스포츠지도사 자격종목 58개, 생활스포츠지도자 자격종목 66개, 장애인스포츠지도사 자격종목 37개, 유소년스포츠지도사의 자격종목 62개, 노인스포츠지도사 자격종목 60개로 인정종목을 정하였다.
11	「지정스포츠클럽 지정에 관한 고시」 문화체육관광부 고시 제2023-0061호 (2023.12.19.)	이 규정은 「스포츠클럽법」 제9조제3항 및 같은법 시행령 제5조제1항제2호에 따른 지정스포츠클럽 지정에 필요한 사항을 규정함을 목적으로 2023년 12월 19일에 제정되어, 지정스포츠클럽이 갖추어야 할 요건에 대해 제시하고 있으며, 그 외 예비지정 스포츠클럽의 선정 및 절차, 유효기간은 문화체육관광부장관이 정하는 것으로 규정하고 있다.

부록

스포츠산업 관련 국내 기관 및 단체현황

2024 Sport Industry White Paper

문화체육관광부

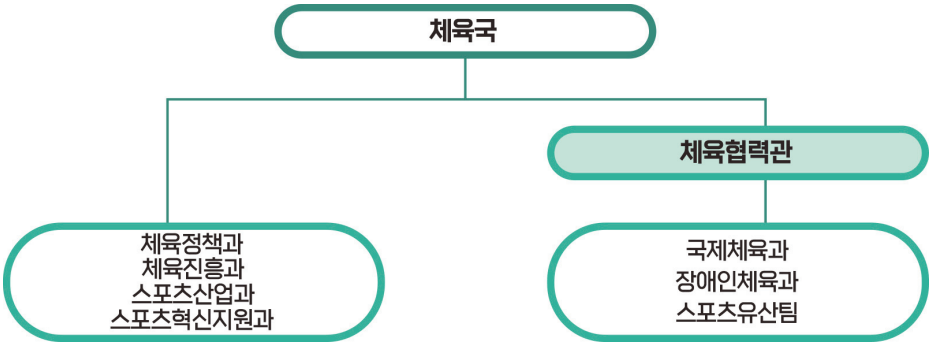
부록. 스포츠산업 관련 국내 기관 단체 현황

1 정부 기관

1) 문화체육관광부

우리나라 중앙정부의 체육행정조직은 '문화체육관광부'다. 2024년 12월 31일 기준, 문화체육관광부의 체육조직은 '체육국' 내 6과 1팀(체육정책과, 체육진흥과, 스포츠산업과, 스포츠혁신지원과, 국제체육과, 장애인체육과 및 스포츠유산팀)으로 구성된다. 조직 구성 '체육협력관' 하에 국제체육과와 장애인체육과, 스포츠유산팀으로 운영되고 있는 점이 특징이다(〈그림 7-1〉 참조).

그림 7-1. 문화체육관광부 체육국 조직도



문화체육관광부(2024)

체육국이 담당하는 업무는 체육진흥정책 종합계획 수립에서부터, 국가대표선수 육성, 체육인 복지, 생활체육 활성화, 전국체육대회 개최 지원, 스포츠산업 활성화, 국제체육 교류, 장애인 체육환경의 조성 등으로 각 과별로 다양하게 구성되었다.

가. 1980년 이전의 체육조직

우리나라 체육행정조직은 1945년 8·15광복과 함께 시작된 미군정기에 태동하였다. 미군정 당국은 1946년 3월 29일부터 문교부 교화국 내 체육과를 설치하여 체육 업무를 담당하게 하였고, 같은 해 7월 10일 교화국 명칭과 조직을 문화국으로 개편했다. 1948년 정부수립 후 체육 업무는 문교부 문화국 체육과에서 담당했는데, 당시 배치 인원은 단 4~5명이었다. 본격적인 체육조직의 변화는 5·16 이후부터 시작되는데 1961년 10월 2일, 문화국에 있던 체육과가 체육국으로 승격되면서 인원 20명, 예산 1억 원으로 확대되었고, 이후 1963년 12월 14일 제3공화국의 「정부조직법」 개정에 따라 문예체육국 내 체육과로 축소되었다가 다시 1968년 7월 24일 문교부 문화예술행정이 문화공보부로 이관되며 사회교육국으로 변경되었다.

1970년 8월 31일, 체육국 신설을 계기로 종전 체육과는 국민체육과와 학교체육과로 분리되었다. 1973년

3월 9일에는 여기에 학교급식과가 추가되어 총 3개 과로 확대되었다. 이후 1979년 3월 19일에는 문교부 직제 개정으로 체육국 업무 조정이 이루어지면서 기존의 3과가 체육과, 학교보건과, 체육교류과로 변경되었다. 하지만 1981년 11월 2일에 체육국이 사회체육국을 통합하여 체육국제국으로 명칭이 변경되며 학교체육과, 국민체육과, 국제경기과, 교육협력과, 재외국민교육과의 5과 체제로 정비된다.

나. 1980년대의 체육조직

1980년대는 올림픽 유치를 계기로 체육조직이 본격적으로 현재의 틀을 갖춰가기 시작한 시기였다. 1981년 9월 30일에 1988년 하계올림픽대회 개최지가 서울로 최종 확정되었고, 그 해 11월 26일에는 1986 서울하계아시아경기대회 유치까지 결정되었다. 정부는 두 대회를 성공적으로 치르고자 1982년 3월 20일 체육부를 신설한다. 체육부는 발족 당시 기획관리실, 체육진흥국(체육정책과, 사회체육과, 학교체육과, 체육시설과), 체육과학국(기획과, 지도훈련과, 조사연구과), 국제체육국(지원총괄과, 국제경기과, 해외협력담당관)을 두면서 이전과는 규모가 다른 전체 정원 총 187명의 '1실 3국 10과 4담당관'의 체제를 갖추게 되었다. 이후 1987년까지 다섯 차례의 직제 개편을 통해 소폭의 변동은 있었으나 큰 변화 없이 지속적으로 이 체제를 유지해갔다. 이후 1988년 6월 18일 체육부 내에 청소년국(청소년정책과, 청소년지도과, 청소년교류과, 청소년시설과, 청소년심의관)이 신설되면서 체육행정은 청소년 행정과 관련하여 유기적으로 연계되었고, 청소년국 신설에 따라 체육부 정원은 225명으로 증가하였다.

다. 1990년대의 체육조직

우리나라 체육조직의 형성기에는 학교체육, 생활체육, 전문체육을 개별적으로 담당하는 기관들이 만들어졌다. 1990년 2월 12일 체육진흥국 내의 사회체육과가 생활체육과로 개칭되었고, 학교체육과가 폐지됨과 동시에 사업관리과가 신설되었으며, 체육과학국은 체육지도국으로 개칭되었다. 이에 따라 학교체육 업무 중 급식 관련 업무는 1989년 발표된 행정개혁위원회 「행정개혁에 관한 건의」에 따라 교육부로 이관되었다. 이런 변화에도 여전히 체육 관련 조직은 체육진흥국(생활체육과, 사업관리과, 체육시설과), 체육지도국(조사기획과, 훈련과, 지도육성과), 국제체육국(지원총괄과, 국제경기과, 해외협력담당관) 체제로 유지되었다. 사회체육과에서 생활체육과로의 개칭은 사회 각 기관 중심의 체육 활성화 정책에서 개별 국민의 일상생활 속 체육 활성화 지원으로의 정책 패러다임 전환을 의미한다.

1990년 9월 10일, 청소년국이 1실 2관 6과의 청소년정책조정실(청소년기획관, 청소년협력관, 청소년기획과, 청소년육성과, 청소년지도과, 청소년교류과, 시설기금과, 홍보협력과)로 확대 및 개편
되었고, 같은 해 12월 27일에 체육부가 체육청소년부로 개칭되었다.

김영삼 정부로 들어오면서 1993년 3월 6일, 문화부와 체육청소년부는 문화체육부로 통합되며 체육정책국(체육기획과, 생활체육과, 체육시설과), 체육지원국(체육과학과, 지도육성과, 훈련지원과), 국제체육국(협력총괄과, 국제경기과, 해외협력과)의 3국 9과 체제를 갖추게 된다. 이후 1994년 5월 4일, 해외협력과가 체육교류과로 개칭되고, 같은 해 5월 16일에 학교체육 관련 업무를 교육부로 이관하면서 전체 체육조직은 3국 9과 체제로 개편되었다. 하지만 1994년 12월 23일, 문화체육부 내의 관광 업무가 이관되고 체육지원

국이 폐지되면서, 최종적으로 체육행정조직은 체육정책국(체육기획과, 생활체육과, 지원육성과, 체육시설과)과 국제체육국(협력총괄과, 국제경기과, 체육교류과)의 2국 7과 77명으로 축소되었다.

IMF 외환위기로 특징되는 김대중 정부에서 1998년 2월 28일, 문화체육부는 '체육'이 빠진 문화관광부로 개칭되면서 체육정책국과 국제체육국이 체육국으로 일원화되고, 기존 체육기획과와 협력총괄과는 체육정책과로 통합되었다. 또한 생활체육과는 기존 체제를 유지한 채 지원육성과와 체육시설과는 체육지원과로, 국제경기과와 체육교류과는 체육교류과로 통합되면서, 결국 체육담당부서는 기존 2국 7과 77명에서 1국 4과 56명으로 축소된다. 이후 1999년 5월 24일에는 체육정책과와 체육교류과는 그대로 둔 채, 체육지원과와 생활체육과를 체육진흥과로 통합하여 1국 3과 40명으로 행정조직 및 정원이 더욱 감소하였다.

라. 2000~2007년

2000년대 들어 주5일제 도입으로 노동시간이 단축되고 국민들의 여가시간 증가로 인해 생활체육 수요가 확대되면서 정부는 여가시간을 건전한 체육활동 활용으로 유도함과 동시에 다양해진 생활체육 수요에 능동적으로 대처하고자 생활체육과(2002년 3월 9일)를 재설치하였다. 또한 스포츠여가산업 확대에도 대응하고자 직제 개편을 실시, 스포츠여가산업과(2004년 11월 11일)를 새롭게 설치했다. 이와 함께 기존 체육진흥과는 폐지되면서, 기존 업무 중 학교운동부와 전국체전 업무는 생활체육과로, 태권도공원 조성 및 프로단체 육성 업무는 스포츠여가산업과로, 국가대표선수 육성 및 대한체육회 지도 감독 업무는 국제체육과로 이관되었다. 2005년 12월 15일에는 장애인체육이 보건복지부에서 이관
되면서 장애인체육과가 신설, 장애인체육 진흥 업무를 추진하기 시작했다. 한편, 2006년 7월 25일 정부의 편제에서 기존의 '과' 단위는 '팀' 단위로 재편되는 변화가 있었다.

마. 2008년 이후의 체육조직

2008년 이명박 정부 출범과 더불어 현재의 문화체육관광부(2008년 2월 29일)로 명칭이 변경되고 '팀' 단위는 다시 '과' 단위로 환원된다. 2008년 12월 31일 생활체육과가 체육진흥과로, 장애인체육과가 장애인문화체육과로 개편되었다.

체육진흥과의 개편으로 기존 생활체육 업무 외에 국가대표선수 육성·지원에 관한 사항 등 생활체육과 함께 전문체육을 체육진흥과에서 맡게 되었다. 장애인문화체육과도 기존 장애인 체육 업무 외에 장애인문화 업무를 새롭게 추가하였다. 이후 2009년 5월 4일 체육진흥과와 스포츠산업과를 체육진흥과로 통합하고, 장애인문화체육과는 장애인문화체육팀으로 명칭을 변경하였다가 다시 장애인문화체육과(2010년 7월 2일)로 복원되었다.

2013년 출범한 박근혜 정부에서는 장애인문화체육과가 장애인체육과(2013년 3월 23일)로 변경되고 그 이후에 스포츠산업과가 신설되었다. 2014년, 체육국을 관광체육레저정책실 내 체육정책관실로 개칭하면서 '1정책관 5과 52명'의 운영체계를 갖추게 되었다. 2015년에는 관광체육레저정책실이 체육관광정책실로 개칭되었고, 평창동계올림픽대회 지원 및 준비를 위한 체육협력관 및 평창올림픽지원과가 신설되었다. 체육협력관은 기존 체육정책관실 산하의 국제체육과, 장애인체육과, 신설 평창올림픽지원과가 더해져 총 3개

과로 구성되었으며, 기존 체육정책관 산하는 체육정책과, 체육진흥과, 스포츠산업과로 개편되었다. 정부에 두 개 이상의 체육 업무 담당국 조직이 운영된 경우는 1998년 문화관광부 내 체육정책국과 국제체육국이 체육국으로 통합된 이후 17년 만이었다.

하지만 체육정책관실은 2017년에 들어와 다시 체육국으로 개편되면서 체육정책과, 체육진흥과, 스포츠산업과를 두기 시작했고, 체육협력관은 국제체육과와 장애인체육과, 한시 조직인 평창올림픽지원단을 설치하여 대한체육회로 통합된 전문체육과 생활체육의 균형 육성, 스포츠산업 진흥과 체육 분야 일자리 창출, 2018 평창동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 지원 등의 업무에 주력하기 시작했다.

2018년에는 '스포츠유산과'가 신설되었다. 스포츠유산과는 올림픽 등 국제스포츠경기대회에서 창출된 유산을 지속적으로 관리하고 발전시키고 태권도 세계화 및 진흥을 위한 업무를 위해 설치되었다. 2022년 스포츠유산과가 폐지되고 '스포츠유산팀'이 신설되었다. 스포츠유산팀의 업무는 기존 스포츠유산과와 유사하게 국제경기대회 시설 사후활용 및 스포츠유산 창출 정책의 수립과 지원, 태권도 진흥을 위한 업무를 담당하고 있다.

2022년에는 '체육인재양성과'가 신설되었다. 문체부 훈령 「자율기구 체육인재 양성과 설치·운영에 관한 규정」에 의해 설치된 체육인재양성과는 체육인 복지 및 인권 보호, 체육지도자 양성 및 자격제도 운영을 위해 설치되었다. 그러나 체육인재양성과는 존속기한이 2022. 12. 27. ~ 2023. 12. 26.(6개월 기한 및 6개월 연장)으로 제한되어 있어 2023년 폐지되었다.

2024년에는 '스포츠혁신지원과'가 신설되었다. 문화체육관광부 훈령 「자율기구 스포츠혁신지원과 설치 및 운영에 관한 규정」(2024. 12. 29., 제정)에 의해 설치된 스포츠혁신지원과는 체육계의 공정성을 제고하고 체육단체 역량 강화, 지역 특성을 고려한 생활체육 지원 협업 등을 전담하기 위해 설치되었다. 스포츠혁신지원과는 체육국 하위의 과 단위 기구로 편성되며, 존속 기한은 2024. 12. 29. ~ 2025. 6. 28.(6개월, 필요시 6개월 연장 가능)까지이다.

