

2018 스포츠 산업 백서



football



running



weight lifting



volleyball



hiking



boxing



wrestling



skiing



snowboarding



baseball



tennis



alpinism



climbing



diving



swimming



cycling



roller skating



ice skating

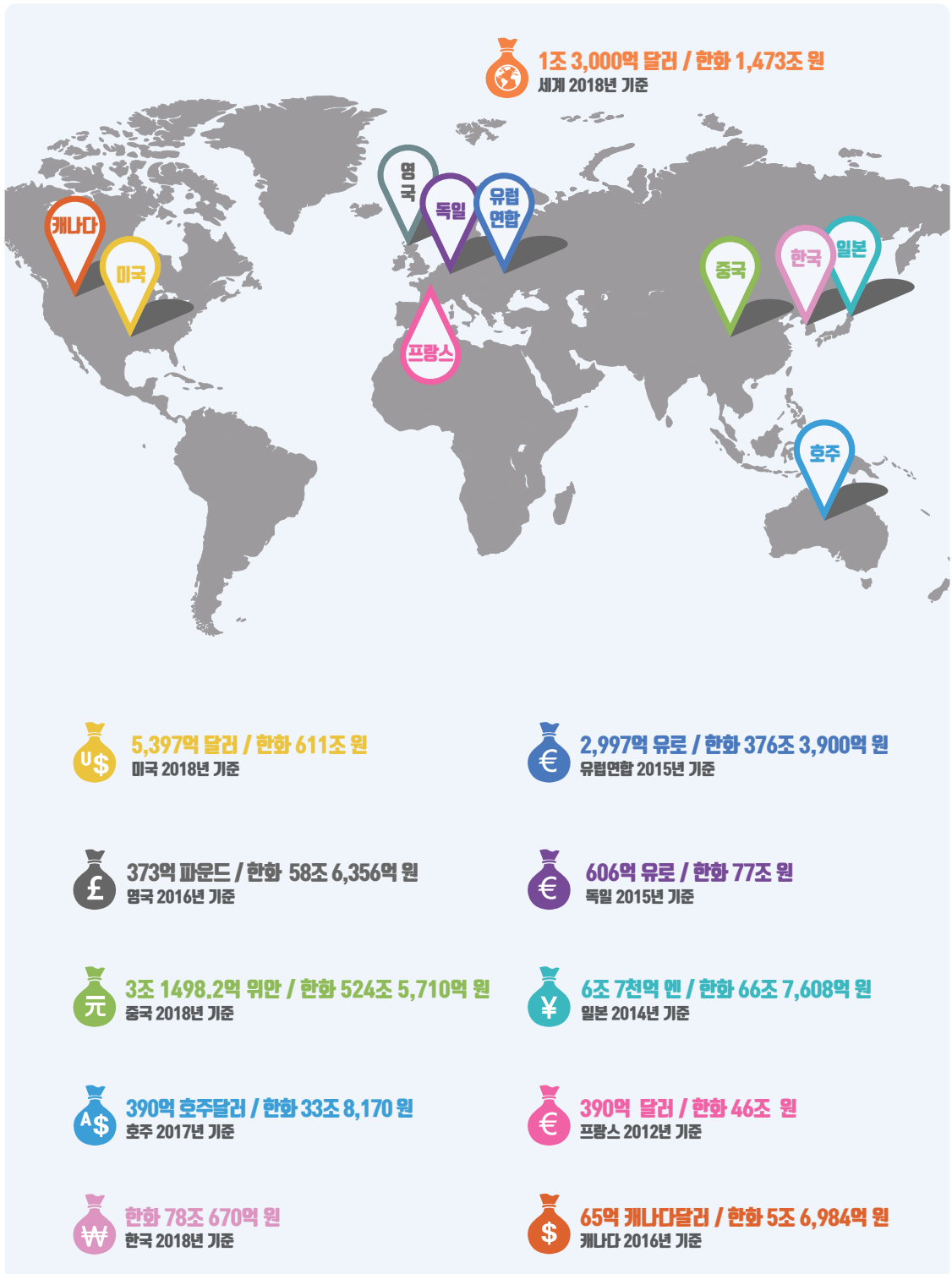


baseball



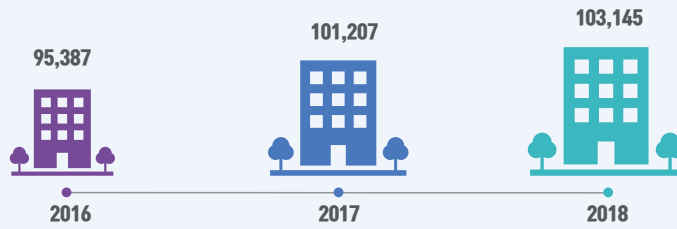
basketball

◦ 국가별 스포츠 산업 규모 6page



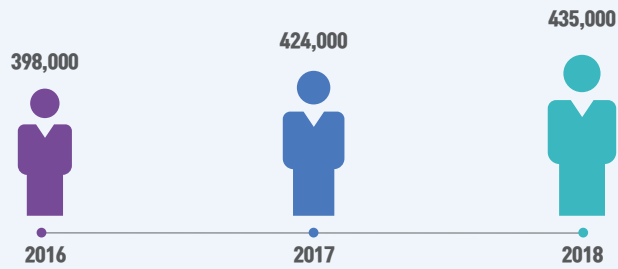
○ 스포츠산업 사업체 수 66page

(단위 : 개사)



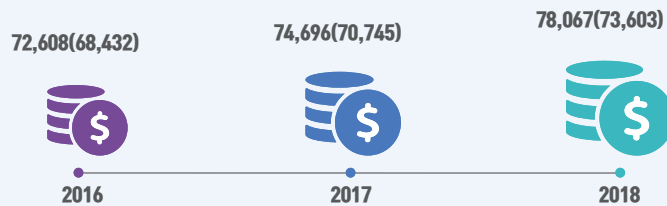
○ 스포츠산업 종사자수 72page

(단위 : 명)



○ 스포츠산업 매출(규모) 76page

(단위 : 십억 원)



※ 괄호()안 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황.

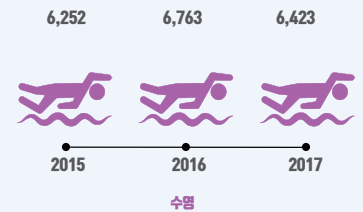
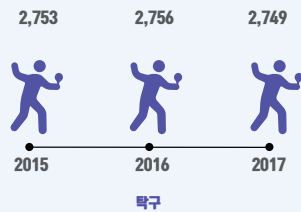
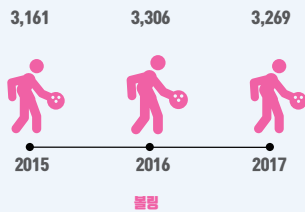
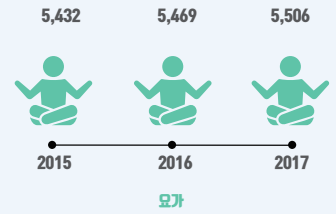
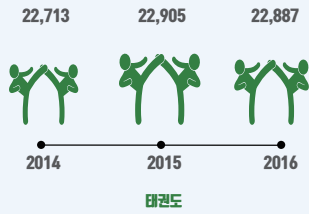
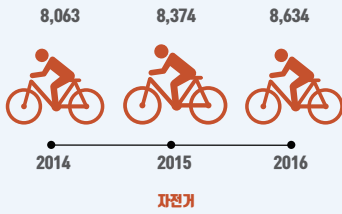
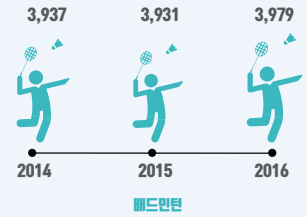
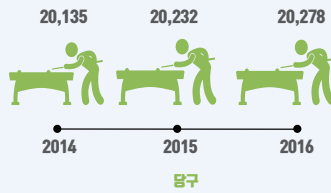
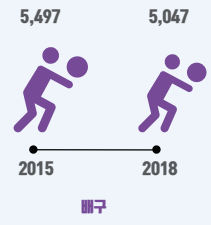
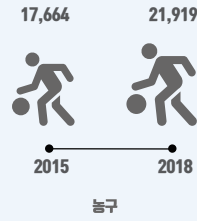
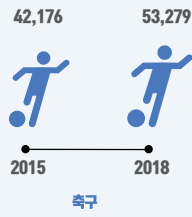
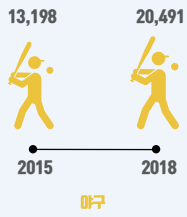
○ 종목별 스포츠산업 사업체 수 84page

(단위 : 개사)



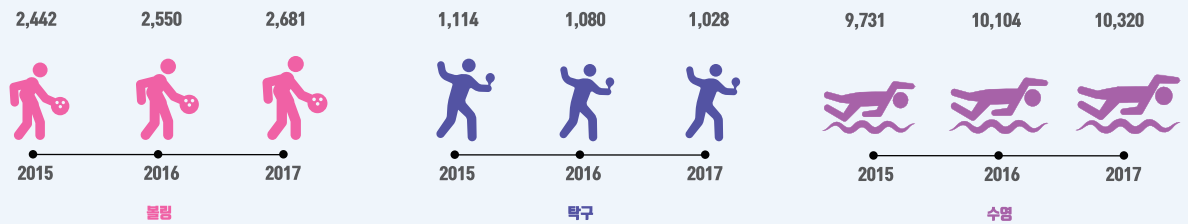
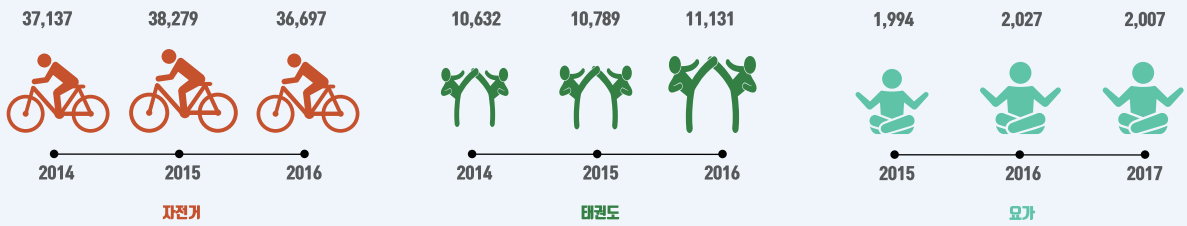
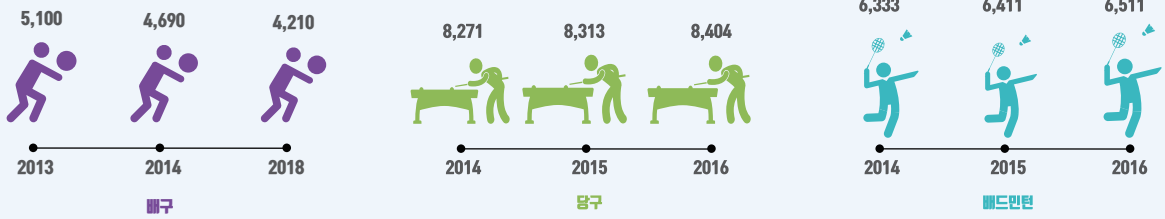
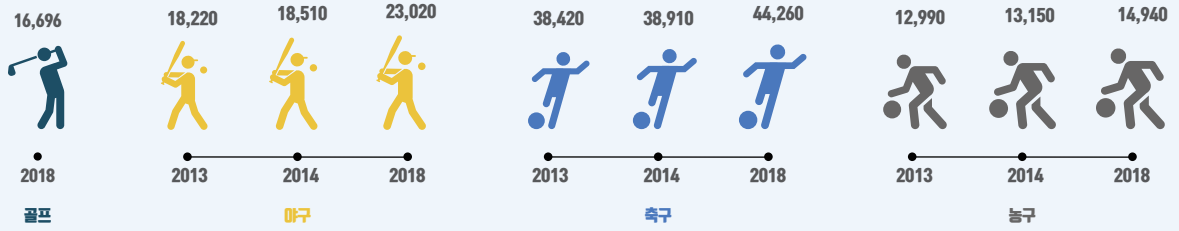
○ 종목별 스포츠산업 종사자 수 93page

(단위 : 명)



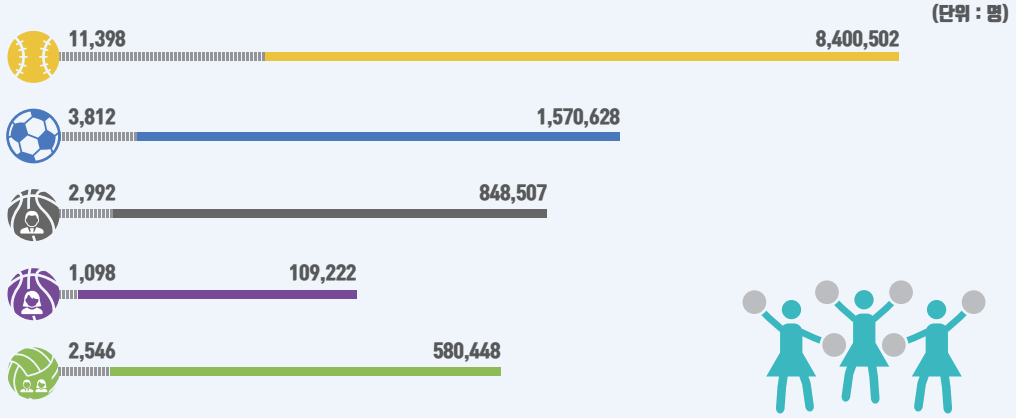
○ 종목별 스포츠산업 매출(규모) 89page

(단위 : 억 원)

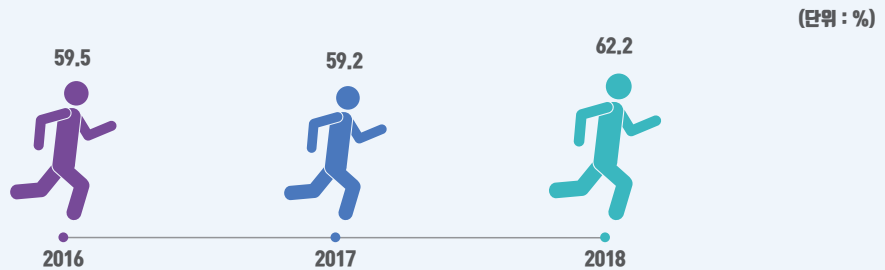


○ 직접 관람객수 (2018년 기준) 112page

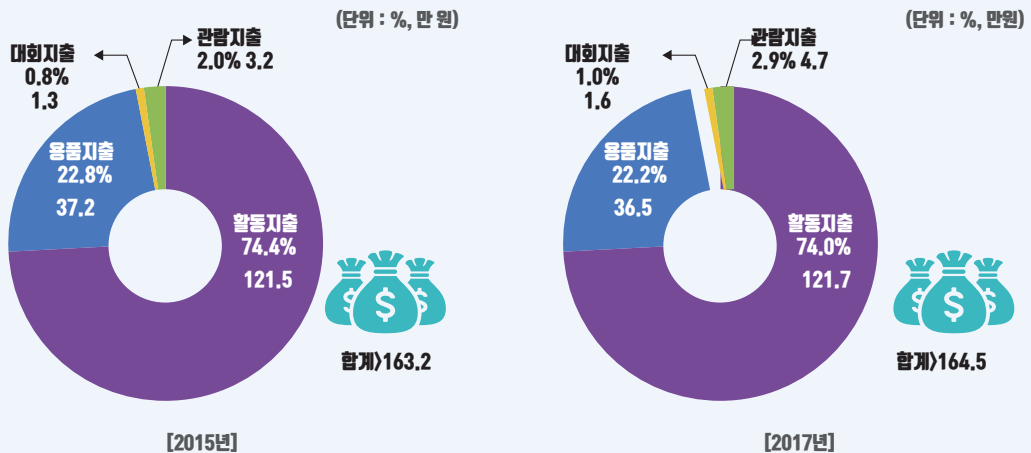
▨ 평균 관람 ▨ 총 관람



○ 주 1회 이상 규칙적 생활체육활동 참여율 138page

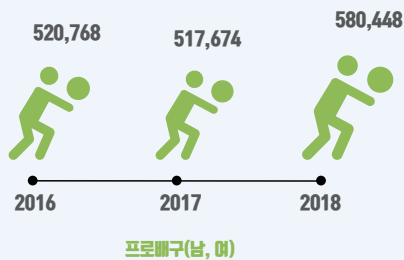
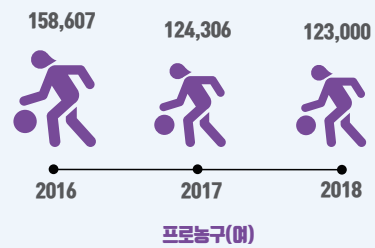
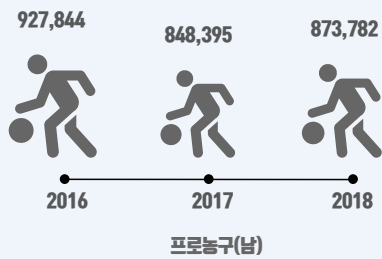
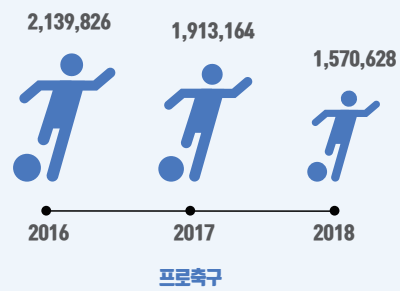
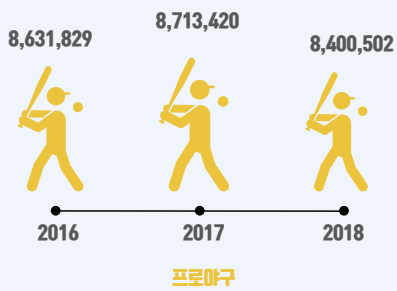


○ 가구별 참여 & 관람 연간 지출 163page



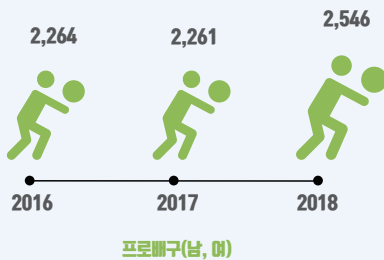
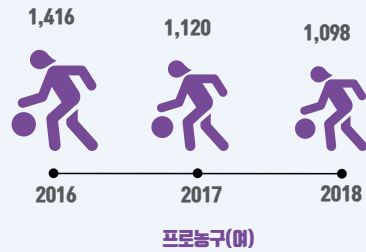
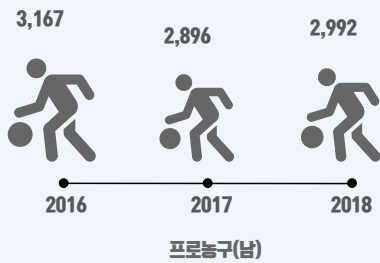
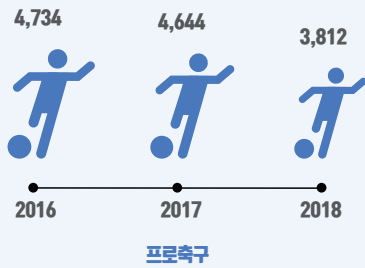
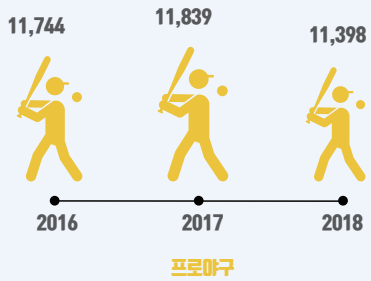
○ **프로스포츠 전체관중수** 289page

(단위 : 명)

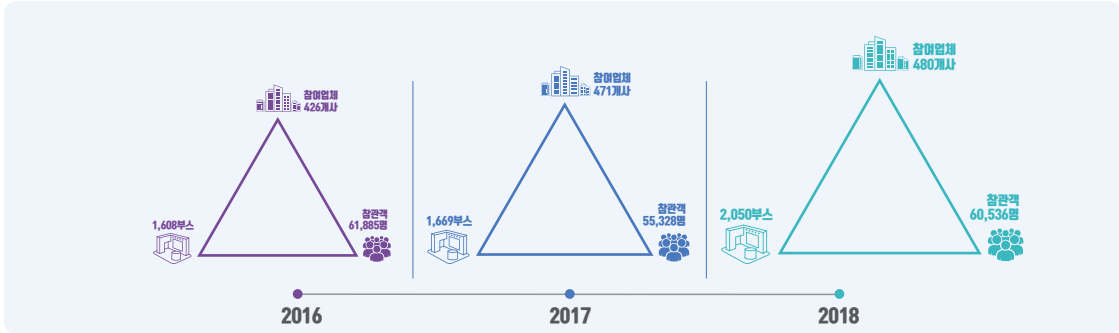


○ 프로스포츠 경기당 평균 관중수 289page

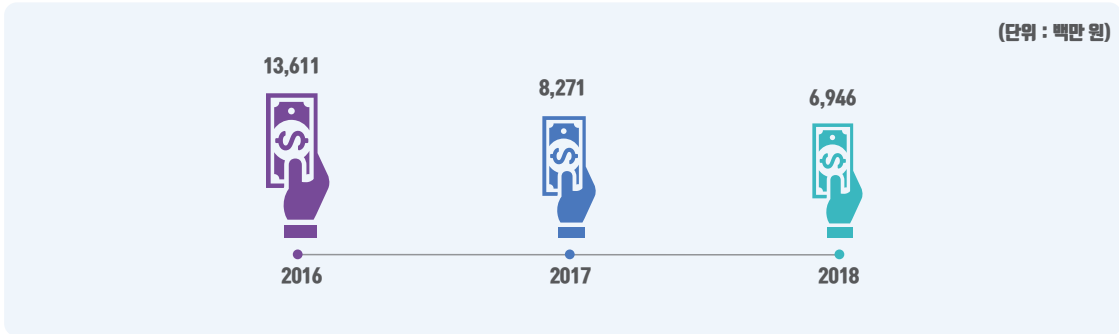
(단위 : 명)



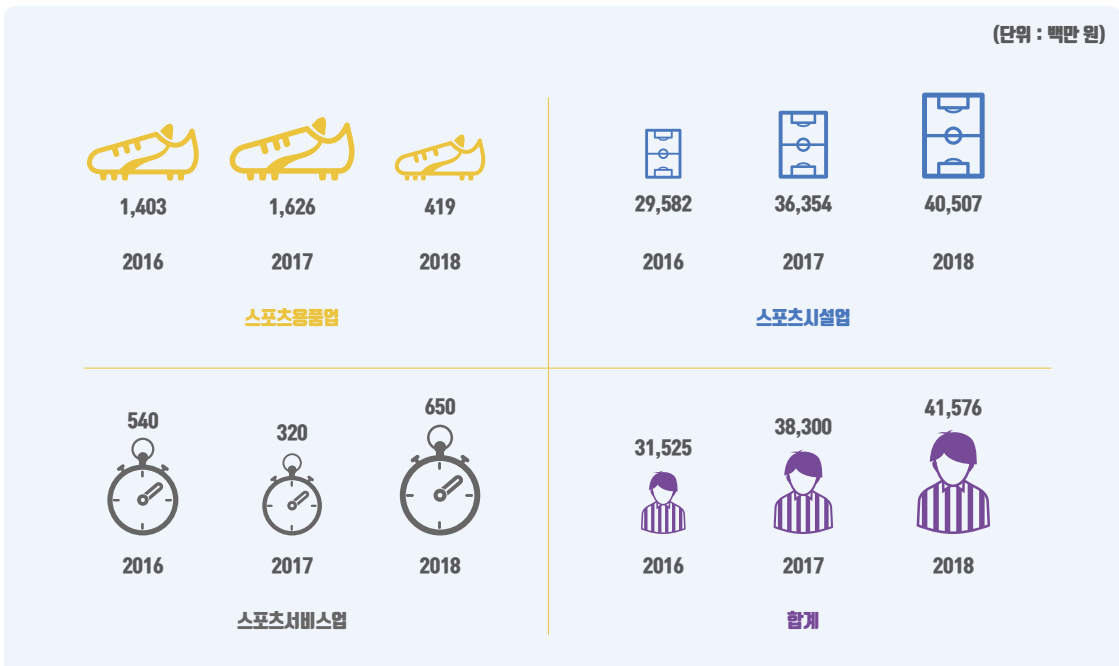
○ 서울국제스포츠박람회 전시 규모 현황(SPOEX) 227page



○ R&D 지원금액 247page

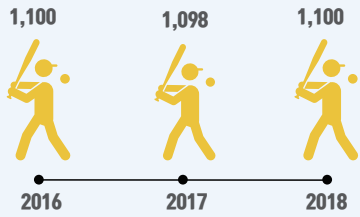


○ 스포츠산업체 자금 융자사업의 추진실적 및 성과 199page

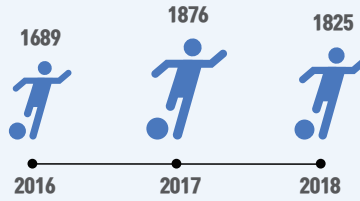


○ 프로스포츠 스폰서 시장규모 295page

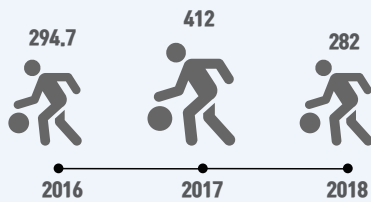
(단위 : 억 원)



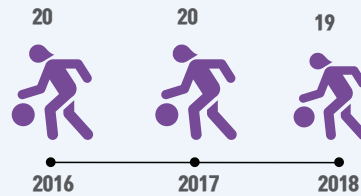
프로야구



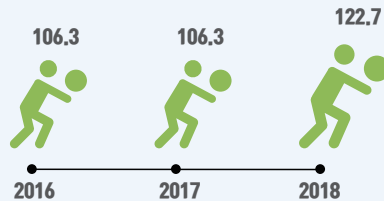
프로축구



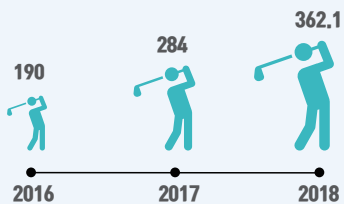
프로농구(남)



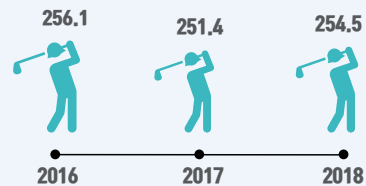
프로농구(여)



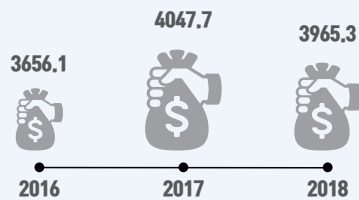
프로배구(남, 여)



프로골프(남)



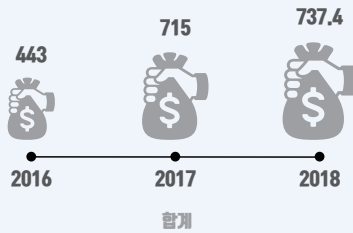
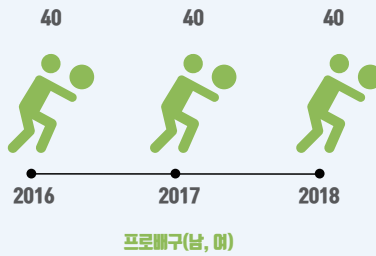
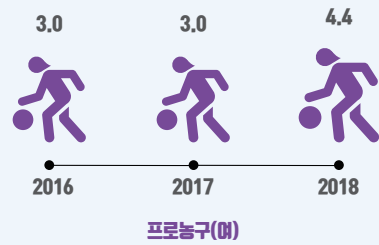
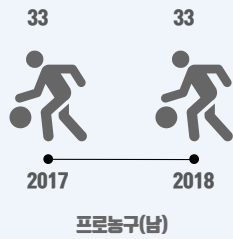
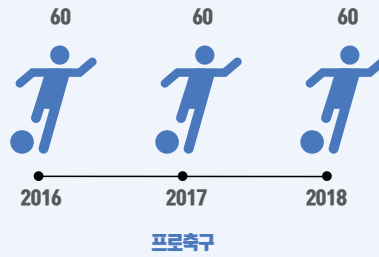
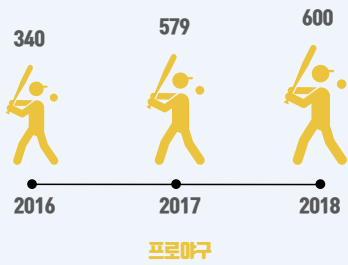
프로골프(여)



합계

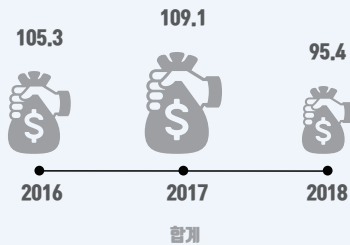
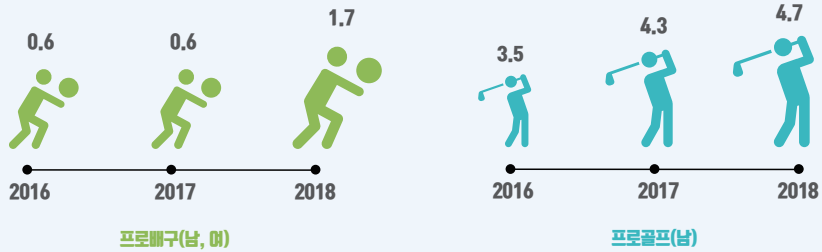
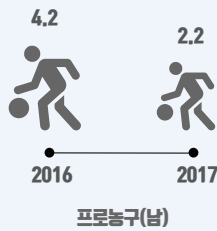
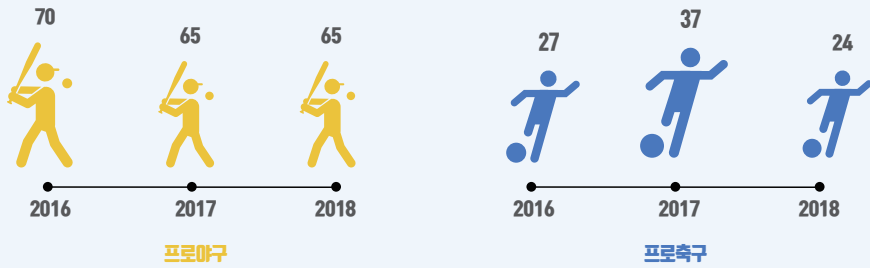
○ **프로스포츠 중계권 시장규모** 293page

(단위 : 억 원)



○ **프로스포츠 매천다이징 시장규모** 294page

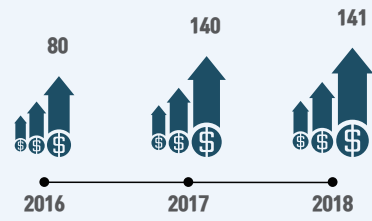
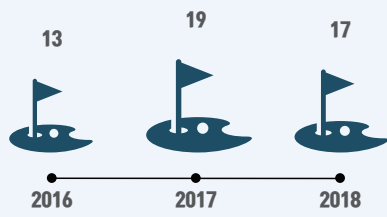
(단위 : 억 원)



◦ KPGA, KLPGA 322, 324page

(단위 : 회, 억 원)

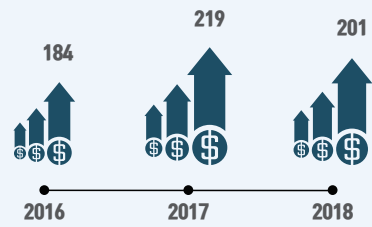
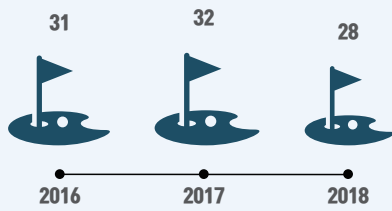
KPGA



대회 수

상금규모

KLPGA



대회 수

상금규모

발 간 사

우리나라 스포츠 분야는 작년 평창동계올림픽 개최에 이어 2019년에도 역사에 남을 국내외 중요한 이벤트가 많았습니다. 그 중에서도 문화체육관광부가 후원하고 대한체육회가 주최하는 2019 전국체육대회(전국체전)이 올해로 100주년을 맞아 성대하게 열렸습니다. 전국체전은 1920년 ‘전조선야구대회’를 시작으로 조선체육회 강제해산기와 전쟁기간을 제외하고 매년 개최되어 대한민국 스포츠 역사의 중대한 축을 이뤄왔습니다. 또한 체육 지역 균형발전을 비롯해 스포츠를 통한 민족적 자긍심을 높이고 하나로 화합하는 데 이바지해왔습니다.

국내 이벤트인 전국체전 외에도 세계인의 축제인 제18회 세계수영대회가 광주에서 성황리에 개최되었습니다. 세계수영대회는 하계·동계올림픽, 월드컵, 육상선수권대회와 더불어 세계5대 대회의 하나로 꼽힙니다. 대한민국은 이로써 세계 5대 스포츠 대회를 모두 치른 4개국 중 하나가 되었습니다. 이는 대한민국의 스포츠 강국으로서 국제적 위상을 높이고, 세계대회를 성공적으로 치를 기반을 갖춘 선진국의 하나로서 입지를 보여주었습니다.

스포츠분야의 발전은 스포츠산업의 발전과 궤를 함께 합니다. 스포츠산업은 프로스포츠 및 관람스포츠를 비롯해 참여스포츠에서도 규모를 키워가며 발전하고 있습니다. 스포츠산업 세계 시장규모는 2018년 약 1,473조원, 그 중 국내 시장의 규모는 약 78조원으로 3개년 평균 2.4%의 성장을 보이고 있습니다. 이는 다른 산업 분야와 비교할 때 규모와 전망에서 상당한 의의를 지닙니다. 이에 따라 문화체육관광부는 올해 초 제3차 스포츠산업 중장기 발전계획(2019-2023)을 발표해 ‘경제산업을 이끄는 스포츠산업’ 비전을 제시하고 구체적인 방안을 수립·실행 중입니다.

제3차 발전계획은 4차 산업혁명으로 변화하는 사회 및 산업 구조에 발 빠르게 대응해 스포츠산업 부문의 주도적이고 지속가능한 성장을 이끌어내고자 합니다. 4차 산업혁명 관련 스포츠 산업 주요 이슈로는 스마트 기술을 도입한 스포츠 시설, 빅데이터를 활용한 정보 공급 및 관리, VR 활용 스포츠 영역 확장 등입니다. 이는 스포츠 산업을 다양한 산업과 연계해 그 저변을 확대하며 새로운 시대의 스포츠 장을 열고 있습니다.



‘스포츠산업백서’는 스포츠산업 정보 제공을 위한 정부 정책의 일환으로 올해로 다섯 번째를 맞게 되었습니다. ‘2018 스포츠산업백서’는 2018년 한 해의 국내외 스포츠 산업 이슈를 정리하고, 국내 스포츠 산업 및 정책 현황을 소개하고자 합니다. 이는 지난 한 해 국내 스포츠산업 및 정책의 성과의 기록이자, 성찰하고 발전하는 미래의 토대가 되리라 기대합니다.

마지막으로 ‘2018 스포츠산업백서’ 발간을 위해 노력해주신 모든 분들께 감사드리며, 이 백서가 우리나라 스포츠산업 연구의 중요한 자료이자, 스포츠 산업 발전에 이바지 하는 밑거름이 되기를 희망합니다.

2019. 12.

문화체육관광부 장관 **박 양 우**

CONTENTS

제1장 스포츠산업 개관	1
1. 스포츠산업 현황	2
1) 스포츠산업의 정의	2
2) 스포츠산업 활성화 추진배경	6
3) 스포츠산업 특수 분류	7
4) 세계경제와 스포츠산업의 전망	21
2. 스포츠산업 환경 변화 및 해외 동향	25
1) 스포츠산업 환경 변화	25
2) 해외 동향	35
3. 2018 스포츠산업 이슈	48
1) 평창올림픽과 내셔널굿즈(National Goods)의 흥행	48
2) 2018 자카르타-팔렘방 아시안 게임 중계방송 채널 다각화	52
3) 스포츠스타의 활발한 해외 활동	54
4) VR도입으로 인한 스포츠 여가형태의 변화	58
5) 프로스포츠의 산업적 변화	60
제2장 스포츠산업 공급 현황	65
1. 스포츠 사업체 현황	66
1) 산업부분별 스포츠산업 사업체 수	66
2) 종사자별 스포츠산업 사업체 수	69
2. 스포츠산업 종사자 및 고용 현황	72
1) 부문별 종사자 현황	72
3. 스포츠산업 매출 및 실적	76
1) 매출 현황	76
2) 국내 스포츠산업 사업 실적	80
3) 스포츠산업 부문별 사업 실적	82



4. 종목별 스포츠산업 현황	84
1) 사업체 수	84
2) 매출액	89
3) 종사자 수	93
5. 스포츠시설업 현황	98
1) 체육시설업 총괄	98
2) 업종별 현황	99
제3장 스포츠산업 수요 현황	111
제1절 관람스포츠	112
1. 직접 관람 현황	112
1) 프로야구	112
2) 프로축구	116
3) 프로농구	122
4) 프로배구	128
5) 경주스포츠	132
2. 간접 관람 현황	133
1) 프로야구	133
2) 프로축구	134
3) 프로농구	135
4) 프로배구	136
제2절 참여스포츠	138
1. 생활체육 참여 실태	138
1) 생활체육 참여현황	138
2) 생활체육 소비지출 현황	142
3) 생활체육동호회 클럽 현황	147

2. 4대 종목 수요조사 결과	149
1) 야구	149
2) 축구	152
3) 농구	156
4) 배구	159
제3절 스포츠산업 가계지출 가구별 조사 결과	163
1. 가구별 스포츠 소비지출	163
1) 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)	163
2) 지출항목별 연간 활동 지출	166
2. 참여스포츠 연간 활동지출	169
3. 연간 대회참가 지출	172
4. 관람스포츠 연간 직접 관람 경비	175
제4장 스포츠산업 정책	179
1. 스포츠산업 정책의 변천	180
2. 스포츠산업 경쟁력 강화 지원	181
1) 스포츠용품 시험 및 인증 사업	181
2) 스포츠산업융자 사업	188
3) 스포츠산업 모태펀드 조성사업	201
4) 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업	208
5) 스포츠산업 일자리 지원 사업	211
6) 스포츠산업 선도기업 육성 사업	220
3. 스포츠산업 신시장 개척지원	223
1) 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원 사업	223
2) 지역 융·복합 스포츠산업 기반 확충 사업	233
3) 스포츠산업기술 연구개발지원사업(R&D)	244



4. 스포츠산업 전문 인력 양성 사업	249
1) 스포츠산업 전문 인력 양성기관 지원 사업	249
2) 스포츠산업분야 인턴십 지원 사업	252
3) 스포츠산업 채용박람회(JOB FAIR) 개최 사업	260
5. 스포츠산업 기반 조성	263
1) 스포츠산업 인프라 구축 사업	263
2) 스포츠산업 정보 제공 및 저변 확대	273
제5장 프로스포츠	283
1. 프로스포츠 전개와 발전	284
1) 프로스포츠 역사	284
2) 프로스포츠 산업화	285
3) 프로스포츠 글로벌화	286
2. 프로스포츠 산업	288
1) 프로스포츠 관람객	288
2) 국내 프로스포츠 환경 및 운영구조	290
3) 국내 프로스포츠 시장규모 및 경제적 가치	292
3. 종목별 프로스포츠 산업	295
1) 프로야구	296
2) 프로축구	302
3) 프로농구	309
4) 프로배구	316
5) 프로골프	320
4. 프로스포츠 산업화를 위한 제도개혁	325
1) 프로스포츠 경기장 임대구조	325
2) 프로스포츠 에이전트 제도	326
3) 국내·외 에이전트 제도 현황	328

4) 스포츠 에이전트 제도 도입에 따른 기대효과	334
제6장 스포츠산업 관련 법제	337
1. 개관	338
2. 스포츠산업 관련 법제 현황	339
1) 문화체육관광부 소관 법령	339
2) 문화체육관광부 행정규칙(훈령·예규·고시·공시)	350
3) 스포츠산업 유관법령	352
부록. 스포츠산업 관련 국내외 기관 단체 현황	359
1. 스포츠산업 관련 국내 기관 및 단체 현황	360
1) 문화체육관광부	360
2) 지방자치단체 체육조직	365
3) 체육단체	393
2. 스포츠산업 관련 국외기관 현황	436



CONTENTS <TABLE>

<표 1-1> 제품과 구매자의 유형에 따른 분류	8
<표 1-2> 유럽연합의 스포츠산업 정의	10
<표 1-3> 중국의 스포츠산업	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> '16~'18년 세세분류별 스포츠산업 모집단 사업체 수	66
<표 2-2> '18년 지역별 사업종류별 스포츠산업 사업체 수	69
<표 2-3> '16~'18년 종사자 수별 사업체 수	70
<표 2-4> '16~'18년 종사자 수별 각 스포츠산업 분야 사업체 수	70
<표 2-5> '18년 지역별 사업종류별 매출액	71
<표 2-6> '16~'18년 사업종류별 종사자 수	72
<표 2-7> '16~'18년 스포츠산업 세세분류별 종사자 수	72
<표 2-8> '16~'18년 조직형태별 종사자 수	74
<표 2-9> '18년 지역별 사업종류별 종사자 수	75
<표 2-10> '16~'18년 스포츠산업 산업분류별 매출액	76
<표 2-11> '16~'18년 사업종류별 매출액	78
<표 2-12> '16~'18년 조직형태별 매출액	79
<표 2-13> '16~'18년 종사자 규모별 매출액	79
<표 2-14> '09~'18년 스포츠산업 사업실적	80
<표 2-15> '16~'18년 20개 중분류별 실적 현황	81
<표 2-16> '16~'18년 사업종류별 내수·수출실적	82
<표 2-17> '16~'18년 스포츠용품업 상품별 구성비	82
<표 2-18> '16~'18년 스포츠시설업 연간 영업개월 수 및 이용 인원	83
<표 2-19> '16~'18년 스포츠서비스업 고객유형별 매출액 비중	83
<표 2-20> 2015년 종목별 스포츠산업 사업종류별 사업체 수	84
<표 2-21> '16년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 사업체 수	84
<표 2-22> '17년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 사업체 수	85
<표 2-23> '18년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 사업체 수	85

〈표 2-24〉 '15년 중분류별 종목별 스포츠산업 사업체 수 현황	85
〈표 2-25〉 '16년 중분류별 종목별 생활스포츠산업 사업체 수 현황	86
〈표 2-26〉 '17년 중분류별 종목별 생활스포츠산업 사업체 수 현황	87
〈표 2-27〉 '18년 중분류별 종목별 생활스포츠산업 사업체 수 현황	87
〈표 2-28〉 '15년 종목별 스포츠산업 종사자 수별 사업체 수	88
〈표 2-29〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 종사자 수별 사업체 수	88
〈표 2-30〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 종사자 수별 사업체 수	88
〈표 2-31〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 종사자 수별 사업체 수	89
〈표 2-32〉 '15년 종목별 스포츠산업 사업종류별 매출액	89
〈표 2-33〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 매출액	90
〈표 2-34〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 매출액	90
〈표 2-35〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 매출액	90
〈표 2-36〉 '15년 종목별 스포츠산업 분류별 매출액(중분류별)	91
〈표 2-37〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 분류별 매출액(중분류별)	92
〈표 2-38〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 분류별 매출액(중분류별)	92
〈표 2-39〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 분류별 매출액(중분류별)	93
〈표 2-40〉 '15년 종목별 스포츠산업 사업종류별 종사자 수	93
〈표 2-41〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 종사자 수	94
〈표 2-42〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 종사자 수	94
〈표 2-43〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 종사자 수	95
〈표 2-44〉 '15년 종목별 스포츠산업 산업분류별 종사자 수(중분류별)	95
〈표 2-45〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 산업분류별 종사자 수(중분류별)	96
〈표 2-46〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 산업분류별 종사자 수(중분류별)	96
〈표 2-47〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 산업분류별 종사자 수(중분류별)	97
〈표 2-48〉 '18년 시·도별 체육시설 총괄	98
〈표 2-49〉 '18년 전국 등록체육시설업	99
〈표 2-50〉 '18년 전국 시·도별 골프장 현황	99
〈표 2-51〉 '18년 전국 스키장 현황	100
〈표 2-52〉 '18년 전국 자동차 경주장 현황	101
〈표 2-53〉 '18년 전국 신고체육시설 현황	101



〈표 2-54〉 '18년 전국 요트장 현황	102
〈표 2-55〉 '18년 전국 빙상장 현황	103
〈표 2-56〉 '18년 전국 카누장 현황	103
〈표 2-57〉 '18년 전국 승마장 현황	104
〈표 2-58〉 '18년 전국 종합체육시설 현황	104
〈표 2-59〉 '18년 전국 수영장 현황	105
〈표 2-60〉 '18년 전국 체육도장 현황	106
〈표 2-61〉 '18년 전국 골프연습장 현황	107
〈표 2-62〉 '18년 체력단련장 현황	108
〈표 2-63〉 '18년 전국 당구장 현황	108
〈표 2-64〉 '18년 전국 썰매장 현황	109
〈표 2-65〉 '18년 전국 무도장 현황	109
〈표 2-66〉 '18년 전국 무도학원 현황	110
〈표 3-1〉 프로야구 관중 수 현황	112
〈표 3-2〉 프로야구 정규시즌 경기 수 및 평균관중 수	113
〈표 3-3〉 프로야구 경기장 수용규모 및 좌석점유율	114
〈표 3-4〉 '17년 기준 프로야구 홈경기 직접 관람 횟수	115
〈표 3-5〉 '17년 기준 프로야구 한 시즌 상품 구매비용	115
〈표 3-6〉 '17년 기준 프로야구 1회 관람 시, 1인당 예상 지출 비용	116
〈표 3-7〉 프로축구 관중 수 현황	117
〈표 3-8〉 프로축구 경기 수 및 평균관중 수	118
〈표 3-9〉 프로축구 경기장 수용규모 및 좌석점유율	119
〈표 3-10〉 '17년 기준 프로축구 직접 관람 횟수	120
〈표 3-11〉 '17년 기준 프로축구 리그별 직접 관람	120
〈표 3-12〉 '17년 기준 프로축구 한 시즌 상품 구매비용	121
〈표 3-13〉 '17년 기준 프로축구 1회 관람 시, 1인당 예상 지출 비용	121
〈표 3-14〉 프로농구 관중 수 현황	122
〈표 3-15〉 프로농구 경기 수 및 평균관중 수	123
〈표 3-16〉 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율	124

〈표 3-17〉 '17년 기준 남자 프로농구 경기 직접 관람 횟수	126
〈표 3-18〉 '17년 기준 여자 프로농구 경기 직접 관람 횟수	126
〈표 3-19〉 '17년 기준 프로농구 한 시즌 상품 구매 비용	127
〈표 3-20〉 '17년 기준 프로농구 1회 관람 시, 1인당 예상 지출 비용	127
〈표 3-21〉 프로배구 관중 수 현황	128
〈표 3-22〉 프로배구 경기 수 및 평균관중 수	129
〈표 3-23〉 프로배구 경기장 수용규모 및 좌석 점유율	130
〈표 3-24〉 '17년 기준 남자 프로배구 경기 직접 관람 횟수	131
〈표 3-25〉 '17년 기준 여자 프로배구 경기 직접 관람 횟수	131
〈표 3-26〉 '18년 기준 남자 프로배구 한 시즌 상품 구매 비용	132
〈표 3-27〉 '18년 기준 프로배구 1회 관람 시, 1인당 예상 지출 비용	132
〈표 3-28〉 경주스포츠업 주요업종 이용자 수	132
〈표 3-29〉 '17년 기준 프로야구 경기 생중계 및 하이라이트 시청 여부	133
〈표 3-30〉 '17년 기준 프로야구 경기 생중계 주 시청 기기	133
〈표 3-31〉 '17년 기준 프로야구 경기 하이라이트 주 시청 기기	133
〈표 3-32〉 '17년 기준 프로축구 경기 생중계 및 하이라이트 시청 여부	134
〈표 3-33〉 '17년 기준 프로축구 경기 생중계 주 시청 기기	134
〈표 3-34〉 '17년 기준 프로축구 경기 하이라이트 주 시청 기기	134
〈표 3-35〉 '17년 기준 프로농구 경기 생중계 및 하이라이트 시청 여부	135
〈표 3-36〉 '17년 기준 프로농구 경기 생중계 주 시청 기기	135
〈표 3-37〉 '17년 기준 프로농구 경기 하이라이트 주 시청 기기	136
〈표 3-38〉 '17년 기준 남자 프로배구 경기 생중계 및 하이라이트 시청 여부	136
〈표 3-39〉 '17년 기준 프로배구 경기 생중계 주 시청 기기	137
〈표 3-40〉 '17년 기준 프로배구 경기 하이라이트 주 시청 기기	137
〈표 3-41〉 규칙적 체육활동 참여여부 및 빈도 연도별 비교	138
〈표 3-42〉 주 1회 이상 규칙적 생활체육활동 참여율 변화	138
〈표 3-43〉 연령별 주 2-3회 이상 규칙적 체육활동 참여율 연도별 비교	139
〈표 3-44〉 참여종목 연도별 비교표	140
〈표 3-45〉 1회 평균 체육활동 참여시간 연도별 비교	140
〈표 3-46〉 체육활동 평균 참여 기간 연도별 비교	141



〈표 3-47〉 주로 참여하는 체육활동 이용시설	141
〈표 3-48〉 전국 골프장 이용객 현황	142
〈표 3-49〉 월 평균 체육활동 경비에 대한 연도별 비교	142
〈표 3-50〉 월 평균 체육활동 경비	143
〈표 3-51〉 스포츠용품 구입 종류(복수응답)	144
〈표 3-52〉 스포츠용품 구입비용	146
〈표 3-53〉 체육동호회조직 가입 여부	147
〈표 3-54〉 체육동호회 조직 가입 종목(상위 10개 종목)	148
〈표 3-55〉 야구 참여 기간	149
〈표 3-56〉 야구 참여 빈도	149
〈표 3-57〉 야구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료)	150
〈표 3-58〉 야구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비)	150
〈표 3-59〉 야구 용품 소비지출	151
〈표 3-60〉 야구 대회참가 횟수, 및 회당 소비지출	151
〈표 3-61〉 야구 연간 대회참가 소비지출	152
〈표 3-62〉 축구 참여 기간	152
〈표 3-63〉 축구 참여 빈도	153
〈표 3-64〉 축구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료)	153
〈표 3-65〉 축구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비)	154
〈표 3-66〉 축구 용품 소비지출	154
〈표 3-67〉 축구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출	155
〈표 3-68〉 축구 연간 대회참가 소비지출	155
〈표 3-69〉 농구 참여 기간	156
〈표 3-70〉 농구 참여 빈도	156
〈표 3-71〉 농구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료)	157
〈표 3-72〉 농구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비)	157
〈표 3-73〉 농구 용품 소비지출	158
〈표 3-74〉 농구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출	158
〈표 3-75〉 농구 연간 대회참가 소비지출	159
〈표 3-76〉 배구 참여 기간	159

〈표 3-77〉 배구 참여 빈도	160
〈표 3-78〉 배구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료)	160
〈표 3-79〉 배구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비)	161
〈표 3-80〉 배구 용품 소비지출	161
〈표 3-81〉 배구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출	162
〈표 3-82〉 배구 연간 대회참가 소비지출	162
〈표 3-83〉 2015년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)	164
〈표 3-84〉 2017년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)	165
〈표 3-85〉 2015년 지출항목별 연간 활동 지출	167
〈표 3-86〉 2017년 지출항목별 연간 활동 지출	168
〈표 3-87〉 2015년 참여스포츠 연간 활동 지출	170
〈표 3-88〉 2017년 참여스포츠 연간 활동 지출	171
〈표 3-89〉 2015년 연간 대회참가 경비지출	173
〈표 3-90〉 2017년 연간 대회참가 경비지출	174
〈표 3-91〉 2015년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비	176
〈표 3-92〉 2017년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비	177
〈표 4-1〉 FTA 추진 현황	182
〈표 4-2〉 '18년 스포츠용품 시험 및 인증사업의 구성	183
〈표 4-3〉 스포츠 인증 제도를 위한 투자현황	184
〈표 4-4〉 '18년 KISS 품질인증 실적	184
〈표 4-5〉 '18년 인증 시험·검사장비 현황	186
〈표 4-6〉 스포츠용품 시험 및 인증현황	187
〈표 4-7〉 '18년 스포츠용품 시험 및 인증사업의 추진실적	187
〈표 4-8〉 '18년 스포츠용품 해외인증 지원현황	187
〈표 4-9〉 국내 스포츠산업체들의 자금지원에 대한 수요(전체 100%)	189
〈표 4-10〉 '18년 융자집행현황	189
〈표 4-11〉 '18년 스포츠용품 우수체육용구 생산업체	190
〈표 4-12〉 '18년 우수체육용구 생산업체 기금용자 기준	197
〈표 4-13〉 체육시설업체 기금용자	198



〈표 4-14〉 '18년 스포츠 서비스업체 기금융자 기준	198
〈표 4-15〉 '18년 스포츠 서비스 업종별 세부조건	199
〈표 4-16〉 스포츠산업체 자금 융자사업 현황	199
〈표 4-17〉 대중제 전환 골프장 사업예산	200
〈표 4-18〉 '18년 융자 신청금액, 결정금액, 집행금액 현황	200
〈표 4-19〉 '18년 국민체육진흥기금 스포츠산업 융자 현황	200
〈표 4-20〉 스포츠산업체 설립연도 비율	201
〈표 4-21〉 스포츠산업 육성발전 장애요인	201
〈표 4-22〉 '18년 스포츠산업분야 모태펀드 출자규모 및 출자자 선정기준	203
〈표 4-23〉 '18년 출자자 우대선정기준	203
〈표 4-24〉 '18년 모태펀드 출자사업 공통 출자 주요조건	204
〈표 4-25〉 스포츠계정 모태조합 운용 중 조합 현황	206
〈표 4-26〉 조합원 연도별 출자내역	206
〈표 4-27〉 '18년 모태펀드 자펀드 누적 결성액 및 투자실적	207
〈표 4-28〉 모태펀드 스포츠계정 출자 및 결성현황	207
〈표 4-29〉 '18년 조직형태별 사업체 수	208
〈표 4-30〉 스포츠용품업 무역수지 현황(품목코드 9506)	209
〈표 4-31〉 '18년 스포츠기업 비즈니스 지원 사업 지원 사업체 및 내용	209
〈표 4-32〉 '18년 스포츠기업 비즈니스 지원 사업 최최 선정기업	209
〈표 4-33〉 중소 스포츠기업 비즈니스 지원사업체 선정실적	210
〈표 4-34〉 중소스포츠기업 비즈니스 지원 실적 경제적 효과	211
〈표 4-35〉 지원 기업 실적 비경제적효과	211
〈표 4-36〉 스포츠산업체 전문 인력에 대한 필요성	212
〈표 4-37〉 일자리 상담실과 일자리 정보 시스템(잡스포이즈) 운영 실적	214
〈표 4-38〉 스포츠산업 잡 페어 개최 운영 실적	214
〈표 4-39〉 '18년 스포츠산업 잡 페어 프로그램 운영 실적	214
〈표 4-40〉 '18년 스포츠산업 일자리지원센터 홍보실적	215
〈표 4-41〉 통계청 고용동향조사 결과	215
〈표 4-42〉 중앙창업 거점센터와 지역창업 거점센터의 사업내용	216
〈표 4-43〉 '18년 스포츠산업 창업지원센터 운영사업 추진과정	216

〈표 4-44〉 '18년 스포츠산업 창업지원센터 창업활성화 사업 운영현황	217
〈표 4-45〉 스포츠산업 지역거점센터 운영 실적	217
〈표 4-46〉 2018년 스포츠산업 창업보육 실적	218
〈표 4-47〉 '18년 액셀러레이터 사업규모	218
〈표 4-48〉 '18년 액셀러레이터 지원사업의 운영 및 추진과정	218
〈표 4-49〉 '18년 액셀러레이터 실적 및 현황	220
〈표 4-50〉 '18년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 일정 및 추진절차	220
〈표 4-51〉 '18년 선도기업 육성 사업 운영 및 추진과정	221
〈표 4-52〉 '18년 스포츠사업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업 및 과업수	222
〈표 4-53〉 스포츠산업 전체 요약	223
〈표 4-54〉 대외경쟁력 강화부문 산업체 수요조사	224
〈표 4-55〉 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원사업의 추진과정	224
〈표 4-56〉 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원 사업 세부사업 간 우대 프로그램	225
〈표 4-57〉 해외시장 진출기업 대상 글로벌화 전략수립 및 마케팅활동 지원	226
〈표 4-58〉 서울국제스포츠박람회 전시규모 현황	227
〈표 4-59〉 서울국제스포츠박람회 품목별 참가비율	227
〈표 4-60〉 서울국제스포츠박람회 대륙별 참관객 현황	227
〈표 4-61〉 SPOEX 2018 해외 빅바이어 수출상담회 참가바이어	228
〈표 4-62〉 SPOEX 2018 해외 빅바이어 수출상담회 상담실적(총괄)	230
〈표 4-63〉 '18년 SPOEX FALL 지역 수출상담회 현황	230
〈표 4-64〉 '18년 SPOEX FALL 지역 수출상담회 국내기업 품목별 참가 현황	230
〈표 4-65〉 SPOEX FALL 지역 수출상담회 실적	231
〈표 4-66〉 '18년 글로벌화 지원 사업 지원	231
〈표 4-67〉 '18년 글로벌화 지원 사업 지원실적	231
〈표 4-68〉 스포츠산업 글로벌화 지원 사업 수혜기업 만족도	231
〈표 4-69〉 해외전시 참가 지원 사업 참가개요	232
〈표 4-70〉 '18년 해외전시 참가 지원 사업 참가실적	232
〈표 4-71〉 중소스포츠기업 비즈니스 지원사업 성과	233
〈표 4-72〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 기관 추진 사업 내용	234
〈표 4-73〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 추진과정	234



〈표 4-74〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 연차별 중점육성방향	236
〈표 4-75〉 '18년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 거점조성 분야 실적	237
〈표 4-76〉 '18년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기업지원 분야 실적	237
〈표 4-77〉 '18년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기반조성 분야 실적	238
〈표 4-78〉 '18년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 성과확산 분야 실적	238
〈표 4-79〉 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업 추진과정	239
〈표 4-80〉 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업 성과	241
〈표 4-81〉 '18년 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업의 성과	241
〈표 4-82〉 스포노믹스 육성 사업 추진과정	242
〈표 4-83〉 스포노믹스 육성 사업의 성과	244
〈표 4-84〉 스포츠산업기술 연구개발지원사업 예산 현황	244
〈표 4-85〉 부처별 연구·개발사업 예산 현황	245
〈표 4-86〉 스포츠산업기술개발사업(R&D) 과제지원 실적	247
〈표 4-87〉 스포츠산업기술 연구개발지원 사업 추진과제 현황	247
〈표 4-88〉 스포츠산업 기술개발사업의 추진실적	248
〈표 4-89〉 '09~'13년 스포츠산업 전문 인력 양성기관 지원 사업 추진 실적	249
〈표 4-90〉 스포츠산업 전문 인력 양성기관 지원 사업 추진과정	250
〈표 4-91〉 스포츠산업 전문 인력 양성기관 교육과정 운영 현황	252
〈표 4-92〉 스포츠경영관리사 인턴십 지원 사업 실적 현황	252
〈표 4-93〉 스포츠산업분야 인턴십 지원 사업 추진과정	253
〈표 4-94〉 체육분야 국내 인턴십 지원 사업 추진과정	255
〈표 4-95〉 체육분야 해외 인턴십 지원 사업 추진과정	256
〈표 4-96〉 '18년 스포츠산업분야 인턴 지원 사업 모집공모 및 채용결과	257
〈표 4-97〉 '18년 스포츠산업분야 국내인턴 지원 사업 1,2차 선정 기관 현황	257
〈표 4-98〉 '18년 스포츠산업분야 국내 인턴 지원사업 채용 연계 실적	258
〈표 4-99〉 '18년 체육분야 인턴 지원 사업 인턴사원 성과	258
〈표 4-100〉 '18년 체육분야 국내 인턴 지원 사업 인턴종료 후 취업현황	259
〈표 4-101〉 '18년 체육분야 1, 2차 국외인턴 지원 사업 모집기관 및 선정기관 현황	259
〈표 4-102〉 '18 체육분야 해외 인턴 지원 사업 인턴종료 후 취업현황	259
〈표 4-103〉 스포츠산업 채용박람회 'JOB FAIR 2018' 개최 사업개요	260

〈표 4-104〉 ‘제7회 스포츠산업 JOB FAIR 2018’ 전시장 구성	261
〈표 4-105〉 ‘제7회 스포츠산업 JOB FAIR 2018’ 전시 규모	261
〈표 4-106〉 ‘18년 스포츠산업 채용박람회 추진 실적	262
〈표 4-107〉 ‘제7회 스포츠산업 JOB FAIR 2017’ 참가 기업 현황	262
〈표 4-108〉 ‘제8회 스포츠산업 JOB FAIR 2018’ 참가 구직자 현황	263
〈표 4-109〉 스포츠산업 실태조사 주요 추진 현황	264
〈표 4-110〉 ‘19년 스포츠산업 실태조사 사업개요	265
〈표 4-111〉 ‘제14회 대한민국 스포츠산업대상’ 포상사업 추진과정	267
〈표 4-112〉 ‘15년~16년 대분류별 모집단 비율(구분류 기준)	268
〈표 4-113〉 ‘15년~18년 대분류별 모집단 비율(신분류 기준)	269
〈표 4-114〉 스포츠산업대상 역대 수상 현황	269
〈표 4-115〉 스포츠산업 백서 발간 사업개요	273
〈표 4-116〉 SI 포커스 및 이슈페이퍼 발행 사업개요	274
〈표 4-117〉 스포츠산업 동향 뉴스레터 발간 사업개요	274
〈표 4-118〉 스포츠산업 컨퍼런스 개최 사업개요	275
〈표 4-119〉 스포츠산업 공모 사업 개요	277
〈표 4-120〉 생활체육분야 스포츠산업 실태조사 개요	278
〈표 4-121〉 스포츠산업 홍보 사업개요	278
〈표 4-122〉 스포츠산업 백서 사업 실적	279
〈표 4-123〉 ‘18년 SI 포커스 발행 실적	279
〈표 4-124〉 ‘18년 이슈페이퍼 발행 실적	280
〈표 4-125〉 스포츠산업 동향정보 제공 사업 실적	280
〈표 4-126〉 ‘18년 스포츠산업 동향 뉴스레터 발행 실적	281
〈표 4-127〉 스포츠산업 컨퍼런스 개최 사업 실적	282
〈표 4-128〉 스포츠산업 공모 사업 주요 실적	282
〈표 5-1〉 리그수입에 따른 전 세계 프로스포츠 순위(2018년 기준)	287
〈표 5-2〉 프로스포츠 전체관람객 추이	289
〈표 5-3〉 주요 프로스포츠 경기 수 및 경기당 평균 관중 수	289
〈표 5-4〉 주요 프로스포츠 수용규모 및 좌석점유율	290



〈표 5-5〉 주요 프로스포츠 등록선수 숫자	291
〈표 5-6〉 프로스포츠 종목별 구단 운영형태	291
〈표 5-7〉 프로스포츠 입장수입 규모	292
〈표 5-8〉 프로스포츠 중계권 시장규모	293
〈표 5-9〉 프로스포츠 머천다이징(라이선싱 포함) 시장규모	294
〈표 5-10〉 프로스포츠 스폰서 시장규모	295
〈표 5-11〉 프로스포츠단체 현황	295
〈표 5-12〉 과거 KBO리그 팀 변천사	297
〈표 5-13〉 현재 KBO리그 팀 변천사	298
〈표 5-14〉 '18년 KBO리그 팀 개요	299
〈표 5-15〉 프로야구단 홈구장 및 2군 경기장 개요	300
〈표 5-16〉 '18년 프로야구 관람객 및 좌석점유율	301
〈표 5-17〉 프로클럽 자격요건 (제1조)	303
〈표 5-18〉 프로축구 K리그1(클래식) '18년 참가팀	304
〈표 5-19〉 프로축구 K리그2 '18년 참가팀	304
〈표 5-20〉 프로축구 K리그 구단 변천사	305
〈표 5-21〉 '18년 프로축구 관람객 및 좌석점유율	307
〈표 5-22〉 축구 시스템 구축 방안	308
〈표 5-23〉 프로농구 구단 변천사	310
〈표 5-24〉 '18/'19년 프로농구 참가 구단 개요	312
〈표 5-25〉 여자프로농구 구단 변천사	314
〈표 5-26〉 '18/'19년 여자 프로농구 참가 구단 개요	315
〈표 5-27〉 '18년 프로농구 관람객 및 좌석점유율	315
〈표 5-28〉 연도별 KBA 등록선수 규모	316
〈표 5-29〉 '18/'19년 V-리그 경기 남자부 참가팀	318
〈표 5-30〉 '18/'19년 V-리그 경기 여자부 참가팀	318
〈표 5-31〉 '18년 프로배구 관람객 및 좌석점유율	318
〈표 5-32〉 '18년 KPGA 대회 개요	322
〈표 5-33〉 '18년 KLPGA 대회 개요	324
〈표 5-34〉 프로야구단 구장운영 계약형태	325

〈표 5-35〉 스포츠에이전트 장·단점	328
〈표 5-36〉 프로스포츠 7개 단체 에이전트 관련 규정 분석	328
〈표 5-37〉 프로야구(KBO) 규약	329
〈표 5-38〉 프로축구(K리그) 규약	330
〈표 5-39〉 프로농구(KBL) 규약	331
〈표 5-40〉 프로배구(KOVO) 규약	331
〈표 5-41〉 여자프로농구(WKBL) 규약	332
〈표 5-42〉 NPB-선수위원회 대리인 제도 주요사항 비교	334
〈표 5-43〉 '15~'18년 에이전트 관련 사업체 수 현황	334
〈표 5-44〉 '15~'18년 에이전트 관련 매출액 현황	335
〈표 5-45〉 '15~'18년 에이전트 관련 종사자 현황	335
〈표 6-1〉 문화체육관광부 소관 스포츠산업 관련 법령 제개정 현황	340
〈표 6-2〉 스포츠산업진흥법 주요 개정 내용	342
〈표 6-3〉 스포츠산업 관련 문화체육관광부 행정규칙(훈령·예규·고시·공시)	351
〈표 6-4〉 스포츠산업 유관법령 현황	352
〈표 7-1〉 정부 체육부처 연혁	363
〈표 7-2〉 '03~'18년 지방자치단체 체육발전 계획 수립 현황	366
〈표 7-3〉 광역자치단체 체육행정조직과 인력	367
〈표 7-4〉 기초자치단체 체육행정조직과 인력	369
〈표 7-5〉 지방자치단체 체육단체 운영 현황	380
〈표 7-6〉 광역자치단체 체육단체 운영 실태	381
〈표 7-7〉 기초자치단체 체육단체 운영 실태	382
〈표 7-8〉 대한체육회 연혁	395
〈표 7-9〉 통합체육회 추진 과정	397
〈표 7-10〉 통합체육회 인력구성	398
〈표 7-11〉 2018년 회원종목단체 현황	399
〈표 7-12〉 통합체육회 예산 현황	402
〈표 7-13〉 시도체육회 예산 현황	402



〈표 7-14〉 시·군·구 체육회 예산 현황	403
〈표 7-15〉 '18년 시도 및 시군구 회원종목단체 예산과 자체수입 비율	409
〈표 7-16〉 정부 체육부처 연혁	411
〈표 7-17〉 대한장애인체육회 인력 현황	413
〈표 7-18〉 시·도 대한장애인체육회 현황	413
〈표 7-19〉 대한장애인체육회 가맹단체 현황	414
〈표 7-20〉 대한장애인체육회 연도별 재정 현황	415
〈표 7-21〉 국민체육진흥공단 인력 현황	417
〈표 7-22〉 국민체육진흥공단 고정자산	418
〈표 7-23〉 국민체육진흥공단 법인회계 예산	419
〈표 7-24〉 국민체육진흥공단 기금회계 예산	420
〈표 7-25〉 한국도핑방지위원회 인력 현황	422
〈표 7-26〉 연도별 도핑검사 현황	423
〈표 7-27〉 연도별 도핑방지 교육인원 현황	423
〈표 7-28〉 연도별 도핑방지 현장홍보 현황	424
〈표 7-29〉 WADA 및 IF와 도핑검사 위탁대행 MOU 체결 현황	424
〈표 7-30〉 연도별 소재지정보 검사 현황	425
〈표 7-31〉 한국도핑방지위원회 사업 추진 전략목표 및 전략과제	425
〈표 7-32〉 한국도핑방지위원회 연도별 예산 현황	426
〈표 7-33〉 태권도진흥재단 연혁	427
〈표 7-34〉 태권도진흥재단 연도별 예산 현황	428
〈표 7-35〉 스포츠안전 교육프로그램 체계도	430
〈표 7-36〉 연도별 스포츠 안전공제 가입 현황	431
〈표 7-37〉 연도별 스포츠공제 가입 및 보상 현황	431
〈표 7-38〉 스포츠안전재단 연도별 예산(수입) 현황	432
〈표 7-39〉 '18년 평창 조직위원회 인력 현황	434
〈표 7-40〉 '18년 평창 조직위원회 연도별 예산 현황	434
〈표 7-41〉 한국대학스포츠총장협의회 주요업무	435
〈표 7-42〉 주요 국제체육기구 및 단체 현황	437
〈표 7-43〉 올림픽 정식 종목 국제경기연맹의 회장국적	438

〈표 7-44〉 올림픽 정식 종목 국제경기연맹 회장의 대륙별·국가별 분포	439
〈표 7-45〉 올림픽 정식 종목 국제경기연맹 본부 소재지	440
〈표 7-46〉 각종 국제기구 한국인 위원 현황	441



CONTENTS <FIGURE>

<그림 1-1> Milano & Chelladurail(2011)에 의한 스포츠산업 분류	9
<그림 1-2> 스포츠산업의 두 부문 모델	10
<그림 1-3> 하라다와 마노(2011)의 스포츠산업 분류 기준 변화	11
<그림 1-4> 국내 스포츠산업 분류(스포츠산업 특수 분류 v3.0)	20
<그림 1-5> VAR 영상판독 중 안내 전광판 및 비디오판독 차량 내부	50
<그림 1-6> 온라인스토어에서 판매중인 수호랑 인형과 메달리스트에게 수여되는 어사화수호랑	50
<그림 1-7> 평창 롱패딩 출시 안내문과 평창 스니커즈 사전예약 안내문	51
<그림 1-8> 통신사 App서비스 아시안게임 시청 이벤트	53
<그림 1-9> 디비전 시리즈 1차전 선발투수 발표	55
<그림 1-10> 호주오픈 4강전 메디컬 타임아웃중인 정현선수와 경기 직후 SNS메시지	57
<그림 1-11> LG 유플러스 'U+프로야구' 화면	62
<그림 1-12> 1,2,3루를 형상화한 삼성라이온즈파크 전광판(좌), 야구장 백스톱 광고(우)	63
<그림 3-1> 프로야구 관중 수 현황	113
<그림 3-2> 프로야구 정규시즌 경기 수 및 평균관중 수	113
<그림 3-3> 프로야구 경기장 수용규모 및 좌석점유율	114
<그림 3-4> 프로축구 관중 수 현황	117
<그림 3-5> 프로축구 경기 수 및 평균관중 수	118
<그림 3-6> 프로축구 경기장 수용규모 및 좌석점유율	119
<그림 3-7> 남자 프로농구 경기 수 및 평균관중 수	123
<그림 3-8> 여자 프로농구 경기 수 및 평균관중 수	124
<그림 3-9> 남자 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율	125
<그림 3-10> 여자 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율	125
<그림 3-11> 프로배구 관중 수 현황	128
<그림 3-12> 프로배구 경기 수 및 평균관중 수	129
<그림 3-13> 프로배구 경기장 수용규모 및 좌석점유율	130
<그림 3-14> 스포츠용품 구입 종류(복수응답)	144
<그림 3-15> 스포츠용품 구입비용	145
<그림 3-16> 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)	163
<그림 3-17> 지출항목별 연간 활동 지출	166

〈그림 3-18〉 참여스포츠 연간 활동 지출	169
〈그림 3-19〉 연간 대회참가 지출	172
〈그림 3-20〉 관람스포츠 연간 직접 관람 경비	175
〈그림 4-1〉 KISS 인증절차	183
〈그림 4-2〉 생산장려품목 및 우수체육용구 생산업체 지정 절차	189
〈그림 4-3〉 기금 융자 시행절차	190
〈그림 4-4〉 스포츠산업분야 모태펀드 운용구조	202
〈그림 4-5〉 투자조합 결성 절차	205
〈그림 4-6〉 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업 추진 절차	208
〈그림 4-7〉 일자리 지원센터 운영체계	212
〈그림 4-8〉 온라인 자동매칭 일자리 시스템 운영체계	213
〈그림 4-9〉 온·오프라인 일자리 지원센터 운영도	213
〈그림 4-10〉 스포츠 창업교육 및 보육사업 지원 절차	217
〈그림 4-11〉 스포츠산업 선도기업 육성사업 지원절차	222
〈그림 4-12〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 추진 사업구조	233
〈그림 4-13〉 스포츠산업기술 연구개발지원 사업 추진 체계	246
〈그림 4-14〉 지정과제 선정절차	246
〈그림 4-15〉 자유공모 과제 선정절차	247
〈그림 4-16〉 스포츠 에듀 클러스터 활성화	253
〈그림 4-17〉 스포츠산업분야 인턴 지원 사업 만족도 조사	258
〈그림 4-18〉 스포츠산업 실태조사 절차	266
〈그림 5-1〉 한국야구위원회 조직도	296
〈그림 5-2〉 KBO 전문위원회 조직도	296
〈그림 5-3〉 (주)케이비오피(KBOP)	297
〈그림 5-4〉 한국프로축구연맹 조직도	302
〈그림 5-5〉 한국농구연맹 조직도	310
〈그림 5-6〉 한국여자농구연맹조직도	313
〈그림 5-7〉 한국배구연맹 조직도	317



〈그림 5-8〉 한국프로골프협회 조직도(이사회 및 분과위원회)	321
〈그림 5-9〉 한국프로골프협회 조직도(사무국)	321
〈그림 5-10〉 한국여자프로골프협회 조직도(이사회 및 분과위원회)	323
〈그림 5-11〉 한국여자프로골프협회 조직도(사무국)	323
〈그림 5-12〉 스포츠 에이전트 제도 기대효과	336
〈그림 6-1〉 스포츠산업관련법령 제정현황	339
〈그림 7-1〉 문화체육관광부 조직도	363
〈그림 7-2〉 국내외 스포츠단체 조직도	398
〈그림 7-3〉 통합체육회 조직도	399
〈그림 7-4〉 국내·외 장애인체육회 조직도	412
〈그림 7-5〉 대한장애인체육회 조직도	412
〈그림 7-6〉 국민체육진흥공단 조직도	417
〈그림 7-8〉 태권도진흥재단 조직도	427
〈그림 7-9〉 스포츠안전재단 조직도	429
〈그림 7-10〉 '18년 평창 조직위원회 조직도	433

제1장 스포츠산업 개관

2018 Sport Industry White Paper



제1장 스포츠산업 개관

1 스포츠산업 현황

1) 스포츠산업의 정의

스포츠산업진흥법 제2조에 의하면, 스포츠는 “건강한 신체를 기르고 건전한 정신을 함양하며 질 높은 삶을 위하여 자발적으로 행하는 신체활동을 기반으로 하는 사회 문화적 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 관련시킬 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. Clark가 그의 저서 ‘경제 진보의 조건(The Conditions of Economic Progress (1940))’에서 사용한 산업구조의 분류와 연관시켜 보면 스포츠용품업의 경우 운동 및 경기용품 제조업과 스포츠시설 건설업은 2차 산업으로 분류할 수 있으며, 스포츠용품업의 운동 및 경기용품 유통 및 임대업, 스포츠시설 운영업, 스포츠경기 서비스업과 스포츠 정보 서비스업 등을 포함하는 스포츠서비스업은 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 연유로 문화체육관광부는 스포츠산업을 특수 분류를 이용하여 분류하고 있다.

둘째, 스포츠산업은 공간·입지 중시형 산업이다. 스포츠 참여활동은 적절한 장소와 입지 조건이 선행되어야 하며, 시설에 대한 의존도가 높다. 예를 들어, 최근 건설된 서울시 고척 스카이돔이나 광주 챔피언스 필드 등의 프로야구장, 강원도 일대의 스키장 그리고 전국의 골프장은 접근 용이성과 시설의 규모 등이 소비자들에게 주된 관심의 대상이 된다. 뿐만 아니라 수상스키, 윈드서핑 같은 해양스포츠나 스노우보딩, 스키 등의 겨울스포츠는 고유의 특성으로 제한된 장소에서만 할 수 있기 때문에 입지조건에 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 여가활동의 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. 골프는 18홀 플레이의 평균 시간은 약 4시간 30분이 소비된다. 따라서 스포츠 소비자들은 관람스포츠와 참여스포츠 모두 사용가치를 지급하고 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 성립한다고 하는 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 관람을 하게 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 충족시킴으로 이윤을 창출하게 된다.

다섯째, 스포츠산업은 감동과 건강을 가져다주는 산업이다. 흔히 스포츠를 각본 없는 드라마라고 이야기한다. 스포츠는 영화나 연극같이 각본에 의한 감동을 주는 것과는 달리 각본이 없고 결과의 불확실성 때문에 승부를 선별리 예측하기 힘들다. 이러한 결과의 불확실성은 극적인 승부를 만들어 내며 스포츠소비자들에게 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 있기 때문에 스포츠산업은 공익적 성격이 있다. 스포츠산업은 스포츠의 다양한 발전을 지원하는 것에 의해 국민 생활에 기여하는 사회적 사명이 있기 때문에 그 책무 수행에 학계, 산업체 및 정부기관의 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 부각되고 있고 다양한 특성이 있다. 따라서 스포츠산업은 다음과 같은 이유로 국가 경제를 위한 독립적 정책영역으로 중요한 산업이다.

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

경우 실제적으로 스포츠선수로서 경기장에서 자신이 지니고 있는 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 은퇴를 했지만 스포츠선수였던 고유한 가치를 바탕으로 다양한 활동을 통해서 지속적으로 여러 부가가치를 생산하고 있다. 또한, 단일종목의 스포츠 이벤트가 가지는 효과를 보면, 2017/18시즌 유럽축구 연맹(UEFA)이 UEFA 챔피언스리그(Club competitions & other revenue)와 UEFA 유로파(EURO & European Qualifiers)를 주관하여 벌어들인 총수익은 27억 8,980만 유로(한화 약 3조 6,229억 원)으로 나타났으며, TV 방송권의 수익은 중계권료 22억 6,310만 유로(한화 약 2조 9,389억 원), 마케팅 판권으로 인한 수익은 4억 5,380만 유로(한화 약 5,893억 원), 입장권 판매로 인한 수익은 2,330만 유로(한화 약 3,025억 원)로 구성되어 있다. (UEFA financial report 2017/18). UEFA 챔피언스리그의 63번째 결승전은 우크라이나의 키예프에 위치하고 있는 올림피스키 경기장에서 레알 마드리드와 리버풀의 경기로 개최되었고, 레알 마드리드가 3 대 1로 승리하여 통산 13번째 우승을 차지하였다. 또한, FIFA의 경우 2018년 러시아 월드컵이 열린 해로 월드컵 사상 가장 높은 수익을 벌어들였다. (FIFA financial report 2018). 2018년 연간 총 수익은 46억 4100만 달러 (한화 약 5조 1064억 원)으로 예상 수입에는 못 미치나, 2017년 수익인 7억 3,420만 달러 (한화 약 8,177 억 원)에 비해 8배 이상 상승했다. 항목별로는 TV 방송중계권의 수익이 25억 4,400만 달러(한화 약 2조 7,991억 원), 마케팅 판권으로 인한 수익은 11억 4,300만 달러(한화 약 1조 2,576억 원), 라이선스 권리로 인한 수익은 1억 8,500만 달러(한화 약 2,035억 원), 입장권 판매로 인한 수익은 5억 4,100만 달러(한화 약 5,952억 원)에 달한다. 월드컵이라는 메가 스포츠이벤트를 통해 국내 기업의 해외 진출과 국내 소비 진작에도 효과가 컸다. ‘카스’를 앞세워 월드컵 마케팅을 실시한 오비맥주, 한국이 독일을 꺾어 16강에 진출하게 된 멕시코 현지의 ‘한국 열풍’ 덕을 보게 된 현대기아차, 손흥민을 기용한 하나금융그룹, 온라인 중계권을 따낸 아프리카 TV 등이 대표적이다. (시사위크) 이처럼 스포츠산업은 서비스산업이 미치는 파급력이 큰, 고부가가치를 생산해내는 산업이다.

둘째, 스포츠산업은 무한한 성장 잠재력이 있다. 스포츠산업은 제조업, 서비스, 유통업 등 기존 산업과 연계된 복합 산업으로서 스포츠산업으로 기능할 때, 다른 어떤 콘텐츠보다도 성장 잠재력이 무한한 산업이다. 문화체육관광부의 제3차 스포츠산업 중장기 발전 계획에 따르면, 전 세계 스포츠산업 시장규모는 약 1.3조 달러(1,430조원, ‘17년 기준 지난 3년간 연평균 3.5%성장세)로 자동차 판매수입 규모(약 1.4조 달러, ‘17년)와 비슷하다. 특히 스포츠 이벤트 산업의 규모는 900억 달러로 2005년 이후 약 평균 6%의 성장세를 보이며 크게 성장하고 있다. 또한, 스포츠 산업은 높은 고용유발효과를 가진 일자리 창출 산업이다. 국내 스포츠산업 고용규모는 42.3만 명(2017년 기준)으로 2013년부터 5년간 총 연평균 4.5%의 성장세를 보였다. 또한 스포츠산업의 고용유발계수는 10.7명으로 전체 산업 8.5명 대비 높은 편으로 나타났다. 스포츠산업은 4차 산업혁명 시대 유망 미래 신성장 산업으로도 꼽힌다. 4차산업혁명 기술과 스포츠 분야를 접목해 스포츠산업의 신시장이 출현하고 그 외연이 확장되고 있다. 국내 가상체험 스포츠 시장은 스크린 골프(2017년 매출 1조 2백억원)를 시작으로 스크린 야구, 승마 등 종목을 확장하며 지속적 성장 전망을 보인다(중소기업기술정보진흥원, 2016). 스포츠 빅데이터 분석시장의 경우 전세계적으로 2016년부터 2022년까지 연평균 40.1%의 성장률을 보이며 약 40억 달러 시장으로 성장할 것으로 예측된다(Research and Markets, 2016).



셋째, 스포츠산업은 미디어적 가치를 지니고 있다. 스포츠이벤트는 각종 미디어의 중요한 방송 콘텐츠로 다루어지고 있다. 또한, 여러 메가 스포츠이벤트나 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, 특정선수를 응원하는 스포츠 팬 층이 확보된 상태에서 특정기업이 자사제품의 광고를 위하여 금전적인 보상을 통해 그 선수를 자사의 제품광고에 출연시키거나 선수의 모자, 가방, 의류 등에 기업로고를 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 인식되게 된다. 스포츠산업은 스포츠이벤트, 경기장, 선수 등의 구성요소가 모두 미디어적 가치를 지니고 있는 산업이다.

넷째, 스포츠산업은 국민복지에 기여한다. 스포츠산업은 스포츠 참여를 통해 그 어떤 산업보다 국민의 삶의 질 향상에 공헌한다. 스포츠는 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 여가 선용과 체력 증진을 위한 정부가 체육정책을 제정하고 스포츠에 대한 적극적인 지원을 아끼지 않고 있다. 문화체육관광부는 2030문화비전 '사람이 있는 문화' 아래 '생활체육활성화와 스포츠경쟁력 강화로 국민행복을 실현한다'는 전략목표를 수립해 정책을 펼치고 있다. 2018년에는 생활체육 육성을 위해 예산으로 505,100백만 원을 지출하였다. 이는 생애주기별 생활체육 활성화를 위한 참여 여건 개선에 이바지하고 있다. 생활체육 참여율은 '17년 59.2%에서 '18년 62.2%로 상승하였다. (2018 문화체육관광부 결산 보고서) 또한 생활 스포츠의 저변확대 및 활성화에 기여하는 측면으로 실제로 스포츠 소비자들이 경기에 임함으로 생산과 소비에 동시에 관여하는 형태의 스포츠산업 단면을 나타낸다. 스포츠산업은 경제적인 의미와 함께 국민복지와 삶의 질 향상에도 연계하여 배드민턴, 볼링, 축구, 농구, 수영 등의 종목뿐만 아니라 여러 스포츠 종목에 걸쳐 이러한 수요는 계속해서 증가할 것으로 예상된다.

문화체육관광부는 스포츠산업을 육성하고자 일자리 규모 확충하고 국제교류를 증진해 왔다. 스포츠 산업 시장규모와 일자리수가 꾸준히 증가하고 있다('15년 38만명, '16 40만명, '17 42만명). 스포츠산업 성장기반을 조성하기 위해 창업(약 300명)·R&D(20여개 업체)·금융(100여개 업체)·해외진출(60여개 업체) 지원 등에 618억원을 지출하였다. 지역기반 스포츠 산업 활성화 토대를 마련하고자 대구(섬유, IT 등), 대전(과학기술 등)지역 강세 산업의 장점을 활용, 지역 스포츠 융복합 거점도시 육성 등에 104억 원을 지원하였다. 스포츠 외교인력 풀 구성하고 운영하고 있다.

2018년 정책방향은 '모든 국민이 스포츠를 즐기는 활기찬 나라' 국정과제의 성공적 추진을 목표로 했다. 이는 국민 누구나 손쉽게 체육을 즐길 수 있는 스포츠 향유 환경 조성, 통합체육회 정착에 따른 생활체육과 전문체육의 균형발전, 융복합 기반의 스포츠산업 육성 및 프로스포츠 활성화를 세부 목표로 한다. 첫째, 생활체육 활성화를 위한 각종 프로그램을 운영하고 인프라를 구축했다. 생활체육지도자 활동지원(353억원), 스포츠클럽 육성 및 리그대회(177억원), 생활체육 정보제공 및 종목보급(240억원), 스포츠강좌이용권 지원(201억원), 국민체육센터 건립지원(561억원), 공공체육시설 개보수 지원(647억원) 사업을 하였다. 둘째, 국민 자긍심 제고를 위해 학교·전문체육 지속적 지원하였다. 초등학교 스포츠강사 배치지원(118억원),

방과후 스포츠프로그램 운영지원(270억원), 회원종목단체 및 지회지원(311억원), 우수선수양성지원(847억원), 전국(소년)체전 지원(344억원), 체육인복지(171억원) 사업을 하였다. 셋째, 융복합 기반의 스포츠산업을 육성하고 프로스포츠 활성화하였다. 스포츠산업 금융지원(420억원), 스포츠산업 활성화지원(354억원) 사업을 하였다.

2018년 한국의 GDP 순위는 12위, 1인당 GDP 순위는 29위로 이 중에서 스포츠산업은 전 세계적으로도 국내총생산(GDP) 대비 성장률이 높은 산업이며, 국내 역시 스포츠 산업 규모가 날로 확장됨에 따라 문화체육관광부의 스포츠산업 실태조사에 따르면 2018년 기준(과거 시계열 연속성을 고려하여 신분류 기준 적용) 국내 스포츠산업은 매출액 기준 약 78조로 국내총생산(GDP)대비 약 4.1%를 차지하는 것으로 나타났다. 세계 스포츠산업의 총 규모는 2018년 기준 1조 3,000억 달러(약 1,473조 원)로 추정되고 있으며 국가별로 살펴보면 스포츠산업의 범위가 차이가 있지만, 2018년 기준으로 미국이 약 5,397억 달러(한화 약 611조 원)로 나타났으며(Plunkett Research, Ltd., 2020), 2016년 기준 중국이 약 309조(국가체육총국, 2016)였다. 또한 2018년 초 발표된 2015년 자료 기준 유럽연합의 스포츠산업 규모는 약 2,997억 유로(한화 약 376조 원), 독일이 약 606억 유로(한화 약 77조 원)이었으며(European Commission Research Report 2018)로 조사되었다. 2018년 초 발표된 2012년 자료 기준으로 프랑스가 약 390억 달러(한화 46조 원)로 추정되었다(RTE, 2017).

2) 스포츠산업 활성화 추진배경

국내 스포츠산업은 건강과 여가활동에 관한 관심 증가로 스포츠용품업(예: 스포츠 의류, 아웃도어 의류, 신발 등 제조 및 도·소매업), 스포츠시설업(예: 골프장, 스키장, 경기장 건설업 및 운영업), 스포츠서비스업(예: 프로스포츠, 스포츠마케팅업, 스포츠미디어업, 스포츠베팅업 등)을 중심으로 빠르게 성장하고 있다. 국내 스포츠산업 규모는 2018년 기준 78조 원으로 나타났으며, 2016년 72조, 2017년 74조에 이어 지속적으로 성장하고 있다(스포츠산업실태조사, 2019). 여가시간 증대와 건강에 관한 높은 관심에 따른 인구가 급격한 증가로 나타나고 있으며 4차 산업혁명으로 신기술과 연계된 운동과 산업의 혁신으로 스포츠산업의 시장 성장속도는 더욱 빨라지고 있다. 특히 빅데이터를 기반으로 한 국민 운동체력 데이터 등 스포츠 분야의 체계적인 데이터의 수집과 활용을 통한 시스템 구축과 이에 따른 첨단기술을 활용한 선수 경기력 향상이 이루어졌다. 또한 증강현실(AR), 사물인터넷(IoT) 등 첨단 기술이 활용되는 스마트 경기장 같은 스포츠 관람플랫폼의 시범 구축 등 전체 스포츠산업 시장이 성장함에 따라 국내 중소기업의 매출도 서서히 증가하고 있다. 그러나 여전히 스포츠 산업계의 영세성과 불균형 구조로 스포츠산업은 1~4인 사업체가 87.2%를 차지하고 있으며, 종사자 5~9인 사업체가 7.9%로 10인 미만 사업체가 95.1%로 나타났으며, 스포츠 분야의 종사자 수는 43만 4천 명으로 2017년 대비 1만 1천여 명이 늘어난 것으로 조사되었다(문화체육관광부, 2019 스포츠산업실태조사). 또한, 국내 스포츠산업의 시장 환경은 우리 기업이 국내외 시장 확대에 따른 이익을 제대로 누리지 못하고 대부분을 해외기업이 가져가는 문제를 보이고 있다. 소상공인형 국내 기업과 내수시장을 주도하는 외국계 대기업 위주로 운영되고 있다. 나이키, 아디다스 같은 글로벌 브랜드가 스포츠산업 전체 국내시장의 70% 이상을 점유하여 양질의 일자리가 부족하고, 공급자 위주의 정책 위주로 새로운 수요에 대응하는 힘이 부족하다고 판단된다. 향후 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 등의 다양한 분야의 스포츠용품업 시장에 대비해야 한다. 아웃도어업계의 경우 최근 몇 년간의 성장정체가 이어져 2018년에도 수익성이 감소했다. 금융감독원 전자공시시스템에 따르면 노스페이스의 경우는 2018년 매출과 영업이익은 각각 4651억원과 508억원을 기록하며 전년동기 대비 상승해 업계 선두를 달렸다. 일부 업체를 제외한 국내 아웃도어 시장은 뚜렷한 하락세를 보였다.

반면 스포츠산업의 글로벌 시장은 지속적으로 성장하고 있으며 1조 3천억 달러(한화 약 1,473조 5,500억 원)에 달하는 거대한 시장으로 국내 기업에게 큰 기회를 제공하고 있다(plunkettresearch, 2017). 특히 스포츠용품산업은 연평균 2.8%의 성장률을(www.marketreportonline.com 2012-2017 스포츠용품 전망치) 보일 것으로 예상되고 있고, 스포츠마케팅산업은 연평균 5.7%의 고성장(Research and Markets: Sports Equipment Market Report 2013)을 기대하고 있다. 향후에도 소득 수준의 지속적인 상승에 따라 국내외 스포츠산업 시장의 빠른 확대가 예상되고 있다. 따라서 수요자 맞춤형 생산과 첨단소재 제품 개발, 스포츠시설업의 IoT, 클라우드를 활용한 시설 이용률 제고 및 콘텐츠 개발, 관람스포츠업의 선수관리 효율화를 통한 볼거리 제공, 스포츠서비스업의 유저 창업 활성화 등 스포츠산업을 전략산업으로 육성하고, 국내기업의 경쟁을 강화할 방안을 마련할 필요성이 있다.

3) 스포츠산업 특수 분류

(1) 스포츠산업 특수 분류 v.1.0

스포츠의 경제적 가치에 대한 인식이 제고되면서 스포츠산업의 개념 및 스포츠산업의 분류에 대한 논의도 활발하게 진행되어 왔다. 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 주변 부구조(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 스포츠상품을 규정하고 이를 제공하는 기업 등을 스포츠산업이라고 정의하였으며, 스포츠산업을 그 제품과 구매자의 유형에 따라 스포츠 행위(Performance) 부문, 스포츠제품 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	<ul style="list-style-type: none"> • 운동경기-아마추어, 프로 스포츠, 민간 비스포츠키 사업 • 민간 비스포츠키 사업 • 세금이 지원된 스포츠, 비영리 스포츠 조직 • 후원제가 지원된 스포츠 조직 • 스포츠 교육, 피트니스-스포츠키회사
스포츠 제품생산 (Production)부문	스포츠 경기력 생산에 필요한 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 준비제품-장비, 의류 • 경기력 생산제품-피트니스 훈련지, 의류, 스포츠 시설
스포츠 촉진 (Promotion)부문	스포츠 제품을 촉진시키기 위하여 제공된 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 촉진 거래제품·촉진행사·미디어 • 후원-행사후원, 팀 및 개인후원, 셔티드 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 분류해놓았지만 정부의 스포츠 관련 지출은 거의 없는 것으로 나타났다. 마지막으로 스포츠 수·출입의 경우에는 스포츠 장비의 무역수지를 통해 표기되고 있다. 하지만 강준호, 김화섭, 김재진(2013)에 따르면, 스포츠 장비의 경우 스포츠 수·출입과 스포츠 소비에 중복되어 있는데 이는 동일한 업종이기 때문에 중복되는 것이고 결국 Milano & Chelladurai(2011)가 주장하는 스포츠산업의 범위는 스포츠 소비(Consumption)와 스포츠 투자(Investment)의 두 가지로 나누어질 수 있다.



〈그림 1-1〉 Milano & Chelladurai(2011)에 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.

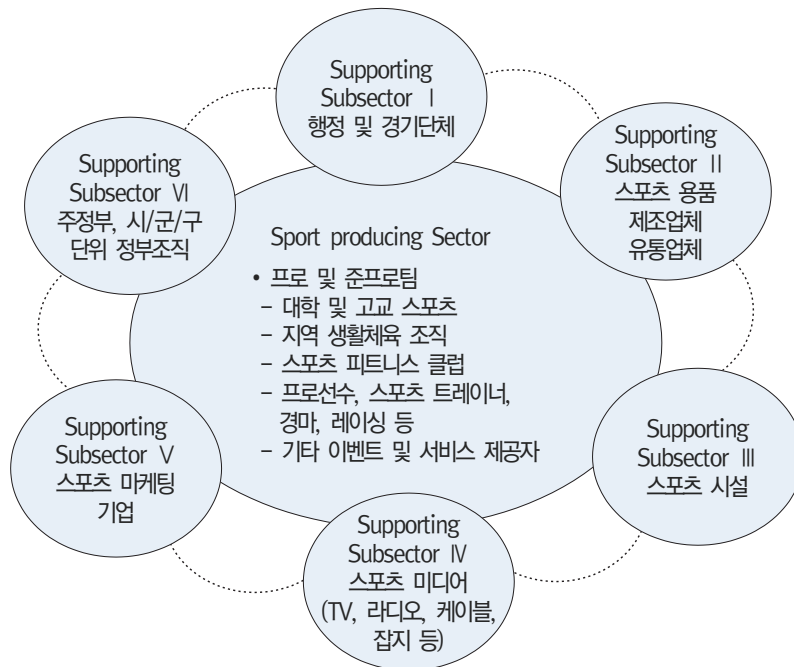
한편, 유럽연합은 2000년대 들어 스포츠산업이 회원국들의 경제, 사회에 미치는 영향이 증가하고 있는 현실에 주목하여, 스포츠산업 분야와 관련된 정책개발에 활용할 수 있는 신뢰도 있고 활용도 높은 통계자료를 확보하고자 하였다. 이에 2006년 EU Working Group on Sport & Economics를 설립하여, 회원국들이 스포츠의 경제적 효과를 측정할 수 있는 공통의 방법인 스포츠 위성 계정(Sport Satellite Accounts: SSAs)을 개발하도록 하였다. 2007년부터 2011년에 걸쳐 만들어진 스포츠 위성 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
협약적 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 협약적 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, 레이스, 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

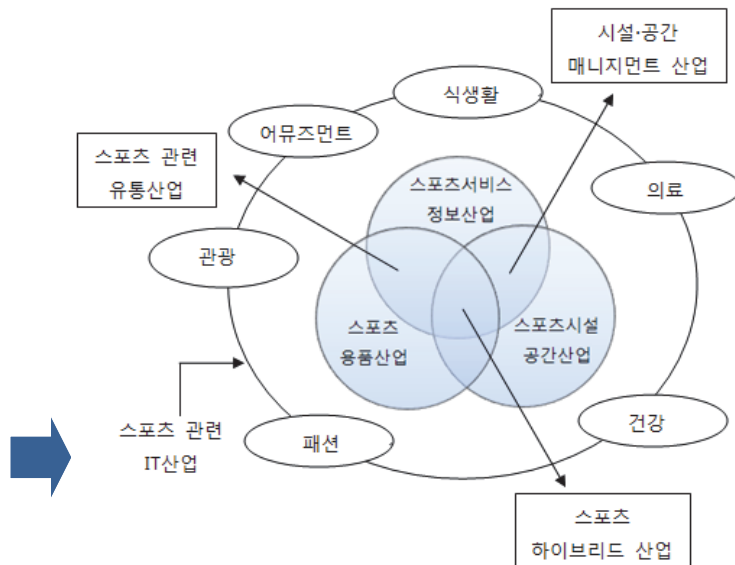
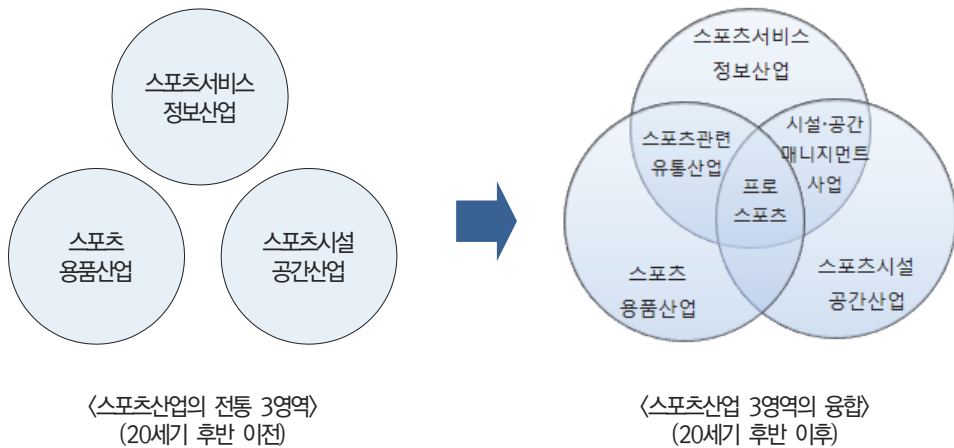


※출처: Li et al.(2001), p.7.