〈표 7-1〉 정부 체육부처 연혁

1982. 03. 20	• 체육부 신설(1실 3국 10과 3관 4담당관 187명) - 기획관리실, 체육진흥국, 체육과학국, 국제체육국
1990. 12. 27	• 체육부 ⇒ 체육청소년부로 개칭
1992. 01. 01	• 한국마사회 운영의 지도·감독업무 인수
1993. 03. 06	• 문화체육부 발족, 3국 9과 98명 - 체육정책국, 체육지원국, 국제체육국
1994. 12. 23	• 3국 9과 98명 ⇒ 2국 7과 77명, 체육지원국 폐지
1998. 02. 28	• 문화관광부 발족, 2국 7과 77명 ⇒ 1국 4과 56명, 국제체육국 폐지
1999. 05. 24	• 1국 4과 56명 ⇒ 1국 3과 40명
2001. 01. 29	• 한국마사회 업무 농림부 이관
2002. 03. 09	• 생활체육과 신설 1국 4과 45명
2004. 11. 07	• 스포츠여가산업과 신설, 체육진흥과 폐지
2005. 12. 15	• 장애인체육과 신설 1국 5과 52명
2006. 07. 25	• '과' 명칭이 '팀' 제로 변경 1국 5팀
2008. 02. 29	• 문화체육관광부 신설, '팀' 제가 '과' 제로 변경 1국 5과 50명
2008. 12. 31	• 생활체육과 ⇒ 체육진흥과, 장애인체육과 ⇒ 장애인문화체육과로 명칭 변경
2009. 05. 01	• 직제개편(1국 3과 1팀 50명), 체육진흥과와 스포츠산업과 ⇒ 체육진흥과로 통합, 장애인문화체육과 ⇒ 장애인문화체육팀으로 명칭 변경
2010. 07. 01	• 장애인문화체육팀 ⇒ 장애인문화체육과로 개편 1국 4과 52명
2013. 03. 23	• 장애인문화체육과 ⇒ 장애인체육과로 개편 1국 4과 51명
2013. 12. 13	• 스포츠산업과 신설 1국 5과 55명
2014. 10. 23	• 체육국 ⇒ 관광체육레저정책실 내 체육정책관으로 개칭 1정책관 5과 52명
2015. 01. 06	• 관광체육레저정책실⇒체육관광정책실로 개칭, 체육협력관 및 평창올림픽지원과 신설, 1실 4관 12과 126명
2016. 03. 30	• 체육관광정책실⇒체육정책실로 개편, 1실 2관 6과
2017. 09. 04.	• 체육정책실 ⇒ 체육국으로 개편, 체육국 내 체육협력관 신설, 평창올림픽지원과를 한시조직인 평창올림픽지원단으로 변경, 2과 15명(평창올림픽지원담당관 8명, 평창올림픽협력담당관 7명
2018. 08. 21.	• 스포츠유산과 신설
2022. 07. 01	• 스포츠유산과 폐지 및 스포츠 유산팀 신설
2022. 12. 17	• 체육인재양성과 신설
2023. 12. 26	• 체육인재양성과 폐지
2024. 12. 19	• 스포츠혁신지원과 신설

*출처: 문화체육관광부 내부자료(2024)

(2) 부서별 주요업무

체육정책과는 국내 체육환경 선진화를 위한 업무를 담당한다. 대표적으로 체육진흥정책에 관한 장·단기 종합계획 수립, 체육종합계획 추진상황 분석 및 평가, 체육 관련 통계자료 수집·분석 및 체육지표 개발, 체육 정보화 제반 사항, 국민체육진흥기금 조성 및 운용 등의 업무다. 또한, 체육인 복지 지원, 체육 유공자 지정 및 지원 사업도 담당한다. 덧붙여 국민체육진흥공단 담당 업무를 중심으로 경륜·경정 시행 사업 및 체육진흥투표권 발행 사업도 관리 감독하고, 전문체육 진흥을 위한 계획 수립 및 시행, 전문체육 관련 단체 설립 및 육성·지원 사항, 국가대표선수 육성 및 지원에 관한 사항, 국가대표선수 훈련시설 확충 및 운영에 관한 사항, 대한체육회 및 회원종목단체 일반적 관리에 관한 사항과 체육과학 연구기관 육성·지원, 스포츠 공정성 제고에 관한 사항 등의 업무도 포함한다.

체육진흥과는 생활체육 진흥을 위한 계획과 실행을 담당한다. 대표적으로, 생활체육 진흥을 위한 계획 수립·시행 및 관련 단체 육성·지원, 생활체육종목 육성, 직장 및 지역 생활체육의 진흥과 스포츠클럽 육성·지원, 생활체육지도자 양성·배치 업무에서부터, 체육주간 및 체육의 날 행사, 국민 체력증진 관련 사항, 공공체육시설 확충계획 수립 및 추진, 생애주기별 생활체육 활성화, 저소득층 청소년의 스포츠 바우처 지원, 공공체육시설 내 장애인 이용가능 환경 조성, 선수·운동
경기부 및 체육계 학교의 육성·지원, 전국소년체육대회 및 종목별 국내경기대회 개최 지원, 전국체육대회 및 종목별 국내경기대회 개최 지원, 국제교류, 레저스포츠 시설 설치 이용 활성화 업무 등이 체육진흥과의 주요 업무이다.

스포츠산업과는 스포츠산업 진흥을 위한 제반 업무를 수행한다. 대표적으로 스포츠산업 진흥을 위한 조사·연구계획 수립 및 추진, 스포츠산업 관련 업체, 단체 및 기구 육성·지원, 스포츠산업 진흥 재원 조성 및 운용, 스포츠산업 기술 개발, 기술 이전 및 사업화 촉진 지원에 관한 사항 등을 다룬다. 또한 스포츠산업 정보망 구축 및 전자상거래 육성에 관한 사항, 체감형 가상 스포츠, 융·복합형 스포츠산업 육성, 스포츠 용품·시설·서비스 품질 비교 정보도 제공한다. 뿐만 아니라 민간체육시설 설치 및 이용 활성화, 스포츠 관련 용품·용구·기자재 생산 지원 및 장려, 스포츠산업 관련 국제교류·협력, 프로운동경기 진흥 및 관련 단체 육성·지원, 지역 스포츠산업 진흥을 위한 정책 개발 및 지원, 스포츠시설 안전 관련 업무도 담당한다.

스포츠혁신지원과는 체육계 공정성 제고, 체육단체 역량 강화, 지역 특성을 고려한 생활체육 지원 협업 등을 전담하기 위해 설치되었으며, 공정하고 투명한 스포츠 환경 조성을 위한 업무를 담당하고 있다. 주요 업무로는 스포츠윤리센터 운영 지원, 스포츠 종목 중장기 발전 지원, 종목별 생활체육 클럽 리그 지원, 지역자율형 생활체육활동 지원, 직장운동경기부 지원 등에 관련된 업무를 수행하고 있다.

국제체육과는 국제 체육교류 진흥을 위한 업무를 담당한다. 관련 계획 수립 및 시행에서부터 국제경기대회 유치·개최 및 참가 지원, 국가 간 국제기구와의 체육교류·협력 및 국제체육회의 담당, 남북 체육교류 및 협력, 국제 체육 관련 정보 및 자료 수집·보급, 선수 금지약물 투여(도핑) 방지에 관한 정책 수립 및 지원, 체육 분야 개발도상국 지원, 국내 체육단체의 국제 스포츠 경쟁력 강화에 관한 사항 등이 업무이다.

장애인체육과는 장애인체육 진흥을 위한 업무를 담당한다. 장애인체육 진흥을 위한 장·단기 발전계획 수립에서부터 장애인체육 환경 조성 및 지원체계 개선, 장애인 체육활동 관련 프로그램 개발과 장애인 스포츠클럽의 육성 및 지원, 장애인생활지도자 배치 및 찾아가는 장애인 생활체육 서비스 등 장애인체육 진흥에 힘쓴다. 또한 전국장애인체육대회 지원과 장애인체육지도자 등 전문인력 양성·배치 및 국가대표 장애인선수 육성 등 장애인 전문체육 업무, 장애인 체육 국제교류의 활성화 및 국제전문인력 양성과 같은 국제체육 업무, 대한장애인올림픽위원회 및 대한장애인체육회 관련 업무, 장애체육인의 복지에 관한 사항 등을 장애인체육과가 담당한다.

스포츠유산팀은 스포츠유산 진흥 및 유산 창출과 관련 업무를 담당한다. 대표적으로 국제경기대회 시설 사후 활용 등 스포츠유산 창출 정책의 수립 및 지원, 평창동계올림픽 특구에 관한 사항, 태권도 진흥 정책의 수립 및 관련 사업 추진, 태권도 공원 조성 및 운영, 태권도 이론·기술 등의 조사·연구 및 보존·보급, 태권도 콘텐츠 개발 및 관련 사업 육성, 태권도 국제교류 활성화, 전통무예 진흥계획 수립·시행 및 관련 단체 육성 지원 등이 있다.

2) 지방자치단체 체육조직

(1) 지방자치단체 체육정책

우리나라 지방자치단체는 광역자치단체와 기초자치단체로 구분된다. 17개 광역자치단체는 총 228개 시·군·구 기초자치단체를 포함한다. 우리나라는 1949년에 제정된 「지방자치법」을 통해 지방자치의 기틀을 마련하였으며, 이후 1991년 지방선거로 지방의회가 구성되고 1995년 6월 27일 지방단체장과 의회의원을 선출하는 4대 지방선거를 시작으로 지방자치제가 본격화되었다.

광역지방자치단체의 자체적 체육발전 계획은 경기도가 2004년 「체육발전 중장기 계획」을 최초로 수립하였고, 광주광역시가 2007년 「체육진흥 5개년 계획」, 대구광역시가 2008년 「대구 체육발전 중장기 계획」, 인천광역시가 2010년 「체육발전 중장기 계획」을 수립하며 뒤를 이었다.

최근 수립된 지방자치단체의 체육발전 계획을 살펴보면, 2023년 충청남도가 「충남 체육발전 중장기 계획」을, 제주특별자치도는 「2023년 제주 스포츠진흥 종합계획」을 수립하였다. 2024년에는 서울특별시가 「2024년 서울시 스포츠진흥 시행계획」을, 전북특별자치도는 「전북특별자치도 스포츠진흥 기본계획」을 수립하였다. 이와 같은 지방자치단체 체육발전계획 수립 현황은 〈표 7-2〉와 같다.

〈표 7-2〉 지방자치단체 체육발전 계획 수립 현황(2004~2024)

시도명	연도	계획명
서울	2012	2020 체육진흥 기본정책
	2018	서울체육 중기 발전계획
	2024	2024년 서울시 스포츠진흥 시행계획
부산	2017	부산광역시 체육발전 종합계획
대구	2008	대구 체육발전 중장기 계획: 스포츠로 행복한 일류 대구 실현
인천	2010	인천광역시 체육발전 중장기 계획
광주	2007	광주 체육진흥 5개년 계획
	2019	광주 체육진흥 5개년 계획
대전	2020	대전 체육발전계획
울산	2018	울산 체육발전계획(2018~2023)
세종	2016	세종시 체육발전 중장기 계획
경기	2004	경기도 체육발전 중장기 계획
	2020	경기도 체육발전 중장기 계획 * 2030 스포츠비전 경기도 중장기 체육진흥기본계획 (2019.08.~2020.02.)
강원	2015	강원 체육발전 5개년 계획
충북	2017	충북 체육 중장기 발전계획
충남	2023	충남 체육발전 중장기 계획(2024~2028)
전북	2024	전북특별자치도 스포츠진흥 기본계획
전남	2015	전남 체육 중장기 발전계획
경남	2024	체육진흥계획 수립 진행 중
제주	2022	2022년도 제주 스포츠진흥 종합계획
	2023	2023년도 제주 스포츠진흥 종합계획

※ 경상북도는 수립된 계획 없음
※ 출처: 각 광역자치단체별 내부자료(2024)

(2) 지방자치단체 체육행정조직 현황

광역자치단체는 문화체육관광국, 문화관광체육국 등의 국 단위 수준에서 체육진흥과, 체육정책과, 체육지원과, 체육과, 스포츠산업과 등의 명칭을 사용하는 '과'를 운영한다. 하부 단위로 체육정책, 체육진흥, 생활체육, 체육시설, 스포츠마케팅, 스포츠산업 등을 전담하는 '팀'을 두는데, 이들 국의 근무 인원은 약 10~30여 명이다.

기초자치단체인 시·군·구도 문화체육과, 문화관광과, 문화체육관광과, 생활체육과, 체육진흥과, 체육과, 평생교육과, 교육체육과, 체육청소년과, 건강체육과 등의 명칭으로 이루어진 다양한 형태의 체육조직을 운영한다. 평균적으로 10명 내외의 인력이 배치되어 있는데, 기초자치단체 중 체육시설 관리사업소나 시설관리공단을 통해 체육시설을 관리·운영하는 곳도 있다.

〈표 1-11〉은 2024년 우리나라 광역자치단체에서 체육 업무를 담당하는 공무원 수 현황이다. 17개 광역시·도 지방자치단체에서 행정직 503명, 기술직 384명, 기능직 103명, 별정직 1명, 계약직 363명으로 총 1,354명이 체육 업무를 담당하고 있다. 기초자치단체는 행정직 1,806명, 기술직 945명, 기능직 262명, 별정직 12명, 계약직 504명으로 총 3,529명이 체육 업무를 담당하고 있다.

광역자치단체와 기초자치단체에서 체육 업무를 담당하는 공무원 수는 총 4,883명으로 전년 5,086명보다 203명 감소하였다. 전년 대비 인력 구성 현황을 살펴보면 행정직은 2,264명에서 2,309명으로 45명 증가하였고, 기술직은 1,336명에서 1,329명으로 7명 감소, 기능직은 421명에서 365명으로 56명 감소, 별정직은 30명에서 13명으로 17명 감소, 계약직은 1,035명에서 867명으로 168명 감소하였다.