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, 프로 스포츠는 전통의 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 IT 산업이 타산업과의 융합에 결정적 역할을 한다고 주장하고 있다.

〈그림 1-3〉 하라다와 마노(2011)의 스포츠산업 분류 기준 변화



〈스포츠산업 3영역 융합의 심화 - (현재)〉

※출처: 原田宗彦 외(2011), pp.5~11.

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

〈표 1-3〉 중국의 스포츠산업

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

※출처: 中国体育学学会(2011), p.10.

또한, 특정산업이 스포츠산업인가 아닌가를 분류하는 혼란은 스포츠의 외연 확대와 관련해서 파생되는 문제이며 스포츠 관련 상품이 지속적으로 생겨나는 가운데 전문화된 산업영역의 발전이 진행 중이기 때문에 발생하는 문제이다. 이러한 스포츠산업의 특성을 고려하여 국내에서는 2000년 1월 스포츠산업 특수 분류 v1.0이 제정되었고 대분류 3, 중분류 12, 소분류 23으로 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	
2-1		• 경기장 운영업	
2-1-1	88311	• 실내경기장 운영업	
2-1-2	88312	• 실외경기장 운영업	



그룹	KSIC	항목명	품목명
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 v.2.0

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

〈표 1-5〉 스포츠산업 특수 분류 v2.0(2008.6)

대분류	중분류	중분류명	세분류	KSIC	산업분류명	품목명	
1. 운동 및 경기용품 제조업	1-1	기타 비알루미늄류 제조업	1-1-1	11209	기타 비알루미늄류 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	구멍자켓, 구멍벨트	
			1-2-3	14191	셔츠 및 체육복 제조업	스포츠의류 제조	
			1-2-4	14199	그 외 기타 봉제의복 제조업	스포츠의류 부분품	
1. 운동 및 경기용품 제조업	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	
				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		



대분류	중분류	중분류명	세분류	KSIC	산업분류명	품목명
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	캠블링 및 베틱업	2-6-1	91241	복권발행 및 판매업	스포츠토토
			2-6-2	91249	기타 캠블링 및 베틱업	경마, 경륜, 경정 관련 베틱시설
	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 경기용품 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 경기용품 제조업으로 분류된다. 경기 및 오락스포츠업은 경기장 운영업, 기타 스포츠서비스업, 골프장 및 스키장 운영업, 기타 스포츠시설 운영업, 수상스포츠시설 운영업, 캠핑 및 베틱업, 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 스포츠미디어 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 스포츠시설업, 스포츠용품업, 스포츠서비스업으로 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 일부개정된 스포츠산업 특수분류로 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	



다분류	중분류	세분류	세세분류	KSIC	산업분류명	
스포츠 시설업	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
			1010401	낚시장 운영업	91231	낚시장 운영업
	10104 수상스포츠시설 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
	스포츠 용품업	20101 운동 및 경기용품 제조업	2010101 운동 및 경기용 장비 제조업		33309	기타 운동 및 경기용품 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 수렵용품 제조업	
2010105			놀이터용 가구 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 식물제품 제조업	13224	천막, 텐트 및 유사 제품 제조업	
		2010203	스포츠 관련 식물제품 제조업	13229	기타 식물제품 제조업	
		2010204	스포츠 관련 의류부분품 제조업	14199	그 외 기타 봉제의복 제조업	
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	

대분류	중분류	세분류	세세분류		KSIC	산업분류명		
스포츠 용품업	201 운동 및 경기 용품업	20201 운동 및 경기용품 도매업	2020101	운동 및 경기용품 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 겹옷 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 경기용품 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 증개업
							47912	전자상거래 소매업
							47919	기타 통신 판매업
							47993	방문 판매업
			47999	그 외 기타 무점포 소매업				
			2020300	운동 및 경기용품 임대업	76210	스포츠 및 레크레이션 용품 임대업		
	스포츠 서비스업	301 스포츠 경기 서비스업	30101 스포츠 경기업	3010100	스포츠 경기업	91191	스포츠 클럽 운영업	
			30102 스포츠 베틀업	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 증개업		
			3010303	스포츠 마케팅 대행업	71531	경영컨설팅업		
		3010399	기타 스포츠 마케팅업	9119	그 외 기타 스포츠 서비스업			
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		



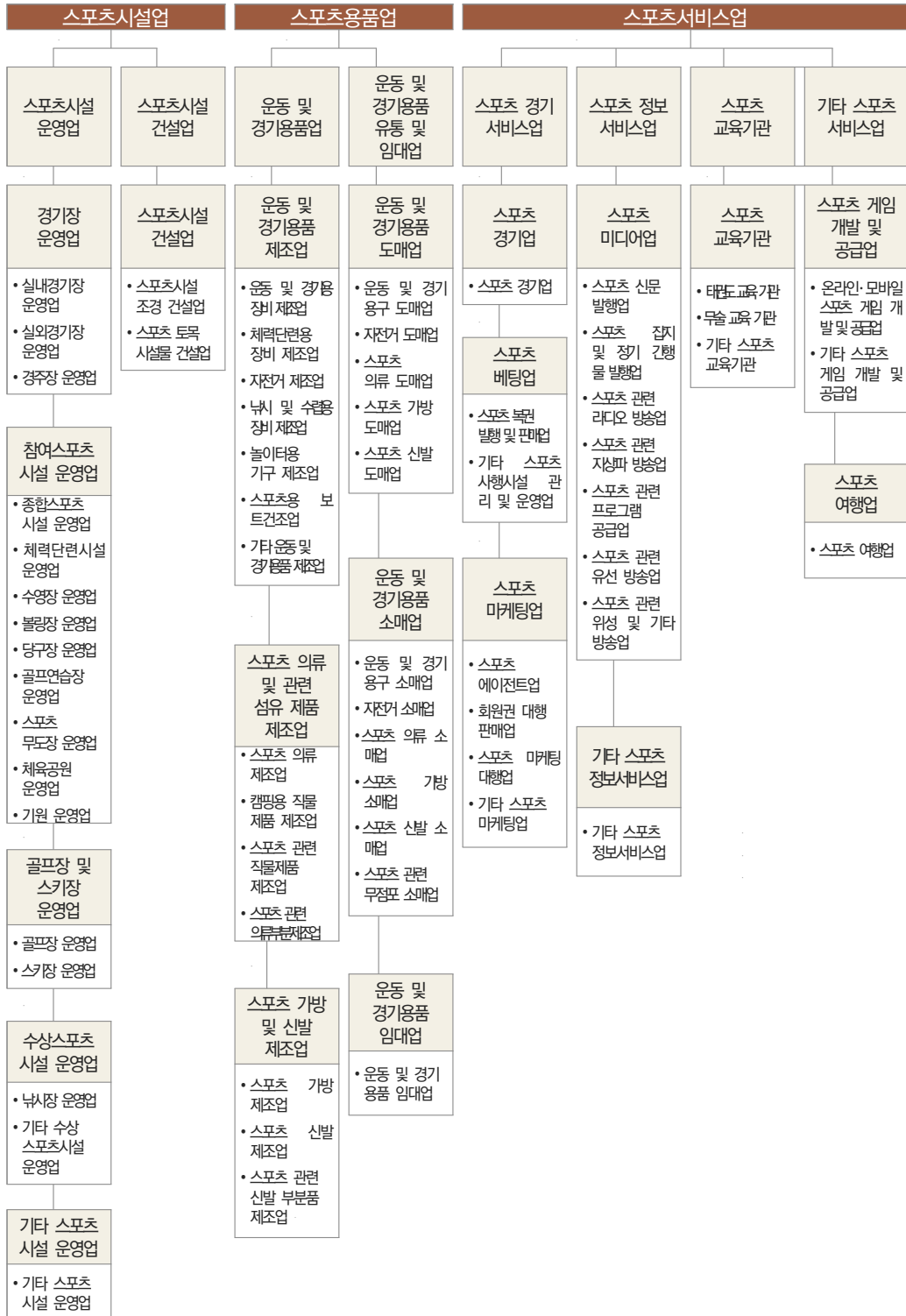
대분류	중분류	세분류	세세분류		KSIC	산업분류명
스포츠서비스업	302 스포츠 정보 서비스업	30201 스포츠 미디어업	3020107	스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	60229	위성 및 기타 방송업
		30299 기타 스포츠 정보 서비스업	3029900	기타 스포츠 정보서비스업	63991	데이터베이스 및 온라인정보 제공업
	303 스포츠 교육기관	30300 스포츠 교육기관	3030001	태권도 교육기관	85611	태권도 및 무술 교육기관
			3030002	무술 교육기관	85611	태권도 및 무술 교육기관
			3030099	기타 스포츠 교육기관	85612 85613	기타 스포츠 교육기관 레크레이션 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 스포츠시설업, 스포츠용품업, 스포츠서비스업으로 구분된다. 스포츠시설업은 크게 스포츠시설 운영업, 스포츠시설 건설업으로 분류되고 스포츠용품업은 운동 및 경기용품업, 운동 및 경기용품 유통 및 임대업으로 분류된다. 스포츠서비스업은 스포츠 경기 서비스업, 스포츠 정보 서비스업, 스포츠 교육기관, 기타 스포츠서비스업으로 분류된다. 스포츠산업 특수 분류 v3.0은 <표 1-6>과 같이 이를 그림으로 표현한 것이 <그림 1-4>이다.

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



4) 세계경제와 스포츠산업의 전망

OECD의 경제전망(Economic Outlook, 2019)에 따르면 세계경제는 2018년 3.6%, 2019년 3.1%, 2020년 2.9%로 성장이 둔화될 것으로 전망하고 있다. 이러한 원인 중 하나는 미·중 무역갈등으로 인해 세계교역이 위축되면서 제조업 중심으로 급격한 하향세가 이어지기 때문이다. 뿐만 아니라 투자와 수출에서 시작된 수요부진이 점차 소비로 확산되면서 세계 경기를 둔화시킬 것이라는 전망을 하고 있다. 이는 주요 미국을 비롯한 선진국의 실업률이 역사적으로 최저 수준에 이르면서 추가고용 여력이 떨어지고 있을 뿐만 아니라 기업수익성 저하로 임금상승세도 낮아질 것으로 예상되기 때문이다. LG 경제 연구소의 '2020년 국내외 경제전망' 보고서에 따르면, 올해 독일, 중국 등 제조업 중심국가의 경기위축이 심했다면 내년에는 미국, 프랑스, 스페인 등의 소비비중이 높은 국가들도 하향세가 뚜렷해질 것으로 예상하고 있다. 이는 고용확대에 따른 소비증가가 다시 고용을 늘리는 선순환 흐름이 약해지고 있기 때문이다.

미국은 투자와 수출 위축에도 불구하고 소비가 호조를 보이며 그동안 경기확장 국면을 지속해 왔다. 지속적인 고용확대와 정부의 사회부장 및 의료보험 지원 등 이전지출이 크게 늘면서 가계소득 증가율이 유지된 점이 그 역할을 하였다. 하지만, 유럽, 중국 등 주변국 경기가 침체되는 상황에서 미국만이 상승세를 유지하기는 힘들 것으로 예상된다. 내년 11월 대선을 앞둔 트럼프 정부는 경기에 미치는 충격을 고려해 강경일변도의 전략보다는 대중 압박의 강도를 조절할 가능성이 높을 것이다. 다시 말해, 정부가 금리인하 압박의 강도를 높이면서 미 연준이 금리인하에 나설 것이지만 정책금리가 이미 낮은 수준을 기록하고 있어 인플레이션 효과가 크지 않을 것이라는 예측이다. 결국 전문가들은 2021년까지 미국경제가 침체에 빠질 확률을 70% 이상으로 예측하고 있으며, 내년 중 성장세가 1%대 중반까지 크게 낮아질 것으로 예상하고 있다. 더욱이 트럼프 정부 출범 이후 갈등 관계에 접어든 미·중 관계는 지속적으로 세계경제의 리스크로 작용하고 있으며, 최근 미·중 무역협상이 부분합의하는데 도달하였으나, 현재 시행 중 관세 조치에는 변동이 없고 완전 타결 가능성은 여전히 불확실성이 높아 이에 따른 경제적 손실은 불가피할 것으로 전망된다. 2018년 10월 이후로 미국의 산업생산이 감소추세를 나타내고 있으며, 현재는 산업생산이 -0.1%(2019년 10월 기준)로 감소하였다. 이에 반해, 미국의 전체 스포츠산업 규모는 2016년 \$494.7 billion, 2017년 \$518.2 billion, 2018년 \$539.7 billion으로 나타나 매년 증가추세를 보이고 있다(Plunkett research, 2019). 이러한 추세는 가계소득 증가함에 따라 소비자의 여가 활동 및 스포츠 참여 활동이 확대되면서 스포츠 관련 산업에 대한 소비가 증가하였기 때문이다. 하지만 지속적으로 예측되는 미국의 경기침체와 미·중 관계는 스포츠산업에서도 역시 리스크로 작용될 수 있을 것으로 예측된다.

유로존의 경기는 독일을 중심으로 나타난 경기하향 흐름이 점차 다른 유럽국가로 확산되어질 것으로 전망하고 있다. 특히 유로존의 실업률이 7.5%까지 낮아지면서 취업자 증가세가 둔화되고 있어 고용·소득·소비로 이어지는 경기 선순환이 약화될 것으로 예상된다. 뿐만 아니라 내년 1월 로 연기된 영국의 브렉시트를 둘러싼 불확실성이 제조업과 투자에 영향을 미치면서 유럽경제를 제약하는 요인으로 나타났다. 유로존은 올해 1.1%, 내년 0.7% 수준의 성장률에 머물 것으로 예상하고 있다. 일본의 경제성장률은 2017년 전년동기 대비 2.4%에서 2018년 0.1%로 둔화되었으나 2019년에는 전년동기 대비 1.0%로 성장하면서 잠재성장률을 상회하는 모습이지만, 소매판매를 비롯한 생산, 수출 등 주요 경제지표는 부진한 흐름을 벗어나지 못하고 있어 향후 경기의 불확실성은 확대되고 있다.

BRICS(Brazil, Russia, India, China, South Africa)라고 불리는 신흥국들 중 하나인 중국은 경기부양책

한계로 인해 성장저하 추세가 당분간 지속될 것으로 전망하고 있다. 이는 미국과의 무역갈등에 따른 수출 차질이 해소되지 못하면서 설비투자 역시 살아나기 어려울 것으로 분석되기 때문이다. 중국은 올해 6% 초반에서 내년에는 5%대까지 성장세가 낮아질 것으로 예측하고 있다. 하지만 중국의 스포츠 산업분야에서는 발전 가능성이 제기되고 있는데, 이는 2022년 베이징 동계 올림픽을 준비하기 위해 다양한 부분에서 투자가 이루어질 것으로 전망되고 있기 때문이다. 베이징은 이미 2008년에 하계올림픽을 개최했던 경험과 2022년 동계올림픽을 계기로 서비스산업 분야에서의 발전이 예상된다. 또한 베이징시(北京), 장가구(張家口)시, 그리고 연경(燕京)에서 공동으로 개최되는 만큼 베이징과 장가구 구간을 이어주는 경장(京張)고속도로 건설 등의 인프라를 위한 투자 확대가 이뤄질 것이며 과거 공업기지였던 장가구를 동계 스포츠산업을 위한 스포츠도시로 탈바꿈시킬 예정이다. 이뿐만 아니라, 중국내에서 건강에 대한 의식과 소비수준 향상에 따라 스포츠 및 헬스, 여가 및 레크리에이션의 수요가 큰 폭으로 성장하자 정부 차원에서 피트니스산업의 발전을 지원하여 피트니스시장이 주요 유망 산업으로 부상하였다. 국무원에서 발표한 '2016 건강중국(健康中國) 2030 계획 요강', 2017년 국가체육총국 '전국민 건강 지침서', '건강레저산업 가속화 발전에 관한 지도의견' 등 중국 정부기관에 따르면, 피트니스클럽 시장규모는 2016년 784억 위안에서 2020년에는 1,322억 위안으로 확대될 전망이며 오는 2020년 중국 레저스포츠 인구가 10억 명(연인원)에 달하고, 시장 규모는 1조 위안(한화 약 160조 원)으로 성장할 것으로 전망하고 있다(중국 국가여유국(國家旅遊局)). 따라서 중국정부는 레저스포츠 산업의 육성을 전 국민 건강과 행복을 위한 국가적 전략으로 세우고 스포츠와 관광의 결합으로 지역경제 활성화를 도모하여 2020년까지 전 국민이 풍요로운 삶을 영위하는 소강사회(小康社會)를 달성할 계획이다.

인도는 금융건전성 우려로 인해 성장세가 저하될 것으로 전망된다. 그동안 7%에 가까운 고성장을 달성해 왔지만 2019년 상반기에는 내수 부진으로 인해 6년만에 최저치인 5.0% 성장률을 기록했다. 이는 2018년 11월 인도의 대형 금융기관인 IL&FS의 규제금융 이후 은행들에 대한 대출규제가 강화되면서 민간소비가 크게 위축되었고 산업생산 증가율 또한 감소되었기 때문이다. 인도 정부가 재정 및 통화정책을 통해 적극적으로 경기 부양에 나서면서 소비위축 현상은 완화될 것으로 전망하고 있다. 브라질과 러시아와 같은 원자재 수출국들은 중국경기 둔화와 원자재 가격 약세 여파로 인해 1%이하의 미진한 성장세가 예상되고 있다. 브라질의 경우 고질적인 문제였던 연금개혁안이 하원을 통과했음에도 불구하고 금융시장에서 해외자금 이탈로 헤일화 약세가 지속되고 있다. 글로벌 수요둔화와 미국의 셰일가스 생산 확대로 국제 유가의 하향 안정흐름이 예상되면서 러시아는 수출부진에 따른 저성장 국면을 면치 못할 것으로 전망된다.

현재 글로벌 스포츠산업은 정치, 경제, 사회, 기술 등 사회제도 전반적으로 상당한 변화를 겪고 있다. 우선, 정치적 측면으로는 '거버넌스(governance)의 어려움'과 '분쟁 성격 변화'가 위협요소로 나타났다. 퓨리서치 센터(Pew Research Center)에 따르면, 미국인 67%가 자국상황에 대해 불만을 가지고 있었으며, 유럽연합 집행위원회(European Commission)의 유로바로미터(Euro-barometer)에 의하면, 2011년 후반부터 약 5년간 자국 정부 및 의회 신뢰하는 비율이 약 20% 수준으로 나타났으며, EU를 신뢰한다고 답한 비율은 30% 초반 정도에 불과한 것으로 나타났다. 또한 에델만(Edelman)의 '2018 신뢰도 지표 조사' 결과에서는 총 28개 국가 가운데 5개 국가만이 국민에게 신뢰받고 있으며, 나머지 국가들은 중립(2개국) 또는 불신(21개국)하고 있다고 조사되었다. 이 중 한국은 불신국가 중 하나로 선정되었지만 정부신뢰도 상승률은 가장 높은 것으로 나타났다. 이처럼 여러 조사기관을 통해 세계 각국의 국민은 정치세력에 대한 불신 정도가



높은 것으로 나타났다. 또한, 정부가 언론의 자유를 지지할 가능성이 적어짐에 따라 민주주의 자체에 대한 의문이 증가하여 정부 관리들보다 자신과 비슷한 사람에게 의존하는 경향을 보이고 있다. 특히, 경제, 기술 및 안보 트렌드 결합으로 인해 지정학적인 영향력을 행사하는 국가가 증가할 것이며, 그 결과 탈냉전 시대가 막을 내리고 있음을 시사함으로써 그 변화의 흐름을 알 수 있었다. 또한 각국의 이해관계가 다양화되면서 국제기관에서 거부권이 증가하게 될 것으로 판단되며, 이에 국제기구도 지역 정부, 기업, 시민단체와 협력하면서 다국적인 역할이 확장될 것으로 예측하였다. 또 다른 위협요소로는 국가 간의 갈등과 분쟁증가로 인해 글로벌 평화가 위협받고 있는 것이다. IEP(Institute for Economics and peace) '세계평화지수 2018'에 따르면 전세계평화지수는 4년 연속 감소(전년대비 0.27% 감소)하였으며, 테러로 인한 사망자수는 감소하였으나, 발생국의 수는 증가하였다. 과거와는 다르게 심리적 혹은 지정학적인 사회기반시설, 사회 응집력, 기본적 정부 기능 파괴에 초점을 둔 분쟁이 발생하면서 그 변화가 나타났다. 이뿐만 아니라, 과학기술 발전과 결합된 고성능 무기가 확산되면서 개인 및 소그룹이 인터넷을 통해 쉽게 분자나 약물을 제조할 수 있게 되어 안보의 새로운 국면으로 부각되었다. 이러한 정치·정책적 위협 요소에도 불구하고, 스포츠 교류가 이를 극복할 수 있는 유일한 원동력으로 작용할 것이라 전망하고 있다. 이는 여러 가지 원인으로 인해 동등하지 못한 교류가 일어나는 정치상황과는 달리 스포츠는 동일한 경기규칙을 통해 교류가 진행됨으로 그 장애 요인이 적을 뿐만 아니라, 스포츠 교류를 통해 신시장 창출은 물론 국가나 도시 브랜드 가치를 향상시키는데 도움이 될 수 있기 때문이다. 국내 정치적 환경으로는 한반도 전면 비핵화에 대한 기대감으로 인해 중단되었던 이산가족 상봉 및 개성공단, 금강산 관광 재개가 가능하며, 경원선·경의선 철도 연결과 북한 지하자원 개발 등 남북 경제협력에 대한 가능성이 높아졌다. 남북 스포츠 교류를 통해 남북의 구축된 신뢰관계는 정기교류전 확대 가능성을 내포하고 있으며, 앞으로 남북 스포츠 교류를 더욱 굳건하게 할 수 있는 디딤돌이 될 수 있으며, 향후 대북제재 등이 풀리면 민간 분야에서도 남북 교류가 이루어질 것으로 기대되고 있다.

경제적 측면으로는 2008년 글로벌 금융위기 이후 세계경제는 회복세를 보이고 있었으나, 선진국과 신흥국들의 경기침체로 인해 성장률은 하락하고 있으며, 각 정부의 정책 대응과 세계적인 대응 없이는 지속적으로 하락할 것으로 예측되고 있다. 세계 경제의 약화로 인해 저비용 제조업이 세계적으로 급부상하고 있으며, 정규직 보다 임금수준이 낮은 임시직 고용을 선호하여 임금상승률이 오르지 않는 Wageless recovery 현상이 지속되고 있는 실정이다. 또한 세계경제포럼(WEF)은 소득격차를 세계경제를 위협하는 가장 심각한 요인이라 발표하였으며, 지난 20년 동안 소득 불평등은 산업 국가에서 9%, 개발도상국에서 11% 상승한 것으로 나타났다. 한편, 스포츠산업 분야에서는 한·중 FTA가 매우 큰 영향을 줄 것으로 예측하고 있다. 스포츠 무역현황에서는 수출액이 10,599천 달러, 수입액은 368,356천 달러로 수입액이 수출액의 약 34.8배가 되는 것으로 나타났다. 이중 스포츠용품 수출 및 수입 추세는 수입 증가율(9.3%)이 수출 증가율(1.7%)보다 매우 높은 상황이며, 무역수지 적자의 증가속도도 9.9%로 매우 빠르게 악화되고 있다. 이러한 추세를 감안할 때 향후 중국과의 스포츠산업 무역수지 적자 규모가 더 빠른 속도로 악화될 것으로 예상된다. 하지만 스포츠 서비스 분야 FTA에서 국내 시장을 개방하지 않고 중국만 개방했다는 점은 우리나라에 긍정적인 영향을 미칠 것이며, 국내시장에 새로운 활력을 불어 넣을 수 있을 것으로 예상된다.

사회적 측면으로는 초고령화 사회 도래로 인해 노인 인구에 대한 의료와 복지 예산 확보에 대한 문제점이 대두되고 있으며, 이로 인한 사회경제적 안정망 확충이 필요한 실정이다. 특히, 노동인구의 감소를 비롯해

새로운 노동자의 대부분이 남아시아 및 아프리카 출신이므로 교육, 부패, 여성의 참여 기회 부족으로 인해 세계 경제에서 새로운 고용창출의 어려움이 제기되고 있다. 또한 도시화가 가속화됨으로써 도시인구는 지속적으로 급증하고, 이로 인한 기후변화나 공해가 사회적 문제로 주목을 받고 있으나, 기술의 발전, 지식공유, 스마트 거버넌스의 조합이 새로운 스마트 시티를 형성할 것이라는 긍정적인 측면도 같이 전망되고 있다. 여권신장 및 여성의 지위 향상 또한 사회적 변화의 요인으로 나타나고 있다. 1979년 UN총회에서 채택된 여성차별철폐협약을 통해 세계 189개 협상 당사국들은 양성평등 정책을 수립하고 시행기준을 마련해왔다. 최근 성폭력에 반발하는 미투운동(#Metoo)이 세계적으로 확산되면서 사회전반에 성차별과 여성 인권 침해에 대한 목소리가 커져가고 있으며, 소셜 네트워킹을 통해 여성 인권과 지위상승 요구가 늘어나고 있는 추세이다. 맥킨지 글로벌 연구소(McKinsey Global Institute)의 보고서에 의하면 여성지위와 상대적 보수가 가장 평등한 국가 수준으로 향상될 경우 2025년 세계 GDP는 10% 이상 증가할 것으로 예상하고 있다. 이렇게 고령화 시대를 맞아, 고령친화시장의 규모가 2020년 약 72조원에 달할 것으로 전망되며, 이와 관련된 여러 스포츠용품 출시 및 스포츠 이벤트 개최 등을 통해 시장을 확대해 나아갈 필요성이 제기된다. 그리고 여성이 시장의 트렌드를 주도하는 새로운 소비자로 등장하게 됨으로써 여성의 스포츠용품 수요를 위한 마케팅 사업이 필요할 것이며, 특히 중국 여성소비자들을 겨냥한 수출방안이 요구되는 시점이다.

기술적 측면에서는 최근 증강현실(AR), 자동화, 인공지능의 시대를 맞아 사회 각 분야에서 4차 산업혁명 기술이 도입되고 있다. 미국과 독일은 미래 산업을 4차 산업혁명 전부터 준비해왔으며, 일본과 중국은 이후 빠르게 4차 산업혁명을 목표로 설정하여 국가산업 전략을 수립해왔다. 전 세계적으로 ‘사물인터넷(IoT)’, ‘로봇공학’, ‘3D 프린팅’, ‘빅데이터’, ‘인공지능(AI)’ 등 5대 기술이 주요변화 동인으로 도출되었다(한국은행, 2016). 이외에도 ‘새로운 에너지 공급’, ‘진보된 소재 및 생명공학’ 등의 기술도 주요 변화 동인으로 될 것으로 전망되고 있다. 특히, 발전된 기술이 도입된 교육프로그램, 건강관리 기기 등은 지속적으로 성장세를 보이고 있는 추세이다. 올해 세계경제포럼(World Economic Forum 2018)에서는 국제 갈등 확산, 지속가능한 경제 모델 개발, 4차 산업혁명 시대와 미래 일자리 대비, 친환경 발전과 공정 경제, 2019년 글로벌 리스크 관리 등을 주요 이슈로 내세웠고, 화두를 ‘세계화 4.0: 4차 산업혁명 시대의 글로벌 구조 형성(Globalization 4.0: Shaping a New Architecture in the Age of the Fourth Industrial Revolution)’으로 제시했다. 이는 지난 2016년 다보스포럼의 화두인 ‘제4차 산업혁명의 이해(Mastering the 4th Industrial Revolution)’와 연결되는데, 3년 만에 4차 산업혁명이 글로벌화 4.0이 접목되면서 세계적인 주목을 받고 있다. 특히 이번 포럼에서는 인공지능(AI)과 로봇 등으로 4차 산업혁명 시대에 발생할 수 있는 대량실업과 인간소외, 환경 이슈에 대한 대응 전략이 집중적으로 논의되었다. 이러한 기술 환경은 스포츠산업 분야의 발전에도 기여할 가능성이 클 것으로 예상하고 있는데, 예를 들어, 가상현실(VR)이나 증강현실(AR)을 활용한 스포츠 체험 및 관람마케팅 사업, 빅데이터를 활용한 선수 및 시설 관리, 스마트 웨어러블 기기의 활성화 등이 스포츠산업 분야에 크게 기여할 것으로 전망되고 있다.

국내 스포츠산업은 2018년 기준 약 78조 원(문화체육관광부, 스포츠산업 실태조사, 2019)에 이르는 시장으로, 우수한 경기력 및 국제 체육계에서의 높은 위상 등 유리한 세계시장 진출 여건과 발전 가능성에 비해 이를 상품화하거나 부가가치를 높이는 데 필요한 기술, 인력, 정보나 제도적 기반이 취약하여 타(他)산업보다 낙후된 실정이다. 이에 문화체육관광부는 스포츠산업을 통한 경제적 가치창출의 극대화를 달성하기 위해서 2018년 12월에 ‘스포츠산업 진흥 중장기계획(2019-2023)’을 체계적으로 수립하였다. 스포츠산업



진흥 중장기계획을 살펴보면 비전으로 “경제 성장을 이끄는 스포츠산업”을 설정하였으며, 국내 스포츠산업 현황 및 잠재력 등을 분석하여 『첨단기술 기반 시장 활성화』, 『스포츠기업 체계적 육성』, 『스포츠산업 균형 발전』, 『스포츠산업 일자리 창출』, 『스포츠산업 진흥기반 확립』을 포함하는 5대 전략을 수립하였다. 또한, 미래 트렌드 및 해외환경 분석결과를 5대 미래정책 방향과 연계시켜 10대 세부 과제를 수립하고 생태계 관점의 취약분야를 고려한 37개의 정책과제를 도출하여 이를 추진함으로써 스포츠산업 진흥을 위해 최선의 노력을 경주하고 있다.

2 스포츠산업 환경 변화 및 해외 동향

1) 스포츠산업 환경 변화

(1) 스포츠산업과 융·복합 기술

4차 산업혁명 시대를 맞이한 오늘날에는 유비쿼터스 컴퓨팅, 주머니 속의 슈퍼컴퓨터, 사물인터넷, 자율주행 자동차, 빅데이터, 인공지능, 로봇, 블록체인, 5G, 공유경제, 블록체인, 3D 프린팅 등 많은 부분에서 소프트웨어의 중요성이 증가하였으며 가까운 미래에는 과학자, 기업가, 소설가와 같이 창의적인 업무가 주를 이루는 직업이나 상담, 간호 등 사람과 사람 사이의 커뮤니케이션이 중요한 직업, 그리고 AI(인공지능), VR(가상현실), 사물인터넷(IoT) 등과 같은 4차 산업혁명의 주요 기술과 융합한 새로운 일자리가 각광받게 될 것으로 전망되고 있다. 다양한 분야와의 융·복합을 통해 새로운 가능성을 찾는 것은 제4차 산업혁명의 대표적인 특징으로 이에 따라 단순 코딩만 하는 것이 아니라 문제 해결이나 의사결정, 유연성을 추구하는 ABCi(AI, 빅데이터, 클라우드, IoT) 기술들은 각 개별 산업에도 큰 영향을 미치기 때문에 관련 소프트웨어 인력을 필요로 하는 산업 분야들이 늘고 있다. 데이터와 지식이 결합하는 융합과정이 4차 산업의 신기술을 통하여 개인, 기업, 정부에 큰 변화를 일으키고 있고 O2O(online to offline) 온라인과 오프라인이 결합하는 현상을 기반으로 한 새로운 비즈니스 모델이 개발되었고, 이에 따라 글로벌 시가총액 5대 기업이 애플, 구글, 마이크로소프트, 아마존, 페이스북 등 대규모 데이터를 확보한 ICT(정보통신기술)기업으로 재편되었다.

현재 한국의 스포츠와 과학 기술력은 모두 세계 10위권으로 우수한 평가를 받고 있다. 다양한 과학기술 가운데 4차 산업혁명 관련 가장 각광받고 있는 분야는 VR(가상현실)분야이다. VR 기술의 발전으로 소비자들은 현실에서는 체험하기 어렵지만 가상으로는 얼마든지 즐길 수 있는 다양한 영역들이 등장하며 성장세를 거듭하고 있다. 대표적인 예로, 최근 인텔은 자사의 영상 기술인 “True VR”과 “True View”를 스포츠 중계에 확산시키기 위한 노력을 강화하고 있다. “True VR”은 인텔이 개발한 가상현실(VR) 기술로 이스라엘의 스타트업 “리플레이 테크놀로지(Replay Technologies)”가 개발한 ‘FreeD’라는 기술을 바탕으로 한 새로운 영상기술이며, 실내 또는 실외 경기장의 스탠드에서 경기장을 향해 30-50대의 카메라를 설치하여 촬영된 이미지를 연결하고 보완함으로써 시점을 이동하여 볼 수 있는 동영상을 제작하는 기술이다. 이 기술은 지난 2017년과 2018년 슈퍼볼 결승전에서 처음 “Be the Player”라는 서비스 명칭으로 제공되었으며, 또한 지난 2월 평창동계올림픽을 비롯하여 NBA, PGA투어, 스페인 라 리가(La Liga) 등에서도 360도 영상의 라이브 스트리밍과 하이라이트 영상 서비스에 사용되었다. VR에 대한 뜨거운 관심은 소셜미디어에서

도 폭발적이다. 유튜브(YouTube)에서는 VR게임이나 공포영화 체험, 미국프로농구(NBA) 경기 관람 등 VR 콘텐츠에 대한 업로드 수와 조회 수가 꾸준히 늘고 있으며 한국 VR산업협회에 따르면 국내 VR시장 규모가 올해 2조 8,000억 원에서 2020년 5조 7,000억 원으로 2배 이상으로 커질 것으로 전망되고 있다.

인공지능(AI)의 스포츠산업 접목도 주목 받고 있다. 최근 아마존의 클라우드 플랫폼 사업부문인 AWS(아마존웹서비스)는 프로스포츠 경기의 중요 장면에서 선수의 플레이 성공률을 AI로 예측하는 기능을 준비하고 있다. 지금까지 정상급 운동선수들의 플레이를 추적해 관련 데이터를 TV화면에 그래픽으로 소개하는 것에서 그치는 것이 아닌 앞으로 벌어질 선수의 플레이가 성공할 확률을 추정해 미리 제시한다는 점에서 획기적이라 할 수 있다. 현재 AWS는 F1, NFL, MLB와 제휴를 마쳤으며, 기계학습을 이용해 플레이 성공 확률을 예측하여 방송 영상에 표시하기 위한 기술적 준비를 시작한 상태이다. 또한, KBO는 2018년부터 퓨처스 리그에 대한 관심을 높이기 위해 인공지능(AI)으로 기사를 작성하는 로봇기자 KBOT을 정식 도입하기로 했다. 이미 지난 2015년 서울대 이준환 교수팀이 만든 프로야구 뉴스 로봇이 페이스북 페이지에 쓴 기사가 2016년까지 올라와 있고 대구일보는 로봇기자인 '에이프'를 개발해 2017년 한국시리즈부터 기사를 쓰고 있다. 스포츠 로봇 기자 중 가장 활발하게 활동하고 있는 곳은 통신사 연합뉴스가 개발한 '사커봇'이다. 5명이 투입되어 수천만 원을 들여 개발된 사커봇은 잉글랜드 프로축구 프리미어리그(EPL) 전 경기를 기사화하고 있다. 로봇기자가 데이터 수입부터 최종 기사 작성까지 기사제작의 전 과정을 혼자 처리하기 때문에 기사가 제대로 게재되고 있는지 모니터링을 하는 담당자 한 명만 필요하며 기사는 경기 종료 후 1~2초 만에 작성된다. 사커봇이 성공을 거두면서 연합뉴스는 평창 겨울올림픽을 대비한 '올림픽봇'을 만들었다.

한편, AI기술은 스포츠 제조업에서도 활발히 활용되고 있다. 시장조사기관 가트너(Gartner)에 따르면, 2018년 전세계 웨어러블 디바이스 총판매량은 약 1억 7,800만대 규모로 관측되었고 2019년에는 전년대비 25.8% 증가한 약 2억 2,500만 대에 달할 것으로 조사되었다. 스포츠와 기술의 대표 융합인 '웨어러블 장치'는 2016년부터 스마트 시계, 피트니스 트래커, 시계처럼 손목에 차거나 입어 심박 수, 운동소모 칼로리 등을 알 수 있어 본인의 몸 상태를 계속 확인하며 더욱 정교한 운동이 가능하고 성취감을 줄 수 있도록 하였다. 특히, 스마트 시계의 전 세계 판매량은 2018년 기준 약 5,300만 대로 조사되었고 2019년에는 약 7,400만대로 전체 웨어러블 디바이스 중 최상위를 차지할 것으로 예상된다. IDC(International Data Corporation)에 따르면 스마트시계를 사용하는 고객들 대부분이 메시지 확인 기능이나 스마트폰 보조 역할의 도움을 주는 기기로 인식하는 것이 아니라, 헬스케어와 같은 건강관리 목적의 기기로 사용하여 스마트시계를 유용한 생활용품 기기로 느끼고 있는 것으로 나타났다. 최근에는 이어웨어 디바이스인 '히어러블(Hearables)'의 판매량이 급증하고 있다. 가트너의 조사에 의하면, 2017년 약 2,150만대, 2018년 약 3,340만대로 조사되었으며, 2019년에는 약 4,610만대로 예측하고 있다. 이러한 추세로 보았을 때, 2022년에는 판매량이 1억 5,800만대에 달할 것으로 보이며 스마트 시계의 판매량을 뛰어 넘을 것으로 예상하고 있다. 스마트폰의 다음 주자로도 여겨졌던 웨어러블 기기(스마트 시계·팔찌)의 다소 저조한 성장이라는 관측도 있으나 여가시간이 증대됨에 따라 점점 더 스포츠를 생활 속으로 받아들이는 사람이 많아지고, 건강에 관심이 높기 때문에 스마트워치는 여전히 발전 가능성이 높은 것으로 전망된다.

현재 스마트 의류 역시 큰 성장 잠재력을 보이고 있다. 스마트의류는 IT 기술과 첨단 섬유·소재 및 기술이 융합된 옷으로, 주위환경이나 인체의 자극에 대한 감지 및 반응시스템을 적용한 섬유제품으로 착용자의 심박 수, 근육 운동, 신체 움직임 등의 생체데이터를 수집 및 전달하는 기능을 한다. 또한, 트랙티카(Tractica)



에 따르면 2024년 스마트 의류의 시장규모는 40억 달러(약 4조 5천억 원)에 달할 전망이다. 이는 연평균 50% 이상의 고성장으로 IT기업들은 패션업체와 함께 빠른 속도로 스마트의류 시장에 진입하고 있다. 특히 스마트의류를 입으면 스마트폰이나 웨어러블 등 거추장스런 기기를 휴대하지 않아도 운동 데이터를 측정할 수 있기 때문에 스포츠산업에서 스마트의류의 효용성은 이미 입증된 분야라고 할 수 있다. 프로스포츠에서는 이미 운동선수의 기량의 최대화 및 부상의 최소화를 목적으로 스마트의류를 적극 활용 중이다. 통계적으로 약 1,200만 번의 부상에 대한 치료비용은 약 330억 달러라는 조사 결과가 있으며 미국 NEISS(전자상해감시 체계, National Electronic Injury Surveillance System) 연구에 따르면, 부상의 50% 이상은 예측 및 예방이 가능한 것으로 조사됐다. 따라서 스마트의류는 선수의 생체데이터 및 건강·신체 상태를 지속적으로 모니터링해 기량을 최대화하고 부상을 최소화하는 역할을 한다. 미국 NBA 농구팀 골든 스테이트 워리어스(Golden State Warriors)는 Athos(2012년 설립된 시리즈 C 스타트업)와 협력해 2014년부터 선수들에게 스마트 운동복을 입고 있다. 또한, 최근 미국 시애틀의 'STRIVE'이라는 스타트업 스마트의류 회사는 메릴랜드 대학(University of Maryland), 럿거스(Rutgers University)와 NFL팀들의 선수들에게 'Sense3'라는 스마트 운동복을 통해 다양한 선수들의 건강상태를 측정하여 데이터를 수집하고 있다.

최근엔 피트니스와 스포츠, 패션 등에 웨어러블 기기와 IoT 기술이 결합해 효율적이고 과학적인 운동을 도와주는 서비스가 등장하고 있다. 미국 IT기업 웨어러블X가 만든 요가복 '나디'는 착용자가 잘못된 자세로 요가를 하면 교정이 필요한 부위가 진동이 되며 바른 운동 자세를 도와주고 스마트폰과 연결하면 그림을 보며 요가 자세를 교정할 수 있다. 2017년 'PGA 머천다이징 쇼'에서 국내 기업 솔티드벤처는 스윙할 때 무게중심의 이동을 측정해 스윙 자세를 교정해주는 골프화 '아이오피트(IOFIT)'을 출시하여 2017 CES 혁신상(Innovation Award)을 수상하였으며 독일 ISPO(스포츠용품 박람회)에서 황금상을 수상하였다. 신발 밑창에 압력 센서가 내장되어 지면으로부터 발생하는 하중 정보를 제공하며 골프 스윙에 있어 가장 중요한 체중 이동 정보를 분석해 올바른 스윙을 도와준다. 스마트의류를 포함하는 웨어러블 디바이스 시장은 스마트 의류의 소재인 스마트 섬유가 활발하게 개발되고 있는 추세이며 스마트워치가 사물인터넷(IoT)을 통해 다양한 전자제품과 연동되고 인공지능(AI) 비서 기능이 탑재되면서 활용 영역이 넓어져 급격한 성장세가 예상된다. 글로벌 마켓 인사이트(Global Market Insights)에 따르면, 2023년까지 스마트 피트니스 웨어러블 시장 규모순위 1위는 미국, 2위 독일, 3위 영국 순이고 한국은 9위를 차지했다. 따라서 국내 기업들도 세계시장 진출을 위해 스마트의류에 대한 기술개발 및 투자 확대와 기존의 의류기업과 협력이 필요할 것이다.

2019년 다보스포럼에서 수차례 강조되었던 4차 산업혁명의 핵심 기술들(5G, AR, IoT, 빅데이터 등)이 세계 최초로 평창동계올림픽에서 적용되었다. 2020년 도쿄 올림픽에서 상용화하고 2022년 베이징 동계올림픽까지 바라보는 한국의 5G 기술은 지난 올림픽에서 최초로 적용하며 선도할 기회를 마련했다는 점에서도 큰 의의가 있었다. 과거 눈으로만 즐기던 올림픽이었다면 이제는 실제 체험하는 올림픽으로 초점이 맞춰진 평창동계올림픽에서는 우리가 현재까지 사용하고 있는 4G나 LTE보다 약 20배 빠른 네트워크인 5G가 활용되었다. 5G는 UHD 영화 한 편을 1초 만에 다운로드 받을 수 있고, 용량은 1천 배, 속도는 현재의 4G LTE망 보다 약 20배 빨라 끊어짐 없이 한 번에 많은 자료를 전송할 수 있다. 강원도 평창, 서울 강남 등에 세계 최초로 '5세대 이동통신(5G)' 시범망이 구축되어 '실감 미디어'를 즐길 수 있으며 실제 경기를 선수와 심판의 1인칭 시점으로 시청할 수 있는 싱크 뷰, 원하는 선수만 골라 볼 수 있는 포인트 뷰, 원하는 위치와 순간, 각도를 자유자재로 볼 수 있는 멀티 뷰 등을 통해 경기를 더욱 생생하게 관람할 수 있을

것이다. 또한 AR(Augmented Reality: 증강현실)을 통한 길 찾기와 교통안내 등 개인맞춤형 테크놀로지 서비스를 제공할 예정이다. 또한 강릉 월화거리에 조성되는 IoT 스트리트에서는 무인기기를 통해 식당, 숙박, 교통정보 서비스를 제공받을 수 있으며 정밀 위치측정과 증강현실(AR) 기술을 활용해 맞춤형 서비스도 제공받을 수 있다. 한국을 처음 방문하는 외국인도 인천공항에서 개최지 강원도 평창까지 가는 길이 어렵지 않도록 인천공항에서부터 평창까지 실외를 비롯한 실내에서도 증강현실(AR)로 길안내를 받을 수 있으며 IoT는 빙상장비의 성능을 검증하고, 루지와 컬링스톤 선수 개인별 움직임에 대한 데이터를 제공하여 맞춤형 훈련을 지원한다. 관람객들은 경기가 열리는 지역에 있는 키오스크(kiosk)에서 마스크트 동작을 따라하는 등 올림픽에 대한 추억을 남길 수 있을 것이다. 4차 산업혁명은 이미 스포츠산업에서도 광범위하게 영향을 미치고 있다. 빅데이터를 통해 축구는 선수들의 컨디션과 기후와의 관계 등을 분석해 승부를 예측하고, 격투기는 선수별 특징과 클래스를 분류하고, 테니스의 경우에는 과거 데이터를 토대로 우승자를 예측하는데 활용하고 있다. 선수들의 빅데이터는 선수들이 경기 훈련 전 몸에 웨어러블 디바이스를 장착하거나 몸에 센서를 부착하는 방식으로 수집된다. 훈련 도중 발생하는 선수들의 호흡수와 맥박 활동량 등의 데이터를 수집한 후 인공지능 및 데이터 분석플랫폼을 통해 선수들의 기량을 분석하고 전략을 짜는데 활용하고 있다.

4차 산업을 맞이하여 ‘21세기 굴뚝 없는 고부가가치 산업’, ‘클린산업’으로 인정받고 있는 스포츠산업의 발전은 국내 스포츠산업 전문가들의 관심과 주의가 필요하다. 정부의 대통령직속 4차 산업혁명위원회가 맥킨지(McKinsey)의 발표를 인용하여 4차 산업혁명 선도를 통한 총 경제효과는 2022년 최대 128조 원, 2030년 460조 원에 달할 것으로 예상하였으며 고용효과는 2030년까지 소프트웨어(SW)엔지니어, 데이터과학자 등 정보통신기술(ICT) 분야에서만 약 80만 명의 신규 일자리가 창출될 것으로 예상하였다. 세계경제의 완만한 성장세에 힘입어 국내 경제도 2017년 3.2%, 2018년 3.0%, 2019년 3.0%의 경제성장이 전망되고 있으며 점점 더 스포츠의 경제적 가치가 늘어나게 됨에 따라 스포츠와 관련된 재화와 서비스를 통하여 부가가치를 창출하는 스포츠산업은 연관 산업과의 융·복합이라는 광범위한 시장기반을 가지고 있기 때문에 정보통신 분야의 급속한 성장과 함께 중요한 비즈니스 콘텐츠로 부각되고 있으며, 스포츠 관련 직·간접적인 소비 증대로 문화·관광 등 스포츠 연관 산업과 스포츠 서비스산업의 빠른 발전으로 국가 경제를 견인할 신성장 동력산업으로 부상하고 있다.

(2) 스포츠산업의 글로벌화

스포츠의 세계화란 스포츠 영역에서 일어난 일종의 동질화이자 세계의 각 사회 간에 상호의존성의 증대과정으로 스포츠의 세계에서 각국이 보여준 동질화와 각국의 스포츠를 매개로 한 상호의존성이 증가하여 가는 것이다. 이미 스포츠의 세계화는 올림픽경기대회와 월드컵축구대회의 권위가 세계적으로 확장되는 것에서 발견된다. 이는 올림픽경기대회 참가국 수의 증가 및 월드컵 축구대회 시청인구에서 관찰되는데, 1960년 100개국으로 넘어서면서 주춤하던 참가국 수가 2000년이 되면서 200개로 2배로 증가하였고 2016 리우올림픽경기대회는 총 207개국 11,239명이 참가하였다. 국제축구연맹(FIFA)과 국제올림픽위원회(IOC) 통계에 따르면, 과거 2006년 독일 월드컵은 총 64경기를 치르는 동안 29억 4천 만 명이 시청하였고 73,072시간 동안 방송했으며, 16강까지는 56(87.5%)경기를 치르는 동안에 25억 7천 만 명이 시청하였으며, 63,938시간 동안 방송하였다. FIFA의 보고서에 따르면 2018 러시아 월드컵 경기를 TV나 디지털 미디어, 거리 응원 등을 통해 일부 경기라도 시청한 인구수는 약 35억 7200만 명으로 나타났으며, 이는



전세계 4세 이상 인구의 절반 이상(51.3%)의 수치이다. 이 중 가정 내 TV를 통해 월드컵을 시청한 수는 약 32억 6천만 명으로 2014년 브라질 월드컵(31억 9천만 명)보다 2.2% 늘었다. 이는 대회 현장이 아닌 집에서 TV를 통해 월드컵을 1분 이상 시청한 시청자 수 조사 결과이며, 집에서 TV를 통해 30분 이상 월드컵을 시청한 인구는 24억 9천만 명으로 조사되어, 2014년 브라질 월드컵대회에 비해 27.7% 증가하였다. 또한 집밖에서 약 3억 870만 명이 모바일 기기와 온라인을 통해 월드컵을 지켜본 것으로 조사되었다. 이는 스포츠 콘텐츠를 소비하는 방식의 변화가 있음을 시사하며, 비단 스포츠 중계 뿐 만이 아니라 미디어 전체가 약 10년 전 시청률과 비교할 때 방송 및 케이블 네트워크에서 대부분 급격한 시청자 수의 감소(CBS는 약 12%, ABC는 약 16%, Fox는 약 30%)가 이루어지고 있음을 알 수 있다. 2012년 런던 올림픽 당시에는 48억 명이 시청하였으며, 99,982시간 동안 방송하였다. 2014년 소치 올림픽 당시에는 21억 명이 시청하였고, 48,000시간 방송을 했으며, 2016년 리우 하계올림픽은 총 207개국에 참가하였다. 또한, 올림픽 중계사인 NBC에 따르면 2016년 리우 하계올림픽 개막식 공식 시청률은 16.5%이었으며 평균 시청자 수는 2580만 명으로, 2012년 런던 올림픽에 비해 약 500만 명이 줄어든 것으로 나타났다. 또한, 국제축구연맹(FIFA)과 칸타르 미디어에 따르면 국제축구연맹의 2015년부터 2018년까지 텔레비전 방송 중계권 수익은 30억 달러(3조 2652억 원)로 나타났으며 다음 4년 주기엔 35억 달러로 늘어날 것으로 예상하였다. FIFA 보고서에 따르면 2014년 브라질 월드컵 중계권 수입은 24억 28백만 달러로 나타났으며, 최근 2015년부터 2018년까지 주기에 벌어들인 중계권 수익은 총 31억 2700만 달러로 나타났으며, 이 중 약 29억 7천만 달러(95%)가 2018년 러시아 월드컵을 통해 수익이 창출되었다. 스포츠 세계화가 진전될수록 스포츠의 부가가치는 더욱 높아지고, 특정 유명대회나 스타선수의 미디어 가치 역시 증가하며, 스포츠에 대한 다국적 기업의 지원도 늘어난다. 반면, 높아진 관심으로 개인 소비자가 지출하게 될 스포츠 관련 소비도 증가할 것으로 예측된다.

또한, 오늘날 하나의 거대한 산업군으로 성장하여, 4년마다 세계 각국의 최첨단 정보통신기술(ICT)이 선보이는 전시장이기도 한 올림픽은 공정한 경기 진행을 위한 계측과 판정 관련 첨단 기기, 선수가 최상의 기량을 펼칠 수 있도록 돕는 장비 및 훈련시스템에서 다양한 ICT를 확인할 수 있다. 2012년 런던올림픽은 SNS 쌍방향 소셜 올림픽을 지향했고, 2014년 소치올림픽은 맞춤형 서비스정보를 콘셉트로 한 BYOD(Bring Your Own Device) 올림픽을 선보였으며, 2016년 리우 올림픽은 클라우드(CLOUD) 2018년 평창동계올림픽에서는 5G, IoT, UHD, AI, VR 등의 최첨단 정보통신기술을 내세워 우위를 과시했다. 반면, 인터넷과 스마트폰을 통해 원하는 스포츠영상을 하이라이트로 보는 시청습관은 전 세계적으로 확산되고 있다. 따라서 중계를 생방송 나열식으로 보여주는 방식으로는 시청률을 기대하기 어려워졌다. 리우와의 시차가 불과 한 시간(미국 동부 기준)에 불과했던 미국 NBC의 개막식 시청자 수는 2,650만 명으로 2000년대 들어 최저수준을 기록하였다. 이는 런던 개막식에 비해 32%가 줄어든 수치이다. NBC에 따르면, 리우올림픽 개막식 시청률은 17.2%로 지난 런던올림픽 개막식 때의 23.0%에 비해 크게 떨어졌다. 이것은 메가 스포츠이벤트에 대한 관심의 하락 보다는, 본방 시청에 대한 욕구가 과거에 비해 크게 낮아지고 있는 것으로 풀이할 수 있다. 예컨대 올림픽 영상을 NBC가 독점하고 있지만 이를 인터넷사이트에서도 쉽게 볼 수 있는 것이다. 국내의 경우, 시청률 조사 기관 닐슨코리아에 따르면 지상파 3사의 역대 올림픽 중계방송 평균 시청률은 2000년 시드니올림픽 34.2%, 2004년 아테네올림픽 31.5%, 2008년 베이징올림픽 32%, 2012년 런던올림픽 23.1%를 기록했다. 리우올림픽의 경우 KBS1은 10.5%, MBC는 5.3%, SBS는 4.3%였다. 역대 올림픽 중 가장 많은 시청자를 기록한 리우올림픽은 주요 경기시간대가 새벽에 중계되면서 10%를 상회하는 것으로 나타났다.

(3) 4차 산업으로 인한 스마트공장의 확산

세계 주요국들은 4차 산업혁명에 대한 각국의 대응으로 차별화된 정책과 제조혁신을 통한 국가지원으로 4차 산업혁명을 선도하는 국가로 도약하기 위한 노력을 펼친다. 독일은 「Industry 4.0」의 선도적 추진을 통해 제조 강국으로서의 경쟁력을 확보하고, 주요 정책들은 Industry 4.0과 관련하여 스마트 공장의 최적화, 안정화, 사이버공격에 대한 방어 등 다양한 연구 및 기술개발을 뒷받침하고 있다. 특히, 제조혁신을 추진하기 위한 9개의 기반 기술들을 중심으로 집중적인 R&D 노력을 기울이고 있다. 미국은 「첨단제조파트너십(AMP2.0)」으로 제조혁신을 위해 산학협력연구, 제조설비와 인프라 공유체계구축 등 종합적 개선을 주요 목표로 하고 있다. 정책적으로 적극 지원하고 있는 3가지 제조 기술 분야는 제조를 위한 고급 감지, 제어 및 플랫폼(ASCPM), 시각화, 정보학 및 디지털 제조 기술(VIDM), 신소재 제조(AMM)이다. 중국은 「Made in China 2025」를 국가 성장전략 방향으로 정하고, 제조대국에서 제조강국으로 도약하기 위한 로드맵을 제시했다. 또한 'Internet Plus' 전략을 통해, 신성장동력을 창출하고, 제조혁신을 이루기 위한 지원 정책들을 마련했다. 일본 정부는 2016년 국가경제 및 사회전반을 변화시키는 국가혁신 프로젝트 「4차 산업혁명 선도 전략」을 발표하였다. 사물인터넷, 빅데이터, 인공지능, 로봇 등에 대한 종합적인 로드맵을 제시하고, 각종 법 제도를 정비하며, 주요 유망산업의 발전을 지원하기 위한 인프라 구축을 지원하고 있다(삼정KPMG 경제연구원, 2017). 이에 불확실한 시장 환경에 당면한 각국의 기업들은 IoT(사물인터넷), 로봇, AI(인공지능), 빅데이터 등의 신 과학기술을 통해 경쟁력을 확보하려 하고 있다. 더 이상 단순한 자동화를 통한 대량생산이 더 이상 유효하지 않아졌고 제조 공정을 기반으로 한 기업들은 이러한 변화에 빠르게 대응하고 나섰다. 특히 제조업 생산방식의 변화가 그 화두로, 대량생산방식에서 벗어나 개인맞춤 또는 다품종소량생산으로 흐름이 크게 변화하고 있다. 이미 독일, 일본, 미국 등 제조·IT 강국들은 스마트 팩토리를 도입했다. 스마트 팩토리는 기존의 공장 자동화(factory Automation)에서 한발 더 나아간 개념으로, 공장을 하나의 거대한 컴퓨터로 변모시켜 기획부터 제조, 유통, 판매, 시설 유지까지 전 과정을 4차 산업혁명의 기반이 되는 빅데이터, 인공지능, 사물인터넷(IoT) 등의 정보통신기술(ICT)로 통합해 생산성을 높이고 고객 맞춤형 제조를 실현하는 것을 말한다. 4차 산업 미국의 시장 조사 업체인마켓츠앤마켓츠는 최근 세계 스마트 팩토리 시장 규모가 매년 8~9% 성장하고 있으며, 2019년 현재 약 1,536억 달러에서 2024년까지 약 2,448억 달러(성장률 9.6%)로 커질 수 있다고 예상했다. 스포츠산업의 대표적인 스마트 팩토리 사례는 글로벌 스포츠용품 기업인 아디다스이다. 이는 아디다스와 독일 정부, 아헨 공대의 합작품으로 본사가 있는 남부 바이에른 주에 로봇 자동화시스템을 이용하여 운동화를 생산하는 스피드팩토리를 건설하였다. 인건비 절감을 위해 해외로 모든 생산 공장을 옮겼던 아디다스가 24년 만에 다시 자국에 공장을 설립하였다. 현재 아디다스는 개발도상국에서 600명이 일하는 신발 생산 공장을 철수하고 독일 안스바흐 지역에서 로봇과 3D 프린터 등을 갖춘 무인화 된 공장을 시범 운영하고 있다. 단 10여 명이 공장을 운영하는데, 사람 수만 줄인 것이 아니라 고객의 요구사항을 주문으로 받아서 개별 제품을 생산하는 스마트 공장을 실현하였다. 모든 공정이 본사 서버와 인터넷으로 연결되어 고객 트렌드와 수요를 실시간으로 반영할 수 있는 시스템이 구현되었다. 개인에게 최적화된 제품을 최단 시간에 공급하고 이를 통해 아디다스는 신발 끈부터 깔창, 뒷굽 등 다양한 옵션 중 소비자가 원하는 것을 선택하면 5시간 내에 제품을 생산해낸다. 더 나아가 3D 프린팅 기술을 활용하여 진정한 의미의 고객 맞춤형 생산시스템을 구축하는 것이 아디다스의 궁극적 목표이며, 기존 맞춤형 신발 제작 및 배송기간인 10여 일인 것과 비교하면 기간이 상당히 단축되었음을 알 수 있다. 대표적인 노동집약형 산업인 신발은 과거에는 인건비가 비싼 독일에서 난관이 컸으나,



로봇과 3D 프린터 등을 활용한 ‘스마트팩토리화(化)’로 인하여 임금 수준이 생산성에 큰 영향을 받지 않게 됨으로써 독일에 대규모 신발 공장이 가능하게 된 것이다. 이는 일상생활에서 진행되는 사물 인터넷(IoT)와 인공지능(AI) 도입이 생산 현장에서 적용되어 나타나는 것으로 단순 자동화에서 한발 더 나아가 다양한 방법으로 수집된 정보를 바탕으로 공장 스스로 최적화된 생산일정수립 등과 관련된 의사결정을 내릴 수 있어야 한다는 점에서 단순 노동이 아닌 디지털화를 의미한다. 디지털화는 4차 산업혁명에서 더 이상 선택이 아닌 필수 과제로서 정부와 국내 기업들 역시 스마트팩토리화에 집중하고 있다.

국내 스마트 팩토리 시장은 2019년부터 대기업들의 사업 본격화와 정부 주도의 정책적 보급이 맞물리면서 본격적으로 성장할 것으로 예측하고 있다. 시장조사기관인마켓츠앤마켓츠(Markets and Markets)에 따르면 국내 스마트 팩토리 시장 규모는 2016년 36억달러 규모에서 2020년 55억 달러 규모로 연평균 11.3%씩 성장할 것으로 전망하였다. 올해 스마트 팩토리 시장은 대기업과 중소기업 모두 동시다발적인 투자로 인해 향후 보급확대와 고도화 수요가 맞물리며 가파른 성장을 이룰 것으로 전망하고 있다. 문재인 정부는 「2019년 대통령 신년 기자회견」에서 8대 혁신과제 예산 3.6조원 중 스마트 팩토리 구축에 30%에 가까운 예산(1조 300억원)을 배정하면서 스마트 팩토리 보급이 확산되고 있다. 이러한 정부의 의지는 2017년 4월 「스마트 제조혁신 비전 2025」에서 공식화된 민관합동 스마트공장 추진단의 중소중견기업 스마트 팩토리 보급 사업에서도 확인할 수 있다. 국내 500m² 이상 규모의 공장을 대상으로 2020년까지 1만개, 2022년까지 2만개, 2025년까지 3만개를 구축할 계획을 밝혔다. 그러나 지난해 말 보도자료를 통해 조사된 바로는 2018년 7,800개 업체가 구축이 완료되어 3만개 보급 일정을 기존 2025년에서 2022년으로 앞당겨 계획을 단축시켰다. 국내 스포츠 제조업 관련 예로는 아디다스, 나이키, 언더아모 등에 스포츠유니폼 및 기능성 아웃도어 의류를 제조하고 수출하는 국내 기업인 ‘H실업’은 서울대학교와 ‘산학협력 연구를 위한 양해각서’를 체결하고 의류 제작공정에 ICT를 접목하여 스마트 팩토리 환경을 만들기 위해 준비 중이다.

(4) 실감형 스포츠의 성장

실감형 스포츠란 다른 대상이 된 것 같은 느낌을 주거나, 영상 속에 들어가 있는 것 같은 생생함을 주는 콘텐츠를 이용한 (AR, VR, MR, 홀로그램) 스포츠를 의미한다. 실감형 콘텐츠는 제 4차 산업혁명에서의 정보통신사회에 걸맞게 정보통신기술을 기반으로 인간의 오감을 극대화하여 실제와 유사한 경험을 제공하는 차세대 콘텐츠이다. 소비자와 콘텐츠의 능동적 상호작용성과 오감을 만족시키는 경험 제공, 이동성이 특징이다. VR 게임 및 콘텐츠를 체험 가능한 대규모 VR테마파크에서는 대형 놀이동산의 인기 놀이기구를 그대로 구현한 VR STAR의 다양한 VR 어트렉션 라이딩 체험을 할 수 있게 되었다. 또한, 슈팅, 격투, 액션, 어드벤처, 퍼즐, 소셜, 스포츠 등 대표 인기 게임 장르도 VR 및 AR 환경에서도 플레이 가능하다. 특히 직접 신체를 움직이며 축구게임을 할 수 있는 축구장을 재현한 콘텐츠의 경우 어린이 고객 등에게 큰 인기를 끌고 있다. 특히 차세대 네트워크로 주목받고 있는 5G의 상용화와 함께 실감형 콘텐츠의 대중화에 대한 기대감이 높아지고 있다. 5G는 기존의 4G 네트워크 대비 속도와 전송 용량 면에서 크게 발전된 기술로, 시각 정보 뿐 아니라 오감 정보를 모두 전달하는 실감형 콘텐츠의 대용량 데이터 트래픽을 감당하기에 적합하다. 현실과 비슷하지만 현실이 아닌 신기하며 독특한 느낌을 주는 기술이 대중들의 마음을 사로잡고 있어 인기가 많다.

최근에는 실내에서 즐기는 시뮬레이션 스포츠가 새로운 여가 문화로 자리 잡으면서 시장 규모도 커지는 추세다. 야외활동이 어려운 여름 날씨와 미세먼지로 인한 피해가 이어지면서 스크린스포츠 매장을 찾는 소비자들도 점차 늘고 있다. 이와 더불어 비나 눈 등으로 실외 운동이 불가능한 경우 안전하게 즐길 수 있는 실내 스포츠 공간으로 자리매김하고 있다. 야외스포츠와 동계스포츠는 공간적, 시간적, 경제적 제약을 수반하기 때문에 참여가 용이하지 않고, 골프와 익스트림 스포츠는 그 동작의 많은 수의 자유도를 필요로 하고 난이도 또한 높기 때문에 스포츠 기술 습득을 위해 많은 비용을 지불해야 하며, 부상의 위험성이 매우 높다. 따라서 실감형 스포츠 시뮬레이터는 스포츠과학 기반의 버추얼 코칭 기술의 활용을 위한 가장 중요한 장치로서 적은 비용으로 공간과 환경에 제약을 받지 않는 가상현실에서 스포츠를 쉽게 즐길 수 있는 기회를 제공한다. 신규시장 창출 및 사용자 저변확대를 위한 새로운 형태의 다목적 스포츠 시뮬레이터 개발이 요구된다.

현재 마켓츠앤마켓츠(Markets and Markets)에 의하면 모션 시뮬레이터 마켓 분야의 시장규모는 2016년 305억 1,700만 달러에서 연평균 7.0%씩 증가해 2021년에는 427억 4,100만 달러에 달할 것으로 전망하고 있다. 이처럼 국내 시뮬레이션 스포츠 시장 역시 그 규모가 늘고 있는데 2007년 1000억원 수준이었던 시장 규모가 종목의 다양화를 통해 2013년 1조5000억원 규모로 성장한 데 이어 2017년엔 5조원 이상까지 커졌다고 조사되었다. 10년 새 시뮬레이션 스포츠 산업 규모가 50배가량 커진 셈이다. 이는 시뮬레이션 스포츠를 통해 스포츠에 대한 관심과 이해가 커지면서 스포츠에 실제로 참여하는 인구가 증가하고 스포츠 산업 발전으로 연결되는 선순환 효과를 보여주고 있는 것이다.

(5) 스포츠산업의 e-business화

현재 전세계 인터넷 이용자는 45억 3,600만 명, 전체 인구(77억 1,600만 명)대비 인터넷 보급률은 58.8%로 조사되었고, 전년 대비 전세계 인터넷 이용자가 3억 2,700만 명이 증가하면서 보급률도 약 3.7% 증가한 것으로 나타났다(internetworldstats.com). 한편 한국인터넷진흥원이 조사한 '2018년 인터넷이용 실태조사결과에 따르면 대한민국의 인터넷 이용자 수는 46,124,694명으로 만 3세 이상 국민 5,039만 명 중 91.5%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 10대부터 30대까지는 99.9%, 40대는 99.7%, 50대는 98.7%, 60대도 88.8%, 3-9세는 87.8%, 70대 이상은 38.6%가 인터넷을 이용하는 것으로 나타났다. 만 3세 이상 인구의 90.4%가 모바일 인터넷 이용자로 나타났으며 대부분의 가구(94.1%)와 만 6세 이상 인구의 가구원(91.0%)이 스마트폰을 보유하고 있는 것으로 나타났다. 최근 10년간 인터넷 이용률이 15.0%p(최근 1개월 이내 1회 이상 인터넷을 이용한 사람의 비율) 증가한 것으로 조사되었으며, 특히 40대 이상에서 인터넷 이용률이 큰 폭으로 상승한 것을 알 수 있다. 이뿐만 아니라 최근 3년간 고령층(70세 이상 20.2%p)과 유아동(3-9세 12.9%p)의 스마트폰 이용률 또한 전 연령대 대비 큰 폭으로 상승한 것으로 조사되었다.

이렇게 인터넷 이용자와 이용률을 고려할 때 스포츠와 관련된 사물 인터넷(IOT: Internet of Things)에 많은 관심을 가질 필요가 있다. 만 6세 이상 인터넷이용자의 대부분(95.9%)이 인스턴트 메시지를 이용하고 있고, 인스턴트 메시지 중 가장 많이 이용하고 있는 서비스로는 '카카오톡'이 99.2%, 페이스북 메시지가 30.8% 등으로 조사되었다. 인스턴트 메시지 이용기능으로는 대화하기(100%), 사진·동영상·일정·업무용



파일(76%), 음성 및 영상통화(45%) 등의 기능을 자주 이용하는 것으로 나타났다. 또한 만 6세 이상 인터넷 이용자의 65.2%가 SNS를 이용하는 것으로 나타났는데 이중 모바일기기를 통한 이용률이 65.0%로 PC(26.5%)보다 2배 이상 높은 것으로 나타났다. SNS 이용자의 대부분이 친구 및 교제를 위해, 이용자의 사진, 관심사 등 개인에 관한 정보로 메인 페이지가 구성되어 이용자 간에 메시지, 코멘트, 평가 등의 형태로 교류 및 참여가 가능한 페이스북(65.7%), 카카오톡(49.6%), 인스타그램(41.0%), 네이버 밴드(33.3%) 등 프로필 기반 서비스를 이용 중인 것으로 나타났다.

스포츠팀 및 조직들은 초창기에 인터넷을 단순한 정보를 제공하는 홍보와 인지도 상승에 초점을 맞추어서 이용하였으나 단순한 정보제공이 아니라 쌍방향 소통이 가능한 생산자와 소비자, 팀과 팬들이 서로 소통하고 관계를 발전시킬 수 있는 효과적인 소통 수단으로 인식하고 다양한 방법으로 이용하고 있다. 인터넷 이용자와 소셜 네트워크 서비스 등의 확산은 스포츠산업의 e-business화를 가속화 하는 중요한 요인으로 작용하고 있다. 스포츠용품 산업, 참여스포츠 관련 업체 그리고 프로스포츠 구단들이 소비자들과의 소통을 위해 인터넷과 SNS를 활용하는 것이 대표적인 형태이며, 이와 관련하여 스포츠 관련 빅데이터의 중요성이 증대되고 있다. 스포츠로 특화된 인터넷 콘텐츠를 스마트폰의 어플리케이션을 비롯한 모바일 형태로 제공하거나 가공하는 것도 스포츠산업에서 새로운 형태의 e-business 사업이라고 볼 수 있다. 또한, 스마트폰, SNS, 공동구매방식의 소셜커머스, 아이패드와 같은 태블릿 PC와 같이 IT기술을 융합한 인터넷 상거래를 통한 스포츠산업의 새로운 수익 모델 개발 등은 스포츠산업 발전에 긍정적인 요인으로 작용하고 있다. 우리나라 만12세 이상의 인터넷이용자의 과반(62.0%)이 인터넷쇼핑을 이용하고 있으며 월평균 3.0회, 이용금액은 96,758원으로 나타났다. 인터넷쇼핑의 주요 품목은 '의류, 신발, 스포츠용품, 액세서리'가 87.7%로 나타나 스포츠산업에서도 인터넷이 중요함을 알려주고 있다(한국인터넷진흥원, 2019). 또한 전 세계의 대부분의 스포츠 이벤트들이 인터넷을 통해 스마트폰을 이용하여 실시간으로 경기를 시청할 수 있기 때문에 전통적인 방식의 미디어인 TV와 라디오 등 모바일 중계가 경쟁 관계에 놓여 있다.

한편, 스마트폰의 지속적 보급, 다양한 어플리케이션, 이동통신사의 중계서비스 등으로 2018년 인터넷 플랫폼 시청률이 큰 폭으로 증가하고 있다. 프로스포츠협회에서 실시한 「2018 프로스포츠 관람객 성향조사」에 따르면 모든 종목에서 TV를 이용한 중계방송 시청이 가장 높고, 스마트폰시청이 그 뒤를 이었다. 경기장 관람이나 시청을 못한 경우 하이라이트 시청을 위한 방법으로는 여자프로농구와 여자프로배구를 제외하고는 TV보다 스마트폰을 이용하여 시청하는 것으로 나타났다. 여자프로농구의 경우 하이라이트 시청 기기 비중은 TV 45.4%, 스마트폰 36.2%, PC/노트북 15.5%, 태블릿PC 2.9% 순이었고, 여자프로배구의 경우 TV 41.4%, 스마트폰 36.3%, PC/노트북 20.2%, 태블릿PC 2.0% 순으로 나타났다.

또한, 프로스포츠 관람객을 경기장 방문빈도와 중계 시청 빈도를 기준으로 헤비유저(한 시즌에 홈·원정경기를 10회 이상 방문하고 중계방송을 대부분 시청하는 팬)와 라이트 유저(한 시즌에 홈·원정경기를 1회 이하로 찾고 중계방송을 거의 시청하지 않는 팬)으로 분류하여 분석한 결과, 헤비유저의 미디어 이용 행태는 생중계시청은 TV가 53.2%, 스마트폰이 29.7%, 노트북 또는 기타가 13.2%를 나타냈으며, 하이라이트 시청은 스마트폰이 47.2%, TV가 35.7%, 노트북 또는 기타가 13.4%로 조사되었다. 라이트 유저의 경우, 생중계 시청은 TV가 59.6%, 스마트폰이 26.8%, 노트북 또는 기타가 12.3%로 나타났으며, 하이라이트 시청은 TV가 47.1%, 스마트폰이 38.9%, 노트북 또는 기타가 16.4%로 나타났다. 또한 경기정보를 습득하는 경로를 조사한 결과 헤비유저의 경우는 인터넷 포털(43.2%), 구단홈페이지(42.1%), 페이스북이나

인스타그램과 같은 SNS(28.9%) 순으로 나타났으며, 라이트 유저의 경우는 가족 또는 지인(45.7%), 인터넷 포털(33.4%), 구단홈페이지(9.3%) 순으로 나타났다. 이처럼 대부분 TV나 스마트폰을 통해 중계방송을 시청하고 있었으나 스마트폰과 인터넷을 이용한 시청이 매년 증가하고 있다.

이러한 미디어 플랫폼의 변화와 첨단기술의 변화로 스포츠 경기를 직접 관람하는 경기장에도 변화가 생겼다. 일명 ‘스마트 경기장’으로 불리는 창원 NC파크는 2016년 6월에 착공해 2019년 2월 완공 예정으로 다양한 시점의 경기장면, 실시간 경기기록 등을 제공한다. 또한 각종 첨단기술을 동원해 구장 전체가 보다 생생한 경기 관람이 가능하도록 설계되었다.

(6) 노인 생활체육의 활성화

소득수준 및 여가시간이 증가함에 따라 참여·레저 스포츠와 건강 분야에 관한 관심이 증대되었다. 이에 따라 소비자의 연령별 차별적인 욕구를 반영하여 유아 스포츠와 실버 스포츠, 신세대를 위한 익스트림 스포츠(Extreme Sports), 장년층을 위한 시니어 게임, 암벽 등반(Rock Climbing) 등 모험 스포츠 및 자연 친화적 스포츠 등 참여·레저 스포츠 활동이 다양하게 행해지고 있다. 현재 한국은 65세 이상 인구가 전체인구의 14.9%로 고령화 사회(Aging Society)로 접어들었다. 일본의 경우 약 24년, 독일 약 40년, 미국 약 73년, 프랑스 약 115년이 걸린 점을 감안하면 한국의 고령화는 매우 빠른 속도로 진행될 셈이다. 인구가 줄면 투자와 소비가 줄어 내수가 위축되고, 저출산으로 인해 생산연령인구가 줄면 국가 경제의 활력이 떨어진다. 통계청의 ‘2018 인구주택총조사 결과’에 따르면 2018년 우리나라 65세 이상 인구는 739만 4000명으로 전체 인구의 14.8%를 차지하여 2017년 711만 5000명에 비해 3.9%(279명) 증가하였다. 이러한 추세로 보아 2025년에는 20.0%로 초고령사회에 들어선 뒤 2050년까지 지속적으로 증가할 전망이다. 2060년에는 고령인구 비중이 43.9%로 증가할 것으로 추정된다. 또한 건강보험심사평가원과 국민건강보험공단의 “2018년 건강보험통계연보”에 따르면 지난해 기준 국민 전체가 사용한 건강보험 진료비는 77조 9,104억 원으로 전년 대비 10.1% 증가했다. 이 가운데 65세 이상 고령인의 진료비는 31조 8,235억 원으로 전년대비 12.4% 증가하였다. 이는 2011년과 비교하면 15조 3,893억 원에서 2배 이상으로 증가한 수치이다. 이를 노인 1인당 연평균 진료비로 환산하면 457만 원에 해당하며 지난 2017년 처음으로 노인 1인당 의료비가 400만원을 넘어선 이후로 증가추세를 보이고 있으며, 이는 전체 건강보험 인구의 1인당 진료비(153만원)의 약 3배에 해당하는 것이다. 이에 ‘건강한 노년’에 대한 욕구가 증가하고 있는데, 이미 발생한 질병의 사후적 치료보다 질병 발생의 사전적 예방을 의미하는 예방의학이 중시되면서 건강유지를 위한 다양한 생활체육에 대한 수요는 점차 커질 것으로 전망된다. 국민생활체육참여 실태조사(2018)에 따르면 60대의 주 1회 이상 규칙적 체육활동 참여율이 61.4%(2016년)에서 63.6%(2018년)로 증가하였고, 70대의 경우 또한 55.3%(2015년)에서 59.8%(2018년)로 증가하였다. 60대 이상에게는 걷기와 등산이 가장 많이 참여하는 체육활동으로 나타났고 체육활동이 의료비 절감에 긍정적인 영향을 미친다는 응답이 60대는 69.9%, 70대 이상은 67.4%로 나타나 체육활동을 통해 건강을 유지하고 의료비를 절감할 수 있다고 믿는 것으로 조사되었다.

이에 따라 실버산업 시장 규모는 43.9조원(2010년)에서 148.5조원(2020년)으로 확대될 전망이다(고령사회위원회, 2016). 특히 스포츠, 레저, 및 관광을 포함하는 실버여가산업 시장규모는 13.7조원(2015년)에



서 26.2조원(2020년)으로 성장할 것으로 전망되고 있다(한국보건사회진흥원, 2016). 또한 뉴시니어는 고소득 기반의 경제적으로 안정된 소비여력을 갖추어 건강한 신체를 바탕으로 등산, 골프 등 다양한 스포츠를 즐기며, 건강하고 아름답게 늙기 위한 웰에이징(well-aging)을 추구하고 있으며 뉴시니어와 액티브 시니어들을 위한 다양한 비즈니스가 개발되고 있다. 미국의 '로우 어드벤처스(Row Adventures)'는 시니어 스포츠 비즈니스와 여행을 결합하여 관광을 하면서 다양한 스포츠 활동을 겸할 수 있는 여행상품을 시니어를 대상으로 판매하고 있으며 미국의 티비티 헬스에서 운영하는 '실버 스니커즈'는 건강보험회사와 연계하여 1만 3천개의 체육관과 피트니스 센터를 65세 이상 시니어에게 제공하고 있다. 우리 정부에서도 노인체육 활성화와 국민의 생활체육 참여 여건 개선을 위한 법·제도적 토대를 마련하였다. 특히 2012년 2월 17일에 개정되었던 「국민체육진흥법」(2015년 3월 27일 시행)에 따라 2015년부터 새로운 체육지도자 자격제도가 시행되어 기존의 '경기지도자', '생활체육지도자' 자격종의 명칭은 '스포츠지도사'로 통합되었고 생활스포츠지도사도 지도 대상에 따라 세분화되어 노인스포츠 지도사가 신설되었다. 정부에서는 공공체육시설의 지속적인 확충과 지도자의 보급으로 노인스포츠에 대한 수요를 맞추기 위해 노력하고 있다.

2) 해외 동향

(1) 미국

2018년 미국의 스포츠산업 규모는 약 5,397억 달러(약 611조 원)로 약 1조 3천 억 달러(약 1,473조 5,500억 원)로 추정되는 세계 스포츠산업에서 약 41.5%의 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다(www.plunkettresearch.com). 이는 전년대비 약 198억 달러(약 22조 원) 증가한 규모이다. 미국의 연방 통계기관들에 의해 사용되는 표준 산업분류 체계인 북미산업분류체계(The North American industrial Classification System: NAICS)는 스포츠산업 중 관람스포츠 클럽, 경주 트랙, 기타 관람스포츠, 골프 코스, 스포츠 시설, 스포츠 이벤트 프로모터, 에이전트 등을 예술, 엔터테인먼트, 레크리에이션 산업(Arts, Entertainment and Recreation Industry)의 하위 항목으로 분류하고 있으며, 스포츠용품 제조업은 제조업의 하위 산업으로 분류하고 있다. 또한, 스포츠용품 유통은 도매업과 소매업의 하위 산업으로 나누어 분류하고 있다(U.S. Census Bureau, 2012). 하지만 NAICS는 스포츠산업을 기존 산업 분류의 부분적인 활동으로만 규정하고 있어(Humphreys and Ruseski, 2008), 한국의 스포츠산업 특수 분류와 같이 중앙정부에서 정의한 스포츠산업 분류로 보기 어렵다. 이러한 연유로 미국의 스포츠산업 규모는 학계, 협회, 컨설팅업계 등에서 다양하게 추산하고 있다.

포브스(Forbes)에 따르면 미국 스포츠산업 수익창출의 중심은 4대 메이저 프로스포츠인 미식축구(NFL), 프로야구(MLB), 프로농구(NBA), 프로아이스하키(NHL)이며 2018년 기준 연간 수익은 NFL 140억 달러(약 15조 5,190억 원), MLB 103억 달러(약 11조 3333억 원), NBA 50억 달러(약 5조 6,800억 원), NHL 37억 달러(약 4조 2,228억 원)였다. 이어 올해 Plunkett Research사가 미국 4대 프로스포츠의 평균 구단가치를 조사한 결과에서는 미국 프로풋볼(NFL)이 평균 26억 달러(약 2조 9,724억 원)로 가장 높게 나타났다. MLB는 평균 16억 4,500만 달러(약 1조 8,100억 원)를 기록하였고, NFL과 10억 달러(약 11,436억 원) 이상 차이를 보였다. 시장가치에 가장 큰 영향을 미치는 것은 TV 중계권료이며, 2017년 기준 북미(North America) 주요 프로스포츠 중계권료는 MLB가 약 7억 달러(7천 920억 원), NFL이

약 19억 달러(2조 1,500억 원) 등이었다. 특히 NFL의 중계권료가 폭발적으로 상승하고 있는데 NFL이 2014-2021년까지 CBS·NBC·FOX·ESPN과 맺은 중계권 계약 규모는 연평균 49.5억 달러(6조 원)로 NBA(3조 원)와 MLB(1.8조 원)를 크게 앞서고 미국의 경기 호조와 스포츠산업 인기가 계속되면서 시청률과 정비례하는 중계권료의 가파른 상승세가 이어질 것으로 전망된다.

2018년 포브스(Forbes)가 발표한 세계에서 가장 가치 있는 50개 스포츠팀을 살펴보면 50위 중 2~4위는 맨체스터 유나이티드, 레알 마드리드 FC, FC 바르셀로나로 나타났으나 총 7팀을 뺀 나머지 43개 구단 모두가 미국 스포츠 구단으로 조사되었다. NFL 평균 구단가치는 지난해 26억 달러(약 2조 9,640억 원)에서 올해 약 10.75% 증가한 것으로 나타났으며 미국 4대 프로스포츠 전체 1위 구단은 지난해에 이어 올해도 NFL의 델러스 카우보이스로 구단 가치가 48억 달러(약 5조 2,815억 원)이다. 뉴욕 양키스는 지난해 37억 달러(약 4조 712억 원)보다 약 8%가 오른 40억 달러(약 4조 4013억 원)로 조사되어 21년 연속 MLB 구단 가치 1위를 기록하였으며 LA다저스가 30억 달러(약 3조 3009억 원)로 MLB 구단 중 구단 가치가 30억 달러가 넘는 유일한 두 팀이다. 휴스턴 로케츠가 33%의 상승률로 전년대비 성장률이 가장 높은 팀으로 나타났고, 뉴욕 제츠가 0%로 전년대비 가장 성장률이 저조한 팀으로 밝혀졌다. 포브스(Forbes)에 따르면 MLB는 16년 연속 수익 상승을 기록했으며 이는 MLB의 TV 중계권료 인상에 따른 수익 증대와 스폰서십의 확대 등이 결정적인 요인으로 작용했다고 분석하였다.

또한, 포브스(Forbes)에 따르면, 미국프로농구(NBA) 구단 평균 가치는 16억 5000 달러로 지난해보다 22% 정도 높아졌다. 이는 중국을 비롯한 NBA의 국제적인 관심과 새로운 TV 중계권 계약 등에서 비롯됐다. NFL의 평균 구단 가치인 25억 달러에는 못 미치나 NBA의 잠재력을 보면 그 상승세는 꾸준할 것으로 보인다. 뉴욕 닉스가 36억 달러(약 3조 9611억 원)로 지난해 대비 9%의 상승을 보이며 전세계 스포츠 팀 순위로는 9위로 NBA에서 가장 높은 가치를 기록했다. 반면에 북미아이스하키리그(NHL)는 평균 6억 3,000만 달러(약 6932억 원)로 지난해보다 6% 상승했다. 뉴욕 레인저스의 구단 가치가 15억 5천만 달러(약 1조 7055억 원)로 지난해에 이어 가장 높았으며 토론토 메이플리프스가 14억 5000만 달러(약 1조 5954억 원)로 뒤를 이었다.

최근 미국 여성들은 다이어트를 위한 것이 아니라 정신적, 육체적인 유익함으로 지속적인 운동에 참여하고 있다. Statista 통계에 따르면 미국에서 매일 운동하는 여성은 2015년 15.6%에서 2017년 17.8%로 증가했다. 이와 함께 여성 보디빌더와 운동선수들의 전유물 같았던 스포츠영양제에 대한 관심이 증가하여 소비자 기반이 확대되고 있다. Euromonitor에 따르면, 미국 스포츠 영양제 시장규모는 2013년부터 2018년까지 연평균 8.9%의 성장률로 지속적으로 증가하고 있으며, 2018년 시장규모는 91억 7,850만 달러였고, 2023년 시장규모는 140억 8,920만 달러에 이를 것으로 전망했다. 이러한 수요증가로 수출 기회도 확대될 전망이다.

이와 함께 건강과 웰빙에 대한 관심으로 스포츠활동이 많아지고 애슬레저 패션의 유행으로 운동복의 활용범위가 확대됨에 따라 운동복, 아웃도어 의류, 애슬저 의류 등의 스포츠 의류 시장이 성장했으며, 2018년 미국 스포츠웨어 시장규모는 1,170억 5,300만 달러를 기록하였다(Euromonitor, “Sportswear in the US(2019년 2월)”참조). 2013년부터 2018년까지 연평균 6.6%의 성장을 지속하였으며, 2018~2023년 연평균 5.6%의 성장세를 예상하여 2023년 시장규모(1,533억 8,100만 달러)는 1,500억 달러를 돌파할 전망이다. 품목별로 살펴보면, 스포츠의류 시장규모는 801억 2,600만 달러로 전년대비 7.2%의 성장률을



보였으며, 이 중 기능성 운동복이 442억 9,700만달러로 가장 높은 비중을 차지하고 있었으며, 애슬레저 의류는 291억 7,800만 달러로 전년대비 8% 성장하며 가장 높은 성장률을 보였다. 스포츠신발의 시장규모는 369억 2,700만 달러로 전년대비 7.9%의 성장률을 보였으며, 기능성 신발이 가장 높은 비중(58.1%)을 차지하고 있었으며, 애슬레저 신발 시장이 115억 6,300만 달러로 전년대비 가장 높은 8.8%의 성장률을 보였다. 애슬레저 패션은 여성복 위주로 유행하였으나 애슬레저 패션 브랜드의 인기가 높아지면서 남성복 시장으로 확대된 결과로 보인다.

회계감사기업 PwC은 2018년부터 2022년까지 북미 스포츠 미디어 시장의 연평균 성장률은 4.5%의 높은 수준이 될 것으로 예측하였다. 최근 미국 스포츠 중계와 관련하여 첨단기술이 도입되고 있는데, 1st&Ten은 미식축구에 도입된 기술로, 시청자가 경기중계화면에서 공격 팀의 공격이 시작되는 라인부터 다음 공격권을 획득하기까지 필요한 거리를 노란 라인으로 표시하는 가상 그래픽 시스템을 말한다. 경기장에 설치된 중계카메라에 내장된 센서와 인코더를 이용하여 데이터를 받아 미리 만들어놓은 경기장의 3D 맵 위치를 조정해 가상의 노란 라인을 화면에 보이게 하는 것으로, NFL 시청자들은 편하게 경기 진행상황을 파악할 수 있다. 스포츠 전문채널 ESPN은 이 중계기술을 위해 스포츠 방송 중계 기술업체인 Sportvision에 매 경기당 2만 5,000달러를 지불하고 있다. 또한, 2018년 7월 미국 메이저리그 야구 홈런 더비에서는 4D Replay 시스템을 배치해 시청자들에게 360도에 이르는 생동감 있는 영상을 경험할 수 있게 하기도 했다. 이렇듯 시청자들의 생동감 있는 경험을 위해 첨단기술과 장비를 이용한 서비스를 도입하는 움직임이 활발해질 전망이다.

(2) 캐나다

2018년 캐나다 스포츠웨어 시장은 전년 대비 7.2% 증가한 77억 9천만 캐나다달러를 기록하였다. 워라밸 확산과 활동적인 라이프스타일을 추구하는 캐나다 소비자들의 성향에 따라 스포츠웨어 시장은 지속적으로 성장하고 있어, 스포츠의류 시장의 5개년(2013~2018) 연평균 성장률은 6.7%, 스포츠신발 시장의 연평균 성장률은 5.7%로 높은 성장을 보이고 있다. 또한, 유로모니터에 따르면, 2023년 스포츠 웨어 시장은 103억 7,090만 캐나다 달러일 것으로 예상되며, 자율복장제와 애슬레저 룩에 대한 높은 관심으로 향후 5년간 스포츠운동화의 인기가 더욱 높아져 스포츠웨어 시장의 성장을 견인할 것으로 보인다. 캐나다 스포츠 웨어 시장은 나이키(Nike Canada), 아디다스(Adidas Canada), 룰루레몬(Lululemon Athletica), 언더아머(Under Armour), 스케처스(Skechers USA Canada)가 1~5위를 차지하고 있으며, 기업별 점유율은 각각 10.8%, 9.7%, 5.4%, 3.6%, 2.9%이다.

WinterGreen Research에 따르면, 2018년 캐나다 청소년 스포츠 시장은 2010년 16억 달러 규모에서 2017년 72억 달러 규모로 성장했다. 청소년 스포츠에 돈을 쓰는 데 있어 세계 1위인 캐나다답게 이 리서치회사는 향후 5년간 캐나다에서 이러한 사업이 계속 성장할 것으로 예상했다. 캐나다 청소년들은 매년 평균 1,000달러를 소비하여 세계에서 1인당 소비액이 가장 높다. 그 이유는 어린시절부터 많은 아이들이 아이스하키를 하기 때문에 비싼 아이스하키 장비, 레슨, 아이스링크 이용료 등을 부담해야 하기 때문이다.

캐나다 통계청에 따르면 문화·스포츠 부문 국내총생산(GDP)은 2016년 기준 603억 캐나다 달러로, 관련 종사자는 76만 5,000명이다. 온다리오주는 가장 인구가 많은 주로, 스포츠 관련 일자리가 4만 5,495건이

다. 브리티시컬럼비아(BC) 문화 GDP는 72억 캐나다 달러 규모로, 스포츠 관련 일자리는 2만 1,768건으로 캐나다에서 두 번째로 많다. 서부 캐나다에서 BC는 문화 시장이 큰 편에 속한다. 스포츠 분야 GDP는 전년도에 비해 3.2% 증가한 65억 달러로 캐나다의 GDP 중 0.3%를 차지하였다. 각 주별 GDP에서 차지하는 비율은 큰 차이가 없는 편이며 브리티시 컬롬비아(British Columbia) 주가 0.5%로 가장 높은 것으로 조사되었다. 스포츠분야 일자리는 전년도에 비해 4.9% 증가한 112,908개로 캐나다 총 일자리의 0.6% 차지하였다. 각 주별 일자리에서 차지하는 비율은 0.3~0.9%정도이며, 브리티시 컬롬비아(British Columbia) 주가 0.9%로 가장 높았다.

(3) 유럽연합

스포츠는 사람들의 건강과 복지에 기여할 뿐만 아니라 유럽국가들에 강력한 영향을 미치기 때문에 유럽 사회에서 중요한 역할을 한다. 다양한 국가들에 따라 스포츠에 대한 선호가 다르지만, 하이킹, 자전거 타기, 달리기 및 수영은 프랑스, 이탈리아, 스페인, 네덜란드 등 대부분의 유럽국가에서 가장 인기있는 스포츠이다. 55세 이상 남녀 중 절반 이상이 운동을 하지 않지만, 15-24세의 남녀의 절반 이상이 최소한 규칙적으로 운동을 하거나 스포츠를 즐긴다.

Statista에 따르면, 유럽의 건강 및 피트니스 시장은 2017년까지 건강 및 피트니스 클럽 수가 꾸준히 59,055명으로 증가하고 클럽 회원 수가 약 6천만 명 으로 안정적으로 유지되고 있다. 유럽에서 가장 많은 건강 및 피트니스 클럽을 보유한 국가는 다음과 같다. 독일은 8,988명, 이탈리아는 7,500명, 영국은 6,728명이다. 유럽의 스포츠 영양제 및 보조제 시장의 가치는 영국에서 약 743 백만 유로로 가장 높았다.

프로 스포츠는 방송 및 미디어 권리, 후원, 상품, 스포츠 베팅 및 기타 다양한 채널을 통해 유럽에 상당한 경제적 영향을 미치고 있다. 2016년 유럽 연합 축구 연맹(UEFA)의 총 수입은 2016년 약 46 억 유로에 달했다. 가장 가치있는 유럽 축구 클럽은 맨체스터 유나이티드와 레알 마드리드로, 약 41억 달러정도이다. 이탈리아에서는 스포츠 베팅의 74 %가 축구에 도박을 하며 유럽 축구 리그에 대한 국제 수준의 스포츠 베팅 컬렉션 대부분 프리미어 리그에서 총 670억 유로, 스페인 라리가 400억 유로, 이탈리아 세리에 A에서 2천만 유로에 이른다.

한편 Sheffield Hallam University의 스포츠산업연구소에서 주관한 스포츠 위성계정분석을 통한 스포츠의 경제적 영향에 관한 연구(2018)에 따르면 2012년 기준 유럽연합의 스포츠시장 총 규모는 2,797억 유로 (약 358조 5,390억 원)으로 나타났으며 EU 내 총 GDP의 2.12%로 조사되었다. 또한 스포츠산업에 의한 고용은 5,666,195명으로 전체산업대비 고용비중은 2.72%를 차지했다. 이는 스포츠산업이 창출하는 부가가치 비중이 높으며 스포츠산업이 노동집약적 산업으로서 고용창출의 효과가 크다는 것을 보여준다. 이 보고서에 따르면 유럽연합 내에서 스포츠 관련 고용이 가장 많이 이루어지고 있는 나라는 독일로 약 1,761,369명이 관련 직종에 종사하고 있으며 이는 유럽연합 내 스포츠산업 고용의 4.60%에 달하는 수이다. 뒤를 이어 영국이 1,064,939명, 프랑스가 582,709명이다. 가장 큰 스포츠 관련 분야는 교육(512억 유로, 직원 1,111,000명), 스포츠 서비스(421억 유로, 749,000명), 행정(322억 유로, 503,000 명의 직원), 숙박 및 레스토랑 서비스(232 억 유로, 약 586,000명의 직원)및 소매(199억 유로, 약 587,000명의 직원)으로 나타났다.



유럽연합은 스포츠산업을 촉진하기 위한 정책으로 회원국의 스포츠산업 기반시설 현황을 조사하여 기반시설 투자의 효율성 극대화를 꾀하고 있으며, 포럼을 통하여 정책입안자와 산업실무자들이 우수 사례를 공유할 수 있도록 하고 있다. 또한, 스포츠 클러스터를 지원하고 민·관 파트너십(Public Private Partnership: PPP)의 출범을 장려하고 있다.

유럽연합에서는 스포츠산업의 신규일자리가 외부산업의 신규 일자리 0.65개를 창출하는 효과가 있는 것으로 추산하고 있다. 유럽연합은 이러한 스포츠산업의 고용파급효과에 주목하여 스포츠 여가·레크리에이션 활동 및 관련 상품에 대한 수료를 활성화하기 위해 부가가치세 시스템의 재검토, 중소기업 자금지원 강화 등의 지원을 하고 있다. 또한 스포츠 이벤트를 통한 스포츠관광 활성화를 위해 인접 국가 간의 협조를 장려하고 있다. 특히 스포츠 식품(sport nutrition), 스포츠 보험(sport insurance), 스포츠 관련 법 경제적 자문(economic and legal consultancy for sport)을 성장 가능성이 큰 산업으로 꼽고 있다.

(4) 영국

영국 문화 미디어 스포츠부(Department for Culture, Media, and Sport)가 발행한 영국 스포츠산업 위성계정(UK Sport Satellite Account, 2017 & 2018)에 따르면 스포츠 부문은 98억 파운드(약14조 원)를 영국 경제에 기여하였으며 이는 영국 전체 총 부가가치(GVA)의 0.5%를 차지한다. 2017년의 수치는 2016년(93억 파운드)보다 5.3%가 증가한 수치이다. 또한 2010년 이후로 스포츠 부문은 15.5% 증가하였으며, 영국 성장률과 비슷하다.

UK TV 스포츠 시장 글로벌 보고서에 따르면, 영국의 스포츠중계권 시장은 2017년에 총 4,844만 달러(3,960만 유로)의 가치가 있는 것으로 나타났으며 잉글랜드 프리미어리그(EPL)는 지난 시즌(2016/17) 유럽 5대 리그 가운데 최대 수익을 올린 것으로 나타났다. 뿐만 아니라 5개 유럽 리그가 지난해 평균 9%의 매출 증가를 기록하며 전반적인 성장세를 보였다. Deloitte(2018)가 발간한 Football Money League에 따르면 상위 20위권 안에 영국 클럽이 총 10개 구단으로 나타났으며 프리미어 리그의 최대 클럽들의 매출 증가와 영국 구단들의 계속될 것으로 전망되었다. 프리미어리그는 지난 시즌 총 54억 유로(약 7조 1,800억 원)라는 수입을 올렸다. 또 전체 91개 구단 가운데 상위 20개 구단은 지난해 연간 수입 최고치를 달성했다. 프리미어리그의 수입은 2위인 독일의 분데스리가(32억 유로)보다 68%나 많았다. 3위는 스페인 프리메라리가(31억 유로)가 차지했고, 그 뒤를 이탈리아 세리에A(22억 유로)가 이었다.

데이터 중심의 스포츠 에이전시인 Two Circles가 2008년 발표한 수치에 따르면, 밀레니얼 세대의 영국 스포츠 행사 참석률이 급격히 증가하고 있다. 런던이 올림픽과 장애인 올림픽을 주최한 이후 6년동안 16-24세 티켓 구매자는 15%에서 23%로 증가하였다. 같은 기간동안 영국의 스포츠 출석률은 매년 평균 2.8% 증가하였다. 2018년 영국 스포츠 이벤트 관중수는 7,460만 명에 이르며, 티켓 및 서비스 수익은 경제에 19억 파운드에 달했다. 축구가 누적 관중수 4,980만명으로 선두를 달리고 있지만, 미식 축구, 농구, 아이스하키, 종합격투기(MMA)와 네트볼은 2012년 이후로 관중수 성장률이 가장 높았다. 또한, 2018년 영국 성인 3명 중 1명은 1회이상 프로스포츠 이벤트 참석을 한 것으로 밝혀졌다. 경제적인 압박에도 불구하고 Two Circles는 스포츠이벤트 관람 시장이 향후 10년동안 계속 성장할 것으로 예상하고 있으며, Two Circles의 AI 기반 모델링 툴의 예측 결과 2019년 출석률은 7,700만 명을 초과할 것으로 전망했다.