〈표 7-3〉 광역자치단체 체육행정조직과 인력(2024)

구분	조직	인력					
		행정직	기술직[1]	기능직[2]	별정직[3]	계약직[4]	계
서울	관광체육국 체육정책과 (체육정책팀, 전문체육팀, 체육시설팀, 스포츠산업지원팀)	18	2	-	-	2	22
	관광체육국 체육진흥과 (생활체육진흥팀, 생활체육운영팀, 생활체육시설팀, 장애인체육팀)	16	2	-	-	1	19
	체육시설관리사업소 (운영기획과, 목동사업과, 스포츠마케팅과, 시설개선과)	31	57	17	-	6	111
	서울시설공단(서울월드컵경기장운영처, 돔경기장운영처)	34	77	58	-	58	227
	소계	99	138	75	0	67	379
부산	문화체육국 체육진흥과(체육정책팀, 국제스포츠산업팀, 체육시설팀, 장애인체육팀)	20	6	-	-	-	25
	전국체전기획단	22	5	-	-	-	27

구분	조직	인력					
		행정직	기술직[1]	기능직[2]	별정직[3]	계약직[4]	계
	체육시설관리사업소	35	64	-	-	-	99
	소계	77	75	0	0	0	152
대구	문화체육관광국 체육진흥과(체육정책팀, 생활체육팀, 장애인체육팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	18	5	-	-	-	23
	도시관리본부 체육시설관리부(관리팀, 운영팀, 시설과, 시민운동장관리소, 육상진흥센터관리소)	17	53	-	-	-	70
	소계	35	58	0	0	0	93
인천	문화체육국 체육진흥과(체육정책팀, 생활체육팀, 체육시설팀, 스포츠산업팀, 스포츠교류팀)	23	5	-	-	-	28
	소계	23	5	0	0	0	28
광주	문화체육실 체육진흥과(체육기획팀, 장애인생활체육팀, 체육시설조성팀, 체육시설운영팀)	15	7	-	-	-	22
	염주실내수영장 등 6개소(민간위탁-도시공사)	2	4	11	-	41	58
	월드컵경기장 등 20개소(민간위탁-시체육회)	80	-	-	-	52	132
	장애인국민체육센터 등 3개소(민간위탁-장애인체육회)	1	2	-	-	3	6
	소계	98	13	11	0	96	218
대전	체육건강국 체육진흥과 (체육진흥팀, 생활체육팀, 스포츠마케팅팀)	15	-	-	1	-	16
	체육건강국 체육시설과 (체육시설팀, 서남부스포츠타운TF팀)	2	12	-	-	-	14
	소계	17	12	0	1	0	30
울산	문화관광체육국 체육지원과(체육정책, 생활체육, 체육시설)	10	5	-	-	-	15
	시설공단	14	38	-	-	175	227
	소계	24	43	0	0	175	242
세종	문화체육관광국 체육진흥과(체육정책팀, 생활체육팀, 체육시설팀, 2027 하계세계대학경기대회추진 TF팀)	9	7	-	-	-	16
	소계	9	7	0	0	0	16
경기	문화체육관광국 체육과(체육진흥팀, 체육지원팀, 체육육성팀, 체육대회운영팀, 체육시설팀, 스포츠산업팀)	19	7	-	-	1	27

구분	조직	인력					
		행정직	기술직[1]	기능직[2]	별정직[3]	계약직[4]	계
	경기도체육회(경기도사격테마파크, 유도회관, 검도회관, 체육회관/민간위탁)	7	-	16	-	21	44
	소계	26	7	16	0	22	71
강원	문화체육국 체육과 (체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀, 스포츠마케팅팀)	12	4	-	-	-	16
	소계	12	4	0	0	0	16
충북	문화체육관광국 체육진흥과 (체육진흥팀, 체육지원팀, 체육시설팀, 국제체육지원팀)	14	3	-	-	-	17
	소계	14	3	0	0	0	17
충남	문화체육관광국 체육진흥과 (체육정책, 체육활동지원, 세계대학경기, 체육시설지원)	12	4	-	-	2	18
	소계	12	4	0	0	2	18
전북	문화체육관광국 체육정책과(체육정책팀, 생활체육팀, 태권도스포츠산업팀, 체육시설관리팀)	11	4	1	-	-	16
	소계	11	4	1	0	0	16
전남	관광문화체육국 스포츠산업과 (체육정책팀, 체육시설팀, 생활체육팀)	10	2	-	-	-	12
	소계	10	2	0	0	0	12
경북	문화체육관광국 체육진흥과 (체육정책팀, 체육지원팀, 장애인체육팀)	13	1	-	-	-	14
	소계	13	1	0	0	0	14
경남	문화관광체육국 체육지원과(체육행정담당, 생활체육파트, 스포츠산업파트, 체육시설파트, 자전거대회파트)	14	4	-	-	-	18
	소계	14	4	0	0	0	18
제주	문화체육교육국 체육진흥과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 체육지원팀)	9	4	-	-	1	14
	소계	9	4	0	0	1	14
총 계		503	384	103	1	363	1,354

1. 기술직: 전기·토목·건축·기계
2. 기능직: 사무보조요원 등
3. 별정직: 공무원분류상 별정직으로 채용된 체육지도사
4. 계약직(전문직 포함): 일용계약 등에 따라 채용된 체육전문가

※ 출처: 각 지방자치단체별 내부자료(2024)

2024년 기준 기초자치단체의 체육행정 조직과 인력 현황은 〈표 1-12〉와 같다. 기초자치단체에서 근무하는 인력은 행정직 1,806명, 기술직 945명, 기능직 262명, 별정직 12명, 계약직 504명으로 총 3,529명이다.

〈표 7-4〉 기초자치단체 체육행정조직과 인력

구분	조직		인력					
			행정직	기술직[1]	기능직[2]	별정직[3]	계약직[4]	계
서울 (25)	종로구	관광체육과 (생활체육팀, 체육시설팀)	8	-	-	-	-	8
	중구	체육관광과 (생활체육팀, 체육시설팀)	9	-	-	-	-	9
	용산구	관광체육과 (생활체육팀, 체육시설팀)	9	-	-	-	-	9
	성동구	문화체육과(생활체육팀)	5	-	-	-	-	5
	광진구	체육진흥과 (체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	14	-	-	-	-	14
	동대문구	체육진흥과 (체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	12	-	-	-	-	12
	중랑구	체육진흥과 (체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	14	2	-	-	-	16
	성북구	문화체육과(생활체육팀)	6	-	-	-	-	6
	강북구	생활체육과(체육진흥팀)	5	-	-	-	-	5
	도봉구	문화체육과 (생활체육팀, 체육시설팀)	10	1	-	-	-	11
	노원구	체육도시과 (체육정책팀, 체육사업팀, 체육시설팀)	14	-	-	-	2	16
	은평구	생활체육과 (체육복지팀, 생활체육팀, 체육시설조성팀, 체육시설운영팀)	17	-	-	-	-	17
	서대문구	문화체육과 (생활체육팀, 문화체육시설팀)	11	-	-	-	-	11
	마포구	체육진흥과 (체육정책팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	13	1	-	-	-	14
	양천구	문화체육과 (문화체육시설팀, 생활체육팀)	8	1	-	-	-	9
	강서구	체육관광과(체육진흥팀)	4	-	-	-	1	5
	구로구	체육진흥과 (체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	14	1	1	-	-	16
	금천구	문화체육과 (생활체육팀, 체육시설팀)	8	-	-	-	-	8
	영등포구	문화체육과 (생활체육팀, 체육시설팀)	7	-	-	-	1	8
	동작구	체육정책과 (체육정책팀, 체육시설팀, 생활체육팀)	13	1	-	-	1	15
	관악구	문화관광체육과 (생활체육팀, 체육시설팀)	7	-	-	-	-	7

구분	조직		인력					
			행정직	기술직[1]	기능직[2]	별정직[3]	계약직[4]	계
	서초구	체육진흥과 (체육정책팀, 체육시설팀, 생활체육팀)	14	1	-	-	1	16
	강남구	생활체육과 (체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	13	-	-	-	-	13
	송파구	생활체육과 (체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	14	2	-	-	1	17
	강동구	생활체육과 (체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	13	-	-	-	2	15
	소계		262	10	1	0	9	282
부산 (16)	중구	총무국 총무과(구민소통계)	5	-	-	-	-	5
	서구	행정지원국 문화관광과 (체육진흥계)	4	-	-	-	-	4
	동구	문화체육관광국 체육녹지과 (체육진흥계)	6	-	-	-	-	6
	영도구	행정관리국 행정지원과(체육팀)	5	-	-	-	-	5
	부산진구	문화경제국 문화체육과 (체육시설계, 체육지원계)	8	-	-	-	-	8
	동래구	총무국 총무과(체육진흥계)	4	-	-	-	-	4
	남구	행정자치국 관광체육과 (체육지원팀)	5	-	-	-	2	7
	북구	문화교육국 교육체육과 (체육지원팀)	4	-	-	-	-	4
	해운대구	비전전략국 홍보협력과 (생활체육팀)	7	-	-	-	-	7
	사하구	자치행정국 체육홍보과 (체육지원계)	7	-	-	-	-	7
		자치행정국 체육홍보과 (시설운영계)	3	-	-	-	1	4
	금정구	행정지원국 총무과(구민지원팀)	6	-	-	-	-	6
	강서구	행정문화국 문화체육과 (체육진흥계)	5	-	-	-	-	5
	연제구	경제문화국 문화체육과 (체육지원계)	6	-	-	-	-	6
	수영구	행정문화국 행정지원과 (생활체육계)	5	-	-	-	-	5
	사상구	문화생활국 문화체육과 (체육진흥팀)	6	-	-	-	-	6
	기장군	문화환경국 문화체육과 (생활체육팀)	8	-	-	-	-	8
	소계		94	0	0	0	3	97
대구 (9)	중구	관광복지국 문화교육과(체육지원팀)	4	-	-	-	-	4
	동구	행정문화교육국 체육진흥과 (체육정책팀, 시설운영팀, 체육시설팀)	8	4	-	-	-	12
	서구	자치행정국 문화홍보과 (체육지원팀, 국민체육센터팀)	6	1	-	-	-	7

구분	조직		인력					
			행정직	기술직[1]	기능직[2]	별정직[3]	계약직[4]	계
	남구	인구정책국 평생교육과(여가체육팀)	4	-	-	-	-	7
		안전도시국 공원녹지과(공원시설팀)	-	3	-	-	-	
	북구	문화녹지국 체육진흥과 (체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	11	3	-	-	-	14
	수성구	문화교육국 체육진흥과 (체육지원팀, 체육시설운영팀, 체육시설팀)	10	5	-	-	-	15
	달서구	문화환경국 체육청소년과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	6	3	-	-	-	9
	달성군	문화관광국 체육진흥과 (체육진흥팀, 공공체육시설팀, 생활체육시설팀)	8	5	-	-	-	13
	군위군	문화관광과(체육진흥팀)	2	2	-	-	-	4
		시설사업소	2	1	-	-	-	3
	소계		61	27	0	0	0	88
인천 (10)	중구	홍보체육실(체육팀)	4	-	-	-	-	4
	동구	구출범준비국 홍보체육과(체육진흥팀)	4	-	-	-	-	4
	미추홀구	체육진흥과(체육행정팀, 생활체육팀)	7	2	-	-	-	9
	연수구	체육청소년과(체육진흥팀, 체육시설팀)	7	1	-	-	1	9
	남동구	체육진흥과 (체육행정팀, 체육지원팀, 체육시섵팀)	11	3	-	-	-	14
	부평구	체육진흥과 (체육정책팀, 체육지원팀, 체육시설팀)	8	3	-	-	-	11
	계양구	문화체육관광과 (체육진흥팀, 문화체육시설관리팀)	6	2	-	-	-	8
	서구	문화관광체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	5	4	-	-	-	9
	강화군	문화복지국 문화체육과 (체육진흥팀,문화체육시설팀)	4	2	-	-	-	6
	옹진군	관광문화진흥과(체육진흥팀)	2	1	-	-	-	3
	소계		58	18	0	0	1	77
광주 (5)	동구	청년체육과(체육진흥팀)	4	-	-	-	4	8
	서구	체육관광과(생활체육팀)	4	2	-	-	1	7
	남구	교육체육과(체육정책팀, 체육시설팀)	5	2	-	-	1	8
	북구	체육관광과(생활체육팀, 체육시설팀)	7	1	-	-	-	8
	광산구	체육진흥과 (체육지원팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	9	4	-	-	-	13
	소계		29	9	0	0	6	44
대전 (5)	동구	경제문화국 관광문화체육과(체육팀)	5	-	-	-	-	5
	중구	문화경제국 문화체육과(체육팀)	3	1	1	-	5	10
	서구	자치행정국 문화체육과 (체육팀, 문화체육시설팀)	7	1	-	-	-	8
	유성구	경제문화국 문화관광체육과 (건강체육팀)	4	1	-	-	-	5

구분	조직		인력					
			행정직	기술직[1]	기능직[2]	별정직[3]	계약직[4]	계
	대덕구	복지문화국 문화관광체육과 (생활체육팀, 체육시설팀)	5	1	-	-	1	7
	소계		24	4	1	0	6	35
울산 (5)	중구	교육지원과 (체육지원팀 및 체육시설팀)	6	-	-	-	-	6
		중구도시관리공단	3	3	4	-	-	10
	남구	문화체육과(체육지원계, 체육시설계)	4	2	-	-	-	6
		남구도시관리공단 (체육시설1팀, 체육시설2팀)	6	2	19	-	29	56
	동구	문화체육과(생활체육팀, 체육시설팀)	7	2	-	-	-	9
	북구	문화체육과(체육지원팀)	3	3	-	-	1	7
		북구 시설관리공단(시설관리팀)	13	4	-	-	8	25
	울주군	교육체육과(체육지원팀, 체육시설팀)	4	4	-	-	-	8
		울주군시설관리공단 (체육사업팀, 온산문화체육센터, 울주군국민체육센터, 울주종합체육센터)	2	16	23	-	44	85
	소계		48	36	46	0	82	212
경기 (31)	수원시	문화청년체육국 체육진흥과 (체육행정팀, 체육시설조성팀, 체육시설관리팀, 스포츠마케팅팀)	13	9	-	-	-	22
	고양시	교육문화국 체육정책과 (체육정책팀, 체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	13	7	-	-	-	20
	성남시	교육문화체육국 체육진흥과 (체육정책팀, 생활체육팀, 시설조성팀, 시설운영팀, 경기도생활체육대축전TF팀)	17	7	-	-	-	24
	용인시	교육문화체육관광국 체육진흥과 (체육정책팀, 체육시설팀, 체육시설운영팀, 스포츠마케팅팀)	14	5	-	-	-	19
	부천시	체육진흥과 (체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설1팀, 체육시설2팀)	10	8	-	-	-	18
	안산시	체육진흥과 (체육진흥팀, 체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	10	6	-	-	-	16
	남양주시	문화교육국 체육과 (체육정책팀, 생활체육팀, 체육시설조성팀, 체육시설관리팀)	11	7	-	-	-	18
	안양시	안전행정국 체육과 (체육지원팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	9	4	-	-	-	13
	화성시	체육진흥과 (체육진흥팀, 직장운동경기부팀, 생활체육팀, 체육시설건립팀, 체육시설운영팀, 전국체전추진팀)	17	6	-	-	2	25

구분	조직		인력					
			행정직	기술직[1]	기능직[2]	별정직[3]	계약직[4]	계
	평택시	문화국제국 체육진흥과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 체육시설운영팀)	12	7	-	-	6	25
		송탄출장소 지역경제과 (체육시설운영팀)	2	7	-	-	9	18
		안중출장소 지역경제과(문화체육팀)	1	5	-	-	10	16
	의정부시	체육과 (체육정책팀, 생활체육팀, 체육시설관리팀, 체육시설조성팀)	10	8	-	-	-	18
	시흥시	경제국 체육진흥과 (체육행정팀, 체육시설조성팀, 체육시설운영팀, 체육시설관리팀)	8	8	-	-	1	17
	파주시	문화교육국 체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 시설운영팀, 도민체전TF팀)	11	7	-	-	1	19
	김포시	교육문화국 체육과 (체육정책팀, 체육진흥팀, 체육시설팀)	10	5	-	-	-	15
	광명시	경제문화국 체육진흥과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 시민체육관팀)	7	7	-	-	-	14
	광주시	환경자치국 체육진흥과 (체육행정팀, 생활체육팀, 체육시설팀, 도종합체전TF팀)	10	8	-	-	-	18
	군포시	행정지원국 교육체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	6	1	-	-	-	7
	오산시	경제문화국 체육관광과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 관광팀)	11	4	-	-	3	18
	이천시	자치행정국 체육진흥과 (체육행정팀, 체육시설조성팀, 체육시설운영팀)	7	6	-	-	-	13
	양주시	복지문화국 교육체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 체육시설관리팀)	8	3	-	-	-	11
	안성시	복지교육국 체육평생학습과 (체육행정팀, 체육시설팀, 체육시설관리팀)	7	5	-	-	-	12
	구리시	복지문화국 평생학습과(체육진흥팀)	5	2	-	-	-	7
	포천시	문화복지국 문화체육과 (체육시설팀, 체육진흥팀)	3	3	-	-	1	7
	의왕시	체육청소년과 (체육지원팀, 체육청소년시설팀, 청소년지원팀)	10	3	-	-	-	13
	하남시	체육진흥과 (체육정책팀, 체육지원팀, 체육시설팀)	7	5	-	-	1	13
	여주시	문화복지국 관광체육과 (체육행정팀, 체육시설팀)	3	3	-	-	-	6