프리미어리그는 2018~2019 시즌 총 24억 5,600만 파운드(약 3조 6,840억 원)라는 수입을 올렸다. 우승은 맨체스터 시티가 차지했지만 최고수입은 준우승한 리버풀이었다. 리버풀의 수익은 지난 시즌 1억 5,242만 5,146 파운드(약 2,295억 7,056만원)였으며, 맨시티(1억 5,098만 6,355파운드, 약 2,274억 357만원)보다 144만 파운드(약 21억 7천만원)를 더 벌어들였다. 이는 TV 중계에서 리버풀이 맨시티를 앞선 결과이다. 리버풀의 경기는 지난 시즌 스카이스포츠와 BT스포츠를 통해 29차례나 생중계돼 맨시티(26차례)를 앞서면서 중계권 수입에서 맨시티를 따돌리고 총 수입 1위로 올라섰다.

영국의 미디어 권리 시장 뿐 아니라 스포츠산업 및 소비자 지출은 지난 몇 년간 2012년 런던 올림픽의 영향을 크게 받았다. 영국은 2012년 런던 올림픽 개최 이후에도 다른 국제 스포츠 대회를 개최하기 위하여 매년 5백만 파운드를 투자하고 있다. 2012년 문화·미디어·스포츠부 산하기관인 UK 스포츠(UK Sport)가 발표한 “Gold Event Series” 계획은 2023년까지 100개 이상의 국제 스포츠 대회를 영국에 유치하는 것을 목표로 하고 있으며 이를 위해 4천만 파운드 이상을 복권기금 등을 통해 조달하여 투자할 계획이다. 이 계획을 통해 2016년까지 유치한 59개의 대회 중 34개 대회가 이미 개최되었는데 이 대회들은 550만 명의 관중을 동원하였고 1억 5,700만 파운드(약 2,189억 원)의 경제적 파급효과가 있었던 것으로 추산되었다.

또한 SPORT ENGLAND의 자료에 따르면 스포츠산업의 선진국가인 영국의 경우, 스포츠산업의 기반이 되는 지역스포츠, 학교 스포츠(방과 후 활동)등이 크게 활성화 되어있는데 특히 두드러지게 나타나는 자원봉사자의 참여가 주목할 만하다. 방과 후 유스 클럽 및 스포츠센터 등의 스포츠 강사들이 상당수 자원봉사자이며 이들은 유아시절부터 스포츠 활동을 직접 경험하였고 성인으로 성장한 후에 이들은 스포츠 지도자 자격증을 취득하며 자연스럽게 커뮤니티 안에서 스포츠 자원봉사자로 활동하며 학생 및 지역 주민들의 스포츠참여 증가에 기여하고 있다.

(5) 독일

2015년 경제구조연구소(Gesellschaft für wirtschaftliche Strukturforschung)가 발표한 보고서 ‘독일 스포츠 경제가치(Die ökonomische Bedeutung des Sports in Deutschland)’에 보고된 독일 스포츠산업 위성계정(SSA)에 의하면 2010년 기준 독일의 스포츠 산업이 창출한 부가가치는 774억 유로(약 96조 3,707억 원)로 추정되며 이는 당해 독일이 창출한 총부가가치 2조 2,350억 유로(약 2,780조 원)의 3.5%에 해당하는 규모이다. 2008년의 731억 유로와 비교하면 약 5.9% 증가한 것으로 독일 총부가가치 창출에서 차지하는 비중(2008년 3.3%)도 소폭 증가하였다. 2008년과 2010년 사이 독일 총부가가치 창출이 0.8% 증가한 것을 감안할 때 스포츠산업의 부가가치창출의 증가폭이 상대적으로 크다는 것을 알 수 있다. 2017년 스포츠산업 관련 고용은 253만 명이다. 이는 2016년 스포츠산업 관련 고용 243만 명에 비해 4.4% 증가한 것이며 1.3%의 성장률을 보였다. 독일의 스포츠 산업은 지속적인 성장세를 보이고 있으며, 스폰서 및 광고 분야의 규모가 다소 위축되고 있으나, 미디어 권리, 제품 및 서비스, 스포츠 투자 분야는 꾸준히 성장하고 있다.

독일 스포츠웨어의 가치는 서유럽에서 꾸준히 안정된 성장세를 보이며 타 국가 시장 대비 높은 수준을 형성하고 있다. 올림픽 등 갈수록 규모가 커지는 스포츠 이벤트에 힘입어 스포츠웨어 시장은 지속적으로



성장중이며, 실제로 2018년에는 월드컵의 영향으로 축구 관련 제품의 수요가 특히 많았다. 독일사람들은 자유시간에 스포츠활동을 인구의 반인 약 4천만명이 하고 있으며, 이 중 2천 5백만명 이상은 한 달에 수차례 운동을 즐기고 있다. 독일 내 피트니스센터 회원수를 봐도 2003년 약 4백만명에서 2018년 약 1,100만명까지 약 3배로 증가하였다. 또한, Statista에 따르면, 독일인들은 한 해 스포츠웨어에 약 120유로, 장비 포함 200유로를 투자하고 있으며, 라이프스타일까지 침투하고 있는 스포츠웨어 시장은 갈수록 커져갈 것으로 전망된다.

독일 스포츠 테이프 시장 규모는 통계 부재로 정확하게 파악하기 어려우나, 독일공보보험회(GKV)에 따르면, 2018년 독일 의약품 및 의료 보조기기 지출 비용은 총 159억 유로 규모로 전년 대비 8.2%가 증가했다. 이 중 의료보조기기의 규모는 84억 유로로 전년 대비 3.7%의 안정적인 성장세를 나타내고 있다. 스포츠 테이프는 아직 의료보조기기에 포함되어 있지는 않으나 유사한 정형외과용 의료보호대 등이 포함되어 있는 의료 보조기기 등에 독일 공보보험이 지출한 비용을 통해 간접적으로 관련 시장 규모를 유추한 것이다. 독일에서 스포츠 테이프는 운동 전후 상해를 예방하고 근육을 보호하며, 통증을 완화하는 효능이 차츰 알려지면서 선수 외에도 일반인들의 지속적인 수요가 있다.

(6) 중국

중국 스포츠산업은 정부의 전략적 지원을 통해 비교적 빠르게 성장하고 있다. 중국 국가통계국에 의하면 중국의 스포츠산업 규모는 2017년 기준 2조 2,000억 위안(약 389조)으로 나타났다. 중국 시장조사기관 아이바오가오(智研咨询)는 '2018년~2024년 중국 스포츠산업 심화 조사연구 및 투자전략 분석보고'를 통해 2017년 중국 스포츠산업은 전체 GDP(국내총생산)의 1%를 차지하고 있으며 스포츠서비스업을 중심으로 점점 더 큰 부가가치를 창출할 것으로 전망했다. 아이바오가오(智研咨询)에 따르면 2012년부터 2016년까지 5년 간 중국의 스포츠산업 평균 성장률은 약 20%를 기록했으며, 2020년 스포츠산업 규모는 3조 위안(한화 약 489조 원)을 돌파하고 2022년에는 3조 5,000억 위안(약 571조 원)의 거대한 시장을 형성할 것으로 전망하고 있다.

2016년에 중국 국가체육총국은 '스포츠산업 발전 13.5규획'을 발표하고 8대 분야(스포츠 경기, 스포츠 레저, 경기장 서비스업, 스포츠 매니지먼트, 스포츠 미디어, 스포츠용품, 스포츠 트레이닝, 그리고 스포츠 복권)를 스포츠산업 전략산업으로 지정하였다. 또한, 향후 2025년까지 5조 위안(약 830조 원) 규모로 확대하고 스포츠관련 분야의 일자리 600만개를 집중 육성하고자 하였다. 현재는 GDP 대비 1%에 불과하지만 미국과 같은 스포츠산업 선진국들의 경제에서 스포츠산업의 부가가치가 차지하는 비중이 GDP의 1~3% 수준인 것을 감안하면 중국의 스포츠산업은 2~4배의 성장 가능성이 있는 것으로 판단되어 5조 위안 규모로 성장하면 GDP의 1.5%이상을 차지하게 될 것으로 전망된다. 2015년 10월 중국 국무원(国务院)은 '스포츠산업 발전 추진 가속화 및 스포츠 소비 추진 지도의견(关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见)'을 발표했으며 중국 정부의 스포츠산업의 민간 기업 개방과 투자기업에 대한 지원확대가 전망됨에 따라 중국 스포츠산업에 민간 자본 유입이 빠르게 증가하고 있는 실정이다.

대한무역투자진흥공사(KOTRA)에 따르면 중국 스포츠웨어시장의 규모는 2016년 기준 1,879억 위안(약 32조 1,200억 원)으로 최근 급격한 성장세를 보이고 있으며 2022년에는 3,400억 위안(약 57조 9,000억 원)에 달할 것으로 전망되고 있다. 이는 중국인들의 스포츠에 대한 관심 증가 때문이며 특히 마라톤에

대한 관심이 높은 것으로 나타났다. 국내 마라톤 대회 및 경기장, 참가 인원이 급증하는 추세로 2017년 상하이 국제 마라톤에 참가자 수는 3만 8,000여 명이었고, 2018년 중국 국내 마라톤 경기장 수는 1,581개에 달했으며, 참가인원은 583만 명인 것으로 나타났다. 마라톤 이벤트로 인한 총 소비량은 288억 위안(4조 8000억 원)이며 마라톤 자체로 인한 소비량은 178억 위안(2조 9800억 원) 그리고 마라톤관련 스포츠산업의 총생산량의 가치는 746억 위안(12조 4990억 원)에 달한다.

마라톤에 대한 관심 증가는 마라톤화, 스포츠웨어 등 관련 산업의 매출 증가로 이어졌으며 2017년 마라톤으로 관련 스포츠 시장의 매출액은 200억 위안(약 3조 4,000억 원)에 달할 것으로 전망되었다. 이처럼 중국의 스포츠용품(의류·신발 포함) 시장은 2013년부터 2018년까지 약 100%의 성장률을 기록하고 있으며 2018년 매출액은 약 2,648억 위안(39조 1,670억 원)으로 전년대비 19.5% 증가했다. 2018년 중국 스포츠용 의류 매출액은 전년대비 15.6% 증가한 1162억 위안(19조 4600억 원)을 기록하였다. 스포츠용 신발류 총 매출액은 전년대비 22.8% 증가한 1486억 위안(24조 8900억 원)을 기록하였다. 전반적으로 기능성 의류와 신발이 가파른 성장세를 보였다.

통계에 따르면, 매년 점점 더 많은 중국인들이 정기적인 체력 운동을 하고 있다. 전통적인 피트니스 클럽의 수는 2018년에 31.13%로 성장하여 690억 달러를 기록하였다. 2018년 러닝 머신 및 러닝머신 관련 피트니스 클래스의 서비스 제공 업체인 SPAX의 MuYikun 은 향후 2~3년 내에 이 숫자가 두 배로 증가할 것으로 예상했다. 중국의 경우 영국의 14%, 미국의 20%에 비해 현재 인구의 3% 미만이 체육관 회원을 보유하고 있어서 성장 잠재력을 가지고 있다고 보여진다.

중국의 스포츠용품(의류·신발 포함) 시장은 2016년 기준 약 2,401억 위안(39조 1,670억 원)으로 최근 5년간(2011~2016년) 연평균 6.1% 증가했다. 그 중 2016년 스포츠 의류 및 신발 시장 규모는 1,866억 위안(30조 4,344억 원)이며, 의류가 938억 위안(15조 2,987억 원), 신발이 928억 위안(15조 1,356억 원)으로 두 품목이 비슷한 시장규모를 보이고 있다(국제무역연구원, 2017). 최근 스포츠 의류와 신발의 수입이 증가하고 있으며 중국의 스포츠용품 수입은 2016년 5억 6,946만 달러(6,396억 원)로 최근 6년(2010~2016년) 사이 연평균 5.2% 늘어났다. 같은 기간 스포츠 의류는 2,216만 달러(249억 원), 스포츠 신발은 8,638만 달러(970억 원)로 각각 41.3%, 34.5% 증가한 것으로 나타났다.

또한, 최근 중국 스포츠산업이 4차 산업혁명과 접목되면서 다양한 스포츠서비스업이 탄생하고 있다. 중국의 운동 관리 모바일 앱(APP)은 2012년에 본격적으로 개발되기 시작해 2014년부터 폭발적인 성장세를 보이고 있으며, 대도시의 1인 가구를 위한 모바일 SNS 홈트레이닝 콘텐츠와 스마트 헬스장도 인기를 끌고 있다. 피트니스 앱은 중국에서 엄청나게 급증하였는데, 2014년 설립된 Keep이라는 앱은 2018년 1억 6천만명의 중국 사용자를 보유하고 있으며 매일 5백 만명의 사용자가 이 앱을 사용하고 있는 것으로 나타났다. 2015년 알리바바 그룹은 알리바바 스포츠 그룹(Alibaba Sports Group)을 설립하여 인터넷 기반 소비자 중심 스포츠 플랫폼을 만들기 위해 노력중이고 레알 마드리드, 바이에른 뮌헨, 국제 스키연맹과 이미 파트너십을 맺을 계획이다. Nielson Sports는 대부분 온라인 미디어 플랫폼인 기술이 시장 성장의 중심이라고 주장하고 있는데, 이는 대부분 스포츠 경기장이 상하이, 베이징, 광저우와 같은 주요 도시의 대도시 지역에 있지만 팬의 86%가 타 지역에 있기 때문이다.

또한 스마트폰 대중화에 힘입어 몸에 착용해 운동 효과를 극대화할 수 있는 웨어러블 기기들이 빠르게 출시되기 시작했다. 이와 함께 스마트 운동화 및 줄넘기 등 일반적인 운동량 관리 제품부터 스마트 농구공,



스마트 테니스 라켓 등 다양한 제품들이 출시되고 있다. 아울러 중국인의 삶의 질 향상에 따라 일반적인 스포츠 외에 등산 등 아웃도어 제품 등이 인기를 끌고 있으며, 특히 아웃도어 제품 시장은 2011년 93억 위안(1조 5,000억 원)에서 2018년 249억 8000위안(4조 1800억 원)으로 증가한데 이어, 2025년에는 스포츠 아웃도어의 제품의 가치는 최소 1000억 달러(119조 900억 원)로 예상된다.

(7) 일본

일본의 경제 성장과 여가 시간의 증가로 스포츠 참여인구가 증가함에 따라 스포츠산업도 급속도로 성장하였다. 일본 정부는 2020년 도쿄 올림픽을 대비하고, 국민 건강수명을 연장하기 위해 스포츠 산업을 적극 장려하고 있다. 문부과학성이 2011년 6월에 제정된 「스포츠기본법」을 기반으로 2012년 3월에 발표한 “스포츠기본계획”이라는 큰 틀 안에서 현재까지 스포츠산업 관련 정책이 이루어지고 있으며 2016년에는 일본 재흥전략(日本再興戦略2016)에서 스포츠 산업을 새로운 유망 산업 중 하나로 지정하고, 시장규모를 2025년 15조 엔까지 확대시키겠다고 목표를 설정하였다.

바쁜 직장인을 위해 가정에서 사용할 수 있는 소형 운동기구가 히트를 치고 있다. 건강 스테퍼는 다리 허리운동은 물론, 상반신 전체 근육을 단련할 수 있으며 유산소 운동도 가능한데, 스테퍼 제조업체인 ‘나이스 데이’는 2013년 판매를 개시한 이후 2018년 5월까지 누적 40만대 판매량을 올리고 있다. EMS(Electronic Muscle Stimulation) 저주파 운동기기도 유행하고 있는데, 원하는 분위만 근육을 강화하거나 몸이 불편해 운동하기 어려운 사람을 위해 부상치료, 재활치료로도 쓰인다. 일본 나고야에 본사를 둔 EMS 운동기기 개발업체 MTG 또한 유명 축구선수를 광고 모델로 발탁하고, 2014년부터 2017년까지 100만대 이상 제품을 판매하고 기업 매출은 두 배 넘게 증가했다. 2017년 11월 시장조사기관 GfK재팬의 ‘가정용 피트니스 기기 판매 동향’ 발표에 따르면, 2017년 1~10월 피트니스 기기판매량은 전년동기대비 1.7배 증가했으며 금액으로는 2.1배가 확대됐다. 저주파 운동기기는 EMS 시장에 참가하는 기업도 2배 이상 늘어 첨단 운동기기 시장은 더욱 커지고 있다.

일본 스포츠용 신발류 시장 규모는 꾸준한 성장을 이어가고 있다. 야노경제연구소에 따르면 일본 스포츠용 신발류 출하금액은 꾸준한 증가세를 보이고 있으며 2018년 전년대비 104.9%인 4245억2000만 엔을 기록했다. 스포츠용품의 일상 착용(에슬레져 붐) 증가 및 도쿄올림픽 개최에 힘입어 향후에도 스포츠용 신발류 시장은 지속적으로 성장할 것으로 전망된다.

야노경제연구소에 따르면 캐주얼 스니커즈(다목적 슈즈)의 2018년 출하 시장 규모는 전년대비 106.7%인 1560억3000만 엔 수준이었다. 스니커즈 붐과 인 바운드 여행객의 수요로 2년 연속 두 자릿수 성장을 기록했다. 2018년도에는 ‘스니커즈 버블’이 한풀 꺾이고 중국 정부의 해외 구입 상품에 대한 관세 인상으로 인바운드 여행객의 수요가 감소해 성장률이 둔화됐음에도 안정적인 수요가 지속됐다. 러닝화는 2018년 전년대비 107.2%인 860억1000만 엔을 기록하는 등 플러스 성장이 이어지고 있으나 저가격 모델 소매시장 판매상황은 이전에 비해 부진한 상황이다. 아웃도어 신발은 2018년 전년대비 102.9%인 335억9000만 엔 수준이었으며 라이프스타일 수요가 확대되면서 소폭 성장했다. 농구화는 2018년 전년대비 100.6%인 98억4000만 엔 수준이었으며 대부분의 수요층이 아동, 중고생 등 젊은 플레이어로서 저출산 영향으로 성장을 증가를 전망하기는 어려운 상황이다.

(8) 프랑스

유로 보안보고서(2016)에 따르면 오늘날 프랑스 기업의 기술과 전문성은 스포츠 장비 및 시설에서부터 인프라 관리, 이벤트 조직, 건축, 토목 공학, 에너지, 운송, 보안 및 디지털 분야에 이르기까지 스포츠 산업의 모든 분야에서 명성을 얻고 있다고 보고하였다. 스포츠시장 규모는 2018년 초 발표된 2012년 기준 자료에 의하면 390억 달러(46조)로 나타났다. 기록한 프랑스 스포츠시장은 스포츠경기를 포함하지 않고 거의 60,000개의 일자리를 창출한다고 보고하였다.

2016/17 시즌 기준, 프랑스 리그는 유럽 축구 5대 리그 중 가장 작은 규모이다. 유럽 최대 규모를 자랑하는 영국 프리미어 리그(English Premier League)는 약 53억 유로에 달하는 수입을 벌어들였고, 프랑스 리그 수익은 약 16억 유로에 달한다(이적료 제외). 프랑스의 2017/18 시즌 총 수입액은 이전 시즌 대비 33% 증가한 25억 3,300만 유로에 달하며, 꾸준한 성장세를 보이고 있다. 수입의 절반 이상은 선수 이적료(32%)와 방송 중계권(31%)에서 발생하고, 기타 수입(15%)과 스폰서 및 광고 수입(14%), 경기 관람 수입(8%)이 차례로 그 뒤를 잇고 있다. 2017/18 시즌 중 구단 수익 1,2위는 스페인의 레알 마드리드(Real Madrid)와 FC 바르셀로나(Barcelona)가 차지하였고, 파리 생제르망의 2018년 수익은 5억 4,170만 유로로 지난 시즌 대비 한 계단 상승한 6위였다. 10위 권 내에 영국 구단이 6개로 가장 많았으며, 이 중 파리 생제르망은 유일한 프랑스 구단이다. 파리 생제르망은 2017/18 시즌에 최근 5년 중 가장 높은 수익을 달성했으며, 그 중 58%는 선수 유니폼과 각종 스포츠웨어, 패션 의류를 통한 판매 수익, 24%는 방송 중계 수익, 18%는 경기 관람 수익이었다.

프랑스 스포츠웨어 시장은 2018년에 매출액 72억 3,900만 유로를 달성하며, 전년 대비 4.1% 증가 추세를 보이고 있다. 스포츠웨어 매출액은 향후 5년간 꾸준히 증가할 것으로 전망되며, 프랑스에 건강이 트렌드로 자리잡으면서 운동을 즐기는 인구가 증가 중이며, 스포츠웨어가 새로운 패션 아이템으로 주목받는 점이 긍정적 요소로 작용하고 있다. 프랑스 스포츠웨어 시장 점유율은 아디다스(Adidas)가 17.2%로 1위를 점하고 있으며, 유명 스포츠 스타들과의 콜라보레이션과 더불어, 자외선 차단 기능성 소재, 운동화 쿠션 기술 등 끊임없는 제품 기술 개발로 시장에서 입지를 다지고 있다. 경쟁사 나이키(Nike)는 13.8%로 점유율 3위이다. 프랑스 대형 스포츠 용품 유통회사 데카트론(Decathlon)이 15.4%로 2위를 차지하였다. 데카트론은 온라인 주문과 배송 및 픽업(Pick up) 서비스를 개시하는 등의 전략을 통해 입지를 다지고 있다.

2018년 9월 말까지 지난 12개월 동안 프랑스 스포츠 의류 및 신발 산업(액세서리 제외)은 총 68억 6천만 유로로 작년 같은 기간에 비해 4% 증가했다. 스포츠의류는 3%정도 성장한 반면 스포츠신발은 4% 성장하였다. 현재 스포츠 의류는 34억 유로의 판매를 보이며 운동화 판매보다 앞서있지만, 스포츠신발이 이를 꾸준히 따라잡고 있다.

특히 프랑스 스포츠산업은 지속적으로 성장하는 스포츠용품시장의 성장세가 두드러진다. 스포츠 및 자전거 연합(Union Sport & Cycle)에 따르면, 스포츠용품시장 수익은 2016년 전년 대비 2.7% 상승한 110억 유로(14조 958억 원)에 이르는 것으로 나타났으며, 스포츠용품 유통규모는 2020년까지 4%에서 5%의 성장률을 유지할 전망이다.



(9) 인도

인도의 대표적인 스포츠인 크리켓 리그인 프리미어 리그 IPL(Indian Premier League)는 여전히 인도에서 큰 인기를 얻고 있다. 2018년 인도의 모든 스포츠 관람객 중 93%가 크리켓 콘텐츠를 시청하였으며, BARC(Broadcast Audience Research Council)의 보고서에 따르면 크리켓은 1년 동안 국제 토너먼트가 없었음에도 불구하고 123억 회 미디어 노출을 기록했다. 노출 수는 몇 분 동안 평균적으로 이벤트를 본 수천 명의 대상 고객 중 개인의 수를 집계하였다. BARC India는 국가의 TV 시청률 모니터링 대행사이다. 2018년 크리켓 시청자의 48%인 3억 3,400만 명은 여성이었으며, 여성의 시청률은 남성보다 낮지만 전년 대비 성장률은 높았다.

인도 TV에서 크리켓 콘텐츠 방영 시간은 매년 백만 시간에 도달하고 있다. 비스포츠 채널은 2016년에 4,700시간의, 2018년에는 5,400시간 이상의 크리켓 콘텐츠를 전송했다. 흥미롭게도 크리켓의 공간은 스포츠 채널에만 국한된 것이 아니라 그 이상으로 뛰어나다. 2016년~2018년동안 크리켓 시청률은 전체적으로 25% 증가했으며, 같은 기간 스포츠 채널 크리켓 시청률은 79% 증가했다. IPL 평균 시청시간 또한 2016년 28분에서 2018년 34분으로 증가하고 있다. 이와 함께 크리켓 콘텐츠의 광고도 2016~2018년 기간동안 14% 상승했다. 이러한 광고 시장의 성장에 힘입어 전자상거래 광고 또한 2016년 14%에서 2018년 42%를 차지하여 가장 큰 광고 분야로 올라섰다. 이는 크리켓을 시청하면서 음식을 구매하는 사람들이 늘어났기 때문으로 보인다.

인도의 스포츠, 건강용품의 시장가치는 2018년에 약 36억 달러(약 4조 2800억 원)를 도달하였다. 인도는 이 스포츠 시장가치를 2024년까지 약 60억 달러(약 7조 1000억 원)로 증가시키기 위한 계획을 가지고 있다. 또한, The times of India(2016)에 따르면 인도 스포츠 시장에서 발생한 수익은 2010년 기준 약 14억 8,900만 달러(약 1조 6,100억 원)이며, 2015년까지 약 19억 달러(약 2조 600억 원)로 증가하였다.

인도의 채식주의자 비율은 30%에 달하기 때문에 단백질 섭취를 위해서 별도의 단백질 보충제가 꼭 필요한 상황으로 인도의 스포츠영양제품은 주로 에너지 드링크, 프로틴바, 건강보조식품을 중심으로 소비시장이 형성되어 있으며, 이 중 스포츠음료가 시장의 가장 큰 비중을 차지한다. 유로모니터(2017)에 따르면 인도의 기능성 식품시장은 2008년에 10억 달러, 2013년 12억 달러로 점차 증가해 왔으며, 올해에는 40억 달러(4조 5,000억 원) 규모로 성장할 것으로 전망된다. 특히 스포츠 영양제시장은 인도의 피트니스 시설 확장에 따라, 점차 증가해 현재 200만 달러(22억 5,000만 원) 규모의 시장 가치를 지니고 있으며 스포츠 단백질 파우더가 가장 실적이 좋은 것으로 나타났다. 인도에서 스포츠 영양제(Sports nutrition)라는 용어는 일반적으로 Protein Powder 즉 단백질 파우더라는 단어와 혼용해서 쓰이고 있다. 주요 소비계층은 젊은 남성이지만 앞으로 여성들도 몸매 관리와 체력 유지를 위해 단백질 파우더에 대한 관심이 늘어날 것으로 전망된다.

(10) 그 외 국가

케냐 골퍼스 연합(Kenya Union of Golfers)에 따르면, 케냐의 골퍼회원은 2016년 6048명에서 2017년 7000명, 2018년 6월 말 기준 8000명 수준으로 매년 15% 이상 증가세를 보이고 있다. 2019년에는 약 1만 명 수준에 다다를 것으로 예상된다. 케냐는 대략 40개 정도의 골프코스가 있으며, 이 중 절반은 수도인 나이로비와 주변 주요 도시에 위치하고 있다. 골프는 예전에 부유층들의 전유물로 인식됐으나 요즘은

일반 중산층들도 여가 활용과 비즈니스 네트워킹의 수단으로 활용하면서 골프인구가 확대되고 있다. 골프가 자회사의 상품을 소개하는 마케팅의 장이라는 인식이 늘어나고 있다. 또한, 골프에 대한 관심이 커져가면서 골프용품 시장의 수요도 함께 늘고 있다. 케냐인들의 가처분소득 증가, 수도권이 아닌 주요 지방지역에도 골프코스 개발 확대, 부동산업자들의 골프장 투자 증가, 학교의 어린이 대상 골프교육 포함 등이 골프용품 시장 수요를 견인하고 있다.

멕시코 스포츠식품 시장규모는 2014년부터 2018년까지 연평균 5.2% 증가하여 2018년 시장규모는 1억 6,780만 달러로 전년 대비 9.0% 증가하였다(Euromonitor, “Sports Nutrition in Mexico”, 2019.08.19.) 이렇게 시장규모가 증가한 이유는 멕시코 내 건강에 대해 관심을 갖는 사람들이 증가하고 멕시코 지자체에서도 체육관 등 공공 운동기구 등을 늘리며 소비자 폭이 확대됐기 때문이다. 멕시코 스포츠식품시장에서 단백질분말(파우더)이 6,960만 달러의 매출 실적을 기록하여, 제품 판매 중 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 그 뒤를 에너지바라고 불리는 프로틴바(380만 달러), 단백질 스낵이나 단백질 파우더 등이 함유되어 바로 섭취할 수 있는 단백질 우유 등 스포츠 단백질 음료 제품과 기타 비단백질제품 등이 나머지 판매를 차지하고 있다. 또한 멕시코 피트니스 산업은 매우 빠른 속도로 성장하고 있는데, 멕시코 피트니스 산업 규모는 2014년부터 2018년까지 연평균 17.6% 성장해 2018년 17억 8,350만 달러를 기록하였으며, 2014년 대비 2015년의 성장률은 33.3%에 달한다(MarketLine, “Mexico gyms, health & fitness clubs”, 2019.08.28.). 피트니스 산업의 성장과 스포츠식품 시장의 성장은 연관성이 있는데, 최근 헬스장들에서 닭가슴살 샐러드 과일주스, 단백질 보충제 등 스포츠식품을 구매하는 빈도가 늘어나고 있기 때문이다.

파라과이 또한 피트니스 산업 성장이 두드러지는데, 비만관리 TV 프로그램이 최고 시청률을 기록하는 등 최근 몇 년간 파라과이 사회 전반에 걸쳐 건강과 외모에 대한 관심이 급증하고 있으며, 피트니스 시설을 이용하는 인구 또한 늘어나고 있는 추세이다. 2017년 파라과이 보건복지부(MSPyBS) 조사 결과, 파라과이 소아 및 청소년 인구의 31%가 비만 혹은 초고도 비만으로 집계되었고, 45~55세 성인남녀 중 58%가 과체중이며, 이 중 23%가 고도비만이었다. 파라과이 인구의 상당 비율을 차지하고 있는 비만문제가 사회문제로 대두돼 정부 차원의 캠페인이 등장하는 등 운동 필요성에 대한 사회적 공감대가 형성되고 있다. 최근 아순시온 시내 중심가에 고급형 피트니스 센터들이 연이어 등장하고 있으며, 2016년 이후 중저가 피트니스 센터들도 꾸준히 증가하고 있다. 또한 24시간, 여성전용, 크로스핏 등 다양한 형태의 피트니스 센터가 등장하며 피트니스 시장이 확대되고 있는 추세이다. 파라과이는 전체 인구의 70%가 35세 이하로, 과거와 달리 젊은이들이 건강한 외형을 만들기 위해 많은 노력을 기울이고 있을 뿐만 아니라 축구, 배구 등 다 같이 모여서 하는 운동 문화가 일반적이었는데, 요즘은 시간과 인원에 구애받지 않고 즐길 수 있는 피트니스 문화가 점차 확산되고 있다. 따라서 피트니스 기구를 집에 설치하고 홈트레이닝을 하는 사람들도 증가하고 있다. 2016년~2018년 피트니스 기구 판매량은 가파르게 상승하고 있으며, 향후 10년간 꾸준히 성장세를 기록할 전망이다.

시장조사기관인 Statista에 따르면, 2018년도 베트남의 피트니스 산업 시장 규모는 약 5,500만 달러로 추정되고 있으며 2023년에는 약 8,000만 달러를 돌파할 것으로 예상된다. 또한, 글로벌 조사기관인 Ken Research은 2019년 7월 피트니스 산업 보고서에서 베트남의 피트니스 서비스 보급이 향후 꾸준히 증가할 것으로 예상했으며, 2023년까지 최대 7.7%에 이를 것으로 전망하였다. 베트남은 2018년 경제성장률 7%를 달성하였으며, 베트남 소비자의 가처분 소득의 증가는 여가 생활 확장에도 크게 기여하여, ‘건강’에



대한 높은 관심을 이끌어내었다. 또한, 베트남의 도시화가 급속도로 확산되면서, 아파트단지를 중심으로 피트니스 센터를 쉽게 접할 수 있게 되었으며, 베트남 사람들 세 명 중 한 명은 피트니스 중독이라고 해도 과언이 아닐 정도로 그 수요가 높다고 평가되고 있다.

몽골 교육·문화·기술·체육부 통계에 따르면, 매년 운동선수 및 체육 활동자가 증가하는 추세이다. 몽골의 체육 활동자 수는 2018년 기준 전년 대비 11% 증가한 58만 명으로, 전체 인구 중 약 17%에 해당한다. 당뇨, 비만 등 운동부족으로 나타날 수 있는 만성질환 증가에 따라 건강을 위해 운동을 하는 현지인들이 다양한 연령대에서 늘어나고 있다. 또한 몽골의 체육시설 인프라 현황을 살펴보면 2018년 기준으로 실내 체육관 및 옥외 운동장 개수가 859개에서 985개로 급증했으며, 2019년과 2020년에도 대폭 증가할 것으로 예상되고 있다. 이는 몽골에서 향후 국제 대회 개최를 위해 기존 시설 대비 규모가 큰 운동시설들이 증설할 계획에 따른 것이며, 이들 시설 확대에 따른 체육 활동자들도 증가할 것으로 예상된다. 몽골 전체 인구 중 67%는 도시에서 거주하며, 35세까지의 젊은층이 64%를 차지하는 것으로 집계되고 있다. 하지만 2017년 몽골 보건부 조사결과에 따르면, 몽골 청장년층(14~35세)의 80.2%의 체력이 정부 권장기준 이하인 것으로 나타났을 뿐 아니라 몽골 전체국민의 비만도가 전체 인구의 55% 즉, 2명 중 한 명이 비만인 것으로 나타나 아시아 국가들 중에서 가장 높은 수치를 기록하였다. 이에 따라 몽골정부는 국민 건강 증진과 국가대표 선수들의 경기력 향상을 위해 체육 및 스포츠관련 정책을 수립, 발표하였다. 또한 울란바토르가 2020년에 "제7회 Children of Asia", 2023년에는 "East Asian Youth Game" 등 국제대회의 개최도시로 선정됐기 때문에 스포츠시설 확대와 함께 다양한 스포츠 활동에 대한 관심도 이어질 것으로 보인다.

국제대회의 성공적인 개최와 국민 스포츠 활동 진흥을 위해 몽골 정부는 일부 스포츠용품에 대해서는 일시적으로 관세를 면제하기로 결정하였다. 몽골은 다른 산업분야와 마찬가지로 스포츠용품 부문에 있어 생산공장이 거의 없어 스포츠웨어 및 용품 등 스포츠 관련 모든 품목을 수입에 의존하고 있다. 실내외 운동용품 기준 수입규모는 연간 약 2백만 달러이며 일부 품목의 경우 이미 관세를 면제하고 있다. 몽골 국민들의 건강에 대한 관심이 증가함에 따라 스포츠와 관련 용품 시장은 지속적으로 확대될 전망이다.

싱가폴 운동복시장은 지속적인 성장세를 보이고 있다. 2017년 기준 운동복 소비규모는 7억4,760만 싱가포르 달러를 기록하여 2013년부터 2017년까지 연평균 4.6%의 성장률을 보였다. 싱가폴은 전국에 많은 헬스장이 존재하는데, 그중에서 대표적인 헬스장으로 Anytime Fitness(52개 지점), True Fitness(8개 지점), Fitness First(20개 지점), Virgin Active(5개 지점)가 있다. Fitness First를 제외한 나머지 헬스장은 입장객들에게 입장 시 운동복을 대여해주지 않으며, Pure Fitness/Pure Yoga는 자체 브랜드 운동복을 헬스장 입구에서 판매한다.

싱가폴 국민들의 운동에 대한 관심을 높이기 위해 Health Hub 창조 및 캠페인 진행하고 있는데, 싱가포르의 Ministry of Health 및 Health Promotion Board가 Health Hub이란 온라인 포털 및 휴대폰 앱을 만들어 건강에 대한 지식과 정보를 쉽게 접할 수 있게 했다. National Steps Challenge, Sundays @ the Park, Lose to Win 등 여러 프로그램 및 캠페인을 통해 싱가포르 국민에게 건강한 삶의 중요성을 강조하면서 독려하고 있으며, 전국적으로 무료 운동 수업을 제공하고 있다. 싱가폴 문화부(Ministry of Culture, Community and Youth)는 2014년 Active SG 제도를 도입해 전국민 운동에 대한 관심을 향상시키고 국민생활체육을 적극 독려 및 후원하고 있다. 싱가폴 국민이나 영주권자만 가입 대상으로 간주하며 가입 완료 시 Active SG 멤버의 개인계정에 100 싱가포르 달러가 입금된다. 100 싱가포르 달러는 Active

SG가 제공하는 단체 운동 수업 비용으로 쓸 수 있다(총 비용의 30%까지 가능). Active SG 지정 헬스장 이용 시(싱가폴 내 19곳), Active SG 멤버들은 저렴한 입장료로 시설 이용이 가능하다.

한편, 2017년부터 전국 자전거 대여 시스템 활성화하였는데, 더 건강한 삶을 위해 이동할 때 대중교통보다 자전거를 타라는 취지이며, 운동 및 이동의 두 가지 목적을 동시 달성하기 위해 전국 곳곳에 자전거를 배치하였다. 이리하여 자전거 없는 사람들도 자전거를 쉽게 접할 수 있게 되었다. 또한, 싱가폴은 국내/외 마라톤 주최자에게 인기가 높은데, 1년에 20개 이상의 마라톤이 열린다. 2017년 Standard Chartered Marathon에는 4만8000명이 참가하며 그 해 가장 많은 참가자를 기록하였다. SAFRA Singapore Bay Run & Army Half Marathon 또한 4만1000명이 참가하는 등 싱가포르의 마라톤에 대한 열정을 확인할 수 있다.

3 2018 스포츠산업 이슈

스포츠산업 이슈는 총 5가지를 선정하였는데, 3가지는 연합뉴스, 스포츠동아 등 미디어가 선정한 2018년 스포츠 이슈를 기반으로 공통이슈를 뽑아내고 산업적으로 연결이 되는 이슈를 선정하여 서술하였으며, 한 가지는 기술과 관련된 이슈를 선정하였고, 마지막으로 프로스포츠에서의 산업적 이슈를 서술하였다. 2018년 스포츠 이슈 기반 첫 번째 주제는 2018년 평창올림픽과 관련된 평창올림픽과 내셔널굿즈의 흥행이며, 두 번째 주제는 2018 자카르타-팔렘방 아시안 게임과 관련하여 중계방송 채널 다각화이고, 세 번째 주제는 스포츠스타와 관련하여 스포츠스타들의 활발한 해외활동이다. 기술과 관련된 주제는 VR 도입으로 인한 스포츠 여가형태의 변화를 선정하였으며, 마지막으로 프로스포츠의 산업적 변화를 다루었다.

1) 평창올림픽과 내셔널굿즈(National Goods)의 흥행

제23회 평창 동계올림픽은 2018년 2월 9일 개막식을 시작으로 2월 25일까지 총 17일간의 일정을 끝으로 대단원의 막을 내렸다. 평창 동계올림픽은 동계올림픽 역사상 최다인 92개국, 2,920명의 선수가 15개 종목 102개 세부 종목에 참가하며 동계올림픽의 '새로운 지평(New Horizons)'을 열었다. 평창은 2003년 동계올림픽 유치 첫 도전 이후 2003년에는 밴쿠버, 2007년에는 소치에 밀리면서 올림픽 유치가 불발되는 듯 했다. 하지만 2011년 올림픽 및 패럴림픽 개최지로 평창이 선정되며 1988년 이후 30년 만에 두 번째로 우리나라에서 열리는 올림픽으로 기록되었다. 이후에는 최첨단 경기장 시설 건설은 물론 최대 방문객을 수용할 수 있는 국제적 수준의 양적·질적 준비를 한 결과 평창올림픽은 역대 최고 수준의 흥행 기록과 함께 28개의 신기록(세계 신기록 3개, 올림픽 신기록 25개)이 달성되는 등 역대 최고의 성적표를 남겼다. 동계올림픽대회 입장권은 107만 8,562장이 판매되어 1,574억 원의 수익을 창출했다. 이는 목표치였던 106만 8,630장을 넘어선 수치로 목표 대비 판매율 100.9%를 기록했다. 총 관람객 수는 141만 명으로 1일 최대 14.6만 명이 동계 올림픽 경기장을 찾은 것으로 분석되었다. 동계패럴림픽 입장권은 34만 5천장 판매로 판매 목표량(22만 100장)의 156%를 기록함과 동시에 역대 최다였던 2010 밴쿠버 동계패럴림픽 입장권 판매량(21만 장)을 크게 뛰어넘은 것으로 집계되었다. 특히 이번 올림픽은 북한의 참가로 남북



간의 평화 조성에 기여하며 성공적으로 마무리됐다. 토마스 바흐(Thomas Bach) 국제올림픽위원회(IOC) 위원장은 “평창 올림픽을 가장 완벽한 올림픽이며 IOC가 관여할 일이 없었다”라고 극찬하였고 캐나다의 일간지는 “평창 동계올림픽의 문제를 꼽자면 흠잡을게 없는 것이 문제(The problem with Pyeongchang is...there aren't any problems)”라고 평가하였다.

한국개발연구원(KDI)의 분석에 따르면 평창 동계올림픽의 경제 효과는 44조 5,000억으로 과거 대회보다 경제적 효과가 압도적으로 컸던 것으로 조사되었다. KDI의 발표에 따르면 평창올림픽의 생산유발액은 33조원, 부가가치유발액은 11조 5,000억 원으로 이는 가장 성공적인 대회로 평가받는 2002년 월드컵(생산유발액 14조 8,000억 원, 부가가치유발액 5조 8,000억 원)의 2배에 달하는 수치로 집계되었다. 또한 KDI가 실시한 평창올림픽에 대한 국민 인식 조사에서 긍정적 효과로 남북 화해 분위기 조성(29.2%)이 1위를 기록했다. 뒤이어 한국 문화 홍보(20.2%), 안전한 국가 홍보(18.1%)등이 각각 2,3위로 집계되었다. 올림픽을 통한 한국 문화 홍보 및 국가 홍보의 일등 공신은 라이선싱 사업으로 손꼽혔다. 평창동계올림픽조직위원회는 2017년 5월 26일 평창올림픽 라이선싱 상품 공식스토어 1호점을 서울 명동 롯데백화점에 오픈했다. 이후 전국 롯데백화점 14곳과 롯데아울렛 4곳, 5곳의 롯데면세점과 인천공항을 포함한 13곳의 공공스토어, 그리고 슈퍼스토어를 포함한 올림픽 주요 장소 21곳 등 60여개의 평창올림픽 공식스토어를 운영하여 내·외국인들에게 올림픽을 홍보하는 장으로 활용하였다. 평창올림픽 개막식 하루 전인 2018년 2월 8일 강릉 올림픽파크에 문을 연 ‘평창올림픽 슈퍼스토어’의 경우 공식 마스코트인 수호랑과 반다비를 비롯해 인형과 배지, 핀과 손가락 하트 장갑, 스니커즈 등 1,100개 품목의 올림픽 기념상품을 판매했다. 특히나 조선시대 과거에 급제한 선비에게 임금이 하사하던 ‘어사화(御賜花)’를 달고 있는 어사화수호랑 인형의 인기는 온·오프라인을 통틀어 가장 뜨거웠다. 어사화수호랑을 구매한 소비자들의 SNS상의 인증샷까지 인기를 끌었고 2018년 2월 10일, 쇼트트랙 1,500m종목에서 금메달을 딴 임효준 선수가 어사화수호랑 인형을 들고 시상대에 올라 이목을 집중시켰다. 어사화수호랑과 비슷한 모습을 하고 있는 ‘장원급제 수호랑’까지 인기몰이에 가세하여 온라인에서는 웃돈을 주고 거래가 이루어지기도 했다. 메달리스트들에게만 수여되는 어사화수호랑을 일반 고객들도 구매하고 싶어 것이라 예측해 비슷한 디자인으로 제작한 것이 인기 요인으로 분석되었다. 또한 스키 수호랑, 스케이트 수호랑 등 종목별 인형을 개발해 한정 판매하는 등 대회 지식재산을 활용한 로열티 수익을 창출하는 방법으로 라이선싱 사업을 적극 활용하여 이번 올림픽 홍보는 물론 한국 문화 홍보에도 큰 기여를 한 것으로 조사되었다.

〈그림 1-5〉 VAR 영상판독 중 안내 전광판 및 비디오판독 차량 내부



〈그림 1-6〉 온라인스토어에서 판매중인 수호랑 인형과 메달리스트에게 수여되는 어사화수호랑



* 출처: 한겨레신문

평창동계올림픽은 개막 전부터 마스크트인 수호랑과 반다비가 들어간 캐릭터 상품 이외에도 '평창 롱패딩', '평창 스니커즈' 등 올림픽 기념품이 일명 '평창 굿즈(goods)'로 불리며 2030세대의 소비 욕구를 자극했다. 그 중에서도 '평창 패딩'에 대한 관심은 대단했다. 올림픽 공식 스토어가 있는 점포에는 수백 명이 줄을 서 패딩 득템 경쟁을 펼치는 진풍경이 연출되었다. 검색 엔진인 네이버 실시간 검색어 1위로 '평창 롱패딩' 오르기도 했다. 롯데백화점이 평창동계올림픽을 기념하여 제작 판매한 벤치파카 스타일의 롱패딩은 2017년 10월 26일, 출시 첫날 300여벌이 팔렸다. 1주일 후에는 판매량이 매일 500여 벌로 늘어났다. 롯데백화점은 평창 롱패딩 출시 3주 만에 2만3천여벌이 팔렸다고 발표했다. 롱패딩의 후발주자로 나선 '평창 스니커즈'가 폭발적인 인기를 이어받았다. 롯데백화점은 평창 스니커즈 예약판매를 시작하지 7일 만에 12만 명이 30만 켄레를 예약했다고 집계했다. 이 스니커즈의 가격은 한 켄레에 5만원으로 하얀색 천연가죽



뒤축에 평창 동계올림픽 슬로건인 '하나된 열정(Passion, Connected)'을 새겨 넣었다. '평창 굿즈'의 인기 요인 중 하나로 가성비(가격대비 성능)를 꼽을 수 있다. 패딩의 경우 비슷한 사양의 제품이 30-40만 원대인 반면 평창 패딩은 그 반에도 못 미치는 14만 9천원으로 판매되어 인기를 끌었다. 평창 굿즈의 또 다른 인기 요인으로 희소성이 주는 가치를 살펴볼 수 있다. 평창 굿즈와 같은 한정판은 '인기가 없어서' 물량이 적은 것이 아니라 '물량이 적어서' 인기가 높다. 소비자들의 욕구를 충족시켜 줄 재화가 부족할 때 해당 재화의 가치가 상승하는 원리로 젊은 세대들은 '지금 아니면 다시 구매할 수 없는' 한정된 물량을 소비하고 소유함으로써 희열을 느낀다고 분석된다. 마지막으로 평창 굿즈의 인기 요인으로 '공감' 요소를 살펴볼 수 있겠다. 소비자들은 평창 굿즈 소비를 통해 평창올림픽과 함께한다는 공감과 유대감이 형성되어 값을 치르고서라도 재화를 소유하고 싶어 하는 것으로 분석되었다. 다른 사람들 동향에 관심이 높은 '사회적 비교자수'가 상대적으로 높은 문화에서 어렵게 구한 평창 굿즈 '득템샷'을 SNS에 찍어 올리며, 다른 사람들의 부러움 섞인 질투와 함께 관심을 한 몸에 받을 수 있어 소비자는 심리적 만족감을 얻고 평창 동계올림픽은 간접 홍보의 효과를 누리는 1석 2조의 효자상품 노릇을 톡톡히 해냈다.

〈그림 1-7〉 평창 롱패딩 출시 안내문과 평창 스니커즈 사전예약 안내문



* 출처: 강원도청 페이스북

평창 롱패딩이나 평창 스니커즈와 같이 정부나 공공기관이 마케팅을 목적으로 만든 기념품을 '내셔널 굿즈(national goods)'라고 한다. 그동안 판매되었던 내셔널 굿즈는 티셔츠, 기념주화 등 고전적인 기념품이었거나, 단순히 해당 기관이나 대회 로고가 들어간 디자인의 상품이 전부였다. 그러나, 최근 2018 평창동계올림픽의 굿즈(goods)가 큰 인기를 끌면서 내셔널 굿즈에 대한 인식도 바뀌게 되었다. 이러한 평창 굿즈의 성공 요인으로 '사전 기획'이 꼽힌다. 롯데백화점은 2017년 5월 '2018 평창올림픽 총괄 라이선싱 사업자'로 선정되었다. 롯데백화점 관계자에 따르면, 롯데백화점은 2016년 12월부터 상무 본부 라이선싱 팀을 꾸려 평창 굿즈를 준비해왔다고 밝혔다. 그렇게 상품을 내놓기 1년 전부터 준비를 시작한 결과 가격을 낮추고 상품의 질을 높일 수 있게 되었다. 오랜 기간을 두고 사전 기획을 한 결과 평창 패딩을 비롯한 평창 굿즈는 매진행렬을 이어가며 소비자들 사이에서 구매 대란을 일으킨 '효자상품'이 되었다. 삼성패션연구소의 보고서에 따르면 "소비자 취향이 세분되고 다양한 유통채널들이 생기면서 한 상품이 광범위한 지지

를 얻기가 갈수록 어려워지고 있다. 평창 패딩 흥행은 불황형 소비 흐름과 화제성이 잘 맞아떨어진 드문 사례”라고 분석했다. 이용진 평창조직위 라이선싱사업팀 부장은 “과거엔 기업들이 ‘올림픽 라이선싱 사업이 성공할 수 있을까’라는 의구심이 많았다. 그러나 이번 롱패딩 열풍을 계기로 올림픽 라이선싱 사업이 황금알을 낳는 거위가 될 수 있다는 걸 깨달았을 것”이라고 밝혔다.