구분	조직		인력					
			행정직	기술직[1]	기능직[2]	별정직[3]	계약직[4]	계
	동두천시	경제문화국 문화체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 반다비체육센터팀)	5	4	-	-	1	10
	과천시	행정안전국 문화체육과 (체육팀, 체육공원팀)	3	3	-	-	-	6
	양평군	문화체육과(체육팀, 체육시설팀)	6	2	-	-	2	10
	가평군	경제산업국 문화체육과 (체육팀, 문화체육시설팀)	3	3	-	-	-	6
	연천군	문화관광국 문화체육과(체육진흥팀)	4	1	3	-	-	8
	소계		273	169	3	0	37	482
강원 (18)	춘천시	기획행정국 체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 체육시설관리팀, 체육지원팀)	11	6	-	-	-	17
	원주시	문화교통국 체육과 (체육정책팀, 체육지원팀, 마을체육팀, 트레킹도시팀)	14	6	-	-	-	20
		체육시설사업소 (동부체육시설팀, 남부체육시설팀, 문막체육시설팀, 드림체육관팀)	4	17	-	-	-	21
	강릉시	문화관광해양국 체육과 (체육행정팀, 체육시설팀, 스포츠마케팅팀)	10	2	-	-	-	12
		체육시설사업소(관리팀, 시설팀)	2	10	2	-	-	14
	동해시	체육교육과(체육진흥팀, 체육시설팀)	5	2	-	-	-	7
	태백시	스포츠과 (스포츠기획팀, 스포츠레저팀, 스포츠시설팀, 스포츠산업팀, 하이900TF팀)	15	6	-	-	1	22
	속초시	문화체육과 (시민건강진흥팀, 체육인프라조성팀, 체육시설관리팀)	5	3	-	-	-	8
	삼척시	자치행정국 체육과 (체육기획팀, 체육지원팀, 체육시설팀, 체육시설관리팀)	11	4	-	-	-	15
	홍천군	교육체육과(체육진흥팀, 체육시설팀)	4	4	-	-	-	8
	횡성군	교육체육과(체육육성팀)	5	-	-	-	-	5
		교육체육과(체육시설팀)	-	5	-	-	-	5
	영월군	문화관광체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	4	2	-	-	-	6
	평창군	올림픽체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 시설운영팀)	5	5	4	-	-	14
	정선군	문화관광과(체육진흥팀, 체육시설팀)	5	1	-	-	-	6
	철원군	문화체육과 (체육마케팅팀, 체육시설팀, 국민체육센터팀)	5	4	-	-	5	14

구분	조직		인력					
			행정직	기술직[1]	기능직[2]	별정직[3]	계약직[4]	계
	화천군	문화체육과 (체육팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설조성팀, 체육시설관리팀. 파크골프TF팀)	9	2	-	-	-	11
	양구군	경제건설국 경제체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	7	2	-	-	-	9
		스포츠재단 (총무팀, 마케팅팀, 시설관리팀)	5	2	-	-	-	7
	인제군	체육청소년과 (체육진흥팀, 스포츠마케팅팀)	6	2	-	-	-	8
	고성군	경제체육과(체육진흥팀, 체육시설팀)	5	2	-	-	-	7
	양양군	교육체육과(스포츠마케팅팀)	3	-	-	-	-	3
	소계		140	87	6	0	6	239
충북 (11)	청주시	문화체육관광국 체육교육과 (체육진흥팀, 생활체육팀, 교육지원팀) 문화체육관광국 체육시설과 (관리팀, 시설건립팀, 시설운영팀)	16	13	-	-	-	29
	충주시	문화체육관광국 체육진흥과 (체육진흥팀, 체육시설개발팀, 시설관리팀, 조정경기장관리팀, 종합운동장관리팀, 도민체전TF팀)	14	17	-	-	-	31
	제천시	문화복지국 체육진흥과 (체육지원팀, 시설조성팀, 스포츠마케팅팀)	8	4	-	-	-	12
		시설관리사업소 (체육시설1팀, 체육시설2팀)	7	6	-	-	12	25
	옥천군	체육사업소 (운영팀, 체육팀, 체육시설팀)	7	6	-	-	-	13
	증평군	행정복지국 체육진흥과 (체육진흥팀, 체육운영팀, 체육시설조성팀)	4	9	-	-	-	13
	괴산군	미래기획국 문화체육관광과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	4	5	-	-	-	9
	음성군	행정복지국 문화체육과(체육진흥팀)	3	-	-	-	-	3
		시설관리사업소 (관리팀, 시설팀, 운영팀)	11	12	-	-	-	23
	단양군	관광건설국 체육레저과(체육팀)	4	2	1	-	-	7
	진천군	문화복지국 체육진흥과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 국민체육센터팀)	5	10	-	-	-	15
	보은군	스포츠산업과 (스포츠운영팀, 체육팀, 전지훈련팀, 시설관리팀)	10	6	-	-	-	16
	영동군	체육시설사업소 (체육진흥팀, 체육시설팀, 시설관리팀)	10	3	-	-	-	13
	소계		103	93	1	0	12	209

구분	조직		인력					
			행정직	기술직[1]	기능직[2]	별정직[3]	계약직[4]	계
충남 (15)	천안시	문화체육국 체육진흥과 (체육행정팀, 생활체육팀, 스포츠산업팀, 체육시설팀)	13	3	-	-	-	16
	공주시	문화복지국 문화체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	5	4	-	-	-	9
	보령시	문화해양관광국 체육진흥과 (체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀, 체육시설관리팀, 해양스포츠제전TF팀)	10	12	-	-	6	28
	아산시	행정안전체육국 체육진흥과 (체육행정팀, 체육시설팀, 체육시설관리팀, 종합운동장팀)	15	7	2	-	-	24
	서산시	복지문화국 체육진흥과 (체육지원팀, 체육시설팀, 관리팀, 운영팀, 스포츠마케팅팀, 체전준비TF팀)	14	9	2	-	-	25
	논산시	문화환경국 체육진흥과 (체육정책팀, 체육시설조성팀, 체육시설운영팀, 체육센터운영팀)	6	17	-	-	-	23
	계룡시	문화체육관광실 (체육진흥팀, 체육시설팀)	3	2	-	-	-	5
	당진시	문화복지국 문화체육과 (체육정책팀, 문화체육지원팀, 도민체전TF팀)	9	6	-	-	1	16
	금산군	행정복지국 관광문화체육과(체육진흥팀)	2	2	2	-	-	6
	부여군	문화건설국 문화체육관광과(체육진흥팀)	4	1	1	-	-	6
	서천군	경제산업국 문화체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	6	4	-	-	3	13
	청양군	문화체육과(체육팀, 체육시설팀)	4	4	4	1	-	13
	홍성군	경제문화농업국 교육체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	4	2	-	-	-	6
	예산군	행정복지국 교육체육과 (체육지원팀, 체육시설팀)	4	10	-	-	-	14
	태안군	행정안전국 교육체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	4	5	7	-	15	31
	소계		103	88	18	1	25	235
전북 (14)	전주시	체육산업과 (스포츠산업팀, 체육진흥팀, 체육시설조성팀, 복합스포츠타운팀, 체육시설관리팀)	9	14	-	-	-	23
	군산시	체육진흥과 (체육진흥, 운영, 수영장관리, 시설, 국민체육센터, 장애인체육관, 스포츠마케팅)	9	11	-	3	4	27

구분	조직		인력					
			행정직	기술직[1]	기능직[2]	별정직[3]	계약직[4]	계
	익산시	경제관광국 체육진흥과 (체육진흥계, 시설조성계, 스포츠마케팅계, 시설관리계, 함열시설계)	11	11	-	-	-	22
	정읍시	체육진흥사업소 (체육진흥, 체육시설조성, 체육시설운영, 조경시설관리)	11	6	-	-	4	21
	남원시	문화관광교육국 교육체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	5	5	-	-	1	11
	김제시	새만금경제국 체육진흥과 (체육팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설관리팀)	9	5	-	-	-	14
	완주군	문화관광복지국 관광체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	5	4	-	-	-	9
	진안군	문화체육과(체육지원팀, 체육시설팀)	5	2	-	-	-	7
	무주군	시설체육운영과 (체육진흥팀, 체육시설팀) 태권문화과(태권도팀)	6	2	-	-	-	8
	장수군	문화체육과(체육진흥팀, 체육시설팀)	3	4	-	-	-	7
	임실군	행정문화국 문화체육과(체육진흥팀)	3	-	-	-	1	4
	순창군	순창군 체육진흥사업소 (체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	9	5	-	-	-	14
	고창군	체육청소년시설사업소 (스포츠마케팅팀, 체육시설조성팀, 체육시설운영팀, 청소년시설팀)	9	6	-	-	-	15
	부안군	문화체육시설사업소 (체육진흥팀, 체육시설팀)	4	5	-	-	-	9
	소계		98	80	0	3	10	191
전남 (22)	목포시	스포츠산업과 (스포츠정책, 스포츠산업, 생활체전TF, 스포츠시설)	11	5	-	-	1	17
	여수시	체육지원과 (체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀, 진남관리팀, 망마관리팀)	12	9	3	-	19	43
	순천시	체육산업과 (체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설조성팀)	10	3	-	-	-	13
		체육시설운영과 (시설운영팀, 체육시설1팀, 체육시설2팀)	8	8	3	-	13	32
	나주시	체육진흥과 (체육진흥팀, 체육시설관리팀, 스포츠마케팅팀, 레저활동지원팀)	10	4	10	-	4	28
	광양시	체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 체육시설운영팀, 성황스포츠센터팀, 광양스포츠센터팀)	7	12	-	-	15	34

구분	조직		인력					
			행정직	기술직[1]	기능직[2]	별정직[3]	계약직[4]	계
	담양군	문화체육과(스포츠산업팀) 공공시설사업소(체육시설팀)	2	3	2	8	10	25
	곡성군	문화체육과(스포츠산업팀)	3	1	1	-	-	5
	구례군	스포츠산업과 (체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 시설관리팀, 시설안전팀)	10	5	15	-	-	30
	고흥군	문화체육과 (체육진흥팀, 문화체육시설팀)	6	4	24	-	-	34
	보성군	시설관리사업소 (시설운영2팀, 체육정책팀)	3	4	13	-	-	20
	화순군	관광체육실(체육지원팀, 생활체육팀)	5	-	-	-	1	6
	장흥군	스포츠산업과 (스포츠정책팀, 스포츠시설팀, 스포츠마케팅팀, 스포츠운영관리팀)	8	4	12	-	9	33
	강진군	스포츠산업단(체육경영팀, 시설관리팀)	6	3	7	-	3	19
	해남군	스포츠사업단 (스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	6	3	-	-	27	36
	영암군	관광스포츠과 (스포츠마케팅팀, 스포츠시설팀)	6	4	10	-	19	39
	무안군	스포츠산업과 (운영관리팀, 체육진흥팀, 체육시설팀)	6	6	-	-	21	33
	함평군	문화체육과(체육진흥팀, 체육시설팀)	4	2	-	-	2	8
	영광군	스포츠산업단 (체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 생활체전TF팀, 체육시설팀, 위생팀)	8	5	7	-	-	20
	장성군	체육사업소 (체육정책, 시설운영, 시설관리, 전남체전TF)	10	7	-	-	20	37
	완도군	체육진흥과 (체육정책팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀, 체육시설운영팀)	8	3	4	-	-	15
	진도군	스포츠산업사업소 (스포츠정책팀, 스포츠시설팀, 스포츠마케팅팀)	4	6	-	-	-	10
	신안군	건강증진과(체육진흥팀, 체육시설팀)	1	3	1	-	1	6
	소계		154	104	112	8	165	543
경북 (22)	포항시	체육산업과 (체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설조성팀, 체육시설관리팀)	9	7	-	-	-	16
	경주시	문화관광국 체육진흥과 (체육정책팀, 체육지원팀, 체육시설1팀, 체육시설2팀)	13	6	-	-	-	19
	김천시	행정지원국 스포츠산업과 (스포츠지원팀, 스포츠마케팅팀, 스포츠시설팀, 도민체전TF팀)	12	7	1	-	-	20

구분	조직		인력					
			행정직	기술직[1]	기능직[2]	별정직[3]	계약직[4]	계
	안동시	관광문화국 체육진흥과 (체육진흥과, 스포츠마케팅팀, 체육시설조성팀, 체육시설관리팀)	6	9	-	-	2	17
	구미시	문화체육관광국 체육진흥과 (체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설1팀, 체육시설2팀)	10	8	-	-	-	18
		문화체육관광국 아시아육상추진단 (대회기획팀, 대회지원팀, 경기운영TF팀)	15	-	-	-	-	15
	영주시	문화복지국 체육진흥과 (체육지원팀, 체육시설팀, 시민운동장팀, 실내수영장팀)	5	13	-	-	-	18
	영천시	행정지원국 새마을체육과 (체육행정담당, 체육지원담당) 체육시설사업소(관광담당, 웰빙스포츠담당)	11	11	-	-	4	26
	상주시	행정복지국 새마을체육과 (새마을, 체육마케팅, 체육시설, 시민운동장, 국민체육센터)	12	7	-	-	5	24
	문경시	행정복지국 새마을체육과 (새마을팀, 체육지원팀, 체육시설팀, 국제대회TF팀)	13	6	-	-	1	20
	경산시	복지문화국 체육진흥과 (체육행정팀, 생활체육팀, 체육시설관리팀, 생활체육공원팀, 국민체육센터팀, 경산수영장팀)	10	12	-	-	90	112
	의성군	관광복지국 청년정책과(생활체육팀)	4	1	-	-	1	6
	청송군	문화경제과(체육진흥팀)	3	-	-	-	-	3
		종합시설관리사업소(체육시설팀)	3	-	-	-	-	3
	영양군	농림관광국 문화관광과(체육진흥팀)	3	1	-	-	-	4
	영덕군	시설체육사업소 (스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	6	2	-	-	1	9
	청도군	문화체육예술과(체육지원담당)	4	-	-	-	-	4
	고령군	가족행복과(체육팀)	3	1	-	-	-	4
	성주군	체육시설사업소 (체육진흥팀, 체육시설팀, 체육운영팀)	8	7	-	-	12	27
	칠곡군	새마을체육과 (체육지원팀, 체육시설팀, 시설운영팀)	4	5	1	-	7	17
	예천군	체육사업소 (체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 시설관리팀)	10	6	-	-	-	16
	봉화군	체육시설사업소 (체육진흥팀, 체육시설팀, 시설물관리팀)	8	3	10	-	15	36

구분	조직		인력					
			행정직	기술직[1]	기능직[2]	별정직[3]	계약직[4]	계
	울진군	체육진흥사업소 (체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	12	3	-	-	-	15
	울릉군	관광문화체육실(체육진흥팀)	3	-	-	-	-	3
	소계		187	115	12	0	138	452
경남 (18)	창원시	체육진흥과 (체육지원팀, 생활체육팀, 스포츠마케팅팀, 파크골프장관리TF)	15	2	-	-	-	17
	진주시	문화관광체육국 체육진흥과 (체육행정팀, 체육진흥팀, 체육시설운영팀, 체육시설관리팀, 도민체전TF팀)	16	8	-	-	-	24
	통영시	행정국 체육지원과 (체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀, 생활체육팀)	12	1	3	-	-	16
	사천시	관광해양국 체육진흥과 (체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	8	4	-	-	-	12
	김해시	교육체육국 체육지원과 (체육지원팀, 생활체육팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	14	6	-	-	-	20
	밀양시	행정국 체육진흥과 (생활체육담당, 스포츠마케팅담당, 체육시설담당, 체육대회추진TF팀)	14	3	-	-	-	17
	거제시	문화관광국 체육지원과 (체육지원팀, 체육시설팀, 스포츠마케팅팀, 전국체전유치TF팀)	8	5	-	-	-	13
	양산시	문화관광체육국 체육지원과 (체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설조정팀, 체육시설관리팀)	8	8	-	-	-	16
	의령군	경제문화국 문화관광과 (체육지원팀, 관광체육시설팀)	3	4	-	-	-	7
	함안군	행정국 문화공보체육과 (체육진흥담당, 체육시설담당)	5	1	-	-	-	6
	창녕군	관광환경국 관광체육과 (체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 관광체육시설팀, 도민체전TF팀)	8	4	-	-	1	13
	고성군	문화환경국 스포츠산업과 (체육행정, 스포츠마케팅, 체육시설, 해양레포츠)	7	8	-	-	-	15
	남해군	관광경제국 문화체육과 (체육행정팀, 체육시설팀, 스포츠마케팅팀)	7	5	-	-	-	12
	하동군	문화체육과 (체육정책, 체육기반, 체육시설)	3	7	1	-	-	11

구분	조직		인력					
			행정직	기술직[1]	기능직[2]	별정직[3]	계약직[4]	계
	산청군	항노화관광국 문화체육과 (체육행정담당, 체육시설담당)	4	2	-	-	-	6
	함양군	행정국 체육청소년과 (체육진흥담당, 체육시설담당, 스포츠마케팅담당)	7	3	-	-	-	10
	거창군	체육시설사업소 (체육진흥담당, 체육시설담당, 국민체육센터담당, 스포츠마케팅담당)	8	4	-	-	-	12
	합천군	경제문화국 체육지원과 (체육진흥, 체육시설, 스포츠마케팅)	9	3	-	-	3	15
	소계		156	78	4	0	4	242
제주 (2)	제주시	체육진흥과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 체육 관리팀, 제주국민체육센터, 애월국민체육센터)	7	13	29	-	-	49
	서귀포시	체육진흥과 (체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 경기장관리팀, 경기장시설팀, 전국체전준비지원TF팀)	9	14	29	-	-	52
	소계		16	27	58	0	0	101
총계			1,806	945	262	12	504	3,529

1. 기술직: 전기·토목·건축·기계
2. 기능직: 사무보조요원 등
3. 별정직: 공무원분류상 별정직으로 채용된 체육지도사
4. 계약직(전문직 포함): 일용계약 등에 따라 채용된 체육전문가

※ 출처: 각 기초자치단체별 내부자료(2024)

2 유관 기관

1) 서울올림픽기념 국민체육진흥공단

(1) 설립배경 및 목적

서울올림픽기념국민체육진흥공단(이하 '국민체육진흥공단')은 국민체육을 진흥하고, 스포츠 경기수준 향상 및 청소년 육성 및 관련 사업을 지원하며, 서울올림픽대회 기념 사업을 수행하고자 '기금'을 조성, 운영 및 관리하는 조직이다. 국민체육진흥공단은 1988년 제24회 서울하계올림픽대회를 기념하고 올림픽 정신과 성과를 보존 및 발전시켜 국민 모두가 혜택을 향유하도록 하고자 「국민체육진흥법」 제36조에 근거하여 1989년 4월 20일에 설립되었다.

(2) 연혁

국민체육진흥공단의 주요 연혁은 〈표 7-5〉와 같다. 1989년 4월 20일에 설립된 국민체육진흥공단은 국민체육 진흥을 위한 다양한 사업을 진행하고 있다.

〈표 7-5〉 국민체육진흥공단 연혁

구분	내용
1972.09.	국민체육진흥재단 설립 - 국민체육진흥기금에 관한 법률 제정('72.8 / 법률 제2336호) - 국민체육진흥기금에 관한 법률 전문 개정('83.1) → 국민체육진흥법으로 개정
1989.04.	서울올림픽기념국민체육진흥공단 설립 - 국민체육진흥법 개정('89.3 / 법률 제4105호) → 국민체육진흥재단을 공단으로 확대 개편
1990.07.	한국체육산업개발(주) 설립
1990.09.	올림픽파크텔 개관
1993.12.	㈜한국스포츠TV 설립
1994.10.	경륜 사업 개시
1997.01.	국민체육센터 건립 지원 사업 개시
1999.01.	체육과학연구원(현 한국스포츠과학원) 통합
2001.05.	서울국제올림픽박람회(SPOEX) 개최
2001.09.	서울올림픽기념관 이전 개관
2001.10.	체육진흥투표권사업 개시
2002.06.	경정 사업 개시(미사리 경정장 개장)
2002.11.	경륜훈련원(경북 영주) 개원
2003.07.	경륜·경정 클리닉(현 희망길벗) 개원
2003.09.	올림픽홀 개관
2004.04.	체육복권, 로또복권에 통합
2004.09.	SOMA미술관 개관

구분	내용
2005.10.	경정 국제등급 등록(등급: Hydro Sprint)
2006.01.	장애인체육복지사업 이관
2006.02.	광명경륜장(스피돔) 개장 및 이전(잠실→광명)
2007.04.	기금관리형 공공기관 지정(공공기관의 운영에 관한 법률 제4조)
2007.09.	Tour de Korea 개시
2009.01.	개방형 다목적 학교체육관 건립 지원 사업 개시
2009.03.	스포츠강좌이용권사업 개시
2010.06.	선수촌스포츠센터 매각
2011.04.	경정훈련원(영종도) 개원
2011.10.	올림픽공원 핸드볼전용경기장 개장
2011.12.	체육과학연구원, 유네스코 석좌기관 선정
2012.02.	국민체력100 사업 개시
2012.12.	스포츠용품시험검사소 이전(경기 용인)
2013.09.	체육진흥투표권사업, 세계복권협회 건전성 평가 최고등급 획득(Level-4)
2014.01.	대한민국 체육유공자 보상제도 개시
2014.09.	국민체력100 대표센터(올림픽공원 내) 개소
2015.01.	체육지도자 자격제도 전면 개편
2015.11.	체육시설 안전관리 업무 개시
2016.01.	체육인재육성재단 통합
2017.07.	체육인진로지원통합센터 개소
2018.07.	올림픽공원 KSPO DOME 재개관
2018.11.	임시청사(올림픽문화센터) 이전
2021.02.	스포츠산업종합지원센터 개관
2021.08.	경륜·경정 사업 온라인 발매 시행
2022.10.	서울올림픽레거시포럼 개최
2022.12.	체육인복지 전담기관 지정(문화체육관광부)
2023.11.	스포츠가치센터 개관(경남 진주) 체육기관 통합청사(올림픽회관) 재개관 및 이전

※ 출처: 국민체육진흥공단(2025). 2025 국민체육진흥공단 종합업무현황

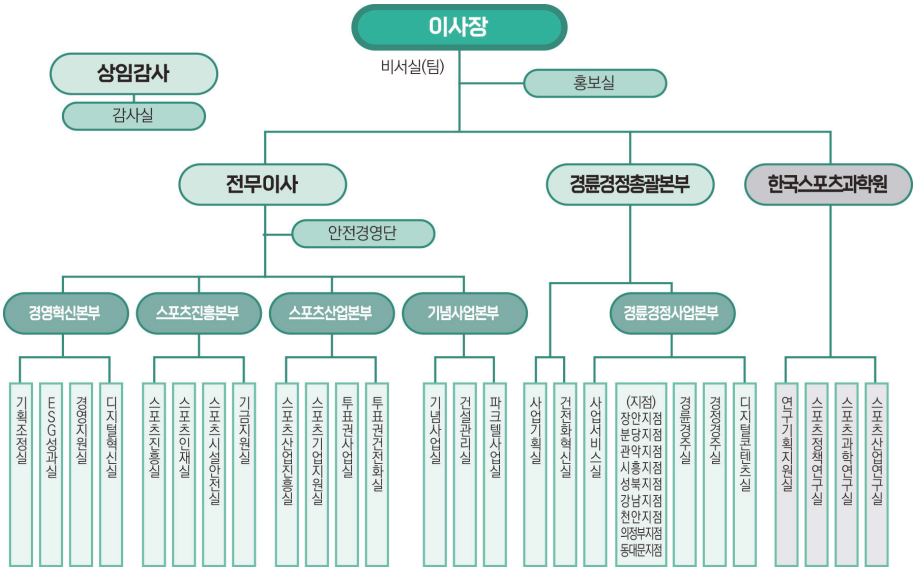
국민체육진흥공단은 올림픽 경기시설 및 공원을 효율적으로 관리하고자 1990년 7월 한국체육산업개발(주)을 설립하였고, 이후 국제 청소년 교류와 청소년 문화 창달에 기여하고 국제선수단 숙소를 제공하기 위해 같은 해 9월 올림픽유스호스텔과 올림픽기념관도 개관, 1993년 12월에는 (주)한국스포츠TV를 설립했다. 1994년 10월에는 안정적인 체육 진흥 재원 조성을 위해 '잠실경륜장'을 개장하였고, 1999년 1월에는 체육과학연구원(現 한국스포츠과학원)을 통합하여 부설기관으로 하였다. 그러다가 2000년 1월 경영 효율화를 위해 (주)한국스포츠TV를 매각하고 2001년 10월에는 체육진흥투표권사업을 개시한다. 또한 2002년 6월에는 미사리에 경정장을 개장한 후, 2003년 9월 올림픽홀과 2004년 9월 소마미술관도 개관하였다. 2006년 2월에는 경륜장을 광명돔경륜장으로 이전하였으며, 2008년 11월에는 조직 효율화 차원에서

'경륜운영본부'와 '경정운영본부'를 '경륜·경정사업본부'로 통합하였다. 2009년 5월에는 뮤지컬 전용극장인 우리금융아트홀을 개관하였고, 2012년 7월 체육과학연구원이 유네스코 석좌기관으로 선정되었으며, 2013년 9월 체육진흥투표권사업이 세계복권협회 건전성 평가에서 최고 등급을 획득하기도 하였다. 2014년에는 올림픽공원 국민체력100 대표센터를 개소하였고, 2016년에는 체육인재육성재단을 통합하였다. 2017년에는 체육인진로지원통합센터를 개소하였다. 또한 2021년 2월에는 스포츠산업 전반을 실질적으로 지원하기 위한 '스포츠산업종합지원센터'를 설립하였다. 2022년에는 서울올림픽레거시포럼 개최를 통해 IOC 공식 후원을 의미하는 'Olympic Designation Label'을 획득하고 올림픽레거시 관리 주체 공동선언문을 발표하였으며, 국내 스포츠레거시 관련 MOU를 체결하였다. 같은 해 12월에는 체육인 복지 전담기관으로 지정되었다. 2023년에는 스포츠가치센터를 경남 진주에 개관하였고 체육기관 통합청사 재개관 및 이전을 실시하였다.

(3) 조직 및 인력

국민체육진흥공단의 조직은 〈그림 7-2〉와 같다. 이사장 직속으로 홍보실을 두고 있으며, 전무이사 산하의 안전경영단과 4개 본부, 경륜경정총괄본부 산하의 1개 본부, 연구 전문기관인 한국스포츠과학원을 운영하고 있다.

〈그림 7-2〉 국민체육진흥공단 조직도



※ 출처: 국민체육진흥공단(2024)

전무이사가 총괄하는 4개의 본부는 경영혁신본부, 스포츠진흥본부, 스포츠산업본부, 기념사업본부로 구성되며 총 15개 실이 있다. 경륜경정총괄본부는 1개의 경륜경정사업본부 산하에 총 5개의 실과 사업기획실, 건전화혁신실 2개가 운영되고 있다. 한편, 한국스포츠과학원은 연구기획지원실, 스포츠정책연구실, 스포츠과학연구실, 스포츠산업연구실로 구성되며 총 4개의 실이 있다. 인력 현황은 〈표 1-29〉와 같으며, 현원 기준으로 본부 509명, 경륜경정총괄본부 262명, 그리고 한국스포츠과학원 73명 등 총 844명이다.

〈표 7-6〉 국민체육진흥공단 인력 현황

(단위: 명)

구분	정원(현원)				
	계	임원	본부장/원장	일반직	연구직
본부	470(509)	3(2)	0(0)	467(507)	0(0)
경주사업총괄본부	279(262)	0(0)	0(0)	279(262)	0(0)
한국스포츠정책과학원	67(73)	0(0)	1(1)	22(27)	44(45)
합 계	816(844)	3(2)	1(1)	768(796)	44(45)

※ 주: ( )는 현원이며, 본부 현원에는 신입사원, 휴직 등 부서 미배치자 포함

※ 출처: 국민체육진흥공단 내부자료(2024)

(4) 자산현황

국민체육진흥공단은 국민체육진흥법 제36조에 따라 체육시설의 설치·관리 및 이에 따른 부동산의 취득·임대 등의 운영사업을 수행하는데, 주요 유형자산 현황은 〈표 7-7〉과 같다.

〈표 7-7〉 국민체육진흥공단 유형자산

구분		내역	면적(m^2)	내 용
토지	법인	올림픽공원	770,076	
	법인	스포츠센터(분당·일산)	7,598	분당: 3,880㎡(공단 자산대장 기준), 4,535㎡(실제 토지대장 기준), 표의 수치는 자산대장 기준 - 사유(분양)
	기금	광명돔경기장	144,050	
	기금	경륜훈련원	382,869	경륜훈련원 전체 토지면적 기존(383,534㎡)에서 영주시의 도로확장에 따른 토지편입으로 공단토지 26-1에서 665㎡만큼 감소
	기금	KSPO스포츠가치센터	48,138	
	소계		1,352,731	
건물	법인	올림픽회관	47,272	올림픽회관 증축 개관('23.12.16.), 체육박물관 공사 미완료에 따른 임시사용 승인면적 기념관(6,998.07㎡) 제외
	법인	올림픽파크텔	25,140	
	법인	공원내 경기장	115,269	올림픽수영장(25,180㎡), 체조경기장(30,548㎡), 펜싱경기장(19,272㎡-핸드볼경기장 리모델링 반영), 역도경기장 (12,710㎡), 테니스경기장(9,064㎡)), 벨로드롬(10,672㎡-관중석 5,258㎡ 제외), 경륜고객홀(2,900㎡), 실내테니스장 (4,923㎡) 합
	법인	올림픽문화센터	10,116	'12년 태권도상설공연장(2,647.57㎡) 리모델링 부분 포함
	법인	스포츠센터(분당·일산)	52,718	분당 스포츠센터의 분양면적(2,893.80㎡) 제외, 실제 토지대장 기준시 55,611.84㎡
	법인	기타 근린생활 시설 등	25,759	평화의 문(989㎡), 평화의광장 편의점(7,624㎡), 중앙통금실(3,158㎡), 온실(167㎡), 공중화장실(324㎡), 조정호(12,513㎡) 합산
	법인	미술관(증설)	3,026	
	기금	미술관	10,191	
	기금	광명돔경륜장	76,452	
	기금	올림픽홀	16,884	지하주차장(5,055㎡) 및 뮤즈라이브 리모델링 부분 포함
	기금	경륜훈련원	18,589	
	기금	경정훈련원	13,775	
	소계		415,191	
합계			1,767,922	

※ 출처: 국민체육진흥공단(2025). 2025 국민체육진흥공단 종합업무현황.