2) 2018 자카르타-팔렘방 아시안 게임 중계방송 채널 다각화

2018년 한해를 뜨겁게 달군 올해의 인기 검색어 1위에 ‘자카르타-팔렘방 아시안게임’이 뽑혔다. 카카오가 2018년 1월부터 11월까지 포털 다음과 다음업, 카카오톡 삼검색어에서 이뤄진 검색어를 분석해 ‘올해의 인기 검색어’ 순위를 발표한 결과이다. 이번 아시안게임은 아시아 45개국에 참가해 축구, 야구 등 총 40개 종목으로 465개 경기가 치지는 아시아 최대의 축제 중 하나로 한국은 축구, 야구 등 인기 종목의 금메달 획득으로 온 국민의 관심을 한 몸에 받았다. 특히나 손흥민 선수의 병역문제, 남북 단일팀 구성, e-스포츠 시범종목 채택 등 굵직한 이슈와 연결된 만큼 높은 시청률과 화제성을 낳은 것으로 분석된다. 영국 프리미어 리그 토트넘에서 맹활약하고 있는 손흥민의 군면제가 걸려있는 남자 축구팀 금메달 획득 여부는 아시안게임 전부터 화제를 불러 일으켰다. 통상적으로 아시안게임은 올림픽과 월드컵에 비하면 무게감이 덜하지만 이번 자카르타-팔렘방 아시안게임은 여러 ‘관전 포인트’와 함께 온 국민의 이목을 집중시켰다. 더불어 아시안게임의 생중계가 지상파뿐만 아니라 모바일과 온라인을 통해 폭넓게 제공됨에 따라 스포츠팬들이 아시안게임을 골라보는 재미도 한층 더해졌다. 같은 해에 치러진 2018 러시아 월드컵 당시 지상파 방송사 3사는 월드컵 중계권을 확보하는데 1,200억 원 가량을 쏟아 부은 것으로 알려졌다. 이 때문에 높은 협상 금액을 원한 지상파 3사와 통신 3사·포털 측의 협상이 틀어져 축구팬들의 원성이 높아졌다. 그러나 이와는 다른 양상으로 KT, LG유플러스, SK브로드밴드와 같은 통신 3사는 자사 플랫폼과 애플리케이션(application)을 통해 자카르타-팔렘방 아시안게임 경기 생중계는 물론 다시보기 서비스까지 제공했다. KT는 ‘올레tv’와 ‘올레tv 모바일’을 통해 무료로 아시안게임 경기 생중계와 다시보기를 제공했다. SK브로드밴드는 ‘옥수수’를 통해, LG유플러스는 ‘U+비디오포털’을 통해 아시안게임 영상을 제공했다. 이 결과 아시안게임 기간 동안 LG유플러스 ‘비디오포털’ 트래픽 수치가 증가한 것으로 나타났다. LG유플러스에 따르면 자카르타-팔렘방 아시안게임 기간 동안 트래픽이 급증하여 러시아 월드컵 기간 동안 치러진 대한민국 세 경기의 평균 트래픽 수준을 웃돈 것으로 보고됐다. SK브로드밴드 옥수수도 아시안게임 특수를 톡톡히 누린 것으로 분석됐다. 옥수수는 2018 자카르타-팔렘방 아시안게임 ‘한국 vs 일본’ 축구 결승 당일 역대 최고 트래픽을 경신했다고 발표했다. 이는 기존 최고치였던 ‘한국 vs 베트남’ 축구 4강전 생중계와 비교해 데이터 트래픽이 8.4% 증가한 결과로 생중계 시청자수도 4% 상승하며 2016년 1월 옥수수 서비스 런칭 이후 역대 최고치를 기록한 것으로 조사됐다. 이용자 수에 있어서도 기존 최고 기록인 베트남전 대비 15% 증가하고, 일 시청시간 역시 1억분을 육박하는 등 역대 최고 기록을 갈아치웠다. SK브로드밴드 측은 이번 아시안게임 중계의 성공 비결에 대해 언제 어디서나 편리하게, 누구나 무료로 경기를 시청할 수 있도록 고객 편의성을 최우선으로 생각함에 따라 이용자가 대폭 늘어났으며 채팅과 함께 응원하며 즐길 수 있고 PC를 통해서도 시청이 가능하다는 사실 등이 옥수수의 선택으로 이어진 것 같다고 분석했다. 이처럼 모바일 브로드밴드 확산, 스마트기기 보급률 증가 등 기술 환경의 변화와 함께 시간과 장소의 제약을 받지 않으며 스포츠 중계를 보고자 하는 젊은 층의 수요가 늘어남에 따라 OTT(over-the-top)를 통한 스포츠 중계는



스포츠이벤트에 있어서 꼭 필요한 서비스로 자리매김했다. OTT서비스는 당초 단말기를 통한 영화·TV 프로그램 등 프리미엄 콘텐츠를 VOD방식으로 제공하는 서비스를 지칭하였으며, 현재는 인터넷 기술변화에 따라 셋톱박스의 유무를 떠나 PC, 스마트폰 등 단말기뿐만 아니라 기존의 통신사나 방송사가 추가적으로 제공하는 인터넷 기반의 동영상 서비스를 모두 포괄한 의미로 사용되고 있다 (한국인터넷진흥원, 2018). 이번 아시안게임의 경우 OTT의 트래픽이 급증한 이유는 포털이 비싼 중계권료로 모바일 중계를 포기한 것이 크게 작용했다는 분석이다. 뿐만 아니라 옥수수 측은 2049세대에서 OTT의 인기가 높은 이유로 타인과 소통을 하며 미디어를 소비하는 시청 형태를 꼽았다. 이번 아시안게임을 통해 OTT 공급자올레TV의 분석에 따르면 올레TV 모바일의 아시안게임 시청자는 남성 69%, 여성 31%로 나타났으며, 특히 3040세대 남성이 전체의 41%로 가장 큰 비중을 차지한 것으로 집계됐다. 특히 이번 아시안게임 시범종목으로 채택된 e-스포츠 '리그 오브 레전드(LoL)' 경기 중 한국과 중국의 예선경이 시청률(VOD 기준)은 축구, 양궁, 야구 등 관심도가 높은 종목과 유사한 수준을 기록한 것으로 집계되어 선수들의 선전에 따라 모바일 생중계에 대한 수요도 증가한 것으로 분석되었다.

애플리케이션을 통해 경기를 시청하는 경우 실제로 채팅방에서 캐스터와 해설자들의 중계 및 경기 내용에 대해 다른 시청자들과 끊임없이 대화를 나누고 응원을 하며 승리의 기쁨을 만끽하는 장면을 흔히 볼 수 있다. 이러한 소통 문화를 즐기는 젊은 스포츠팬들의 수요를 반영한 이벤트 프로모션도 풍성했다. 옥수수는 아시안게임 개막 전 대한민국 응원 댓글 이벤트를 실시하였고, 축구, 야구 등 대한민국 주요 경기 중에는 이용자들에게 경기 관련 퀴즈를 출제하기도 했다. 이용자들은 실시간으로 답변을 문자메시지로 발송하고 추첨을 통해 빙수, 아이스크림 등 기프트콘을 받을 수 있었다. 아시안게임 기간 동안 관련 클럽을 가장 많이 시청한 이용자 200명을 선정하여 경품을 제공하는 이벤트도 진행했다. 올레tv는 아시안게임 기간 중 올레tv 모바일에서 이벤트에 응모 한 후, 아시안게임 생중계와 VOD를 1회 이상 시청하면 추첨을 통해 총 2천18명에게 치킨세트와 커피쿠폰, TV포인트의 상품권을 증정했다.

〈그림 1-8〉 통신사 App서비스 아시안게임 시청 이벤트

모바일을 통한 스포츠 중계가 활성화됨에 따라 지상파 3사들도 모바일을 통해 아시안게임 중계서비스를 제공했다. KBS는 지상파 최초로 e스포츠 경기를 모바일 애플리케이션 '마이케이(my K)'를 통해 중계했다. 이 중계방송을 위해 KBS는 전문 게임캐스터, 1세대 롤 프로게이머, 게임해설가로 이루어진 중계팀을 구성하기도 했다. MBC는 자카르타-팔렘방 아시안게임에 맞춰 신규 모바일 앱을 출시하여 아시안게임 생중계는 물론 다시보기, 하이라이트 보기 등을 서비스했다. 특히 이 앱의 '온에어 플러스' 기능은 아시안게임 기간 동안 누구나 로그인 할 필요 없이 일반화질 영상을 무료로 제공했다. 지상파 방송 이외에도 새로운 플랫폼으로 인기를 끌고 있는 아프리카 TV도 아시안게임 중계에 열을 올렸다. 아프리카TV는 2018년 주요 스포츠 국제대회인 평창 동계 올림픽과 러시아 월드컵에 이어 아시안게임까지 모두 중계하며 2018 주요 스포츠 국제 대회를 모두 중계한 유일한 인터넷 업체가 되었다. 아프리카TV는 아시안게임을 위해 'B)(Broadcasting Jockey) 대한민국 응원 방송'을 마련하여 축구는 BJ 감스트, 농구는 BJ 석주일, 야구는 BJ 안준모와 소대수 캐스터 등이 응원 방송에 나서 전문성과 재미를 모두 전달했다는 평가를 받았다. 아프리카 TV는 LoL 경기 뿐 아니라 스타크래프트2, 하스스톤, PES 2018, 펜타스툼, 클래시 로얄 등 지상파에 중계방송 되지 않은 e스포츠 종목까지 방송하여 인기를 끌었다. 특히나 '리그 오브 레전드' 한중전의 동시 접속자 수는 약 20만 명으로 집계되어 소통하는 것을 즐기는 젊은 스포츠팬들의 시청 문화가 반영된 것으로 분석됐다. 기존 플랫폼들의 일차원적인 서비스에서 벗어나 이번 아시안게임을 통해 보다 차별화된 서비스와 마케팅으로 스포츠 관람 채널이 양적, 질적 성장을 거둔 것으로 분석된다. 앞으로는 5G 기반의 AR/VR과 같은 실감미디어가 결합된 스포츠 콘텐츠가 개발될 것으로 예상되어 스포츠관련 OTT 시장은 더욱 풍성해질 것으로 전망된다.

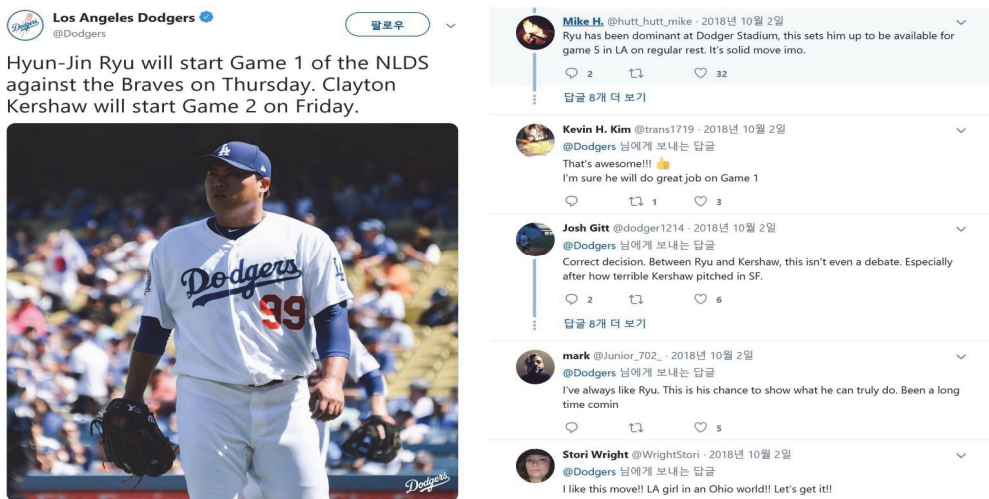
3) 스포츠스타의 활발한 해외 활동

2018년은 평창올림픽을 시작으로 6월에는 러시아월드컵, 8월에는 자카르타-팔렘방 아시안게임까지 대형 스포츠 이벤트로 풍년을 이뤘다. 스포츠가 주는 감동은 바쁜 일상 가운데 큰 위료가 되었고 해외 무대에서 승승장구하는 한국 선수들의 소식까지 더해져 스포츠팬들에게는 더할 나위 없이 즐거웠던 한해로 기록되었다. LA 다저스 류현진 선수는 미국 메이저리그 진출 6 시즌 만에 한국인 사상 처음으로 월드시리즈에서 선발 등판하는 쾌거를 이뤘다. 한때 어깨 수술로 선수 생명마저 위협받았던 류현진의 화려한 부활이었다. 류현진은 2018년 허벅지 근육 파열 부상을 당해 3개월 정도 출전하지 못하는 안타까운 상황이 벌어졌지만, 2018년 시즌 15경기에 등판해 7승 3패의 성적을 거뒀다. 특히 LA 다저스가 치열한 선두다툼을 벌이던 정규시즌 마지막 3경기에서 3승 무패, 19이닝 1실점, 방어율 0.48의 엄청난 위력투로 LA 다저스의 6년 연속 NL 서부지구 1위 사수에 견인차 역할을 했다. 부상을 딛고 일어난 류현진에게 마침내 기회가 찾아왔다. 2018년 시즌 LA 다저스 포스트 시즌 첫 경기인 디비전 시리즈 1차전 선발 투수의 막중한 임무는 클레이튼 커쇼가 아닌 류현진에게 돌아갔다. 다섯 게임 중 세 게임을 먼저 이겨야 하는 디비전시리즈에서 1차전 선발투수의 역할은 너무나도 중요하다. 류현진이 다저스의 1차전 선발 투수가 됐다라는 점은 이런 점에서 '천지개벽' 수준의 뉴스였다. LA다저스가 공식 트위터 페이지를 통해 이 소식을 전하자 팬들의 반응은 긍정적이다 못해 뜨거웠다. 지역 최대 언론사인 LA타임스는 "팩트는 분명하다. 전략은 관촬아 보인다. 다저스는 모험을 했고, 그들에게 좋은 선택"이라고 평했다. 이어 류현진은 10월 메이저리그 월드시리즈 보스턴 레드삭스와 2차전에 선발 등판했다. 레드삭스와의 경기에서 5회 말 2사까지 1실점으로 후투했지만,



이후 연속 안타와 볼넷을 허용하면서 흔들렸고 결국 4실점으로 패전 투수가 됐다. 류현진은 "작년에 해보지 못했던 월드시리즈 무대를 밟아서 만족스러웠지만 시즌 중간 당한 부상이 아쉽다"며 "부상만 빼면 다른 부분에는 점수를 많이 주고 싶다"고 했다. 더불어 류현진은 "올해 구종이 좋아서 던질 수 있는 공을 모두 던졌고 제구도 잘됐다. 후회 없는 1년을 보냈다고 생각한다. 월드시리즈에서 한 번만 던진 게 아쉽다"고 밝혔다. 2013년에 맺은 다저스와 6년 계약이 끝나고 자유계약(FA) 자격을 얻게 된 류현진 선수에게 2018 시즌은 중요하다. 막판 활약과 대담한 피칭으로 팀의 신뢰를 받은 류현진 투수에게 LA 다저스는 2019년 시즌 1년 1790만 달러의 퀄리파잉 오퍼를 제안했다. QO는 원소속팀이 MLB 연봉 상위 125명의 평균 연봉(1790만 달러·약 203억원)을 받는 조건으로 1년 계약을 하는 것이다. QO를 받아들인 것을 두고 'FA 재수'라고 표현하기도 한다. 류현진이 재수의 길을 택한 것은 그만큼 준비가 되었고 자신이 있다는 의미로 해석된다. 류현진은 올 시즌 대부분 부상자 명단에 오르는 바람에 82⅓ 이닝에 소화하지 못했지만 2019 시즌에는 부상에서 회복한 모습으로 자신의 건재함을 알려 FA시장에서 몸값을 더 끌어올리겠다는 의지를 나타냈다. 지난 6년간 QO를 받아들인 사례는 총 73건 중 고작 5건이었다. 2019년 시즌 역시 부상만 없다면 포스트 시즌 빅게임 피처의 진가를 발휘하여 어떤 팀에서 어떤 역할을 맡든지 '코리안 몬스터' 류현진일 것으로 기대된다.

〈그림 1-9〉 디비전 시리즈 1차전 선발투수 발표



* 출처: LA 다저스 공식 트위터

잉글랜드 프로축구 토트넘의 손흥민이 유럽 무대에서 개인 통산 100호 골 고지에 오르며 세계무대에서의 실력을 입증했다. 손흥민은 2018년 12월 6일, 영국 런던 웹블리 스타디움에서 열린 사우샘프턴과 2018-19 시즌 프리미어리그 15라운드 홈 경기에서 2-0으로 앞선 후반 10분 팀 동료 해리 케인의 패스를 오른발로 슛, 득점포를 터뜨렸다. 독일 함부르크에서 뛰던 2010년 10월 분데스리가 쾰른전에서 유럽 무대 1호 골을 터뜨렸고, 그로부터 8년 2개월 만에 100골 고지를 밟았다. 한국 선수가 유럽 무대에서 100골을 넣은 것은 차범근 전 축구대표팀 감독(121골) 이후 손흥민이 두 번째이다. 손흥민 선수는 이날 인터뷰를 통해 "너무나 영광스러운 골이다. 그저 열심히 했을 뿐인데 귀한 선물을 받았다"고 소감을 밝혔다.

또 “지금도 프로 데뷔골이 생생히 기억난다”며 “앞으로 축구를 할 날이 많다. 더 많이 넣어 대한민국 국민으로서 우리나라를 유럽에 알리겠다”고 덧붙였다. 뿐만 아니라 손흥민은 미국 NBC 스포츠가 선정한 ‘2018 최고 골 베스트 18’에서 1위를 차지하는 기염을 토했다. NBC스포츠는 12월 8일 영국 레스터 킹파워스타디움에서 열린 레스터시티와 토트넘의 16라운드 경기 중 전반 추가시간 손흥민이 페널티에어리어 왼쪽 코너에서 찬 왼발 감아차기 골을 ‘2018년 최고 골 베스트 18’ 중 1위로 선정했다. 토트넘은 이날 2대 0으로 승리를 거뒀다. 손흥민은 ‘2018년 최고 골 베스트 18’ 중 5위에도 이름을 올렸다. 이는 2018년 11월 24일 홈경기에서 열린 첼시전 경기 중 후반 9분에 기록된 골로 손흥민은 50m 단독드리블로 조르지뉴와 다비드 루이스까지 제치고 골을 넣었다. 2018시즌에도 화려한 기량을 뽐낸 손흥민은 2018년 12월 29일, 영국 스포츠전문매체 스카이스포츠가 발표한 EPL 파워랭킹에서 1위자리를 굳건히 지켰다. 스카이스포츠 파워랭킹은 최근 5주간 골, 도움, 패스, 태클 등 33가지 세부 항목을 통해 결정된다. 손흥민은 에버턴과의 18라운드에서 2골1도움으로 시즌 첫 이 부문 선두자리에 올랐고 19라운드 결과가 반영된 순위에서도 1만1900점으로 1위를 유지했다.

금호타이어는 2016년 손흥민 선수의 토트넘 입단과 함께 토트넘과 글로벌 공식 파트너 인연을 맺어왔다. 이후 토트넘이 리그에서 꾸준히 3위 안에 들며 유럽 챔피언스리그에도 지속적으로 진출하는 등 좋은 성적을 거두었고 이에 금호타이어의 브랜드 인지도 및 글로벌 타이어 기업 위상이 강화되었다고 평가받았다. 손흥민 선수의 활약에 힘입어 금호타이어는 2018년 공식 후원을 3년 연장하는 계약을 맺었다. 특히 같은 해 7월, 손흥민 선수가 토트넘과 2023년까지 계약을 연장하면서 금호타이어의 보다 다양한 홍보효과가 기대되고 있다. 주경태 금호타이어 유럽영업담당 전무는 “세계 최고의 인기를 자랑하는 프리미어리그의 명문구단 토트넘과 파트너십을 연장하게 돼 매우 기쁘다”며 “우리의 파트너십은 이미 성공적으로 진행 중이며, 앞으로도 전 세계 금호타이어 고객들과 토트넘 팬들에게 기여하고 이를 통해 금호타이어의 브랜드 인지도를 높여 글로벌 타이어 기업으로서의 위상을 한층 더 끌어올릴 수 있을 것으로 기대한다”고 말했다.

2018년 새해 벽두부터 테니스 선수 정현은 호주오픈에서 4강에 오르며 한국 테니스 사상 첫 ‘메이저 4강’의 성적을 거뒀다. 기존 한국 선수 이형택이 갖고 있던 역대 한국 선수 최고 성적인 메이저 16강을 넘어서 준결승까지 내달렸다. 준결승 상대는 정현 선수의 어릴 적 우상이었던 로저 페더러였다. 정현 선수는 16강전에서 전 세계랭킹 1위 노바크 조코비치를 만나 진통제 투혼을 발휘했다. 발바닥에 물집이 잡혀 생살이 별걸게 드러날 정도의 부상에도 조코비치를 꺾고 8강에 진출하는 파란을 일으켰다. 8강에서 미국의 테니스 샌드그린 선수를 만나 완승을 거뒀다. 그러나 페더러와의 ‘꿈의 대결’을 앞두고 발 상태가 손 쓸 수 없을 정도로 악화되었고 페더러와의 준결승 경기 2세트 도중 메디컬 타임아웃을 불렀다. 왼발바닥에 동여뒀던 테이핑을 고쳐 매었지만 결국 기권했다. 치료 받는 도중 공개된 정현의 발바닥은 물집이 터지다 못해 새빨간 속살까지 드러나 있었다. 정현은 기권패한 뒤 치료를 받으면서 찍은 오른 발바닥 사진과 함께 SNS에 “오늘 저녁 제가 할 수 있는 최선을 다했습니다. 경기를 포기하기 전 많은 생각을 했습니다”라며 “많은 팬분들 앞에서, 훌륭한 선수 앞에서 내가 100%를 보여주지 못하는 것은 선수로서 예의가 아닌 것 같아서 힘든 결정을 내렸습니다”라며 본인의 심정을 밝혔다. “며칠 뒤에 있을 결승전에서 로저 페더러 선수에게 행운이 있기를!”이라며 메이저대회 개인 통산 20번째 우승에 도전하는 페더러에게 응원의 메시지까지 덧붙였다. 비록 정현은 ‘꿈의 대결’에서 부상으로 중도 포기할 수밖에 없었지만 정현의 위대한 도전을 지켜본 국민들에게는 즐거움을 선사했고 이는 곧 ‘정현 신드롬’으로 이어졌다. ‘아직 끝나지 않았다’며 국민들에게 응원을



유도하던 정현의 당당한 모습은 국민들에게 즐거움을 안겨주었으며 걷기도 힘들 지경인 발바닥으로 세계적인 선수를 연달아 격파하면서 우리에게 ‘할 수 있다’는 용기를 선사하며 감동까지 선사해주었다.

〈그림 1-10〉 호주오픈 4강전 메디컬 타임아웃중인 정현선수와 경기 직후 SNS메시지



'정현 신드롬'으로 인해 테니스 시장에도 청신호가 켜졌다. 마니아층만 즐기던 테니스에 국민들의 폭발적인 관심이 쏟아졌다. 테니스를 모르는 시민들까지 규칙을 검색하여, 정현의 경기가 열리는 날에는 테니스 용어가 실시간 인기 검색어 상위순위에 기록되기도 했다. 인터넷 포털사이트, SNS 등에는 '러브' 등 생소한 테니스 용어에 대한 관심이 잇따랐다. 스크린테니스 '테니스팟'의 보도자료에 따르면 정현의 4강 진출 이후 테니스를 배우겠다는 수강생이 첫 달에 비해 400%나 늘어난 것으로 집계됐다. 테니스 관련 용품의 매출도 눈에 띄게 늘어났다. SK플래닛이 운영하는 온라인쇼핑사이트 11번가는 정현 선수의 4강 경기 1주일 전후로 테니스와 테니스장갑 등 경기용품 매출이 지난해 같은 기간 대비 85%나 늘었다고 밝혔다. 같은 기간 테니스 가방 매출은 작년 동기 대비 36% 급증했고, 테니스라켓 매출도 9% 늘어난 것으로 집계되었다. 특히나 호주오픈이 1월에 열렸다는 점을 감안하면 한겨울에 테니스 용품 매출이 급증한 것은 정현 선수의 눈부신 활약에 힘입은 바가 크다고 해석된다. 정현이 2018 호주오픈에서 전 세계 랭킹 1위 노박 조코비치를 꺾은 순간 착용한 패션 아이템도 단박에 화제거리가 되었다. 온라인 커뮤니티에서는 그가 입은 티셔츠, 스포츠 고글, 테니스 라켓, 손목밴드, 시계까지 어느 브랜드의 제품인지 묻는 질문이 쏟아졌다. 2016년 정현 선수는 라코스테와 5년간 공식후원 계약을 맺었고 2015년부터 요넥스 라켓을 사용하기 시작했다. 정현 선수가 사용하는 라켓의 경우 2016년, 2017년 판매량은 각각 전년보다 150%, 50% 늘었다. 요넥스코리아 관계자는 “과거 10% 수준이었던 국내 주니어 선수의 사용 비율도 2017년 전국 중별테니스대회에선 25%로 늘었다”고 전했다. 정현 선수를 응원하기 위한 이벤트도 활발하게 진행되었다. GS25는 모바일 어플리케이션을 통해 정현 선수가 사용하는 브랜드 요넥스의 테니스라켓을 인터넷 판매가 대비 30%할인된 가격에 판매했다. 정현 선수의 고향 수원시는 정현 선수 호주 오픈 4강 진출을 앞두고 시민들을 대상으로 응원 댓글 이벤트를 진행하여 참가자들에게 추첨을 통해 상품을 지급하기도 했다. 한국을 빛낸 스포츠스타에는 선수들만 있는 게 아니었다. 2017년 10월 베트남 축구대표팀 사령탑을 맡은 박항서 감독은 8월 아시안게임에서 베트남을 사상 처음 4강에 올려냈다. 아시아축구연맹(AFC) 23세 이하 챔피언십 준우승, 아시아경기 4강에 이어 연말에 ‘동남아 월드컵’ 스즈키컵에서 베트남을 10년 만에 정상으

로 이끌었다. ‘박항서 매직’에 베트남이 환호했고, 이로 인해 베트남에서 한국에 대한 호감이 높아졌다. ‘기본에 충실한 원칙주의’로 베트남에 축구 신드롬을 일으킨 박감독은 베트남 총리로부터 노동훈장에 우호훈장까지 받는 등 그는 베트남 한류 열기의 중심에 섰다. 2017년 베트남 축구대표팀 감독으로 부임할 때만 해도 그의 성공을 예감하는 이는 드물었다. 그러나 박항서 감독은 그러나 동남아시아라는 낯선 무대에 진출하며 초심으로 돌아가 모든 것을 던졌고, 큰 성공을 거뒀다. 지도자로서 승승장구하며 ‘국민영웅’으로 추앙받으면서 명예를 드높인 건 물론 “나만큼 내 조국도 사랑해 달라”라고 당부하며 한국과 베트남의 정치·외교적 거리를 좁히기도 했다. 국내 여론조사 전문기관 리얼미터가 진행한 ‘올해(2018) 최고의 인물’ 여론조사에서 박감독은 문재인 대통령에 이어 2위 자리에 올랐다. K팝 그룹 방탄소년단, 이국종 아주대병원 교수, 도널드 트럼프 미국 대통령 등 2018년 한해 뜨거운 주목을 받은 국내·외 인사를 모두 제쳤다. 그는 “많은 분이 성공에 이르는 지름길과 비법, 특효약을 찾느라 적지 않은 시간과 노력을 들인다. 그러나 베트남에서 내가 거둔 성과는 가장 평범하게, 기본부터 철저히 챙긴 결과물”이라고 밝혔다. 더불어 박항서 감독은 성패를 결정할 중요한 변수로 ‘효율성’을 꼽았다. 박항서 감독은 베트남 감독을 맡은 이후 지난 2002년 한·일 월드컵 당시 거스 히딩크 감독에게 배운 분업 시스템을 적극적으로 활용했다. 코칭스태프 각자에게 대표팀 업무를 합리적으로 배분한 뒤 감독은 ▶업무 진행 확인 ▶적절한 통제 ▶내부 갈등 관리 및 수습 등의 역할에 전념하는 방식으로 팀을 이끈 것으로 알려졌다. ‘박항서 매직’ 덕분에 베트남 축구 대표팀에 기업들의 격려금이 쇄도하고, 광고 촬영 제의가 줄을 이었다. 가는 곳마다 ‘박항서세(박항서의 베트남식 발음)’를 외치는 사람들로 인산인해를 이루고 박항서 감독의 초상화는 현지 미술품 경매에서 1천만원이 넘는 고가에 낙찰되기도 했다. 베트남 현지에 박항서 감독의 고향(경상남도 산청군 생초면)을 방문하는 여행 프로그램이 등장했을 정도다. 박항서 매직은 우리나라 기업에까지 영향을 끼쳤다. 코트라 인베스트코리아 대표는 “최근 박항서 감독의 영향으로 친(親)한국정서가 높아져 이를 베트남 시장진출 확대 계기로 삼는 우리 기업도 늘어날 것으로 보인다”고 밝혔다. 우리나라 농작물도 베트남에서 인기를 끌어 천안 성환배 등 농산물 수출액이 2014년 22만 달러, 2016년 106만 달러, 2017년 218만 달러에서 2018년 551만 달러로 기하급수적으로 증가했다. 박항서 감독은 인터뷰를 통해 “한국 축구가 2002년을 기점으로 모든 면에서 비약적인 발전을 이뤘듯 베트남 축구에도 2018년이 새로운 도약의 출발점이 되길 바란다”고 밝혔다.

4) VR도입으로 인한 스포츠 여가형태의 변화

2016년 초 다보스 포럼의 핵심 의제로 언급된 4차 산업혁명은 인공지능, 사물인터넷(IoT: Internet of Things), 빅데이터(Big Data), 모바일 등 첨단정보통신기술이 경제, 사회 전반에 융합되어 혁신적인 변화가 일어나는 차세대 산업혁명으로 초연결과 초지능을 통해 이전 산업혁명들에 비해 더 넓고, 빠르게 영향을 줄 수 있다는 특징이 있다. 기존의 스포츠산업 전반에서 4차 산업혁명의 핵심기술인 정보통신기술(인공지능, 사물인터넷, 빅데이터, 블록체인, 5G 등)을 통한 미래 기술 선점과 외부 협력 강화로 시너지를 창출하여 융복합 시대를 선도할 수 있는 체제로의 변화가 예상된다. 4차 산업혁명은 이미 스포츠산업에도 광범위하게 영향을 미치고 있다. 2018년 평창동계올림픽에서는 우리가 현재 사용하고 있는 4G나 LTE보다 약 20배 빠른 네트워킹인 5G가 활용되었고 5G 디바이스를 통해 ‘실감 미디어’를 즐길 수 있었다. 실제 평창올림픽 경기를 선수와 심판의 1인칭 시점으로 시청할 수 있어 보는 즐거움을 선사했다. 경기장 곳곳에 VR을 촬영할 수 있는 카메라를 두고, 이를 통해 싱크 뷰, 원하는 선수만 골라볼 수 있는 포인트 뷰, 원하는 위치와 순간,



각도를 자유자재로 볼 수 있는 멀티 뷰 등을 제공했다. 기술력을 활용한 생생한 경기 중계로 값비싼 티켓을 구입하지 않더라도 경기장의 가장 좋은 자리에 앉아 있는 것 같은 효과를 느낄 수 있었다는 평가를 받았다.

국내에서 가장 활발하게 적용되고 있는 4차 산업혁명의 기술 분야는 VR(Virtual Reality: 가상현실)로 스크린골프의 폭발적인 성장세와 더불어 가상 스포츠 시장은 야구, 승마, 사격, 양궁 등으로 점차 성장세를 거듭하고 있다. 그 중에서도 스크린 야구의 성장세가 가파르게 나타나고 있다. 스크린 야구장은 전국에 약 500개가 성업 중이며 프랜차이즈 형태로 운영되고 있다. 약 15개의 브랜드가 있지만 상위 3개 프랜차이즈 리얼야구존, 스트라이크존, 레전드야구존 등 3사의 치열한 '삼국지'가 전개되고 있다. 2017년 발표된 스크린 게임 업계의 자료에 따르면 2017년 스크린야구 시장 규모는 5000억 원 내외 수준이다. 이는 2019년에는 9000억 원 규모로 성장해 오는 2020년에는 1조 원대 규모에 달할 것이란 전망이다. 2016년부터 인기를 끌고 있는 '스포츠몬스터'는 쇼핑몰과 스포츠 VR 체험시설을 결합한 스포츠 복합 테마파크로서 1,530평 규모의 시설에 직접 스포츠를 즐길 수 있는 공간뿐만 아니라 암벽타기, 핸드볼, 야구 등 VR을 활용한 스포츠체험존을 갖추고 있다. 스크린 골프도 대중화 되지 오래다. 여가 생활의 수요가 많고 날씨의 영향을 받지 않기 때문이다. 특히 접근성이 쉽고 적은 비용으로 즐길 수 있다는 장점이 있다. 스크린 골프는 2017년 매출 1조 2000억 원을 올렸다. 스크린 골프에 적용된 센싱기술과 디스플레이 기술을 기반으로 야구, 런닝, 사이클, 사격, 축구, 볼링, 테니스, 낚시, 스키, 컬링 등의 종목으로 파생 시장까지 형성되면서 전체 가상현실 스포츠 시장 규모는 지속해서 성장할 것으로 기대되고 있다. VR스포츠는 VR 하면 떠오르는 이미지와는 좀 다르다. 으레 VR이라 하면 HMD(Head Mounted Display·영상표시장치)를 하나 쓰고 마치 롤러코스터를 타는 것 마냥 가상현실과 현실세계 사이에서 아찔한 어지러움을 느낄 것 같지만 VR스포츠 종목 대부분은 HMD 같은 장비가 따로 없다. 오히려 실제 스포츠 종목에서 사용하는 배트, 축구화, 축구공, 활, 컬링스톤 같은 기구들을 더 많이 접할 수 있는 장점을 가졌다. VR기계가 주는 어지러움은 없고 보다 나은 컨디션으로 실제 운동을 하는 것처럼 움직이며 스포츠를 접할 수 있어 VR 스포츠가 빠른 성장세로 대중화되어 여가생활로 자리매김해 가고 있다. 특허청의 발표에 따르면 2016~2018년 VR 스포츠 분야 국내 특허출원은 357건에 달했다. 이는 이전 3년간(2013년~2015년) 출원 건수인 211건에 비해 69% 가량 큰 폭으로 증가한 수치다. VR 스포츠 분야의 특허출원을 종목별로 살펴보면 스크린 골프 출원이 비교적 소폭인 30%(79→107건) 늘었다. 반면 야구는 179%(24→67건), 사이클은 131%(16→37건), 낚시는 550%(2→13건)으로 급증했다. 신규로 시장이 형성되는 테니스·배드민턴·수영·클라이밍도 350%(4→18건) 등도 급성장하고 있다. 평창 동계올림픽을 전후로, 컬링의 대중화를 시도하는 기술들의 특허출원도 활발히 나타났다. 2018년 1월 기준, 특허청은 총 13건의 컬링 관련 기술이 특허 출원됐다고 발표했다. 기존 빙상을 마룻바닥으로 대체한 플로어 컬링 관련 기술이 23%, 스크린 골프처럼 정보통신(IT) 기술을 접목해 만든 스크린 컬링 관련 기술이 전체 출원의 12%를 차지했다. 플로어 컬링은 아이스링크와 유사한 특수 도료가 코팅된 마룻바닥에서 합성수지와 화강암을 압축한 컬링스톤을 투구하는 방식의 경기다. 스크린 컬링은 컬링스톤을 밀어 투구하면 주변에 설치된 센서가 스톤의 속도와 회전 등을 감지해 예상 경로를 스크린으로 보여준다. 좁은 실내 공간에서도 계절과 시설에 구애받지 않고 컬링 경기를 즐길 수 있다. 특허청은 "이러한 현상은 스크린 골프 관련 기술이 성숙 단계에 이르고 있음과 함께 종목 다변화 추세를 반영하고 있다"고 분석했다. 더불어 "최근 가상현실 스포츠는 AR, VR 등의 첨단 IT 기술을 접목해 사용자의 몰입감을 극대화하는 방향으로 진행 중"이라며 "초등학교에서 확대 운영 중인 '가상현실 스포츠실'로 저학년부터 쉽게 접할 수 있게 됐고 워라밸에 대한 인식 제고를 통해 시장 수요가 확대될 것"이라고 전망했다.

5) 프로스포츠의 산업적 변화

국내의 스포츠 시장의 성장세와 함께 국내 스포츠산업 규모도 급격하게 늘어나고 있다. 프로스포츠가 더욱 발전할 수 있는 선진적 산업구조의 제도화와 지원방안 마련을 촉구하는 목소리가 높아지고 있으며, ‘한국형 스포츠에이전트’ 도입에 관한 논의 또한 활발하게 이루어졌다. 스포츠에이전트란 선수를 대신해 다양한 활동을 담당하는 대리인을 말하는데 2016년 국내 프로스포츠 가운데 에이전트 제도를 시행하는 종목은 프로축구가 유일했다. 프로축구에 이어 프로야구는 2018년 시즌부터 에이전트 제도를 공식적으로 도입했다. 한국프로야구선수협회(선수협)는 2018년 1월 18일 KBO리그 선수 대리인 91명을 공인해 그 명단을 KBO에 통보했다. 2017년 12월에 진행된 에이전트 자격시험과 심사에 210명이 응시했고 이중 총 91명이 최종합격했다. 최종 선발된 공인 에이전트들은 2018년 2월 1일부터 선수 대리 업무를 시작했다. 이들은 선수협이 제시한 표준 선수 대리인 계약서에 의거해 선수와 계약해야 하고, 선수협 선수 대리인 규정에 따른 규제를 받는다. KBO는 제도 시행 초기인 점을 감안해 선수계약 교섭 및 연봉 계약 체결 업무, KBO 규약상 연봉 조정 신청 및 조정 업무의 대리인 에이전트의 활동 영역을 제한했다. 에이전트 1명(법인포함)이 보유할 수 있는 선수는 총 15명(구단당 최대 3명)이다. 1기에 91명을 선발한데 이어 2018년 7월, 2기 시험이 치러졌고 이 시험에서 총 37명이 합격했다. 1기 91명 가운데 39명이 변호사였고, 이들을 포함한 법조계 종사자는 44명으로 집계됐다. 스포츠 산업 종사자는 17명에 불과했고, 일반 회사원 14명, 보험설계사 2명, 의료계 종사자 2명이 뒤를 이었다. 2기에 선발된 37명 중 11명이 변호사인 것으로 파악됐다. 에이전트 자격시험 과목 중 계약법 등 법조계 종사자들에게 유리한 면이 있기 때문에 유독 변호사 합격자 수가 많았다. 기존 규약에 '선수가 대리인을 통해 계약을 체결하고자 할 경우 변호사만을 대리인으로 선임할 수 있다'는 내용이 있다는 점도 영향을 끼친 것으로 보인다. 그러나 모든 공인 에이전트들이 '제리 맥과이어' 같은 '대박'을 터뜨리기는 쉽지 않다. 제도의 시행은 2018년부터였지만 시행 이전부터 이미 '판'에 발을 담근 이들이 적지 않았다. 기존 에이전시 종사자들은 에이전트에게 기반이 될 선수는 물론이고 정보, 경험에 있어서 법조계 출신 에이전트들 보다 한발 앞서나갔다. 변호사 신분으로 공인 에이전트 자격을 딴 이들 가운데 이런 현실을 인지하지 못하는 경우도 더러 있다는 게 법조계의 분석이다. 물론 이런 시장 상황을 충분히 인식하면서도 활로를 개척하려는 이들도 적지 않아 앞으로 에이전트 간의 경쟁이 생각 이상으로 치열해질 것으로 분석된다. 선수협 김선웅 사무총장도 인터뷰를 통해 "설명회에서 여러 번 강조한 내용이다. 에이전트는 다른 일반 영업보다 더 상대와 신뢰가 중요하다. 변호사가 숫자는 많아도 경쟁하기 쉽지 않다. 시장이 그리 크지 않다는 점 역시 설명회에서 안내했다"고 밝혔다. 또한 "에이전트 제도는 제도 그 자체보다 선수의 권익 향상, 나아가 선수의 가치를 높여 프로 야구 시장을 키우기 위해 필요한 것"이라고 강조했다. 앞으로 프로 야구 시장이 커지면 그만큼 에이전트의 활동 범위가 넓어지고, 자연스럽게 수요도 늘어날 것으로 보인다. 최근 선수의 몸값이 높아진 것도 대리인에게는 호재로 작용할 것으로 예측된다. 에이전트들은 선수들의 연봉과 대외 활동 계약을 대리하고 수수료를 받는데 이는 통상 3%에서 7% 사이에 책정된다. 4년 총액 100억 원의 계약이 성사되면 에이전트가 최소 3억 원은 받을 수 있다는 계산이다. 추신수가 텍사스와 7년 총액 1억3000만 달러(약 1390억 원)에 계약할 때, 에이전트인 스캇 보라스는 5%에 해당하는 650만 달러(약 69억 원)를 챙겨 갔다. 국내 구단들은 지금까지 선수 대리인 제도 도입에 부정적인 입장을 취해 왔다. 에이전트제가 도입되면 연봉협상의 주도권자가 구단에서 선수들로 이동할 가능성이 크기 때문이다. 에이전트제가 도입되면서 에이전트 수수료가 반영된 선수 연봉이 책정될 것으로 보인다.



에이전트가 실질적인 선수 연봉을 5~10% 늘리기 위해서는 구단에 10~15%의 연봉 인상을 요구할 수밖에 없고 늘어난 연봉에 대한 부담은 구단이 떠안게 된다는 계산이 나온다. 모기업에 의존해 구단을 운영하는 팀의 입장에서는 에이전트의 도입이 또 다른 부담요소가 될 것이고 이러한 부담은 저 연봉 선수들의 연봉 동결 혹은 연봉 삭감으로 이어질 수 있다. 특히나 최저 연봉이 보장되지 않은 상태에서는 메이저급 선수와 저 연봉 선수간의 임금격차가 벌어지는 '빈익빈 부익부' 현상이 나타날 수 있다. 하지만 지난 몇 년간 실질적으로 에이전트 역할을 하는 인물들이 늘어나면서 선수들의 입장에서 에이전트의 필요성이 강조되어 왔다. 한국형 에이전트는 선수권익보호차원에서 도입이 필요하다. 지금까지 연봉협상의 주도권을 구단이 가지고 있는 상태에서 상대적으로 약자일 수밖에 없는 선수가 자신의 가치를 증명해 보이기는 그 한계가 분명히 있다. 야구 관계자에 따르면 지금까지 FA 계약은 구단 관계자와 해당 선수 간에 1 대 1로 이뤄지는 경우가 많았다. 몇몇 '대어급' FA를 제외하면 대부분 선수는 그동안 쌓아온 구단과의 관계, FA 미아가 될 가능성을 떠올리면서 군말 없이 도장을 찍는 게 지금까지의 프로야구 계약 풍토였다. 지난 수년간 엄청난 금액의 FA 계약을 이끌어 낸 선수들은 대부분 비공식 대리인이 구단과 협상을 진행한 것으로 알려져 있다. 선수들을 위해 차라리 '공식적'으로 에이전트 제도를 도입하는 게 낫다는 목소리가 나온 이유다. KBO 리그에 대거 유입된 변호사들은 앞으로 한국 야구에 어떠한 변화를 일으킬지 귀추가 주목된다.

한편, KBO리그는 지난 3년간 호황을 누렸다. 2016년 처음으로 800만 관중을 돌파했고 2017년에는 역대 최다인 840만 688명의 관중을 기록했다. 그러나 2018년부터 하락세에 접어들어 올 한 해 동안 807만3,742명의 관중이 입장했다. 800만이라는 상징적인 숫자에서 관중 수는 더 하락할 것으로 전망된다. 특히 2018 시즌 초반부터 한반도를 덮친 미세먼지와 한여름 역대급 무더위, 아시안게임 기간 중단에 따른 9월 야구팬 이탈 등으로 관중수가 하락한 것으로 분석됐다. 경기장을 찾는 관중수와 함께 리그 흥행의 정도를 예측할 수 있는 중계방송 TV시청률에는 어떤 변화가 있을까. 야구 경기장에서 800만 관중이 무너졌다면 TV시청률은 1%대를 지키지 못하였다. AGB닐슨 조사 결과 2018년 KBO리그 평균 시청률은 0.970%로 집계됐다. 2018 시즌동안 평균 1% 이상을 기록한 채널이 2개나 됐고, 2개 채널이 0.9% 이상을 유지했다. 2010년부터 2013년까지 KBO리그 TV시청률이 1% 이상 꾸준히 기록했다는 점을 감안하면 2018 시즌 KBO리그 관중수와 함께 시청률도 하락세에 놓여 있다고 보인다. 관중수와 TV 시청률이 프로야구 흥행을 평가하는데 중요한 지표임은 분명하지만 직접 야구장에서 관람하는 인원이나 기존 TV를 통해 야구를 시청하는 인원은 줄었지만 모바일과 인터넷PC를 통해 야구를 보는 인원은 증가 추세에 있다는 분석이 나왔다. 프로야구 중계권은 지상파·케이블·위성방송, IPTV, 뉴미디어(인터넷, 모바일) 등 크게 3가지로 나뉜다. 그중 인터넷과 모바일에 해당되는 뉴미디어 시청자수는 2018시즌 상승곡선을 이어나갔다. 야구는 데이터를 기반으로 하는 스포츠이니 만큼 데이터를 확인하며 동시에 경기를 시청할 수 있는 뉴미디어의 인기가 높아진 것으로 분석된다. SK브로드밴드는 모바일 동영상 스트리밍 서비스인 '옥수수'를 통해 'AI 데이터 분석 방송'을 서비스했다. AI 데이터 분석 방송은 시청 중인 경기에 투수의 투구와 타자의 타구 움직임을 빠르고 정확하게 추적해 실시간 분석한 뒤 데이터로 제공한다. LG 유플러스 역시 올해 U+프로야구 서비스를 전면 개편하고 4대 핵심 기능으로 새롭게 단장해 선보였다. 개편 이후 U+프로야구는 기존에 없던 신개념 야구중계 서비스라는 평을 받으며 2018 시즌 순 이용자 150만 명을 돌파하는 등 뜨거운 반응을 얻었다. 야구팬과 전문가 의견을 적극 수렴·반영해 차별화 기능을 선보인 것이 야구팬 마음을 사로잡을 수 있었던 요인으로 분석되었다. U+프로야구가 개편 이후 내놓은 4대 핵심 기능으로 △TV중계에서는 볼 수 없는 U+만의 독점 중계 영상 '포지션별 영상' △실시간 중계 중에도 지난 득점 장면 돌려보는

'특점장면 다시보기' △팀 간, 투수·타자 간 전적 비교 데이터로 경기를 더 흥미롭게 하는 '상대 전적 비교' △U+프로야구 앱과 동일한 기능을 TV로 제공하는 'U+tv 프로야구' 등을 통해 인기 스포츠와 통신 서비스를 접목한 차별화된 모바일 중계 서비스를 선도했다고 평가받는다. U+프로야구 고객은 LG 유플러스가 세계 최초로 스마트폰에서 상시 구현한 포지션별 영상을 골라볼 수 있게 되었다. 그동안 일반적으로 주어지던 기존 중계방송과 달리 △홈 △1루 △3루 △외야 등 다양한 각도에서 촬영된 실시간 중계 화면을 직접 선택해서 시청할 수 있는데 이는 야구팬들로 하여금 생동감 있는 장면을 제공했다는 평가를 받았다. SK브로드밴드와 LG 유플러스 두 회사가 제공하는 데이터 방송은 투수가 던지는 직구·슬라이더·커브·체인지업·싱커 등 구종은 물론 공의 회전수와 속도 등을 그래픽과 수치로 제공했다. 초구부터 마지막 승부구까지 분석한 결과를 보여주기도 하여 야구팬들에게 인기를 끌었다. SK브로드밴드 측은 고객 대상 설문조사 결과 상세한 데이터로 정확한 기록과 통계를 원하는 야구팬들이 상당히 많다는 점을 확인해 내놓은 서비스라고 밝혔다. 회사 관계자는 “타자 어깨와 타구 각도가 내려가는 정도, 투수가 던진 공의 회전수 등에 따라 컨디션을 파악할 수 있다”며 “다양한 데이터들이 점점 세분화되어 쌓이면서 상대팀 전력을 분석할 정도가 됐다”고 말했다. KBO 관계자 역시 “팬들의 눈높이가 높아지면서 두루뭉술하게 설명했던 부분들도 수치화된 데이터로 많이 이야기되고 있다”고 밝히며 데이터와 함께 제공되는 실시간 방송의 필요성에 대해 강조했다.

〈그림 1-11〉 LG 유플러스 'U+프로야구' 화면



프로야구 구장을 찾는 '직관족' 뿐만 아니라 1억 3천만 명에 달하는 지상파·케이블·위성방송 시청자, 그리고 통계조차 잡히지 않는 모바일 시청자까지 감안하면 야구장은 '가성비 갑(甲)'의 광고 수단으로 손꼽힌다. 광고업계 관계자는 “옥외광고 중에서 가장 효과가 있는 게 야구장 광고라는 말이 돌 정도”라며 “일반적으로 광고는 그 장소를 지나가는 사람에게만 노출되지만, 프로야구를 통한 광고는 전 경기가 생중계되고 시청자가 많은 게 최대 장점”이라고 말했다. 경기가 세 시간 이상 지속된다는 점에서 축구, 농구와는 다르게 야구장은 광고주들에게 매력적인 장소가 아닐 수 없다. 뿐만 아니라 광고업계에서는 야구장 광고가 관중이나 시청자 잠재의식에 영향을 주기 때문에 높은 광고효과를 낼 수 있다고 분석했다. 또 TV중계방송, 신문, 포털사이트, 소셜네트워크서비스(SNS) 등 다양한 채널을 통해 경기 다시 보기 클립 등 야구 동영상도 2차적으로 노출되



기 때문에 한 번 더 주목 받을 수 있다는 장점이 있다. 야구장에 팬들의 관심이 집중되고 경기 후에도 직·간접적인 효과를 누릴 수 있어 광고대행사들은 야구장 내 광고판을 눈에 잘 띄는 아날로그 소재로 바꾸거나 관중 체험을 유도하는 등 다양한 마케팅 전략 마련에 나섰다. 삼성라이온즈의 홈구장 대구 삼성라이온즈파크 광고대행을 맡고 있는 제일기획은 야구장 광고에서 가장 중요한 백스톱(Back Stop)에 발광다이오드(LED) 전광판 대신 아날로그 인쇄물을 쓰기로 했다. 백스톱은 포수 뒤편에 설치된 안전그물망으로 야구장 광고 매출의 절반을 차지할 정도로 주목도가 높은 자리다. 제일기획은 야구장 백스톱이 평균 3시간 동안 진행되는 전체 경기 시간 중 1시간 이상(32%) 노출될 뿐 아니라 고정된 카메라로 선명하게 보여주기 때문에 광고 효과가 큰 것으로 보고 있다. 백스톱 LED 전광판은 국내 9개 야구장 중 7곳에서 사용할 정도로 광고 소재를 교체하거나 운영하기 편하다는 장점이 있지만, 중계 화면에서 슬로우 모션을 보여줄 때 화질이 나빠진다는 단점도 가지고 있다. 제일기획은 광고효과를 높이기 위해 인쇄 광고물로 빛 공해 등을 없애면서 높은 가독성을 확보했다. 이 백스톱은 광고주들 중에 금융사들이 가장 선호하는 광고자리로 손꼽힌다. 백스톱은 일명 ‘A보드’라고도 불리는데 ‘A보드’광고는 금융사 광고의 정석으로 통한다. 잠실구장은 A보드를 회전식 롤링보드로 활용해 투수가 공을 두 번 던지고 나면 광고를 교체하고 있다. 광고를 의뢰한 회사들에게 공평한 기회를 주기 위해 일종의 규칙을 만들었다. 올해는 최대 32개사에 롤링보드에 광고를 걸 수 있도록 시설을 갖췄다. KBO의 통계에 따르면 2017년한 경기 평균 405개 정도의 투구가 이루어졌다. 따라서 한 턴에 두 개 회사의 광고가 교차 표출되는 점을 감안해 보면 A보드 광고를 활용하면 한 경기에 최소 9~10회 가량의 TV 노출이 보장된다. 2018 시즌 잠실구장 A보드에는 신한생명, KEB하나은행, 강원저축은행, SBI저축은행 등이 광고를 했다. 신한생명 관계자는 “과거에는 인천 문학구장이나 대구구장에서 광고를 진행했지만 관중 동원, 구단 인기 등 효과를 검토하면 잠실이 가장 낫다고 판단해 2016년부터는 잠실구장에서만 마케팅을 하고 있다”고 밝혔다. 지방에서는 농협은행과 KB국민카드가 마산구장 A보드 중 한 자리를 차지했고, MG새마을금고는 문학구장에서 광고를 선보였다.

〈그림 1-12〉 1,2,3루를 형성화한 삼성라이온즈파크 전광판(좌), 야구장 백스톱 광고(우)



야구장에서 스토라체험을 강조한 프로야구 마케팅도 인기를 끌었다. 삼성라이온즈는 ‘피존 스폰서 데이’를 통해 관객들이 브랜드 경험을 할 수 있도록 응원막대풍선, 사은품 배포와 함께 전광판 광고 상영을 동시에 진행해 효과를 극대화했다. ‘이마트 스폰서 데이’에는 이마트 고객 이벤트로 티켓을 제공한 뒤 광고 모델의 시구와 함께 광고를 상영하기도 했다. 펜스나 전광판이 아닌 잔디 바닥에 광고하는 ‘그라운드 페인팅’도

눈에 띄는 프로야구 광고 전략 중 하나다. 그라운드 페인팅 광고를 가장 먼저 도입한 곳은 롯데그룹 광고계열사 대흥기획으로 2008년 롯데디자인츠의 사직구장에 '구몬학습' 문구를 광고했다. 2017년에는 현대자동차가 '코나(KONA)'의 그라운드 페인팅 광고를 잠실구장에서 선보였다. 현대차그룹 광고계열사 이노션은 2015년 기아 타이거즈 홈구장인 '광주 KIA챔피언스필드' 공간 마케팅 프로젝트로 '2015 한국색채대상'에서 대상인 산업통상자원부장관상을 받기도 했다. '광주 KIA챔피언스필드' 프로젝트는 야구장 건축물의 내·외부 색채계획을 통해 구단의 CI(Corporate Identity)를 다양한 색채로 세분했다. 특히 관람객 공간, 선수 공간, VIP 공간별로 색채를 적용해 구단의 브랜드 이미지를 살리면서도 주변 경관과의 조화를 이루며 공간을 구분해 공간마케팅 성공 사례로 꼽혔다.



제2장

스포츠산업 공급 현황

2018 Sport Industry White Paper



제2장 스포츠산업 공급 현황

1 스포츠 사업체 현황

1) 산업부분별 스포츠산업 사업체 수

우리나라 전체 스포츠산업 사업체 수는 2018년 총 103,145개이며, 스포츠시설업이 41,423개로 전체 산업의 40.2%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 스포츠용품업이 총 34,161개(33.1%), 스포츠서비스업이 27,561개(26.6%)순으로 나타났다.

〈표 2-1〉 '16~'18년 세세분류별 스포츠산업 모집단 사업체 수

(단위 : 개, %)

구 분		2016		2017		2018		
		사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	
전 체		95,387	100.0	101,207	100.0	103,145	100.0	
스포츠 시설업	경기장 운영업	실내 경기장 운영업	88	0.1	93	0.1	99	0.1
		실외 경기장 운영업	90	0.1	101	0.1	95	0.1
		경주장 운영업	17	0.0	17	0.0	15	0.0
	참여스포츠 시설 운영업	종합 스포츠시설 운영업	841	0.9	883	0.9	890	0.9
		체력단련시설 운영업	7,345	7.7	8,381	8.3	9,521	9.2
		수영장 운영업	319	0.3	365	0.4	394	0.4
		볼링장 운영업	606	0.6	670	0.7	761	0.7
	참여스포츠 시설 운영업	당구장 운영업	11,715	12.3	13,565	13.4	14,154	13.7
		골프연습장 운영업	7,092	7.4	7,391	7.3	7,635	7.4
		스포츠 무도장 운영업	192	0.2	190	0.2	189	0.2
		체육공원 운영업	44	0.0	44	0.0	43	0.0
		기원 운영업	845	0.9	860	0.8	832	0.8
	골프장 및 스키장 운영업	골프장 운영업	449	0.5	450	0.4	433	0.4
		스키장 운영업	16	0.0	16	0.0	16	0.0
	수상스포츠 시설 운영업	낙시장 운영업	674	0.7	840	0.8	892	0.9
		기타 수상스포츠 시설 운영업	619	0.6	703	0.7	574	0.6
	기타 스포츠시설 운영업	기타 스포츠시설 운영업	2,611	2.7	2,969	2.9	3,619	3.5
	스포츠시설 건설업	스포츠시설 조경 건설업	521	0.5	677	0.7	688	0.7
		스포츠 토목시설물 건설업	140	0.1	148	0.1	573	0.6
소계		34,224	35.9	38,363	37.8	41,423	40.2	



구 분		2016		2017		2018		
		사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	
스포츠용품업	운동 및 경기용품 제조업	운동 및 경기용 장비 제조업	405	0.4	403	0.4	361	0.3
		체력단련용 장비 제조업	266	0.3	268	0.3	279	0.3
		자전거 제조업	50	0.1	52	0.1	48	0.0
		뉴시 및 수렵용 장비 제조업	329	0.3	330	0.3	335	0.3
		놀이터용 기구 제조업	66	0.1	71	0.1	89	0.1
		스포츠용 보트 건조업	23	0.0	21	0.0	46	0.0
		기타 운동 및 경기용품 제조업	58	0.1	55	0.1	30	0.0
	스포츠 의류 및 관련 섬유제품 제조업	스포츠 의류 제조업	1,638	1.7	1,651	1.6	876	0.8
		캠핑용 직물제품 제조업	175	0.2	173	0.2	181	0.2
		스포츠관련 직물제품 제조업	59	0.1	58	0.1	59	0.1
		스포츠관련 의류 부분품 제조업	60	0.1	61	0.1	58	0.1
	스포츠 가방 및 신발 제조업	스포츠 가방 제조업	171	0.2	154	0.2	155	0.2
		스포츠 신발 제조업	134	0.1	136	0.1	145	0.1
		스포츠관련 신발부분품 제조업	133	0.1	127	0.1	137	0.1
	운동 및 경기용품 도매업	운동 및 경기용구 도매업	1,933	2.0	1,972	1.9	2,026	2.0
		자전거 도매업	206	0.2	216	0.2	205	0.2
		스포츠 의류 도매업	699	0.7	703	0.7	678	0.7
		스포츠 가방 도매업	17	0.0	19	0.0	19	0.0
		스포츠 신발 도매업	300	0.3	299	0.3	276	0.3
	운동 및 경기용품 소매업	운동 및 경기용구 소매업	11,039	11.6	10,629	10.5	10,702	10.4
		자전거 소매업	3,121	3.3	3,253	3.2	3,298	3.2
		스포츠 의류 소매업	11,796	12.4	11,936	11.8	11,032	10.7
		스포츠 가방 소매업	36	0.0	36	0.0	33	0.0
		스포츠 신발 소매업	1,481	1.6	1,536	1.5	1,461	1.4
		스포츠 관련 무점포 소매업	713	0.7	738	0.7	712	0.7
	운동 및 경기용품 임대업	운동 및 경기용품 임대업	951	1.0	948	0.9	920	0.9
	소계		35,859	37.6	35,845	35.4	34,161	33.1

구 분		2016		2017		2018		
		사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	
스포츠 서비스업	스포츠 경기업	스포츠 경기업	80	0.1	80	0.1	78	0.1
	스포츠 베팅업	스포츠 복권발행 및 판매업	1	0.0	1	0.0	1	0.0
		기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업	52	0.1	53	0.1	52	0.1
	스포츠 마케팅업	스포츠 에이전트업	35	0.0	35	0.0	44	0.0
		회원권 대행 판매업	105	0.1	106	0.1	105	0.1
		스포츠 마케팅 대행업	24	0.0	28	0.0	29	0.0
		기타스포츠 마케팅업	724	0.8	825	0.8	744	0.7
	스포츠 미디어업	스포츠 신문 발행업	6	0.0	7	0.0	8	0.0
		스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	45	0.0	47	0.0	46	0.0
		스포츠 관련 프로그램 공급업	12	0.0	13	0.0	12	0.0
		스포츠 관련 유선 방송업	5	0.0	4	0.0	7	0.0
		스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	4	0.0	3	0.0	5	0.0
	기타 스포츠 정보 서비스업	기타 스포츠 정보 서비스업	9	0.0	16	0.0	17	0.0
	스포츠 교육기관	태권도 교육기관	20,830	21.8	21,911	21.6	9,579	9.3
		무술 교육기관					5,169	5.0
		기타 스포츠 교육기관	2,308	2.4	2,488	2.5	9,618	9.3
	스포츠 게임 개발 및 공급업	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	53	0.1	147	0.1	424	0.4
기타 스포츠 게임 개발 및 공급업		5	0.0	6	0.0	205	0.2	
스포츠 여행업	스포츠 여행업	1,006	1.1	1,229	1.2	1,418	1.4	
소계		25,304	26.5	26,999	26.5	27,561	26.6	



다음으로 지역별 사업종류별 스포츠 사업체 수는 경기도가 23.8%로 가장 높은 비중을 차지하였고, 이어 서울 18.3%, 부산 7.0%, 경남 6.6%, 경북 5.2%, 대구 5.1% 등의 비중으로 나타났다.

〈표 2-2〉 '18년 지역별 사업종류별 스포츠산업 사업체 수

(단위 : 개 %)

구 분	스포츠시설업		스포츠용품업		스포츠서비스업		합계	
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
서울특별시	7,696	18.6	5,900	17.3	5,285	19.2	18,881	18.3
부산광역시	2,586	6.2	2,708	7.9	1,964	7.1	7,258	7.0
대구광역시	1,838	4.4	1,870	5.5	1,564	5.7	5,272	5.1
인천광역시	2,160	5.2	1,521	4.5	1,356	4.9	5,037	4.9
광주광역시	1,240	3.0	895	2.6	983	3.6	3,118	3.0
대전광역시	1,211	2.9	1,021	3.0	899	3.3	3,131	3.0
울산광역시	1,081	2.6	731	2.1	641	2.3	2,453	2.4
세종특별자치시	183	0.4	81	0.2	138	0.5	402	0.4
경기도	9,814	23.7	8,136	23.8	6,622	24.0	24,572	23.8
강원도	1,778	4.3	1,480	4.3	932	3.4	4,190	4.1
충청북도	1,588	3.8	991	2.9	831	3.0	3,410	3.3
충청남도	1,717	4.1	1,436	4.2	973	3.5	4,126	4.0
전라북도	1,427	3.4	1,344	3.9	959	3.5	3,730	3.6
전라남도	1,497	3.6	1,352	4.0	812	2.9	3,661	3.5
경상북도	2,315	5.6	1,796	5.3	1,256	4.6	5,367	5.2
경상남도	2,643	6.4	2,398	7.0	1,787	6.5	6,828	6.6
제주특별자치도	649	1.6	501	1.5	559	2.0	1,709	1.7
합 계	41,423	100.0	34,161	100.0	27,561	100.0	103,145	100.0

2) 종사자별 스포츠산업 사업체 수

2018년 종사자 수별 스포츠산업 사업체 수는 1~4명의 종사자를 가진 사업체가 전체 스포츠 사업체의 87.2%인 89,924개로 2017년과 비교하여 약 0.8% 증가하였으며, 1~4명의 종사자를 가진 사업수가 전체 사업체 수의 87.2%를 차지하고 있어 아직까지 대부분의 스포츠 사업체가 소규모로 운영되고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-3〉 '16~'18년 종사자 수별 사업체 수

(단위 : 개, %)

구 분	2016		2017		2018	
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
1~4명	83,741	87.8	89,224	88.2	89,924	87.2
5~9명	7,303	7.7	7,813	7.7	8,160	7.9
10~19명	2,414	2.5	2,299	2.3	2,695	2.6
20~49명	1,147	1.2	1,059	1.0	1,409	1.4
50명 이상	782	0.8	812	0.8	957	0.9
합 계	95,387	100.0	101,207	100.0	103,145	100.0

또한, 2018년을 기준으로 종사자 수가 1~4명인 스포츠산업 분야 사업체 수는 스포츠시설업이 34,973개 (33.9%)로 가장 많으며, 그 다음으로 스포츠용품업(30,537개), 스포츠서비스업(24,414개)의 순으로 나타났다. 또한 모든 종사자 수별 스포츠산업 분야에서 스포츠시설업의 업체 수가 가장 많은 것으로 나타났다.

〈표 2-4〉 '16~'18년 종사자 수별 각 스포츠산업 분야 사업체 수

(단위 : 개, %)

구 분	대분류	2016		2017		2018	
		사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
1~4명	스포츠시설업	29,134	30.5	32,743	32.4	34,973	33.9
	스포츠용품업	31,300	32.8	31,678	31.3	30,537	29.6
	스포츠서비스업	23,307	24.4	24,803	24.5	24,414	23.7
5~9명	스포츠시설업	2,859	3.0	3,321	3.3	3,613	3.5
	스포츠용품업	3,089	3.2	2,988	3.0	2,452	2.4
	스포츠서비스업	1,355	1.4	1,504	1.5	2,095	2.0
10~19명	스포츠시설업	1,171	1.2	1,227	1.2	1,472	1.4
	스포츠용품업	918	1.0	697	0.7	640	0.6
	스포츠서비스업	325	0.3	375	0.4	583	0.6
20~49명	스포츠시설업	603	0.6	585	0.6	768	0.7
	스포츠용품업	393	0.4	323	0.3	349	0.3
	스포츠서비스업	151	0.2	151	0.1	292	0.3
50명 이상	스포츠시설업	457	0.5	487	0.5	597	0.6
	스포츠용품업	159	0.2	159	0.2	183	0.2
	스포츠서비스업	166	0.2	166	0.2	177	0.2
합 계		95,387	100.0	101,207	100.0	103,145	100.0



다음으로 지역별 사업종류별로 매출액 현황을 살펴보면, 스포츠용품업의 매출액이 차지하는 비중이 44.0%로써, 대부분 가장 높은 것으로 나타났고 지역별 매출액 현황을 살펴보면 서울특별시와 인천, 경기도의 수도권 매출액이 전체의 68.0%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-5〉 '18년 지역별 사업종류별 매출액

(단위 : 십억 원 %)

구 분	스포츠시설업		스포츠용품업		스포츠서비스업		합계	
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
서울특별시	2,578	13.0	16,101	46.8	12,691 (8,227)	53.2	31,370 (26,906)	40.2
부산광역시	1,257	6.3	3,588	10.4	668	2.8	5,513	7.1
대구광역시	685	3.5	714	2.1	433	1.8	1,832	2.3
인천광역시	784	3.9	1,602	4.7	552	2.3	2,938	3.8
광주광역시	256	1.3	587	1.7	462	1.9	1,304	1.7
대전광역시	354	1.8	614	1.8	611	2.6	1,579	2.0
울산광역시	324	1.6	188	0.5	85	0.4	597	0.8
세종특별자치시	62	0.3	17	0.0	15	0.1	94	0.1
경기도	6,449	32.5	6,800	19.8	5,558	23.3	18,808	24.1
강원도	1,734	8.7	483	1.4	295	1.2	2,512	3.2
충청북도	607	3.1	472	1.4	442	1.9	1,521	1.9
충청남도	428	2.2	489	1.4	502	2.1	1,420	1.8
전라북도	419	2.1	556	1.6	157	0.7	1,133	1.5
전라남도	549	2.8	443	1.3	101	0.4	1,093	1.4
경상북도	1,178	5.9	455	1.3	222	0.9	1,856	2.4
경상남도	1,170	5.9	1,065	3.1	339	1.4	2,574	3.3
제주특별자치도	1,014	5.1	198	0.6	712	3.0	1,925	2.5
합 계	19,849	100.0	34,371	100.0	23,847 (19,383)	100.0	78,067 (73,603)	100.0

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황임

2 스포츠산업 종사자 및 고용 현황

1) 부문별 종사자 현황

2018년 사업종류별 종사자 현황을 살펴보면 경기장 운영업, 참여스포츠 시설 운영업, 골프장 및 스키장, 스포츠 건설업이 포함된 스포츠시설업이 18만 8천명으로 전체 산업의 43.2%로 가장 크게 차지하고 있으며, 전년도 종사자 수 대비 5.6% 증가된 것으로 증가폭이 전년도에 비해 다소 감소하였다. 스포츠용품업에는 11만 명(25.5%)이 종사하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-6〉 '16~'18년 사업종류별 종사자 수

(단위 : 천명, %)

구 분	2016		2017		2018		증감률 (2017년 대비)
	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중	
스포츠시설업	166	41.7	178	41.9	188	43.2	5.6
스포츠용품업	137	34.4	140	33.0	136	31.3	-2.9
스포츠서비스업	95	23.9	106	25.1	111	25.5	4.7
합 계	398	100.0	424	100.0	435	100.0	2.6

스포츠산업 세세분류별 종사자 수는 체력단련시설 운영업이 3만 7천 3백 명으로 전체 산업의 8.6%를 차지하여 가장 많은 것으로 나타났으며, 그 다음으로 스포츠의류소매업이 8.1%, 운동 및 경기용구소매업 6.2%의 순으로 나타났다.

〈표 2-7〉 '16~'18년 스포츠산업 세세분류별 종사자 수

(단위: 백명, %)

구 분	2016		2017		2018			
	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중		
전 체	3,984	100.0	4,235	100.0	4,346	100.0		
스포츠 시설 업	경기장 운영업	실내 경기장 운영업	13	0.3	16	0.4	13	0.3
		실외 경기장 운영업	23	0.6	25	0.6	21	0.5
		경주장 운영업	45	1.1	40	0.9	69	1.6
	참여스포츠 시설 운영업	종합 스포츠시설 운영업	164	4.1	169	4.0	164	3.8
		체력단련시설 운영업	311	7.8	347	8.2	373	8.6
		수영장 운영업	48	1.2	54	1.3	67	1.5
		볼링장 운영업	40	1.0	40	0.9	38	0.9
		당구장 운영업	185	4.7	223	5.3	255	5.9
		골프연습장 운영업	235	5.9	239	5.6	232	5.3
		스포츠 무도장 운영업	4	0.1	4	0.1	5	0.1
		체육공원 운영업	14	0.3	11	0.3	11	0.2
		기원 운영업	11	0.3	12	0.3	11	0.3



구 분		2016		2017		2018	
		종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중
골프장 및 스키장 운영업	골프장 운영업	284	7.1	286	6.8	254	5.8
	스키장 운영업	84	2.1	88	2.1	89	2.0
수상스포츠시설 운영업	낚시장 운영업	12	0.3	18	0.4	18	0.4
	기타 수상스포츠 시설 운영업	30	0.8	30	0.7	25	0.6
기타스포츠시설 운영업	기타 스포츠시설 운영업	70	1.7	79	1.9	94	2.2
스포츠시설 건설업	스포츠시설 건설업	64	1.6	72	1.7	69	1.6
	스포츠 토목시설물 건설업	19	0.5	22	0.5	70	1.6
소계		1,658	41.6	1,775	42	1,878	43.2
운동 및 경기용품 제조업	운동 및 경기용 장비 제조업	30	0.7	26	0.6	29	0.7
	체력단련용 장비 제조업	30	0.7	25	0.6	26	0.6
	자전거 제조업	4	0.1	4	0.1	9	0.2
	낚시 및 수렵용 장비 제조업	30	0.8	30	0.7	27	0.6
	놀이터용 가구 제조업	8	0.2	7	0.2	7	0.2
	스포츠용 보트 건조업	1	0.0	1	0.0	2	0.1
	기타 운동 및 경기용품 제조업	6	0.1	5	0.1	6	0.1
스포츠 의류 및 관련 섬유제품 제조업	스포츠 의류 제조업	168	4.2	171	4.0	122	2.8
	캠핑용 직물제품 제조업	11	0.3	10	0.2	9	0.2
	스포츠관련 직물제품 제조업	6	0.1	5	0.1	6	0.1
	스포츠관련 의류 부분품 제조업	4	0.1	3	0.1	2	0.1
스포츠 가방 및 신발 제조업	스포츠 가방 제조업	7	0.2	8	0.2	7	0.2
	스포츠 신발 제조업	30	0.7	31	0.7	32	0.7
	스포츠관련 신발부분품 제조업	15	0.4	13	0.3	14	0.3
운동 및 경기용품 도매업	운동 및 경기용구 도매업	123	3.1	127	3.0	151	3.5
	자전거 도매업	21	0.5	15	0.4	12	0.3
	스포츠 의류 도매업	55	1.4	63	1.5	63	1.4
	스포츠 가방 도매업	2	0.0	3	0.1	2	0.1
	스포츠 신발 도매업	21	0.5	22	0.5	23	0.5
운동 및 경기용품 소매업	운동 및 경기용구 소매업	255	6.4	270	6.4	269	6.2
	자전거 소매업	55	1.4	59	1.4	55	1.3
	스포츠 의류 소매업	349	8.7	355	8.4	352	8.1
	스포츠 가방 소매업	1	0.0	1	0.0	1	0.0
	스포츠 신발 소매업	79	2.0	75	1.8	68	1.6
	스포츠 관련 무점포 소매업	30	0.8	31	0.7	30	0.7
운동 및 경기용품 임대업	운동 및 경기용품 임대업	34	0.9	35	0.8	35	0.8
소계		1,373	34.4	1,359	32.9	1,359	31.4

구 분		2016		2017		2018		
		종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중	
스포츠 서비스업	스포츠 경기업	스포츠 경기업	21	0.5	22	0.5	19	0.4
	스포츠 베팅업	스포츠 복권발행 및 판매업	2	0.0	3	0.1	3	0.1
		기타 스포츠 시행시설 관리 및 운영업	53	1.3	52	1.2	48	1.1
	스포츠 마케팅업	스포츠 에이전트업	2	0.0	2	0	2	0.0
		회원권 대행 판매업	10	0.3	7	0.2	6	0.1
		스포츠 마케팅 대행업	2	0.0	1	0	1	0.0
		기타스포츠 마케팅업	75	1.9	85	2	83	1.9
	스포츠 미디어업	스포츠 신문 발행업	3	0.1	3	0.1	3	0.1
		스포츠 잡지 및 정기행물 발행업	3	0.1	3	0.1	4	0.1
		스포츠 관련 라디오 방송업	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 지상파 방송업	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 프로그램 공급업	5	0.1	6	0.1	6	0.1
		스포츠 관련 유선 방송업	3	0.1	5	0.1	6	0.1
	기타 스포츠 정보 서비스업	스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	3	0.1	3	0.1	2	0.0
		기타 스포츠 정보 서비스업	1	0.0	1	0	2	0.0
	스포츠 교육기관	태권도 교육기관	439	11.0	462	10.9	212	4.9
		무술 교육기관					89	2.1
		기타 스포츠 교육기관	44	1.1	49	1.2	247	5.7
	스포츠 게임 개발 및 공급업	온라인 모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	94	2.4	161	3.8	180	4.1
		기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	3	0.1	4	0.1	17	0.4
스포츠 여행업	스포츠 여행업	191	4.8	192	4.5	180	4.1	
소계		954	23.9	1,061	25	1,110	25.3	

한편, 조직 형태별 스포츠산업 종사자 수는 개인 사업자의 종사자가 21만 9천 명으로 전체의 50.5%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 그 다음으로 회사 법인에 소속되어 있는 종사자가 16만 7천명으로, 전체 종사자의 38.4%를 차지하고 있다.

〈표 2-8〉 '16~'18년 조직형태별 종사자 수

(단위 : 천명, %)

구 분	2016		2017		2018	
	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중
개인사업체	195	48.9	229	54.1	219	50.5
회사법인	161	40.4	156	36.8	167	38.4
회사외의 법인	38	9.5	31	7.4	39	8.9
비법인단체	5	1.2	7	1.7	10	2.2
합 계	398	100.0	424	100.0	435	100.0



다음으로 지역별 사업 종류별로 종사자 수 현황을 살펴보면, 전국적으로 스포츠시설업에서 종사하는 근무자가 가장 많은 것으로 나타났다. 지역별 종사자 수 현황을 살펴보면 서울특별시에 종사하는 인원이 10만 3천 명, 경기도에서 종사하는 인원이 12만 1천 명으로 가장 많은 종사자가 근무하고 있으며, 세종특별자치시가 2천 명으로 종사자 분포가 가장 낮은 것으로 나타났다.

〈표 2-9〉 '18년 지역별 사업종류별 종사자 수

(단위 : 천명 %)

구 분	스포츠시설업		스포츠용품업		스포츠서비스업		합계	
	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중
서울특별시	33	17.6	37	27.4	33	29.6	103	23.7
부산광역시	12	6.2	14	10.5	7	6.3	33	7.6
대구광역시	6	3.3	7	4.9	4	3.6	17	3.8
인천광역시	8	4.1	6	4.3	4	4.0	18	4.1
광주광역시	4	1.9	2	1.7	3	2.4	9	2.0
대전광역시	5	2.5	3	2.4	3	2.3	11	2.4
울산광역시	4	2.2	2	1.1	1	1.3	7	1.6
세종특별자치시	1	0.5	0	0.2	0	0.4	2	0.4
경기도	57	30.3	33	23.9	32	28.9	121	28.0
강원도	11	6.1	4	3.0	4	3.2	19	4.4
충청북도	6	2.9	3	2.2	2	1.8	11	2.4
충청남도	6	3.2	4	3.0	3	2.4	13	2.9
전라북도	5	2.7	3	2.3	3	2.3	11	2.5
전라남도	6	3.2	3	2.2	2	1.9	11	2.5
경상북도	10	5.3	4	2.9	3	2.7	17	3.9
경상남도	11	5.8	9	6.8	5	4.8	25	5.9
제주특별자치도	4	2.2	1	1.0	2	2.2	8	1.8
합 계	188	100.0	136	100.0	111	100.0	435	100.0

3 스포츠산업 매출 및 실적

1) 매출 현황

(1) 사업종류별 매출현황

2018년 사업종류별 매출액 현황을 살펴보면 기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업의 매출액 비중이 9.1%로 스포츠산업 중 가장 큰 규모이며, 다음으로 스포츠 의류 소매업 8.2%, 운동 및 경기용구 도매업 7.7%, 골프장 운영업 6.9%, 스포츠 복권발행 및 판매업 6.1% 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-10〉 '16~'18년 스포츠산업 산업분류별 매출액

(단위 : 십억 원, %)

구 분		2016		2017		2018		
		매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
전 체		72,608 (68,432)	100.0	74,696 (70,745)	100.0	78,067 (73,603)	100.0	
스포츠 시설업	경기장 운영업	실내 경기장 운영업	193	0.3	200	0.3	229	0.3
		실외 경기장 운영업	201	0.3	206	0.3	300	0.4
		경주장 운영업	3,485	4.8	3,482	4.7	3,225	4.1
	참여스포츠 시설 운영업	종합 스포츠시설 운영업	949	1.3	984	1.3	1,236	1.6
		체력단련시설 운영업	1,218	1.7	1,428	1.9	1,938	2.5
		수영장 운영업	236	0.3	239	0.3	374	0.5
		볼링장 운영업	144	0.2	158	0.2	231	0.3
		당구장 운영업	610	0.8	730	1.0	1,001	1.3
		골프연습장 운영업	1,619	2.2	1,618	2.2	2,005	2.6
		스포츠 무도장 운영업	10	0.0	10	0.0	12	0.0
		체육공원 운영업	159	0.2	149	0.2	138	0.2
		기원 운영업	26	0.0	30	0.0	37	0.0
		골프장 및 스키장 운영업	골프장 운영업	5,283	7.3	5,169	6.9	5,419
	스키장 운영업		867	1.2	861	1.2	1,038	1.3
	수상스포츠시설 운영업	누시장 운영업	41	0.1	46	0.1	60	0.1
		기타 수상스포츠 시설 운영업	63	0.1	66	0.1	93	0.1
	기타 스포츠시설 운영업	기타 스포츠시설 운영업	275	0.4	306	0.4	478	0.6
	스포츠시설 건설업	스포츠시설 조경 건설업	1,241	1.7	1,248	1.7	1,287	1.6
		스포츠 토목시설물 건설업	579	0.8	613	0.8	747	1.0



구 분		2016		2017		2018		
		매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
스포츠 용품업	운동 및 경기용품 제조업	운동 및 경기용 장비 제조업	484	0.7	488	0.7	678	0.9
		체력단련용 장비 제조업	390	0.5	386	0.5	454	0.6
		자전거 제조업	93	0.1	92	0.1	168	0.2
		낚시 및 수렵용 장비 제조업	369	0.5	370	0.5	423	0.5
		놀이터용 기구 제조업	144	0.2	129	0.2	132	0.2
		스포츠용 보트 건조업	-	-	-	-	52	0.1
		기타 운동 및 경기용품 제조업	213	0.3	203	0.3	216	0.3
	스포츠 의류 및 관련 섬유제품 제조업	스포츠 의류 제조업	4,206	5.8	4,443	5.9	4,140	5.3
		캠핑용 직물제품 제조업	108	0.1	109	0.1	114	0.1
		스포츠관련 직물제품 제조업	73	0.1	72	0.1	82	0.1
		스포츠관련 의류 부분품 제조업	41	0.1	41	0.1	43	0.1
	스포츠 가방 및 신발 제조업	스포츠 가방 제조업	118	0.2	117	0.2	164	0.2
		스포츠 신발 제조업	729	1.0	707	0.9	772	1.0
		스포츠관련 신발부분품 제조업	274	0.4	240	0.3	209	0.3
	운동 및 경기용품 도매업	운동 및 경기용품 구매업	5,725	7.9	5,944	8.0	5,975	7.7
		자전거 구매업	559	0.8	508	0.7	440	0.6
		스포츠 의류 구매업	2,103	2.9	2,179	2.9	2,748	3.5
		스포츠 가방 구매업	121	0.2	121	0.2	146	0.2
		스포츠 신발 구매업	2,393	3.3	2,206	3.0	2,368	3.0
	운동 및 경기용품 소매업	운동 및 경기용품 구매업	3,460	4.8	3,548	4.7	3,825	4.9
		자전거 구매업	675	0.9	663	0.9	655	0.8
		스포츠 의류 구매업	6,995	9.6	7,303	9.8	6,377	8.2
		스포츠 가방 구매업	30	0.0	22	0.0	21	0.0
		스포츠 신발 구매업	3,531	4.9	3,434	4.6	3,354	4.3
		스포츠 관련 무점포 구매업	593	0.8	554	0.7	680	0.9
	운동 및 경기용품 임대업	운동 및 경기용품 임대업	112	0.2	119	0.2	138	0.2
	스포츠 서비스업	스포츠 경기업	스포츠 경기업	700	1.0	732	1.0	740
스포츠 배팅업		스포츠 복권발행 및 판매업	4,441 (266)	6.1	4,199 (249)	5.6	4,743	6.1
		기타 스포츠 시행시설 관리 및 운영업	7,676	10.6	7,666	10.3	7,073	9.1
스포츠 마케팅업		스포츠 에이전트업	23	0.0	28	0.0	34	0.0
		회원권 대행 판매업	166	0.2	144	0.2	124	0.2
		스포츠 마케팅 대행업	9	0.0	11	0.0	21	0.0
		기타스포츠 마케팅업	1,431	2.0	1,684	2.3	1,843	2.4
스포츠 미디어업		스포츠 신문 발행업	68	0.1	59	0.1	49	0.1
		스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	26	0.0	29	0.0	40	0.1

구 분		2016		2017		2018	
		매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
	스포츠 관련 라디오 방송업	-	-	-	-	-	-
	스포츠 관련 지상파 방송업	-	-	-	-	-	-
	스포츠 관련 프로그램 공급업	254	0.4	315	0.4	242	0.3
	스포츠 관련 유선 방송업	298	0.4	328	0.4	325	0.4
	스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	266	0.4	230	0.3	229	0.3
기타 스포츠 정보 서비스업	기타 스포츠 정보 서비스업	11	0.0	15	0.0	23	0.0
스포츠 교육기관	태권도 교육기관	1,676	2.3	1,866	2.5	799	1.0
	무술 교육기관					414	0.5
	기타 스포츠 교육기관	131	0.2	157	0.2	959	1.2
스포츠 게임 개발 및 공급업	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	2,382	3.3	3,367	4.5	3,811	4.9
	기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	385	0.5	373	0.5	429	0.5
스포츠 여행업	스포츠 여행업	1,918	2.6	1,938	2.6	1,949	2.5

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황임

2018년 매출액 비중은 운동 및 경기용품 제조업, 운동 및 경기용품 유통 및 임대업을 포함하는 스포츠용품업이 스포츠산업 매출액의 44.0%로 가장 큰 비중을 차지하였으며, 매출액의 증감률을 살펴보면, 스포츠서비스업은 전년 대비 13.1% 증가한 것으로 나타났다.

〈표 2-11〉 '16~'18년 사업종류별 매출액

(단위 : 십억 원, %)

구 분		2016		2017		2018		증감률 (2017년 대비)
		매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
스포츠시설업		17,201	23.7	17,544	23.5	19,849	25.4	13.1
스포츠용품업		33,547	46.2	34,011	45.5	34,371	44.0	1.1
스포츠 서비스업	체육진흥 투표권 포함	21,859	30.1	23,141	31.0	23,847	30.5	3.1
	체육진흥 투표권 제외	17,684	-	19,190	-	19,383	-	1.0
합 계	체육진흥 투표권 포함	72,608	100.0	74,696	100.0	78,067	100.0	4.5
	체육진흥 투표권 제외	68,432	-	70,745	-	73,603	-	4.0



(2) 조직형태별 매출액 현황

2018년 조직형태별 매출액을 살펴보면 회사 법인이 60.5%로 스포츠산업 매출의 절반이상을 차지하고 있으며, 다음으로 개인사업체 21.1%, 회사이외 법인이 17.3%의 순으로 나타났다.

〈표 2-12〉 '16~'18년 조직형태별 매출액

(단위 : 십억 원, %)

구 분	2016		2017		2018		증감률 (2017년 대비)
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
개인사업체	15,230	21.0	18,384	24.6	16,453	21.1	-10.5
회사법인	43,509 (39,333)	59.9 (-)	42,168 (38,218)	56.5 (-)	47,223 (42,759)	60.5 (-)	12.0 (11.9)
회사이외 법인	12,415	17.1	13,411	18.0	13,474	17.3	0.5
비법인단체	1,455	2.0	732	1.0	917	1.2	25.3
합 계	72,608 (68,432)	100.0 (-)	74,696 (70,745)	100.0 (-)	78,067 (73,603)	100.0 (-)	4.5 (4.0)

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황임

(3) 종사자 규모별 매출액 현황

2018년 종사자 규모별로 매출액은 50인 이상의 사업체 매출액이 전체의 48.9%를 차지하고 있으며, 다음으로 1~4명 사업체 22.1%, 20~49명 사업체 13.0%의 비중을 보이고 있다. 또한 전년 대비 매출액 증감률을 보면, 50명 이상인 사업체를 제외한 모든 계층의 매출액이 증가하였으며, 특히 20~49명 사업체의 매출액 증가폭이 30.9%로 매우 크게 나타났다.

〈표 2-13〉 '16~'18년 종사자 규모별 매출액

(단위 : 십억 원, %)

구 분	2016		2017		2018		증감률 (2017년 대비)
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
1~4명	15,124	20.8	15,922	21.3	17,217	22.1	8.1
5~9명	6,622	9.1	6,329	8.5	6,607	8.5	4.4
10~19명	5,826	8.0	5,601	7.5	5,951	7.6	6.2
20~49명	10,088	13.9	7,735	10.4	10,126	13.0	30.9
50명 이상	34,948 (30,772)	48.1	39,109 (35,159)	52.4	38,166 (33,702)	48.9	-2.4 (-4.1)
합 계	72,608 (68,432)	100.0 (-)	74,696 (70,745)	100.0 (-)	78,067 (73,603)	100.0 (-)	4.5 (4.0)

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황임

2) 국내 스포츠산업 사업 실적

2018년 스포츠산업 사업 실적은 2017년 대비 매출액 규모는 4.5% 증가하였으며, 영업비용과 영업이익 또한 각각 4.3%, 7.4% 증가한 것으로 나타났다. 2018년 총매출액은 78조 6백 70억 원이었으며 수출 매출액은 1조 6천 10억 원으로 나타났다.

〈표 2-14〉 '09~'18년 스포츠산업 사업실적

(단위 : 십억 원, %)

구 분	매출액 (A)	내수		영업비용	영업이익 (B)	이익률 (B)/(A)
		내수	수출			
2009	33,456	32,582	874	28,131	4,994	14.9
2010	34,482	32,627	1,855	29,637	3,930	11.4
2011	36,513	35,234	1,279	33,195	2,958	8.1
2012	57,479	56,309	1,170	53,276	4,203	7.3
2013	(61,853)	(59,978)	(1,875)	(54,471)	(7,382)	(11.9)
2014	(63,149)	(61,654)	(1,494)	(57,304)	(5,845)	(9.3)
2015	68,350 (65,145)	67,340 (64,135)	1,314 (1,314)	62,534 (59,329)	5,912 (5,912)	8.5 (9.0)
2016	72,608 (68,432)	71,318 (67,142)	1,290 (1,290)	66,394 (62,218)	6,214 (6,214)	8.6 (9.1)
2017	74,696 (70,745)	73,350 (69,399)	1,346 (1,346)	68,565 (64,614)	6,131 (6,131)	8.2 (8.7)
2018	78,067 (73,603)	76,466 (72,002)	1,601 (1,601)	71,485 (67,021)	6,582 (6,582)	8.4 (8.9)
전년대비 증감률	4.5 (4.0)	4.2 (3.8)	18.9 (18.9)	4.3 (3.7)	7.4 (7.4)	-

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황임

2018년 스포츠산업 매출액 78조 67십억 원 중 영업비용 71조 4,850억 원을 제외한 영업이익은 6조 5,820억 원으로 8.4%의 이익률을 나타내고 있다. 스포츠산업 전체 매출액 중 내수가 차지하는 비중은 97.9%로 우리나라의 스포츠산업은 내수시장 위주의 산업구조를 지니고 있는 것으로 나타났다.



〈표 2-15〉 '16~'18년 20개 중분류별 실적 현황

(단위 : 십억 원, %)

대분류	중분류	2017						2018					
		내수액		영업비용		영업이익		내수액		영업비용		영업이익	
스포츠 시설업	경기장 운영업	3,888	5.3	3,913	5.7	-25	-0.4	3,754	4.9	3,783	5.3	-30	-5
	참여스포츠 시설 운영업	5,346	7.3	4,681	6.8	665	10.9	6,972	9.1	6,038	8.4	934	-3,123
	골프장 및 스키장 운영업	6,030	8.2	5,462	8.0	568	9.3	6,457	8.4	5,732	8.0	725	78
	수상스포츠 시설 운영업	111	0.2	87	0.1	25	0.4	153	0.2	131	0.2	22	3
	기타스포츠 시설 운영업	306	0.4	267	0.4	40	0.6	478	0.6	413	0.6	65	298
	스포츠 시설 건설업	1,859	2.5	1,636	2.4	224	3.7	2,030	2.7	1,943	2.7	92	142
	소계	17,540	23.9	16,046	23.4	1,497	24.5	19,844	25.9	18,040	25.2	1,808	-2,607
스포츠 용품업	운동 및 경기용품 제조업	1,604	2.2	1,571	2.3	110	1.8	1,865	2.4	1,962	2.7	160	175
	스포츠의류 및 관련 섬유제품 제조업	4,371	6.0	4,384	6.4	282	4.6	4,046	5.3	4,056	5.7	324	202
	스포츠기방 및 신발 제조업	1,008	1.4	988	1.4	76	1.2	990	1.3	1,084	1.5	60	19
	운동 및 경기용품 도매업	10,274	14.0	9,839	14.3	1,119	18.3	10,980	14.4	10,762	15.1	915	1,519
	운동 및 경기용품 소매업	15,408	21.0	14,027	20.5	1,497	24.4	14,883	19.5	13,275	18.6	1,635	179
	운동 및 경기용품 임대업	119	0.2	106	0.2	13	0.2	138	0.2	107	0.1	31	2
	소계	32,784	44.8	30,915	45.1	3,097	50.5	32,902	43.1	31,246	43.7	3,125	2,096
스포츠 서비스업	스포츠 경기업	732	1.0	737	1.1	-5	-0.1	740	1.0	757	1.1	-16	-53
	스포츠 베틀업	11,866 (7,951)	16.2	11,506 (7,556)	16.8	359	5.9	11,816 (7,352)	15.5	11,453 (6,989)	16.0	363	-2,227
	스포츠 마케팅업	1,865	2.5	1,755	2.6	111	1.8	2,022	2.6	1,907	2.7	115	32
	스포츠 미디어업	962	1.3	869	1.3	92	1.5	885	1.2	876	1.2	9	8
	기타 스포츠 정보 서비스업	15	0.0	13	0.0	2	0.0	23	0.0	40	0.1	-17	-195
	스포츠 교육기관	2,023	2.8	1,677	2.4	346	5.6	2,171	2.8	1,549	2.2	622	-3,626
	스포츠 게임 개발 및 공급업	3,719	5.1	3,356	4.9	384	6.3	4,113	5.4	3,822	5.3	418	67
	스포츠 여행업	1,843	2.5	1,693	2.5	246	4.0	1,949	2.5	1,795	2.5	154	37
	소계	23,025	31.4	21,606	31.6	1,535	25	23,719	31	22,199	31.1	1,648	-5,957
합계	73,350 (69,399)	100.0	68,565 (64,614)	100.0	6,131 (6,131)	100.0	76,466 (72,002)	100.0	71,485 (67,021)	100.0	6,582 (6,582)	100.0	

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황임

2018년 전체 스포츠산업 매출액 중 내수비율은 97.9%에 이르며 특히, 스포츠시설업과 스포츠서비스업의 경우 각각 99.9%, 99.5%로 내수 위주의 매출이 이루어지고 있는 것으로 나타났다. 스포츠시설업, 스포츠용품업, 스포츠서비스업 모두 매출액이 전년도 대비 증가한 것으로 나타났다.

〈표 2-16〉 '16~'18년 사업종류별 내수·수출실적

(단위 : 십억 원)

구 분	매출액			내수			수출		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018
스포츠 시설업	17,201	17,544	19,849	17,198	17,541	19,845	2	2	4
스포츠 용품업	33,547	34,011	34,371	32,320	32,784	32,902	1,227	1,227	1,470
스포츠 서비스업	21,859 (17,684)	23,141 (19,190)	23,847 (19,383)	21,800 (17,624)	23,024 (19,074)	23,719 (19,255)	61 (61)	117 (117)	127 (127)

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황임

3) 스포츠산업 부문별 사업 실적

(1) 스포츠용품업

2018년 스포츠용품업의 내수판매 매출은 34조 780억 원으로 나타났으며 내수가 32조 7,030억 원, 수출은 1조 3,750억 원으로 내수가 96.0% 수준으로 내수 매출 비중이 매우 높은 것으로 나타났다. 각 품목별 비중을 살펴보면 기타(스키, 골프, 낚시, 캠핑용 장비, 자전거 등)의 내수(매출) 비중이 43.0%로 가장 높고, 다음으로 스포츠 의류 39.9%, 스포츠 신발 13.3% 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-17〉 '16~'18년 스포츠용품업 상품별 구성비

(단위 : 십억 원, %)

구 분	금액	비 중						
		스포츠음료	스포츠의류	스포츠신발	공 류	라켓류	기타	
2016년	내수	32,358	0.0	42.9	12.1	3.2	3.5	37.9
	수입	1,558	0.0	35.8	17.4	2.5	2.6	41.5
2017년	내수	32,785	0.1	43.0	12.1	3.3	3.5	38.0
	수입	1,513	0.0	35.8	17.4	2.5	2.6	41.5
2018년	내수	32,703	0.1	39.9	13.3	3.3	2.6	40.8
	수입	1,375	0.0	34.4	12.0	3.8	3.7	46.1



(2) 스포츠시설업

2018년 스포츠시설업의 평균 영업 개월 수는 12개월로 작년과 동일하며, 연간 이용 인원수는 6억 966만여 명(전년 대비 3.0% 증가)이 이용한 것으로 나타났다. 세부적으로 살펴보면 경기장 운영업과 기타스포츠시설 운영업은 전년 대비 이용인원이 증가한 반면, 골프장 운영업, 스키장 운영업, 수상스포츠시설 운영업의 이용인원은 전년 대비 감소한 것으로 나타났다.

〈표 2-18〉 '16~'18년 스포츠시설업 연간 영업개월 수 및 이용 인원

(단위 : 월, 천명 %)

구분	평균 영업개월수(월)			연간이용인원수(천명, %)			증감률 (%)
	2016년	2017년	2018년	2016년	2017년	2018년	
합계	12	12	12	585,286(100.0)	591,628(100.0)	609,664(100.0)	3.0
경기장 운영업	12	12	12	50,068(8.6)	48,466(8.2)	53,478(8.6)	10.3
골프장 운영업	12	12	12	44,796(7.7)	42,879(7.2)	34,078(5.5)	-20.5
스키장 운영업	6	6	11	8,827(1.5)	7,147(1.2)	6,413(1.0)	-10.3
기타스포츠시설 운영업	12	12	12	477,788(81.6)	488,830(82.6)	511,722(81.9)	4.7
수상스포츠시설 운영업	9	9	10	3,807(0.7)	4,306(0.7)	3,973(0.6)	-7.7
캠핑 및 베틀업	-	-	-	-	-	-	-

(3) 스포츠서비스업

2018년 스포츠서비스업의 고객(소비자) 연령별 매출액 구성비를 살펴보면, 8~13세 연령대에 매출이 32.8%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 20~39세 연령대(21.1%), 14~19세 연령대(15.3%), 40~59세 (14.9%) 연령대 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-19〉 '16~'18년 스포츠서비스업 고객유형별 매출액 비중

(단위 : %)

구분	7세 이하	8~13세	14~19세	20~39세	40~59세	60세 이상
2016년	10.1	43.8	13.8	13.0	13.4	5.9
2017년	9.6	36.4	15.4	17.7	14.6	6.1
2018년	9.6	32.8	15.3	21.1	14.9	6.3

4 종목별 스포츠산업 현황

1) 사업체 수

4대 프로스포츠 종목(야구, 축구, 농구, 배구)을 영위하는 사업체는 22,896개로 추정되었으며, 그 중 축구산업이 10,601개로 가장 많고, 다음으로 농구 5,303개, 야구 3,869개, 배구 3,123개 순으로 나타났다.

〈표 2-20〉 2015년 종목별 스포츠산업 사업종류별 사업체 수

(단위 : 개사, %)

구 분	전체		야구		축구		농구		배구	
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
스포츠시설업	1,683	7.4	422	10.9	710	6.7	382	7.2	169	5.4
스포츠용품업	19,521	85.3	3,159	81.6	9,206	86.8	4,448	83.9	2,708	86.7
스포츠서비스업	1,692	7.4	288	7.4	685	6.5	473	8.9	246	7.9
합 계	22,896	100.0	3,869	100.0	10,601	100.0	5,303	100.0	3,123	100.0

2016년 기준 생활스포츠산업 실태조사에 따르면 4대 생활스포츠 종목(당구, 배드민턴, 자전거, 태권도)을 영위하는 사업체는 26,283개로 추정되었으며, 그 중 당구산업이 12,756개로 가장 많고, 다음으로 태권도 9,532개, 자전거 3,382개, 배드민턴 613개 순으로 나타났다.