(5) 예산

국민체육진흥공단의 예산은 기금회계와 법인회계로 구분된다. 기금회계는 본부 기금관리부서, 한국스포츠과학원, 기금지원·투자·융자금, 기금여유자금 등이며, 법인회계는 본부, 유스호스텔, 경륜, 경정, 투표권, 보조금 등으로 구성되고, 법인회계는 기금운용계획과 별도로 운영된다. 구체적인 예산 현황은 다음의 〈표 7-8〉과 같다.

〈표 7-8〉 국민체육진흥공단 법인회계 예산

(단위: 백만 원)

구분	수입		지출	
	사업	금액	사업	금액
본부	일반관리	2,506	일반관리	45,974
	올림픽공원	45,361	올림픽공원	48,430
	스포츠센터	12,116	스포츠센터	13,954
	스포츠산업*	567	건설관리	11,128
	올림픽유스호스텔	14,316	스포츠산업*	1,403
	전입금	60,234	유스호스텔	9,027
			사내근로복지기금	5
			예비비	754
			차입금상환	4,425
	소계	135,100	소계	135,100
경륜	경륜수득금	164,773	본장운영	115,736
	교차투표·온라인 수수료	11,604	지점운영	45,951
	운영자금 이자수입	4,281	경륜훈련원	4,100
	입장료	3,145	경륜예비비	877
	지점 직영매점 상품판매 수입	3,662	사업준비금	15,104
	경정지점 공동활용	9,442	사감위분담금	1,169
	기타수입	7,737	법정배분금	12,098
			공단전출금	2,809
			차입금상환	6,800
	소계	204,644	소계	204,644
경정	경정수득금	81,055	본장운영	51,114
	운영자금 이자수입	2,393	지점운영	15,813
	입장료	1,618	경정훈련원	4,559

	조정호 수입	1,773	경정예비비	430
	기타수입	942	사업준비금	7,430
		사감위분담금	579	
	법정배분금		4,556	
			차입금상환	3,300
	소계	87,781	소계	87,781
투표권	투표권수입	2,362,763	투표권위탁비	387,555
	시효만료 환급 및 환불금	12,521	투표권 운영	12,661
	운영자금 이자수입	29,188	스포츠단 운영	5,746
			투표권 예비비	117
			사감위분담금	-
			법정배분금	1,998,393
	소계	2,404,472	소계	2,404,472
보조금	보조 사업	134,224	보조 사업	134,224
	소계	134,224	소계	134,224
합계		2,996,221	합계	2,996,221

※ '25년 본부 '스포츠산업' 예산 체육진흥투표권 자회사 출자금 30,000백만 원 포함

※ 출처: 2025 국민체육진흥공단 종합업무현황(2025)

2024년도 법인회계 규모는 총 2조 9,662억 2,100만 원으로서, 본부 1,351억 원, 경륜 2,046억 4,400만 원, 경정 877억 8,100만 원, 투표권 2조 4,044억 7,200만 원, 보조금 1,342억 2,400만 원이다. 이와 함께, 2024년도 국민체육진흥공단 기금회계 예산 규모는 3조 3,484억 2,000만 원으로 전년 3조 1,651억 7,100만 원에 비해 1,832억 4,900만 원(5.8%) 증가하였으며, 자세한 내용은 〈표 7-9〉와 같다. 공단의 수입에서 가장 큰 비중을 차지하는 것은 '법인회계전입금'으로서 경륜, 경정, 투표권 수입 1조 9,587억 1,300만 원이 전체 수입의 58.5%를 차지한다. 총지출 역시 수입과 동일하며, 이 중 가장 많은 재정이 지출된 분야는 '보조금(기금 지원)'으로 1조 3,764억 2,900만 원(41.1%)이 생활체육 육성, 전문체육 육성, 스포츠산업 육성, 국제 스포츠 역량 강화, 장애인체육 육성 등에 사용되었다.

〈표 7-9〉 국민체육진흥공단 기금회계 예산

(단위: 백만 원)

수입	금액	지출	금액
○ 이자수입	27,574	○ 기금관리비	16,633
- 기금조성융자 이자	4,579	- 인건비	15,709
- 스포츠산업융자 이자	10,955	- 기타경비	924
- 예탁금이자	12,040	○ 사업운영비	15,452
○ 부가금수입	391	- 투자사업 운영	4,340
○ 투자사업수입 등	169,377	- 한국스포츠정책과학원 운영	3,848
- 미술관 운영	406	- 생활체육 인프라 운영	7,264
- 올림픽홀 및 태권도상설공연장	4,060	○ 보조금(기금 지원)	1,376,429
- 경륜훈련원 사용료	-	- 생활체육 육성	558,362
- 경륜돔경기장 사용료	-	- 전문체육 육성	437,585
- 경정훈련원 사용료	-	- 스포츠산업 육성	147,833
- 생활체육 인프라(골프장) 운영	21,570	- 국제 스포츠 역량 강화	121,993
- 과학원 운영 수입	895	- 장애인체육 육성	110,656
- 스포츠용품 시험수수료	245	○ 스포츠산업 융자	157,880
스포츠가치센터 운영 수입	-		
- 기금 정산수입	142,201		
○ 법인회계전입금	1,958,713	○ 기금조성투자	31,909
- 경 륜	10,839	- 올림픽스포츠콤플렉스 조성 (스포츠가치센터)	344
- 경 정	5,410	- 스포츠산업 금융 지원 (스포츠산업 펀드)	30,000
- 투표권	1,942,464	- 스포츠산업 활성화 지원 (스포츠산업종합지원센터)	1,565
○ 스포츠산업 융자	96,860	○ 공공자금관리기금 예탁	600,000
○ 공자금회수	600,000	○ 기금간거래(문예진흥기금전출금)	100,000
○ 공자금이자	33,551	○ 기금간거래(복권기금반환금)	14,689
○ 복권기금 전입금	91,954	○ 기금간거래(영화발전기금전출금)	30,000
○ 여유자금회수	370,000	○ 여유자금 운용	1,005,428
합계	3,348,420	합계	3,348,420

※ 출처: 국민체육진흥공단(2025). 2025 국민체육진흥공단 종합업무현황

2) 한국도핑방지위원회

(1) 설립배경 및 목적

스포츠계 도핑 관련 문제가 심각해지고 이를 방지하기 위한 세계적 추세에 따라, 국내에도 전문도핑 방지기관 설립의 필요성이 높아지면서 2006년 11월 13일 한국도핑방지위원회가 설립되었다. 이 조직은 도핑방지 교육에서, 홍보, 정보수집 및 연구, 도핑검사 계획 수립 및 집행, 도핑검사 결과관리와 그 결과에 따른 제재, 도핑방지를 위한 국내외 교류를 주로 수행한다. 뿐만 아니라 치료목적으로 사용되는 약물이나 방법의 예외적 사용에 대한 허용기준 수립과 시행, 그밖에 도핑방지를 위하여 필요한 사업과 활동을 수행하며 2007년 2월 5일 UNESCO 반도핑국제협약을 비준·수용하였다.

(2) 연혁

한국도핑방지위원회는 문화체육관광부 설립허가를 받아 2006년 11월 13일 재단법인으로 출범하였다. 설립 후 2007년 3월 8일 국가도핑방지기구로 가입, 4월 27일 세계도핑방지규약을 수용하였다. 같은 해 6월 22일 「국민체육진흥법」 제35조에 근거하여 법정법인으로 한국도핑방지위원회가 등록되었으며 12월 19일에 한국도핑방지규정이 제정되었다. 이어 2009년 9월 28일에는 ISO 9001:2008 품질경영시스템 인증을 획득하였다. 또한 2013년 11월 5일, 세계도핑방지기구 아시아지역 이사국으로 진출하였고(2014~2016년), 2014년 6월 2일 제11차 아시아 정부 간 회의도 개최하였다. 2016년 11월 2일에는 2017년부터 2019년까지 세계도핑방지기구 아시아지역 이사국에 재선출되었으며, 2019년 진행된 선거에서도 2022년까지 이사직을 수행할 수 있도록 3회 연속 선출되어 일본, 중국, 사우디아라비아와 함께 아시아 이사국으로 세계 도핑방지업무를 위한 주요 의사결정에 참여하였다. 2023년에는 김금평 KADA 사무총장이 세계도핑방지기구 자문단 의장에 당선되어 2023년부터 2025년까지 3년간 당연직 이사로 활동하게 되었다.

(3) 조직 및 인력

한국도핑방지위원회 인력 현황은 〈표 7-10〉과 같다. 현재 인력 정원은 50명이며, 현원은 45명으로 임원 1명, 3급 6명, 4급 9명, 5급 13명, 6급 16명이다.

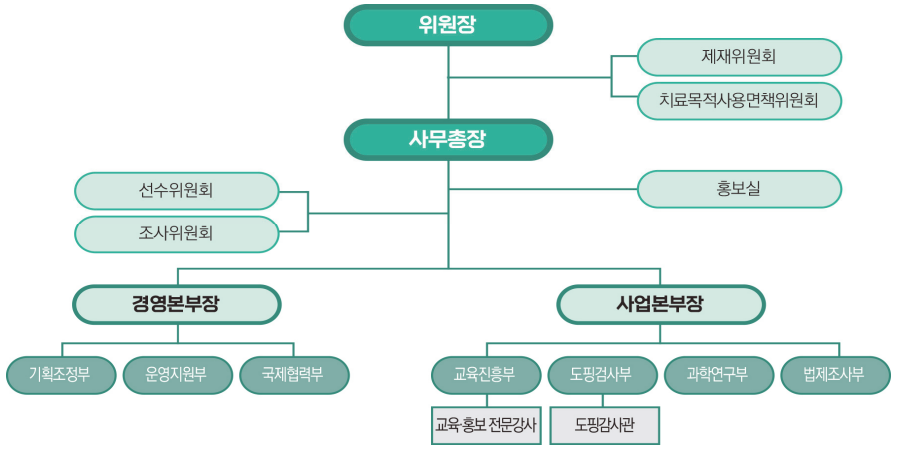
〈표 7-10〉 한국도핑방지위원회 인력 현황(2024)

구분	합계	임원	1급	2급	3급	4급	5급	6급
정원	50	1	1	2	7	9	12	18
현원	45	1	0	0	6	9	13	16

※ 출처: 한국도핑방지위원회 내부자료(2024)

한국도핑방지위원회 조직은 위원장과 제재위원회와 치료목적사용면책위원회가 독립적으로 운영되고 사무총장 소속으로 선수위원회, 조사위원회, 홍보실이 소속되어 있다. 사무국은 2본부 7부로 구성된다. 이 중 경영본부 안에는 기획조정부, 운영지원부, 국제협력부가 소속되어 있으며, 도핑방지활동 지원 사업계획 및 예산을 수립하고 법제 연구와 국제 협력을 위한 지원 업무를 관장한다. 사업본부 소속의 교육진흥부, 도핑검사부, 과학연구부, 법제조사부는 도핑방지 대면 교육 및 온라인 교육 운영, 교육인력 역량 강화, 도핑검사 계획 수립 및 집행, 도핑검사관 양성 및 관리, 도핑 제보에 대한 조사·정보활동, 조사위원회 운영, APMU 업무, TUE 및 금지약물 서비스 업무, 결과관리 등의 업무를 담당한다. 상세한 조직도는 〈그림 7-3〉과 같다.

〈그림 7-3〉 한국도핑방지위원회 조직도



※ 출처: 한국도핑방지위원회(2024)

(4) 주요사업

한국도방지위원회의 주요 사업은 크게 세 가지이다. 첫째, 공정하고 객관적인 도핑검사 및 결과관리를 위한 아마추어 및 프로스포츠 도핑검사 실시다. 이를 위한 세부 사업으로 도핑검사관(DCO: Doping Control Officer /BCO: Blood Collection Officer)의 효율적 운영 및 관리, 도핑위반 결과 관리 등을 수행한다. 둘째, 도핑 사전예방을 위한 교육 및 홍보 활동으로 대면교육 추진, 온라인 도핑방지교육 콘텐츠 강화, 도핑방지 홍보 활동 활성화 등이다. 셋째, 국제역량강화 및 교류협력을 위한 세계도핑방지기구 이사국으로서의 활동이다. 대표적으로 아시아와 오세아니아 지역 도핑방지 국제세미나 개최다. 더불어 국제기구와의 도핑방지활동 정보 공유 및 협력 강화, 국제대회 및 국제기구에 인력 파견도 병행하는데, 이는 전문기관으로서의 입지를 강화하기 위한 전략 차원에서 이루어지고 있다. 한국도핑방지위원회가 추진하고 있는 핵심 목표와 전략과제는 〈표 7-12〉와 같다.

〈표 7-11〉 한국도핑방지위원회 사업 추진 전략목표 및 전략과제

3대 전략방향	12개 전략과제	
국내외 도핑예방 교육·홍보 확대	1. 스포츠 생애주기에 따른 교육체계 고도화	7. 공정하고 합리적인 도핑 체계 관리
	2. 국민과 함께하는 참여·공감형 도핑예방 홍보 강화	8. 근거 기반 의과학 기능 개선 및 연구 기능 강화
공정하고 전문적인 도핑관리 고도화	3. 스포츠 가치 확산 중심 도핑방지 환경 조성	9. 조직문화 및 업무효율화
	4. 국제기구 간 협력 강화	10. 인적 자원 전문 역량 강화
지속 가능한 경영혁신체계 구축	5. 과학적 정보 기반 전략적 도핑관리	11. 성과중심의 경영효율성 제고
	6. 선수 중심 도핑검사 환경 구축	12. 윤리·인권경영을 통한 사회적 책임 확대

※ 출처: 한국도핑방지위원회 홈페이지(2024)

이와 함께, 한국도핑방지위원회는 2011년부터 세계도핑방지위원회(WADA) 및 국제경기연맹(IFs) 등 관계기관과 도핑검사 위탁 대행 양해각서(MOU) 체결해 왔다. 최초의 MOU 체결 기구는 국제레슬링연맹(FILA)이며, 이를 시작으로 2023년까지 총 78회 기구와 양해각서를 체결하였다. 2023년 MOU 체결 현황은 〈표 7-13〉과 같다.

〈표 7-12〉 한국도핑방지위원회 MOU 체결 현황(2024)

연번	체결일자	MOU 체결 기구
1	2024.08.13.	라오스 도핑방지기구(Lao-NADO)
2	2024.09.01.	미얀마 도핑방지기구(MADO)
3	2024.09.01.	요르단 도핑방지기구
4	2024.09.07.	한국마사회
5	2024.10.25.	WADA 및 부산시

※ 출처: 한국도핑방지위원회 내부자료(2024)

(5) 재정현황

한국도핑방지위원회의 최근 5년간 예산 현황은 〈표 7-13〉과 같다. 2024년 총 예산은 94억 6,400만 원이며, 이는 모두 국민체육진흥기금으로 구성된다. 한국도핑방지위원회의 재정은 2020년부터 2024년까지 지속적으로 증가하고 있다.

〈표 7-13〉 한국도핑방지위원회 재정 현황(2020~2024)

(단위: 백만 원)

연도	계(A)	재원별			자체수입비중 (B/A)×100(%)
		국고	기금	자체수입(B)	
2020	7,361	-	6,676	-	-
2021	8,757	-	8,076	-	-
2022	8,932	-	8,251	-	-
2023	9,351	-	8,571	-	-
2024	9,464	-	9,464	-	-

※ 출처: 한국도핑방지위원회 내부자료(2024)

3) 태권도진흥재단

(1) 설립배경 및 목적

태권도진흥재단은 태권도 진흥이 사회통합 및 민족 정체성 확립 등 국가 발전의 주요 동력임을 인식한 정부에 의해 2005년 7월 1일에 설립되었다. 태권도진흥재단의 주요 목적은 태권도원 조성과 관리운영 및 태권도 진흥사업 추진, 태권도 주제의 스포츠산업 및 관광산업 진흥을 포함한 태권도를 전 세계에 지속적으로 확산시키는 사업을 운영함으로써 태권도의 발전 및 국제적 위상을 제고하는 것이다.

(2) 연혁

태권도진흥재단의 연혁은 다음의 〈표 7-14〉와 같다.

〈표 7-14〉 태권도진흥재단 인력 현황

2005.07.	• 재단법인 태권도진흥재단 설립 허가(문화관광부)
2007.12.	• 「태권도 진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률」제정
2008.06.	• 상기 태권도법에 의한 법정법인화
2009.08.	• 태권도공원 조성 기본계획 승인(문화체육관광부)
2009.09.	• 태권도공원 기공식
2010.01	• 공공기관 지정(기획재정부 고시 제2010-3호)
2012.02.	• 명칭변경(태권도공원 ⇒ 태권도원)
2013.08.	• 태권도원 준공
2014.04.	• 태권도원 개원(2014.9월, 개원식)
2020. 12	• 태권도원 상징지구 완공

※ 출처: 태권도진흥재단 내부자료(2024)

2007년 12월 「태권도진흥및태권도공원등에관한법률」의 제정에 따라 2008년 6월에 동 법 제20조에 근거한 법정법인으로 전환되었다. 2009년 9월에는 문화체육부장관으로부터 태권도원 조성을 위한 기본계획을 승인받아 태권도원 기공식을 하였으며, 2010년에 공공기관으로 지정되었다. 태권도원은 2014년 4월 개원하였으며, 2020년 12월 태권도원 상징지구를 완공하였다.

(3) 조직 및 인력

태권도진흥재단의 인력 현황과 조직은 〈표 7-15〉 및 〈그림 7-4〉와 같다. 태권도진흥재단은 2본부 2실 7부 1관의 조직 내에 총 81명 정원의 인력을 운영하고 있다.

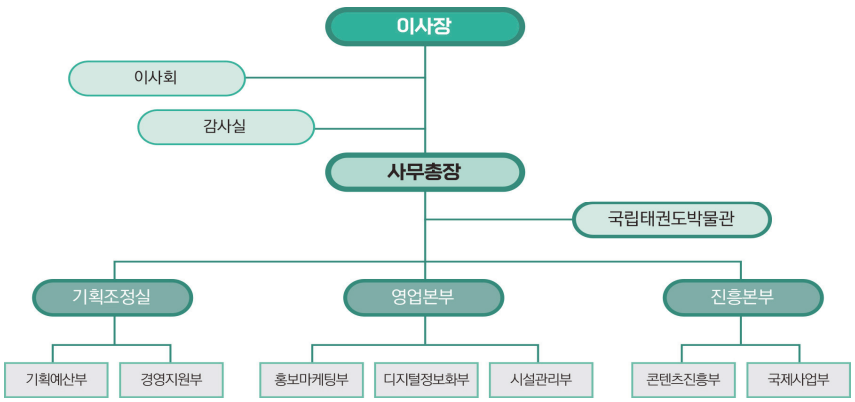
〈표 7-15〉 태권도진흥재단 연혁

구분	합계	임원	1급	2급	3급	4급	5급	6~7급	무기계약직
정원	87	1	2	6	7	9	12	21	29
현원	81	1	0	6	8	10	9	19	28

※ 출처: 태권도진흥재단 내부자료(2024)

태권도진흥재단은 최고의결기구인 이사회와 행정 업무를 위한 사무처로 구성된다. 이사장 직속으로는 이사회와 감사실이, 사무총장 직속으로 국립태권도박물관이 있으며, 기획조정실에 2부, 영업본부 하 3부, 진흥본부 하 2부로 구성된다.

〈그림 7-4〉 태권도진흥재단 조직도



※ 출처: 태권도진흥재단 홈페이지(2024)

(4) 주요사업

태권도진흥재단의 주요 사업은 태권도 조성 및 운영에 관한 사업, 태권도 진흥을 위한 조사·연구 사업, 태권도 보전·보급·홍보에 관한 사업, 태권도 진흥을 위한 각종 지원 사업, 태권도 용품·콘텐츠 개발과 같은 관련 산업 육성 지원 등이 있다. 2024년 태권도진흥재단에서 중점적으로 추진한 사업은 크게 네 가지로 분류된다. 첫째, 태권도원 조성 및 운영과 관련한 사업이다. 태권도원 시설 및 장비를 관리하여 태권도 모국의 중추적 역할을 수행할 수 있는 태권도원 운영에 힘쓰고 있다. 둘째, 태권도의 문화적 가치 창출과 관련한 사업이다. 태권도 대사범 지정, 태권도원 상설공연, 진로체험 프로그램, 세계태권도중앙훈련센터 운영, 태권도 수업 지원, 태권도 국제대회 개최 등 다방면에서 태권도의 문화적 가치를 창출할 수 있도록 지원하고 있다. 셋째, 태권도를 통한 미래 성장동력 확보에 관한 사업이다. 이를 위해 글로벌 태권도 홍보, 태권도 해외 활성화, 태권도 봉사단 해외 파견, 개도국 태권도 수련인을 대상으로 연수 기회 및 용품을 지원하는 ODA 지원 등의 사업을 실시하고 있다. 넷째, 태권도원의 지속가능 경영 실현에 관한 사업이다. 이를 위해 태권스테이 운영, 태권도원 연계 관광상품 개발, 태권도원 수련·체험 콘텐츠 개발 등을 실시하고 있다.

(5) 재정현황

태권도진흥재단의 2020년도부터 2024년까지 최근 5년간 연도별 재정 현황은 〈표 7-16〉과 같다.

〈표 7-16〉 태권도진흥재단 연도별 예산 현황(2020-2024)

(단위: 백만 원)

연도	계(A)	재원별				자체수입비중 (B/A)×100(%)
		국고	기금	지방비	자체수입(B)	
2020	31,695	-	30,153	590	952	3.0
2021	30,916	-	28,739	740	1,437	4.6
2022	29,403	-	25,364	670	3,369	11.5
2023	31,305	-	24,879	1,110	5,316	17.0
2024	28,655	-	23,180	650	4,825	16.8

※ 해당년도 최종 결산 기준
※ 출처: 태권도진흥재단 내부자료(2024)

태권도진흥재단의 2024년 총예산은 286억 5,500만 원이다. 예산 구성은 국민체육진흥기금 231억 8,000만 원(80.9%), 지방비 6억 5,000만 원(2.3%), 자체수입 48억 2,500만 원(16.8%)으로 나타났다. 특히 자체수입 비중은 2020년 3.0%에서 2024년 16.8%로 증가하였으며, 2023년(17.0%)에 이어 두 번째로 높은 수준이었다.

4) 한국프로스포츠협회

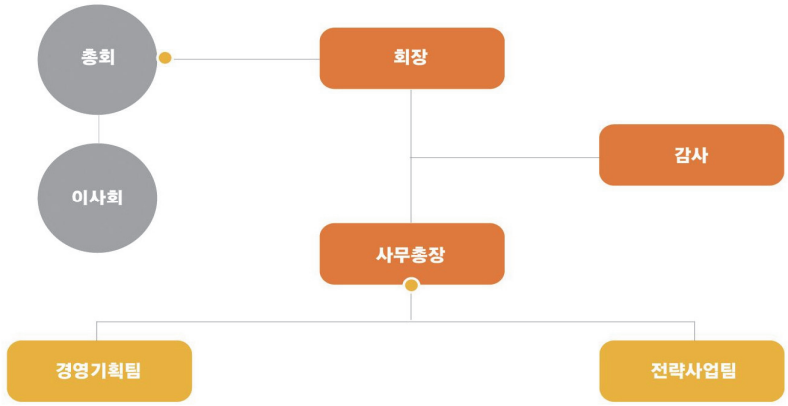
(1) 설립배경 및 목적

2015년 1월 19일 출범한 한국프로스포츠협회는 한국 프로스포츠 수준 향상과 저변확대 및 프로스포츠를 통한 국민의 건전한 여가 도모를 위한 스포츠 활성화와 지역사회의 발전, 국제친선에 기여함을 목적으로 한다. 추진 전략으로는 공정성 제고 및 정책지원, 제도개선 및 조사연구, 프로스포츠 미래전략사업을 전략으로 질적 성장을 통한 자생력 강화에 비전을 두고 있다.

(2) 조직 및 인력

한국프로스포츠협회는 한국프로축구연맹, 한국야구위원회(KBO), 한국프로농구연맹(KBL), 한국여자프로농구연맹(WKBL), 한국프로배구연맹(KOVO), 한국프로골프협회(KPGA), 한국여자프로골프협회(KLPGA) 총 5개 종목, 7개 단체의 프로스포츠 법인으로 구성되어 있다. 회장과 사무총장, 13명 이내의 이사회(회원단체 사무총장 7인, 문화체육관광부 체육국장, 종목별 외부 전문가 5인) 그리고 경영기획팀, 전략사업팀으로 운영된다.

〈그림 7-5〉 한국프로스포츠협회 조직도



(3) 주요사업

프로스포츠 저변확대 및 홍보 관련 사업과 유소년 활성화 사업 및 클럽 스포츠 활성화 사업, 선수·지도자 심판 등 인적자원 개발 사업, 프로스포츠에 관한 국제적인 교류와 그와 관련된 사업, 정책연구·정보통계 관리 등 조사 및 연구, 스포츠 공정성 인식 제고를 위한 사업, 운동경기 부정방지 교육사업 및 은퇴선수 지원 프로그램 개발 사업, 프로스포츠 정책연구, 데이터 활용지원, ICT 접목 플랫폼, 콘텐츠 보호 시스템 구축 등 프로단체 공통사업 등이다.

5) 국내 고등교육기관

국내 고등교육기관(대학교) 내 국내 스포츠산업·경영 관련 학과는 1995년 남서울대학교에서 최초로 개설하였다. 2024년 기준 국내 스포츠 및 체육과 관련된 학과는 232개 대학의 학부 혹은 대학원의 학과가 설치 운영되고 있다.

〈표 7-17〉 국내 대학 스포츠산업 관련 학과 설치 현황

	학교명	학과	학부	대학원	구분	
					주간	야간
1	가야대학교	스포츠재활복지학과, 특수체육교육학전공	o		o	
2	가천대학교	체육학부(체육, 태권도)	o	o	o	
3	가톨릭관동대학교	스포츠건강관리학과, 스포츠레저학과, 스포츠지도학과, 체육교육과	o	o	o	o
4	강남대학교	예체능학부 스포츠복지전공	o		o	
5	강동대학교	스포츠건강관리과, 스포츠재활과	o		o	
6	강릉영동대학교	국제마인드스포츠과, 레저스포츠전공, 스포스포츠레저헬스케어계열, 스포츠재활전공	o		o	
7	강원대학교	체육교육과, 스포츠과학과, 스포츠미디어전공,	o	o	o	o

	학교명	학과	학부	대학원	구분	
					주간	야간
		스포츠웰니스전공, 휴먼스포츠학부				
8	강원도립대학교	레저스포츠과	o		o	
9	건국대학교	체육교육과	o	o	o	
10	건국대학교(글로컬)	스포츠건강학과	o	o	o	o
11	건양대학교	스포츠의학과	o	o	o	o
12	경기대학교	스포츠과학부, 체육학과	o	o	o	o
13	경남대학교	스포츠과학과, 체육교육과	o	o	o	o
14	경남도립거창대학	스포츠재활운동관리과	o		o	
15	경남정보대학교	스포츠재활트레이닝과, 스포츠재활지도학과	o		o	o
16	경동대학교	스포츠마케팅학과(예체능), 체육학과	o		o	
17	경북과학대학교	사회체육과	o		o	
18	경북대학교	레저스포츠학과, 체육교육과	o	o	o	o
19	경북도립대학교	생활체육과	o		o	
20	경상국립대학교	체육교육과	o	o	o	o
21	경성대학교	스포츠건강학부	o	o	o	
22	경운대학교	경호보안스포츠부문, 무도스포츠지도전공, 스포츠건강재활전공	o	o	o	
23	경인교육대학교	초등체육교육과(심화과정)	o	o	o	o
24	경인여자대학교	스포츠헬스케어학과	o		o	
25	경일대학교	스포츠융합학과, 스포츠재활의학과, 노인체육복지학과, 전문스포츠학부	o	o	o	o
26	경희대학교	스포츠의학과, 스포츠지도학과, 체육학과	o	o	o	o
27	계명대학교	사회체육학전공, 체육학전공, 스포츠마케팅학과, 실버스포츠복지학과	o	o	o	o
28	계명문화대학교	생활체육학부	o		o	o
29	고려대학교	체육교육과	o	o	o	o
30	고려대학교(세종)	국제스포츠학부(스포츠과학전공, 스포츠비즈니스전공)	o	o	o	
31	고신대학교 대학원	글로벌체육학과		o	o	
32	공주교육대학교	체육교육과(심화과정)	o		o	
33	광운대학교	스포츠상담재활학과, 스포츠융합과학과	o	o	o	o
34	광주교육대학교	체육교육과(심화전공)	o	o		o
35	광주대학교	스포츠과학부	o		o	
36	광주여자대학교	스포츠학과	o		o	
37	구미대학교	스포츠지도과	o		o	o
38	국립강릉원주대학교	체육학과	o	o	o	o
39	국립경국대학교	체육학과	o	o	o	o
40	국립공주대학교	생활체육지도학과, 체육교육과	o	o	o	o
41	국립군산대학교	체육학과	o	o	o	o

	학교명	학과	학부	대학원	구분	
					주간	야간
42	국립목포대학교	체육학과, 레저스포츠지도학과	o	o	o	o
43	국립목포해양대학교	해양스포츠레저융합학과	o		o	
44	국립부경대학교	해양스포츠전공	o	o	o	
45	국립순천대학교	사회체육학과	o	o	o	
46	국립안동대학교	체육학과	o	o	o	
47	국립창원대학교	체육학과	o	o	o	
48	국립한국교통대학교	스포츠학부(스포츠복지학과, 스포츠산업학전공, 스포츠의학전공)	o		o	o
49	국립한국해양대학교	해양스포츠과학과	o	o	o	
50	국립한밭대학교	스포츠건강과학과	o		o	o
51	국민대학교	스포츠건강재활학과, 스포츠교육학과, 스포츠산업레저학과	o	o	o	o
52	국제사이버대학교	건강스포츠학과	o		원격	
53	군장대학교	스포츠복지과	o		o	o
54	극동대학교	사회체육학과	o		o	
55	글로벌사이버대학교	스포츠건강학과	o		원격	
56	김천대학교	생활체육학과, 스포츠재활학과	o	o	o	
57	김포대학교	레저스포츠과	o		o	o
58	김해대학교	스포츠재활과(축구)	o		o	
59	나사렛대학교	재활스포츠학부(특수체육학트랙,스포츠재활트랙)	o	o		o
60	나주대학교	사회체육복지과	o		o	
61	남부대학교	스포츠레저학과	o	o	o	
62	남서울대학교	스포츠건강관리학과, 스포츠비즈니스학과	o	o	o	o
63	단국대학교	스포츠과학대학(국제스포츠학부(국제스포츠전공, 운동처방재활전공, 태권도전공), 생활체육학과, 스포츠경영학과), 체육교육과	o	o	o	o
64	대경대학교	경호스포츠과학학과, 스포츠경기지도과, 스포츠재활과	o		o	o
65	대구가톨릭대학교	생활체육학과, 체육교육과	o	o	o	
66	대구공업대학교	레저스포츠계열	o		o	
67	대구과학대학교	레저스포츠과, 전문스포츠지도과	o		o	
68	대구교육대학교	초등체육교육과(심화과정)	o	o	o	o
69	대구대학교	스포츠레저학과, 체육학과	o	o	o	
70	대구보건대학교	스포츠재활학과	o		o	
71	대구예술대학교	스포츠지도전공	o		o	
72	대구한의대학교	체육학과, 한방스포츠의학과	o		o	
73	대덕대학교	생활체육과, 레저스포츠학과	o		o	
74	대림대학교	스포츠지도과, 스포츠재활학부	o		o	
75	대전과학기술대학교	스포츠건강관리학과	o		o	

	학교명	학과	학부	대학원	구분	
					주간	야간
76	대전대학교	생활체육학과	o	o	o	
77	대진대학교	스포츠과학과, 스포츠융합경영학과	o	o	o	
78	덕성여자대학교	생활체육학전공, 스포츠경영학연계전공	o		o	
79	동강대학교	스포츠재활트레이닝과	o		o	
80	동국대학교	스포츠문화학과, 체육교육과	o	o	o	
81	동국대학교(WISE)	스포츠건강과학부 (스포츠과학전공, 스포츠의학전공)	o		o	
82	동덕여자대학교	체육학과	o	o	o	
83	동명대학교	스포츠재활학과	o		o	
84	동서대학교	스포츠레저산업학과, 체육학과	o		o	
85	동서울대학교	경호스포츠과, 레저스포츠학과	o		o	
86	동신대학교	생활체육학과	o	o	o	
87	동아대학교	체육학과	o	o	o	o
88	동양대학교	생활체육학과	o	o	o	
89	동원과학기술대학교	스포츠재활운동학부 (건강스포츠과, 스포츠재활운동학과, 재활스포츠과, 전문스포츠지도과)	o		o	o
90	동원대학교	레저스포츠과	o		o	
91	동의과학대학교	스포츠재활트레이닝과	o		o	
92	동의대학교	레저스포츠태권도학부, 레저스포츠학전공, 체육학과	o	o	o	
93	두원공과대학교	스포츠재활과	o		o	
94	디지털서울문화예술대학교	사회체육학과				원격
95	마산대학교	레저스포츠과	o		o	
96	명지대학교	스포츠학부(스포츠지도학전공)	o	o	o	o
97	명지전문대학	사회체육과	o		o	
98	목원대학교	스포츠건강관리학과	o	o	o	
99	목원과학대학교	스포츠과학과	o		o	
100	배재대학교	레저스포츠학과, 스포츠마케팅전공, 스포츠지도건강재활전공	o		o	
101	백석대학교	스포츠과학부 태권도전공, 특수체육교육과	o		o	
102	백석문화대학교	스포츠레저학부	o		o	
103	부산경상대학교	스포츠레저과(예체능계열)	o		o	
104	부산교육대학교	체육교육과	o		o	
105	부산대학교	스포츠과학부, 체육교육과	o	o	o	o
106	부산예술대학교	스포츠재활&다이어트과	o		o	
107	부산외국어대학교	사회체육학과, 스포츠재활학과	o	o	o	
108	부천대학교	재활스포츠과	o		o	
109	삼육대학교	체육학과	o	o	o	

	학교명	학과	학부	대학원	구분	
					주간	야간
110	상명대학교	사회체육전공, 스포츠경영전공, 스포츠무영학부	o	o	o	
111	상지대학교	체육학부 (생활체육학전공, 체육학전공, 태권도학전공)	o	o	o	o
112	서강대학교	스포츠미디어연계전공	o	o	o	o
113	서울과학기술대학교	스포츠과학과	o	o	o	
114	서울교육대학교	초등체육교육과(심화과정)	o		o	
115	서울대학교	체육교육과	o	o	o	
116	서울디지털대학교	스포츠전공				원격
117	서울시립대학교	스포츠과학과	o	o	o	
118	서울여자대학교	스포츠운동과학과	o	o	o	
119	서원대학교	생활체육전공, 체육교육과, 스포츠산업전공, 스포츠지도전공	o	o	o	
120	서일대학교	레저스포츠학과	o		o	
121	선문대학교	스포츠과학과	o	o	o	
122	성결대학교	체육교육과	o		o	
123	성균관대학교	스포츠과학과	o	o	o	
124	성신여자대학교	스포츠과학부	o	o	o	
125	세경대학교	스포츠복지과(인문사회)	o		o	
126	세명대학교	생활체육학과	o	o	o	
127	세종대학교	체육학과	o	o	o	
128	세한대학교	스포츠건강관리학과, 스포츠레저산업학과	o	o	o	
129	송곡대학교	레저스포츠과, e스포츠과	o		o	
130	송원대학교	스포츠지도학과	o	o	o	o
131	송호대학교	스포츠레저과	o		o	
132	수성대학교	스포츠레저과	o		o	o
133	수원과학대학교	스포츠건강지도과	o		o	
134	수원대학교	스포츠과학부(레저스포츠, 체육학)	o	o	o	
135	수원여자대학교	스포츠지도과	o		o	
136	숙명여자대학교	체육교육과	o	o	o	o
137	순복음총회신학교	사회학부 스포츠복지학전공	o			o
139	순천향대학교	사회체육학과, 스포츠과학과, 스포츠의학과	o	o	o	
140	숭실대학교	스포츠학부(생활체육전공, 생활체육전공, 스포츠사이언스전공)	o	o	o	
141	숭실사이버대학교	스포츠재활복지학과	o		원격	
142	신경주대학교	축구생활체육학과	o		o	
143	신구대학교	e스포츠과, 스포츠재활과	o		o	
144	신라대학교	체육학부(체육학전공, 특수체육전공)	o	o	o	

	학교명	학과	학부	대학원	구분	
					주간	야간
145	신성대학교	레져스포츠과	o		o	
146	신안산대학교	스포츠지도과	o		o	
147	신한대학교	미래스포츠융합학과, 스포츠의학과	o	o	o	
148	아주대학교	스포츠레저학과	o		o	
149	안동과학대학교	스포츠레저과	o		o	
150	안산대학교	레저스포츠케어과	o		o	
151	안양대학교	체육학과, 스포츠과학과, 스포츠산업학과	o		o	
152	여주대학교	스포츠 경호과	o		o	
153	연성대학교	스포츠재활과	o		o	
154	연세대학교	스포츠응용산업학과, 체육교육학과	o	o	o	
155	영남대학교	체육학부(체육학전공), 특수체육교육과	o	o	o	
156	영남이공대학교	스포츠재활과	o	o	o	
157	예원예술대학교	스포츠과학과	o		o	
158	오산대학교	e스포츠과, 스포츠지도과	o		o	
159	용인대학교	무도스포츠학과, 스포츠레저학과, 체육학과, 특수체육교육과	o		o	
160	용인예술과학대학교	스포츠지도자과	o		o	
161	우석대학교	생활체육학과	o	o	o	
162	우석대학교	스포츠관광융합전공, 스포츠지도학과, 체육학과	o		o	
163	우송대학교	스포츠건강재활학과	o		o	
164	울산과학대학교	스포츠지도학과(3년제), 스포츠건강재활학과	o		o	
165	울산대학교	생활체육전공	o	o	o	
166	울산대학교	스포츠과학부	o		o	
167	원광대학교	스포츠과학부, 체육교육과	o	o	o	
168	원광디지털대학교	태권도스포츠재활학과	o		원격	
169	위덕대학교	건강스포츠학부(건강스포츠학부, 레저스포츠전공, 레저스포츠전공,평생체육지도전공)	o	o	o	o
170	유원대학교	스포츠학부(체육전공)	o	o	o	
171	유한대학교	건강웰니스학과 스포츠재활전공	o		o	
172	을지대학교 대학원	스포츠융합학과	o	o	o	
173	이화여자대학교	체육과학부 (글로벌스포츠산업전공, 스포츠과학전공)	o	o	o	
174	인제대학교	스포츠헬스케어학과	o		o	
175	인천대학교	체육학부, 체육교육과	o	o	o	
176	인하대학교	스포츠과학과, 체육교육과	o	o	o	
177	장안대학교	생활체육과	o		o	
178	재능대학교	스포츠재활과	o		o	

	학교명	학과	학부	대학원	구분	
					주간	야간
179	전남과학대학교	생활체육과, 태권도체육과	o		o	
180	전남대학교	체육교육과	o	o	o	
181	전북대학교	스포츠과학과, 체육교육과	o	o	o	
182	전주교육대학교	체육교육과(심화전공)	o		o	
183	전주기전대학	말산업스포츠재활과, 시니어스포츠지도과	o		o	o
184	전주대학교	생활체육학과	o	o	o	
185	전주비전대학교	태권도체육학과	o		o	
186	제주관광대학교	관광레저스포츠계열	o		o	
187	제주국제대학교	체육학부	o	o	o	o
188	제주대학교	체육교육과, 체육학과	o	o	o	
189	제주한라대학교	레저스포츠과	o		o	o
190	조선대학교	스포츠산업학과, 체육학과	o	o	o	
191	조선이공대학교	스포츠재활학부(스포츠지도과), e스포츠과	o		o	o
192	중부대학교	공연예술체육학부(골프학전공, 레저스포츠학전공, 스포츠건강관리학전공), 특수체육교육과(고양)	o	o	o	
193	중앙대학교	스포츠과학부, 체육교육과	o	o	o	
194	중원대학교	스포츠산업학과, 스포츠지도학과	o		o	
195	진주교육대학교	체육교육과(심화전공)	o		o	o
196	청암대학교	재활스포츠과	o		o	
197	창원문성대학교	재활레저스포츠과	o		o	
198	청운대학교	스포츠과학과	o		o	
199	청주대학교	스포츠건강재활전공	o		o	
200	청주교육대학교	초등체육교육과(심화과정)	o		o	
201	초당대학교	경영학과(스포츠경영전공)	o	o	o	
202	초당대학교 일반대학원	사회체육학과		o	o	
203	춘천교육대학교 교육대학원	스포츠지도전공		o		o
204	충남대학교	스포츠과학과, 체육교육과	o	o	o	
205	충북보건과학대학교	스포츠재활과, 스포츠과학과	o		o	
206	충청대학교	사회체육학부(생활체육과,스포츠재활과)	o		o	
207	칼빈대학교	스포츠지도학과	o		o	
208	한경국립대학교	레저스포츠매니지먼트, 웰니스스포츠과학전공, 특수체육학전공	o	o	o	o
209	한국골프대학교	골프레저스포츠과	o		o	
210	한국교원대학교	체육교육과	o		o	
211	한국국제대학교	스포츠복지학부(사회체육학과, 스포츠레저학과, 스포츠재활운동학과, 체육학과)	o		o	
212	한국방송통신대학교	생활체육지도과	o		o	

	학교명	학과	학부	대학원	구분	
					주간	야간
213	한국복지대학교	장애인레저스포츠과	o		o	
214	한국복지사이버대학교	생활체육복지학과				원격
215	한국외국어대학교	글로벌스포츠산업학부	o	o	o	
216	한국체육대학교	노인체육복지학과, 사회체육학과, 스포츠산업학과, 스포츠청소년지도학과, 체육학과	o	o	o	
217	한남대학교	스포츠과학과	o	o	o	
218	한라대학교	스포츠학과	o		o	
219	한림대학교	체육학과	o	o	o	
220	한림성심대학교	레저스포츠과	o		o	
221	한서대학교	레저해양스포츠학과	o	o	o	
222	한신대학교	특수체육학과	o	o	o	
223	한양대학교	스포츠사이언스전공, 스포츠매니지먼트전공	o	o	o	
224	한양대학교(ERICA)	스포츠과학부(스포츠문화전공, 스포츠코칭전공)	o		o	
225	한양여자대학교	스포츠건강관리과	o		o	
226	협성대학교	에이블아트스포츠학과	o		o	
227	호남대학교	e스포츠산업학과, 스포츠레저학과, 아트&스포츠학과	o	o	o	
228	호서대학교	사회체육학과	o	o	o	
229	호원대학교	스포츠무도학과	o		o	o
230	홍익대학교	산업스포츠학과	o		o	
231	화성의과학대학교	스포츠과학부	o		o	
232	화신사이버대학교	융합스포츠지도학과	o		원격	

※ 출처: 교육부 대학알리미(2024)

6) 그 밖에 스포츠산업 관련 단체

위 단체들 외에도 국민체육진흥공단의 자회사인 한국체육산업개발(주)가 있다. 한국체육산업개발(주)은 1990년 서울 하계올림픽경기대회 기념시설의 체계적인 유지·관리, 생활체육시설 공간 제공, 국민체육진흥기금 조성 등을 목적으로 설립되었다. 주요 사업으로는 올림픽공원 및 경정공원 시설관리, 올림픽스포츠센터 운영 등이 있다.

2024 스포츠산업 백서

집필진

◆ 책임 기획·편집

• 문화체육관광부

- 이선영(체육국장)

◆ 집필진

• 국민체육진흥공단 한국스포츠과학원 스포츠산업연구실

- 책임집필: 김진국
- 초빙연구원: 최희동
- 검토위원: 정지명, 김상훈, 김민수, 고경진, 신성연, 박선영, 조정환
- 공동집필: 강태안(츠쿠바대학교), 김지영, 신종섭(나사렛대학교)

◆ 감수

• 문화체육관광부 체육국 스포츠산업과

- 책임감수: 이재순(스포츠산업과장)
- 감수위원: 장지원, 박효필, 윤지숙, 안진수, 김윤정, 황명하, 강부민, 강원진, 조우신