〈표 2-21〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 사업체 수

(단위 : 개사, %)

구 분	전체		당구		배드민턴		자전거		태권도	
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
스포츠시설업	12,769	48.6	12,630	99.0	115	18.8	11	0.3	13	0.1
스포츠용품업	3,968	15.1	120	0.9	457	74.5	3,338	98.7	53	0.6
스포츠서비스업	9,546	36.3	6	0.1	41	6.7	33	1.0	9,466	99.3
합 계	26,283	100.0	12,756	100.0	613	100.0	3,382	100.0	9,532	100.0

이후 2017년 기준 생활스포츠산업 실태조사(2018년 조사)에 따르면 4대 생활스포츠 종목(요가, 볼링, 탁구, 수영)을 영위하는 사업체는 총 5,960개로 추정되었으며, 그 중 요가산업이 2,333개로 가장 많고, 다음으로 탁구 1,828개, 수영 993개, 볼링 806개 순으로 나타났다.



〈표 2-22〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 사업체 수

(단위 : 개사, %)

구 분	전체		요가		볼링		탁구		수영	
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
스포츠시설업	2,719	45.62	87	3.73	670	83.13	1,684	92.12	278	28
스포츠용품업	877	14.72	9	0.38	129	16.00	68	3.72	671	67.57
스포츠서비스업	2,364	39.66	2,237	95.89	7	0.87	76	4.16	44	4.43
합 계	5,960	100	2,333	100	806	100	1,828	100	993	100

2018년 기준 생활스포츠산업 실태조사에 따르면 5대 생활스포츠 종목(야구, 축구, 농구, 배구, 골프)을 영위하는 사업체는 총 41,723개로 추정되었으며, 그 중 골프산업이 15,602개로 가장 많고, 다음으로 축구 11,892개, 야구 5,174개, 농구 5,700개, 배구 3,284개 순으로 나타났다.

〈표 2-23〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 사업체 수

(단위 : 개사, %)

구 분	전체		야구		축구		농구		배구		골프	
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
스포츠 시설업	10,552	25.31	1,301	25.14	643	5.41	207	3.63	85	2.59	8,308	53.25
스포츠 용품업	26,800	64.34	3,513	67.90	9,515	80.01	4,754	83.40	3,075	93.64	5,940	38.07
스포츠 서비스업	4,371	10.35	360	6.96	1,734	14.58	739	12.96	124	3.78	1,354	8.68
합 계	41,723	100	5,174	100	11,892	100	5,700	100	3,284	100	15,602	100

중분류별 4대 프로스포츠 종목별(야구, 축구, 농구, 배구) 스포츠 산업 사업체 현황을 살펴보면, 야구, 축구, 농구, 배구산업 모두 운동 및 경기용품 소매업이 가장 많은 사업체를 차지하고 있다.

〈표 2-24〉 '15년 중분류별 종목별 스포츠산업 사업체 수 현황

(단위 : 개사, %)

대분류	중분류	야구		축구		농구		배구	
		사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
스포츠 시설업	경기장 운영업	20	0.5	65	0.6	51	1.0	35	1.1
	참여스포츠 시설 운영업	35	0.9	163	1.5	194	3.7	62	2.0
	기타스포츠 시설 운영업	218	5.6	84	0.8	-	-	-	-
	스포츠시설 건설업	149	3.9	398	3.8	137	2.6	72	2.3

대분류	중분류	야구		축구		농구		배구	
		사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
스포츠 용품업	운동 및 경기용품 제조업	193	5.0	109	1.0	127	2.4	64	2.0
	스포츠의류 및 관련 섬유제품 제조업	293	7.6	479	4.5	237	4.5	215	6.9
	스포츠기방 및 신발 제조업	88	2.3	138	1.3	100	1.9	54	1.6
	운동 및 경기용품 도매업	321	8.3	698	6.7	267	5.0	182	5.8
	운동 및 경기용품 소매업	2,264	58.5	7,722	72.8	3,657	69.0	2,193	70.3
	운동 및 경기용품 임대업	-	-	60	0.6	60	1.1	-	-
스포츠 서비스업	스포츠 경기업	10	0.3	29	0.3	16	0.3	13	0.4
	스포츠 베팅업	1	0.0	1	0.0	1	0.0	1	0.0
	스포츠 마케팅업	157	4.1	253	2.4	176	3.3	182	5.8
	스포츠 미디어업	13	0.3	13	0.1	13	0.2	13	0.4
	스포츠 교육기관	58	1.5	366	3.5	252	4.8	37	1.2
	스포츠 게임 개발 및 공급업	49	1.3	23	0.2	15	0.3	-	-
합계		3,869	100	10,601	100	5,303	100	3,123	100

이러 중분류별 4대 생활스포츠 종목(당구, 배드민턴, 자전거, 태권도)별 스포츠산업 사업체 현황을 살펴보면, 당구는 스포츠시설 운영업, 배드민턴과 자전거는 운동 및 경기용품 유통 및 임대업, 태권도는 스포츠 교육기관이 가장 많은 사업체를 차지하고 있다.

〈표 2-25〉 '16년 중분류별 종목별 생활스포츠산업 사업체 수 현황

(단위 : 개사, %)

대분류	중분류	당구		배드민턴		자전거		태권도	
		사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	12,630	99.0	113	18.4	9	0.3	13	0.1
	스포츠시설 건설업	-	-	2	0.3	2	0.1	-	-
스포츠 용품업	운동 및 경기용품업	12	0.1	15	2.4	60	1.8	13	0.1
	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	108	0.9	442	72.1	3,278	96.9	40	0.4
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	2	0.0	33	5.4	24	0.7	27	0.3
	스포츠정보 서비스업	1	0.0	1	0.2	8	0.2	2	0.0
	스포츠 교육기관	3	0.0	7	1.1	1	0.0	9,437	99.0
합계		12,756	100	613	100	3,382	100	9,532	100



이어 2017년 중분류별 4대 생활스포츠 종목(요가, 볼링, 탁구, 수영)별 스포츠산업 사업체 현황을 살펴보면, 요가, 볼링, 탁구는 스포츠시설 운영업, 수영은 운동 및 경기용품 유통 및 임대업이 가장 많은 사업체를 차지하고 있다.

〈표 2-26〉 '17년 중분류별 종목별 생활스포츠산업 사업체 수 현황

(단위 : 개사, %)

대분류	중분류	요가		볼링		탁구		수영	
		사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	65	14.50	252	66.84	387	72.88	113	23.74
	스포츠시설 건설업	-	-	-	-	-	-	3	0.63
스포츠 용품업	운동 및 경기용품업	-	-	10	2.65	5	0.94	62	13.02
	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	7	1.57	108	28.65	63	11.86	254	53.37
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	2	0.45	6	1.60	6	1.13	9	1.89
	스포츠정보 서비스업	-	-	1	0.26	1	0.19	-	-
	스포츠 교육기관	374	83.48	-	-	69	13	35	7.35
합계		448	100	377	100	531	100	476	100

2018년 중분류별 5대 생활스포츠 종목(야구, 축구, 농구, 배구, 골프)별 스포츠산업 사업체 현황을 살펴보면, 골프는 스포츠시설 운영업, 야구, 축구, 농구, 배구는 운동 및 경기용품 유통 및 임대업이 가장 많은 사업체를 차지하고 있다.

〈표 2-27〉 '18년 중분류별 종목별 생활스포츠산업 사업체 수 현황

(단위 : 개사, %)

대분류	중분류	야구		축구		농구		배구		골프	
		사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	1,276	24.66	580	4.88	181	3.18	76	2.31	7,947	50.94
	스포츠시설 건설업	25	0.48	63	0.53	26	0.46	9	0.27	361	2.31
스포츠 용품업	운동 및 경기용품업	636	12.29	803	6.75	538	9.44	407	12.39	472	3.03
	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	2,877	55.60	8,712	73.26	4,216	73.96	2,668	81.24	5,468	35.05
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	138	2.67	242	2.03	86	1.51	72	2.19	292	1.87
	스포츠정보 서비스업	16	0.31	18	0.15	21	0.37	15	0.46	47	0.30
	스포츠 교육기관	141	2.73	1,442	12.13	616	10.81	37	1.13	44	0.28
	기타 스포츠 서비스업	65	1.26	32	0.27	16	0.28	-	-	971	6.22
합계		5,174	100	11,892	100	5,700	100	3,284	100	15,602	100

4대 프로스포츠 종목(야구, 축구, 농구, 배구) 종사자 수별 사업체 수는 4대 종목 모두 1~4명 규모의 사업체가 차지하고 비중이 높은 것으로 나타났다. 4대 프로스포츠 종목 모두 10명 미만 사업체 비중이 90% 이상을 차지하고 있는 것으로 나타나, 대부분 영세한 사업체가 차지하고 있다.

〈표 2-28〉 '15년 종목별 스포츠산업 종사자 수별 사업체 수

(단위 : 개사)

구 분	전체	야구	축구	농구	배구
1~4명	16,152	2,780	7,386	3,507	2,479
5~9명	4,573	705	2,338	1,172	358
10~19명	1,150	222	463	301	164
20~49명	713	107	289	246	71
50명 이상	306	55	126	76	49
합 계	22,896	3,869	10,601	5,303	3,123

2016년 기준 4대 생활스포츠 종목(당구, 배드민턴, 자전거, 태권도) 종사자 수별 사업체 수는 4대 종목 모두 1~4명 규모의 사업체가 가장 많이 차지하고 비중이 높은 것으로 나타났다. 4대 종목 모두 10명 미만 사업체 비중이 90% 이상을 차지하고 있는 것으로 나타나, 대부분 영세한 사업체가 차지하고 있다.

〈표 2-29〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 종사자 수별 사업체 수

(단위 : 개사)

구 분	전체	당구	배드민턴	자전거	태권도
1~4명	25,730	12,672	510	3,222	9,326
5~9명	405	80	39	97	189
10명 이상	148	4	64	63	17
합 계	26,283	12,756	613	3,382	9,532

2017년 기준 4대 생활스포츠 종목(요가, 볼링, 탁구, 수영) 종사자 수별 사업체 수는 4대 종목 모두 1~4명 규모의 사업체가 가장 많이 차지하고 비중이 높은 것으로 나타났다. 수영을 제외한 요가, 볼링, 탁구는 10명 미만 사업체 비중이 95% 이상을 차지하고 있는 것으로 나타나, 대부분 영세한 사업체인 것으로 나타났으며 수영의 경우 종업원 10명 이상의 업체가 19.3%를 차지하는 것으로 나타났다.

〈표 2-30〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 종사자 수별 사업체 수

(단위 : 개사)

구 분	전체	요가	볼링	탁구	수영
1~4명	5,110	2,071	580	1,790	669
5~9명	586	231	193	30	132
10명 이상	265	31	33	9	192
합 계	5,961	2,333	806	1,829	993



2018년 기준 5대 생활스포츠 종목(야구, 축구, 농구, 배구, 골프) 종사자 수별 사업체 수는 4대 종목 모두 1~4명 규모의 사업체가 가장 많이 차지하고 비중이 높은 것으로 나타났다. 골프를 제외한 야구, 축구, 농구, 배구는 10명 미만 사업체 비중이 90% 이상을 차지하고 있는 것으로 나타나, 대부분 영세한 사업체인 것으로 나타났으며 골프의 경우 종업원 10명 이상의 업체가 32.9%를 차지하는 것으로 나타났다.

〈표 2-31〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 종사자 수별 사업체 수

(단위 : 개사)

구 분	전체	야구	축구	농구	배구	골프
1~4명	30,452	4,222	10,046	4,762	2,761	8,661
5~9명	4,562	613	1,221	600	330	1,798
10명 이상	6,640	339	625	338	195	5,143
합 계	41,654	5,174	11,892	5,700	3,286	15,602

2) 매출액

4대 프로스포츠 종목(야구, 축구, 농구, 배구)을 영위하는 사업체의 총 매출액은 7조 5,260억 원으로 집계되었으며, 그 중 축구산업이 3조 8,910억 원으로 가장 높고, 다음으로 야구산업 1조 8,510억 원, 농구산업 1조 3,150억 원, 배구산업 4,690억 원 순으로 나타났다. 2013년 대비 매출액 증가율은 야구산업이 1.6%로 가장 높은 성장세를 보였으며, 다음으로 축구산업 1.3%, 농구산업 1.2% 증가하였음. 반면에, 배구산업은 8.7%의 하락세를 보였다.

〈표 2-32〉 '15년 종목별 스포츠산업 사업종류별 매출액

(단위 : 십억 원, %)

구 분	합계		야구		축구		농구		배구	
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
스포츠시설업	424	5.6	117 (1.7)	6.3	217 (-20.7)	5.6	65 (-7.7)	4.9	25 (-8.0)	5.3
스포츠용품업	4,594	61.0	821 (-2.4)	44.4	2,645 (3.6)	68.0	885 (0.8)	67.3	243 (-18.5)	51.8
스포츠서비스업	2,517	33.4	919 (5.5)	49.6	1,028 (-0.3)	26.4	367 (4.9)	27.9	203 (3.9)	43.3
합 계	7,526	100.0	1,851 (1.6)	100.0	3,891 (1.3)	100.0	1,315 (1.2)	100.0	469 (-8.7)	100.0

※ 괄호 안의 수치는 2013년 대비 매출액 증가율을 나타낸 수치임

2016년 4대 생활스포츠 종목(당구, 배드민턴, 자전거, 태권도) 사업체의 총 매출액은 6조 2,740억 원으로 집계 되었으며, 그 중 자전거산업이 3조 6,690억 원으로 가장 높고, 다음으로 태권도산업 1조 1,130억 원, 당구산업 8,400억 원, 배드민턴산업 6,510억 원 순으로 나타났다. 2015년 대비 매출액 증가율은 태권도산업이 3.1%로 가장 높은 성장세를 보였으며, 다음으로 배드민턴산업 1.5%, 당구산업 1.1% 증가하였다. 반면에, 자전거산업은 4.3%의 하락세를 보였다.

〈표 2-33〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 매출액

(단위 : 십억 원, %)

구 분	합계		당구		배드민턴		자전거		태권도	
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
스포츠시설업	1,590	25.3	808 (1.2)	96.3	232 (3.5)	35.6	534 (5.2)	14.6	14 (-)	1.3
스포츠용품업	2,110	33.6	30 (3.3)	3.6	307 (-2.9)	47.3	1,744 (11.0)	47.5	29 (-3.5)	2.6
스포츠 서비스업	2,573	41.1	1 (-100)	0.1	111 (9.9)	17.1	1,391 (0.4)	37.9	1,069 (3.4)	96.1
합 계	6,274	100.0	840 (1.1)	100.0	651 (1.5)	100.0	3,669 (-4.3)	100.0	1,113 (3.1)	100.0

※ 괄호 안의 수치는 2015년 대비 매출액 증가율을 나타낸 수치임

2017년 생활스포츠 종목(요가, 볼링, 탁구, 수영) 사업체의 총 매출액은 1조 6,040억 원으로 집계 되었으며, 그 중 수영 산업이 1조 320억 원으로 가장 높고, 다음으로 볼링 산업이 2,680억 원, 요가 산업 2,006억 원, 탁구 산업 1,027억 원 순으로 나타났다.

〈표 2-34〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 매출액

(단위 : 십억 원, %)

구 분	합계		요가		볼링		탁구		수영	
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
스포츠시설업	467	29.1	10	5.1	187	69.7	63	61.4	207	20.1
스포츠용품업	919	57.3	4	2.2	81	30.2	33	31.7	801	77.6
스포츠 서비스업	218	13.6	186	92.7	0.4	0.1	7	6.9	24	2.3
합 계	1,604	100	200	100	268.4	100	103	100	1,032	100

2018년 생활스포츠 종목(야구, 축구, 농구, 배구, 골프) 사업체의 총 매출액은 25조 3,390억 원으로 집계되었으며, 그 중 골프 산업이 16조 6,960억 원으로 가장 높고, 다음으로 축구 산업이 4조 4,260억 원, 야구 산업 2조 3,020억 원, 농구 산업 1조 4,940억 원, 배구 산업 4,210억 원 순으로 나타났다.

〈표 2-35〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 매출액

(단위 : 십억 원, %)

구 분	합계		야구		축구		농구		배구		골프	
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
스포츠 시설업	8,702	34.3	286	12.4	221	5.0	50	3.3	7	1.7	8,138	48.7
스포츠 용품업	12,894	50.9	1,055	45.8	3,017	68.2	1,055	70.6	278	66.0	7,489	44.9
스포츠 서비스업	3,743	14.8	961	41.7	1,188	26.8	389	26.0	136	32.3	1,069	6.4
합 계	25,339	100	2,302	100	4,426	100	1,494	100	421	100	16,696	100



4대 프로스포츠 종목(야구, 축구, 농구, 배구)의 중분류별 매출액을 살펴보면, 야구, 축구, 농구산업은 운동 및 경기용품 소매업의 매출액 규모가 가장 높고, 배구산업은 스포츠 마케팅업의 매출액 규모가 가장 높은 것으로 나타났다.

〈표 2-36〉 '15년 종목별 스포츠산업 분류별 매출액(중분류별)

(단위 : 십억 원, %)

대분류	구분 중분류	야구		축구		농구		배구	
		매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
	합계	1,851 (1.6)	100.0	3,891 (1.3)	100.0	1,315 (1.2)	100.0	469 (-8.7)	100.0
스포츠 시설업	경기장 운영업	1 (0.0)	0.1	26 (3.8)	0.7	8 (0.0)	0.6	6 (0.0)	1.3
	참여스포츠 시설 운영업	3 (0.0)	0.2	13 (7.7)	0.3	13 (7.7)	1	3 (0.0)	0.6
	기타스포츠시설 운영업	56 (1.8)	3.0	8 (-12.5)	0.2	0 (0.0)	0.0	-	-
	스포츠시설 건설업	57 (1.8)	3.1	170 (-27.1)	4.4	44 (-13.6)	3.3	16 (-12.5)	3.4
스포츠 용품업	운동 및 경기용품 제조업	46 (2.2)	2.5	19 (0.0)	0.5	38 (2.6)	2.9	23 (4.3)	4.9
	스포츠 의류 및 관련 섬유제품 제조업	87 (-10.3)	4.7	139 (7.2)	3.6	54 (-9.3)	4.1	12 (0.0)	2.5
	스포츠 가방 및 신발 제조업	16 (6.3)	0.9	26 (11.5)	0.7	19 (15.8)	1.4	14 (14.3)	3.0
	운동 및 경기용품 도매업	193 (1.6)	10.4	978 (5.8)	25.1	331 (-10.0)	25.1	115 (-33.9)	24.4
	운동 및 경기용품 소매업	479 (-3.3)	25.8	1,481 (1.6)	38.1	442 (9.0)	33.6	79 (-11.4)	16.8
	운동 및 경기용품 임대업	0 (0.0)	0	2 (50.0)	0.1	1 (100.0)	0.1	-	-
스포츠 서비스업	스포츠 경기업	383 (6.5)	20.7	220 (-4.5)	5.7	37 (16.2)	2.8	12 (-25.0)	2.5
	스포츠 베틀업	51 (0.0)	2.8	153 (7.8)	3.9	50 (-4.0)	3.8	10 (20.0)	2.1
	스포츠 마케팅업	181 (11.0)	9.8	294 (4.8)	7.6	179 (7.3)	13.6	152 (8.6)	32.3
	스포츠 미디어업	189 (2.1)	10.2	120 (-0.8)	3.1	67 (-3.0)	5.1	28 (-14.3)	5.9
	스포츠 교육기관	2 (0.0)	0.1	57 (8.8)	1.5	22 (9.1)	1.7	1 (0.0)	0.2
	스포츠 게임 개발 및 공급업	110 (-0.9)	5.9	184 (-12.5)	4.7	12 (8.3)	0.9	-	-

*괄호 안의 수치는 2013년 대비 매출액 증가율을 나타낸 수치임

4대 생활스포츠 종목(당구, 배드민턴, 자전거, 태권도)의 중분류별 매출액을 살펴보면, 당구는 스포츠시설 운영업, 배드민턴은 운동 및 경기용품 유통 및 임대업, 자전거는 스포츠경기 서비스업, 태권도는 스포츠 교육기관의 매출액 규모가 가장 높은 것으로 나타났다.

〈표 2-37〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 분류별 매출액(중분류별)

(단위 : 백만 원, %)

대분류	구분 중분류	당구		배드민턴		자전거		태권도	
		매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
	합계	840,435 (1.1)	100.0	651,112 (1.5)	100.0	3,669,715 (-4.3)	100.0	1,113,082 (3.1)	100.0
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	808,331 (1.2)	96.2	229,923 (3.8)	35.3	533,705 (5.3)	14.5	14,545 (-1.7)	1.3
	스포츠시설 건설업	-	-	2,850 (-6.3)	0.4	681 (-)	0.0	-	-
스포츠 용품업	운동 및 경기용품업	7,614 (-2.6)	0.9	44,315 (-10.4)	6.8	447,280 (-10.4)	12.2	15,680 (-)	1.4
	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	22,767 (2.7)	2.7	262,807 (-1.7)	40.4	1,296,791 (-11.2)	35.3	13,671 (-8.3)	1.2
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	530 (-13.2)	0.1	97,094 (9.8)	14.9	1,388,855 (0.4)	37.9	223,938 (17.6)	20.1
	스포츠정보 서비스업	879 (19.3)	0.1	10,602 (5.7)	1.7	2,380 (2.3)	0.1	710 (-)	0.1
	스포츠 교육기관	315 (-289.8)	0.0	3,521 (9.2)	0.5	23 (-)	0.0	844,538 (-0.5)	75.9

※ 괄호 안의 수치는 2015년 대비 매출액 증가율을 나타낸 수치임

2017년 4대 생활스포츠 종목(요가, 볼링, 탁구, 수영)의 중분류별 매출액을 살펴보면, 요가, 볼링, 탁구는 스포츠시설 운영업, 수영은 운동 및 경기용품 유통 및 임대업의 매출액 규모가 가장 높은 것으로 나타났다.

〈표 2-38〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 분류별 매출액(중분류별)

(단위 : 백만 원, %)

대분류	구분 중분류	요가		볼링		탁구		수영	
		매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
	합계	200,697	100	268,088	100	102,764	100	1,031,961	100
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	10,307	5.14	186,755	69.66	63,145	61.44	199,900	19.37
	스포츠시설 건설업	-	-	-	-	-	-	6,900	0.67
스포츠 용품업	운동 및 경기용품업	4,261	2.12	29,653	11.06	3,700	3.60	208,470	20.20
	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	-	-	51,285	19.12	28,848	28.07	592,701	57.43
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	120	0.06	255	0.09	1,947	1.90	-	-
	스포츠정보 서비스업	-	-	140	0.05	659	0.65	1,862	0.18
	스포츠 교육기관	186,009	92.68	-	-	4,465	4.34	22,128	2.15



2018년 5대 생활스포츠 종목(야구, 축구, 농구, 배구, 골프)의 중분류별 매출액을 살펴보면, 골프는 스포츠 시설 운영업, 야구, 축구, 농구, 배구는 운동 및 경기용품 유통 및 임대업의 매출액 규모가 가장 높은 것으로 나타났다.

〈표 2-39〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 분류별 매출액(중분류별)

(단위 : 백만 원, %)

구분		야구		축구		농구		배구		골프	
대분류	중분류	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
합계		1,697,317	100	3,864,997	100	1,416,002	100	373,205	100	16,697,189	100
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	279,356	16.5	195,118	5.0	33,823	2.4	3,700	1.0	7,558,177	45.3
	스포츠시설 건설업	6,360	0.4	26,153	0.7	15,707	1.1	3,392	0.9	580,228	3.5
스포츠 용품업	운동 및 경기용품업	308,868	18.2	478,406	12.4	386,508	27.3	113,588	30.4	896,978	5.4
	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	745,706	43.9	2,538,117	65.7	668,104	47.2	163,927	43.9	6,592,467	39.5
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	14,138	0.8	168,125	4.3	31,134	2.2	7,654	2.1	95,705	0.6
	스포츠정보 서비스업	14,346	0.8	135,699	3.5	154,982	10.9	79,882	21.4	37,313	0.2
	스포츠 교육기관	2,201	0.1	258,153	6.7	89,618	6.3	1,062	0.3	22,129	0.1
	기타 스포츠 서비스업	326,342	19.2	65,226	1.7	36,126	2.6	-	-	914,192	5.5

3) 종사자 수

4대 프로스포츠 종목(야구, 축구, 농구, 배구)을 영위하는 사업체의 총 종사자수는 78,535명으로 집계되었으며, 그 중 축구산업이 42,176명으로 가장 많고, 다음으로 농구산업 17,664명, 야구 13,198명, 배구 5,497명 순으로 나타났다.

〈표 2-40〉 '15년 종목별 스포츠산업 사업종류별 종사자 수

(단위 : 명, %)

구분	합계		야구		축구		농구		배구	
	종사자	비중	종사자	비중	종사자	비중	종사자	비중	종사자	비중
스포츠 시설업	16,910	21.5	2,625	19.9	6,998	16.6	6,168	34.9	1,119	20.4
스포츠 용품업	51,370	65.4	8,342	63.2	29,944	71.0	9,638	54.6	3,446	62.7
스포츠 서비스업	10,255	13.1	2,231	16.9	5,234	12.4	1,858	10.5	932	17.0
합계	78,535	100.0	13,198	100.0	42,176	100.0	17,664	100.0	5,497	100.0

4대 생활스포츠 종목(당구, 배드민턴, 자전거, 태권도)을 영위하는 사업체의 총 종사자수는 55,778명으로 집계 되었으며, 그 중 태권도산업이 22,887명으로 가장 많고, 다음으로 당구산업 20,278명, 자전거 8,634명, 배드민턴 3,979명 순으로 나타나, 4대 종목 중 태권도산업이 가장 많은 종사자수를 보유하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-41〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 종사자 수

(단위 : 명, %)

구 분	합계		당구		배드민턴		자전거		태권도	
	종사자	비중	종사자	비중	종사자	비중	종사자	비중	종사자	비중
스포츠 시설업	22,508	40.4	19,913	98.2	2,012	50.6	465	5.4	118	0.5
스포츠 용품업	8,732	15.6	347	1.7	1,219	30.6	6,966	80.7	200	0.9
스포츠 서비스업	24,538	44.0	18	0.1	748	18.8	1,203	13.9	22,569	98.6
합 계	55,778	100.0	20,278	100.0	3,979	100.0	8,634	100.0	22,887	100.0

2017년 4대 생활스포츠 종목(요가, 볼링, 탁구, 수영)의 총 종사자수는 17,947명으로 집계되었으며, 그 중 수영 산업이 6,423명으로 가장 많고, 다음으로 요가 산업 5,506명, 볼링 산업 3,270명, 탁구 산업 2,748명 순으로 나타나, 4대 종목 중 수영 산업이 가장 많은 종사자수를 보유하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-42〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 종사자 수

(단위 : 명, %)

구 분	합계		요가		볼링		탁구		수영	
	종사자	비중	종사자	비중	종사자	비중	종사자	비중	종사자	비중
스포츠 시설업	8,890	49.53	297	5.40	2,908	88.93	2,414	87.85	3,271	50.93
스포츠 용품업	3,150	17.55	39	0.70	350	10.70	205	7.46	2,556	39.79
스포츠 서비스업	5,907	32.92	5,170	93.90	11	0.34	130	4.73	596	9.28
합 계	17,947	100	5,506	100	3,270	100	2,748	100	6,423	100

2018년 5대 생활스포츠 종목(야구, 축구, 농구, 배구, 골프)의 총 종사자수는 233,943명으로 집계되었으며, 그 중 골프 산업이 133,207명으로 가장 많고, 다음으로 축구 산업 53,279명, 농구 산업 21,919명, 야구 산업 20,491명, 배구 산업 5,047명 순으로 나타나, 5대 종목 중 골프 산업이 가장 많은 종사자수를 보유하고 있는 것으로 나타났다.



〈표 2-43〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 종사자 수

(단위 : 명, %)

구분	합계		야구		축구		농구		배구		골프	
	종사자	비중	종사자	비중	종사자	비중	종사자	비중	종사자	비중	종사자	비중
스포츠 시설업	108,290	46.3	4,581	22.4	6,944	13.0	4,814	22.0	753	14.9	91,198	68.5
스포츠 용품업	93,382	39.9	11,021	53.8	33,272	62.4	13,061	59.6	3,281	65.0	32,747	24.6
스포츠 서비스업	32,271	13.8	4,889	23.9	13,063	24.5	4,044	18.4	1,013	20.1	9,262	7.0
합계	233,943	100	20,491	100	53,279	100	21,919	100	5,047	100	133,207	100

4대 프로스포츠 종목(야구, 축구, 농구, 배구)을 영위하는 사업체의 중분류별 종사자 수를 살펴보면, 야구, 축구, 농구, 배구산업 모두 운동 및 경기용품 소매업의 종사자 수가 가장 많은 것으로 나타났다.

〈표 2-44〉 '15년 종목별 스포츠산업 산업분류별 종사자 수(중분류별)

(단위 : 명, %)

대분류	구분	야구		축구		농구		배구	
		종사자수	비율	종사자수	비율	종사자수	비율	종사자수	비율
	합계	13,198	100.0	42,176	100.0	17,664	100.0	5,497	100.0
스포츠 시설업	경기장 운영업	291	2.2	733	1.7	532	3.0	135	2.5
	참여스포츠 시설 운영업	539	4.1	2,385	5.7	4,580	25.9	597	10.9
	기타스포츠시설 운영업	470	3.6	157	0.4	-	-	-	-
	스포츠시설 건설업	1,325	10.0	3,723	8.8	1,056	6.0	387	7.0
스포츠 용품업	운동 및 경기용품 제조업	808	6.1	480	1.1	526	3.0	214	3.9
	스포츠 의류 및 관련 섬유제품 제조업	1,962	14.9	4,366	10.4	750	4.2	962	17.5
	스포츠 가방 및 신발 제조업	321	2.4	975	2.3	661	3.7	225	4.1
	운동 및 경기용품 도매업	977	7.4	3,257	7.7	1,121	6.3	332	6.0
	운동 및 경기용품 소매업	4,274	32.4	20,826	49.4	6,560	37.1	1,713	31.2
	운동 및 경기용품 임대업	0	0.0	40	0.1	20	0.1	-	-
스포츠 서비스업	스포츠 경기업	561	4.3	930	2.2	233	1.3	39	0.7
	스포츠 베팅업	47	0.4	142	0.3	47	0.3	9	0.2
	스포츠 마케팅업	775	5.9	1,459	3.5	683	3.9	745	13.6
	스포츠 미디어업	311	2.4	237	0.6	167	0.9	105	1.9
	스포츠 교육기관	89	0.7	1,518	3.6	620	3.5	34	0.6
	스포츠 게임 개발 및 공급업	448	3.4	948	2.2	108	0.6	-	-

4대 생활스포츠 종목(당구, 배드민턴, 자전거, 태권도)을 영위하는 사업체의 중분류별 종사자 수를 살펴보면 당구와 배드민턴사업은 스포츠시설 운영업에 가장 종사자가 많았고 자전거 산업은 운동 및 경기용품 유통 및 임대업에, 태권도는 스포츠 교육기관에 종사자가 가장 많은 것으로 나타났다.

〈표 2-45〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 산업분류별 종사자 수(중분류별)

(단위 : 명, %)

구분		당구		배드민턴		자전거		태권도	
대분류	중분류	종사자수	비율	종사자수	비율	종사자수	비율	종사자수	비율
합계		20,278	100.0	3,979	100.0	8,634	100.0	22,887	100.0
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	19,913	98.2	1,997	50.2	457	5.3	118	0.5
	스포츠시설 건설업	-	-	15	0.4	8	0.1	-	-
스포츠 용품업	운동 및 경기용품업	86	0.4	119	3.0	453	5.3	85	0.4
	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	261	1.3	1,100	27.7	6,513	75.4	115	0.5
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	8	0.1	682	17.1	1,141	13.2	197	0.9
	스포츠정보 서비스업	4	0.0	46	1.1	59	0.7	9	0.0
	스포츠 교육기관	6	0.0	20	0.5	3	0.0	22,363	97.7

이어 2017년 4대 생활스포츠 종목(요가, 볼링, 탁구, 수영)을 영위하는 사업체의 중분류별 종사자 수를 살펴보면 요가, 볼링, 탁구, 수영 사업은 스포츠시설 운영업에 가장 종사자가 많은 것으로 나타났다.

〈표 2-46〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 산업분류별 종사자 수(중분류별)

(단위 : 명, %)

구분		요가		볼링		탁구		수영	
대분류	중분류	종사자수	비율	종사자수	비율	종사자수	비율	종사자수	비율
합계		5,506	100	3,269	100	2,749	100	6,424	100
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	297	5.40	2,908	88.96	2,414	87.81	3,244	50.50
	스포츠시설 건설업	-	-	-	-	-	-	27	0.42
스포츠 용품업	운동 및 경기용품업	-	-	85	2.60	33	1.20	594	9.25
	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	39	0.71	265	8.10	172	6.26	1,963	30.56
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	6	0.10	9	0.28	26	0.95	36	0.56
	스포츠정보 서비스업	-	-	2	0.06	9	0.32	-	0
	스포츠 교육기관	5164	93.79	-	-	95	3.46	560	8.72



2018년 5대 생활스포츠 종목(야구, 축구, 농구, 배구, 골프)을 영위하는 사업체의 중분류별 종사자 수를 살펴보면 골프 산업은 스포츠시설 운영업에, 야구, 축구, 농구, 배구는 운동 및 경기용품 유통 및 임대업에 가장 종사자가 많은 것으로 나타났다.

〈표 2-47〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 산업분류별 종사자 수(중분류별)

(단위 : 명, %)

구분		야구		축구		농구		배구		골프	
대분류	중분류	종사자수	비율	종사자수	비율	종사자수	비율	종사자수	비율	종사자수	비율
합계		21,919	100	53,280	100	21,919	100	5,047	100	133,207	100
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	4,406	20.1	6,316	11.9	4,406	20.1	652	12.9	89,667	67.3
	스포츠시설 건설업	409	1.9	628	1.2	409	1.9	101	2.0	1,531	1.1
스포츠 용품업	운동 및 경기용품업	2,993	13.7	6,366	11.9	2,993	13.7	1,513	30.0	4,337	3.3
	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	10,068	45.9	26,907	50.5	10,068	45.9	1,768	35.0	28,410	21.3
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	823	3.8	4,096	7.7	823	3.8	442	8.8	1,955	1.5
	스포츠정보 서비스업	733	3.3	1,248	2.3	733	3.3	518	10.3	1,332	1.0
	스포츠 교육기관	1,896	8.7	5,730	10.8	1,896	8.7	53	1.1	177	0.1

5 스포츠시설업 현황

1) 체육시설업 총괄

2018년을 기준으로 우리나라 전체 체육시설은 등록체육시설업이 511개, 신고체육시설업이 56,343개로 총 56,854개가 운영 중인 것으로 파악되었다. 시도별로는 경기도가 14,048개로 가장 많은 것으로 나타났으며, 그 다음이 11,279개인 서울이었다.

〈표 2-48〉 '18년 시·도별 체육시설 총괄

(단위 : 업소수 : 개소, 면적 : m²)

시·도	계		등록체육시설업		신고체육시설업	
	업소수	면적	업소수	면적	업소수	면적
계	56,854	528,040,493	511	495,173,592	56,343	32,866,901
서울	11,279	2,907,050	-	-	11,279	2,907,050
부산	3,108	10,008,525	10	8,745,747	3,098	1,262,778
대구	2,402	1,843,326	2	950,470	2,400	892,856
인천	3,233	11,454,388	11	10,147,781	3,222	1,306,607
광주	1,641	2,682,732	4	2,095,341	1,637	587,391
대전	1,727	2,335,654	3	1,734,206	1,724	601,448
울산	1,464	4,368,136	4	3,908,637	1,460	459,499
세종	264	2,595,392	2	2,511,500	262	83,892
경기	14,048	170,251,400	155	162,157,878	13,893	8,093,522
강원	2,005	77,894,350	74	76,370,634	1,931	1,523,716
충북	1,789	37,583,506	37	35,574,845	1,752	2,008,661
충남	1,816	12,587,886	14	11,174,493	1,802	1,413,393
전북	2,214	27,253,931	26	24,327,125	2,188	2,926,806
전남	2,422	37,141,225	41	35,311,975	2,381	1,829,250
경북	3,301	47,201,480	47	44,186,232	3,254	3,015,248
경남	3,344	44,304,093	40	42,360,742	3,304	1,943,351
제주	797	35,627,419	41	33,615,986	756	2,011,433



2) 업종별 현황

(1) 등록체육시설업

2018년을 기준으로 전국에는 511개의 등록체육시설업이 운영 중이며, 이중 골프장이 487개로 가장 많은 것으로 나타났으며, 스키장 18개, 자동차 경주장 6개가 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-49〉 '18년 전국 등록체육시설업

(단위 : 개소, ㎡, 홀)

업종별	구분	업소수 (개소)	면적 (㎡)	시설규모
합계		511	495,644,195	
골프장	소계	487	466,609,460	홀수 : 9,147홀
	회원제	177	215,100,118	홀수 : 3,971홀
	정규대중	-	-	-
	일반대중	310	251,509,342	홀수 : 5,176홀
	간이	-	-	-
스키장		18	25,415,977	슬로프 : 200면
자경 동주 차장	소계	6	3,148,154	트랙면적 : 231,985㎡
	2륜차	2	1,232,088	트랙면적 : 73,441㎡
	4륜차	4	1,916,067	트랙면적 : 158,544㎡

• 골프장

2018년 기준, 전국 487개의 골프장 중 회원제는 177개, 대중제는 310개가 운영 중인 것으로 나타났으며, 시도별로는 경기도가 회원제 72개, 대중제가 77개, 총 149개로 가장 많은 것으로 파악되었다.

〈표 2-50〉 '18년 전국 시도별 골프장 현황

(단위 : 개소, ㎡, 홀)

구분	시·도별	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산
총 계	업소수	487	-	10	2	10	4	3	4
	면적	466,609,461	-	8,745,747	950,470	9,906,001	2,095,341	1,734,206	3,908,637
	홀수	9,147	-	182	27	242	45	36	81
회 원 제	업소수	177	-	6	1	2	1	1	2
	면적	215,100,118	-	7,282,508	769,047	1,583,831	877,423	1,156,423	2,854,062
대 중 제	홀수	3,971	-	135	18	36	18	18	54
	업소수	310	-	4	1	8	3	2	2
	면적	251,509,342	-	1,463,239	181,423	8,322,170	1,217,918	577,783	1,054,575
	홀수	5,176	-	47	9	206	27	18	27

세 종	경 기	강 원	충 북	충 남
2	149	60	36	14
2,511,500	158,348,830	56,978,697	35,027,620	11,174,493
45	2,906	1,085	694	250
1	72	18	11	5
1,501,840	94,951,978	21,965,003	11,191,301	4,889,836
27	1,666	414	225	100
1	77	42	25	9
1,009,660	63,396,852	35,013,694	23,836,319	6,284,657
18	1,240	671	469	150

전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
25	41	47	39	41
20,289,525	35,311,975	44,186,232	41,824,200	33,615,986
437	726	882	783	726
4	7	13	14	19
3,444,399	8,252,070	16,226,534	19,313,894	18,839,969
72	153	315	342	378
21	34	34	25	22
16,845,126	27,059,905	27,959,698	22,510,306	14,776,017
365	573	567	441	348

• 스키장

2018년으로 기준으로 전국에는 18개의 스키장이 운영 중이며, 이중 강원도에 10개, 경기도에 5개가 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-51〉 '18년 전국 스키장 현황

(단위 : 개소)

구 분 \ 시·도별	전 국	경 기	강 원	충 북	전 북	경 남
업 소 수	18	5	10	1	1	1
면 적	25,415,977	3,366,848	16,927,762	547,225	4,037,600	536,542
슬 로 프 수	200	31	125	7	30	7



• 자동차 경주장

2018년 기준으로 전국에는 4개의 4륜차 경주장이 운영 중이며, 이중 강원도에 2개, 인천과 경기도에 각각 1개가 분포되어 있는 것으로 나타났으며 2륜차 경주장은 강원도에 2개가 위치하고 있다.

〈표 2-52〉 '18년 전국 자동차 경주장 현황

(단위 : 개소, m²)

구 분 \ 시·도별		전 국	인 천	경 기	강 원
소 계	업 소 수	6	1	1	4
	면 적	3,148,154	241,780	422,199	2,464,176
	트랙면적	231,985	30,610	54,493	146,882
2 륜 차	업 소 수	2	-	-	2
	면 적	1,232,088	-	-	1,232,088
	트랙면적	73,441	-	-	73,441
4 륜 차	업 소 수	4	1	1	2
	면 적	1,916,067	241,780	422,199	1,232,088
	트랙면적	158,544	30,610	54,493	73,441

(2) 신고체육시설업

2018년을 기준으로 전국에는 총 56,343개의 신고체육시설이 운영 중이며, 이중 당구장이 20,724개로 가장 많았으며, 그다음으로 태권도장이 11,091개인 것으로 나타났다. 또한 골프연습장은 10,335개가 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-53〉 '18년 전국 신고체육시설 현황

(단위 : 개소, m², 척, 타석)

업종별	구 분	업소수 (개소)	면 적 (m ²)	시 설 규 모
	합 계	56,343	32,866,901	
	요 트 장	18	206,545	요트수 : 187척
	조 정 장	-	-	-
	카 누 장	3	47,208	카누수 : 65척
	빙 상 장	35	97,592	빙판면적 : 48,010m ²
	승 마 장	164	3,250,322	마장면적 : 601,204m ²
	종합체육시설	282	1,179,805	총 면적 : 610,303m ²

업종별	구 분		업소수 (개소)	면 적 (㎡)	시 설 규 모
수영장	소 계		782	3,523,495	수영조면적 : 433,015㎡
	실 내		612	1,475,603	수영조면적 : 285,079㎡
	실 외		170	2,047,892	수영조면적 : 147,936㎡
체육도장	소 계		13,998	3,366,293	운동전용면적 : 1,876,345㎡
	권 투		1,445	369,150	운동전용면적 : 238,236㎡
	레슬링		47	11,853	운동전용면적 : 8,192㎡
	유 도		516	103,016	운동전용면적 : 70,317㎡
	검 도		786	189,789	운동전용면적 : 124,479㎡
	태권도		11,091	2,673,256	운동전용면적 : 1,419,859㎡
	우 슈		113	19,229	운동전용면적 : 15,262㎡
	소 계		10,335	11,563,386	타석수 : 110,104타석
골프 연습장	실 내	일반	2,908	1,378,224	타석수 : 23,946타석
		병행 (일반+스크린)	1,438	693,234	일반타석수 : 8,211타석 스크린타석수 : 6,102타석
	실 외	일반	1,004	6,446,110	타석수 : 34,524타석
		병행 (일반+스크린)	201	948,046	일반타석수 : 6,408타석 스크린타석수 : 1,091타석
	스크린		4,784	2,097,772	타석수 : 29,822타석
	체력단련장		9,046	3,590,741	운동전용면적 : 2,270,521㎡
당 구 장		20,724	4,912,986	당구대수 : 135,160대	
썰 매 장		128	964,987	슬로프길이 : 44,671m	
무 도 장		72	32,929	바닥면적 : 19,105㎡	
무 도 학 원		756	130,615	바닥면적 : 91,604㎡	

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

• 요트장

2018년 기준으로 전국에는 총 18개의 요트장이 운영 중이며, 이중 경남에 9개가 위치하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-54〉 '18년 전국 요트장 현황

(단위 : 개소, ㎡, 척)

구 분 \ 시·도별	전 국	서 울	충 남	전 남	경 북	경 남	제 주
업 소 수	18	1	1	1	2	9	4
면 적	206,545	27,620	-	16,283	210	118,354	44,078
요 트 수	187	34	-	1	5	117	30



• 빙상장

2018년을 기준으로 전국에는 35개의 빙상장이 운영 중이며, 이중 서울에 13개, 충남 5개, 경기 3개, 대구 3개, 그리고 부산, 강원, 충북에 각 2개가 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-55〉 '18년 전국 빙상장 현황

(단위 : 개소, m²)

시·도별 구 분	전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산
업 소 수	35	13	2	3	1	-	-	-
면 적	97,592	35,092	5,232	6,393	3,982	-	-	-
빙 판 면 적	48,010	12,032	4,075	4,071	-	-	-	-

세 증	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
-	3	2	2	5	-	1	3	-	-
-	6,481	4,530	4,431	13,922	-	2,661	14,868	-	-
-	3,278	4,530	4,431	9,594	-	2,042	3,957	-	-

• 카누장

2018년을 기준으로 전국에는 3개의 카누장이 운영 중이며, 경남에만 3개가 위치하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-56〉 '18년 전국 카누장 현황

(단위 : 개소, m², 척)

시·도별 구 분	전 국	경 남	경남 외 지역
업 소 수	3	3	-
면 적	47,208	47,208	-
카 누 수	65	65	-

• 승마장

2018년을 기준으로 전국에는 총 164개의 승마장이 운영 중이며, 이중 경기도가 가장 많은 50개를 보유하고 있었으며, 그다음으로 제주가 26개인 것으로 나타났다.

〈표 2-57〉 '18년 전국 승마장 현황

(단위 : 개소, m²)

구 분 \ 시·도별	전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산	
업 소 수	164	-	4	1	4	-	3	1	
면 적	3,250,322	-	29,196	4,152	4,952	-	32,317	891	
마 장 면 적	601,204	-	11,084	642	2,927	-	7,845	368	
세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
-	50	4	7	6	13	9	21	15	26
-	1,077,744	63,366	28,295	54,744	177,775	86,229	520,287	202,639	967,735
-	156,730	14,409	12,743	15,056	37,885	23,342	258,578	30,260	29,335

• 종합체육시설

2018년을 기준으로 전국에는 총 282개의 종합체육시설이 운영 중이며, 이중 서울에 92개, 경기도에 69개가 위치하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-58〉 '18년 전국 종합체육시설 현황

(단위 : 개소, m²)

구 분 \ 시·도별	전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산	
업 소 수	282	92	21	14	7	8	7	5	
면 적	1,179,805	315,865	58,596	43,973	15,779	13,215	18,764	8,532	
총 면 적	610,303	176,700	30,162	36,780	6,244	13,216	18,764	4,560	
세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
1	69	6	8	4	4	5	15	13	3
1,301	324,308	10,173	63,475	9,002	5,761	202,803	51,172	32,316	4,770
1,301	235,954	9,865	6,880	6,920	5,760	81,490	36,351	14,060	6,786



• 수영장

2018년을 기준으로 전국에는 총 782개의 수영장이 운영 중이며, 이중 실내 수영장이 612개, 실외 수영장이 170개인 것으로 나타났다. 또한 시도별로는 경기도가 224개, 서울이 126개, 강원도가 46개의 수영장을 보유한 것으로 파악되었다.

〈표 2-59〉 '18년 전국 수영장 현황

(단위 : 개소, m²)

구분	시·도별	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산
총계	업소수	782	126	44	26	30	18	30	14
	면적	3,523,495	162,099	60,409	34,637	157,283	51,919	59,278	18,278
	수영조	433,015	47,125	17,632	11,531	14,532	47,205	17,931	4,661
실내	업소수	612	113	37	23	23	17	29	11
	면적	1,475,603	112,636	30,442	26,535	124,892	51,559	56,985	11,284
	수영조	285,079	31,834	8,694	8,480	8,984	46,845	16,133	2,936
실외	업소수	170	13	7	3	7	1	1	3
	면적	2,047,892	49,463	29,967	8,102	32,391	360	2,293	6,994
	수영조	147,936	15,291	8,938	3,051	5,548	360	1,798	1,725
세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
10	224	46	16	36	26	40	37	32	27
18,668	474,296	160,186	38,939	71,428	1,241,799	266,789	95,396	46,482	565,609
3,833	114,080	29,818	8,118	25,392	10,601	20,299	16,567	14,667	29,023
7	169	33	12	26	17	31	25	25	14
14,843	150,091	57,350	24,863	54,118	16,651	211,554	52,679	32,784	446,337
3,833	53,502	18,837	5,186	20,143	5,435	16,486	9,306	8,836	19,609
3	55	13	4	10	9	9	12	7	13
3,825	324,205	102,836	14,076	17,310	1,225,148	55,235	42,717	13,698	119,272
-	60,578	10,981	2,932	5,249	5,166	3,813	7,261	5,831	9,414

• 체육도장

2018년을 기준으로 전국에는 총 13,998개의 체육도장이 운영 중이며, 이중 태권도장이 11,091개로 가장 많은 것으로 나타났다. 시도별로 살펴보면, 경기도가 가장 많은 3,073개, 그다음으로 서울에 1,685개가 운영 중인 것으로 파악되었다.

〈표 2-60〉 '18년 전국 체육도장 현황

(단위 : 개소, m²)

구분 \ 시·도별		전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산
총계	업소수	13,998	2,355	849	767	852	505	453	329
	면적	3,366,293	310,727	155,475	131,491	131,236	75,368	79,695	81,961
권투	업소수	1,445	385	69	73	93	45	40	46
	면적	369,150	90,748	18,768	18,924	19,889	9,851	8,600	9,936

구분 \ 시·도별		전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산
레슬링	업소수	47	9	6	1	6	1	3	1
	면적	11,853	1,245	2,110	129	1,112	215	625	210
유도	업소수	516	99	45	23	28	17	17	6
	면적	103,016	13,875	6,884	4,118	4,751	2,884	3,371	1,087
검도	업소수	786	159	58	34	44	19	22	14
	면적	189,789	24,305	11,302	7,437	8,635	3,799	4,689	3,042
태권도	업소수	11,091	1,685	665	627	675	420	365	260
	면적	2,673,256	178,512	115,578	98,856	95,953	57,810	61,484	67,342
우슈	업소수	113	18	6	9	6	3	6	2
	면적	19,229	2,042	833	2,027	896	809	926	344

세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
104	3,820	384	384	467	523	515	797	832	62
19,985	745,367	108,079	607,044	157,097	103,266	218,926	274,491	151,230	14,855
7	403	26	48	40	33	37	49	47	4
1,312	81,748	8,831	27,280	11,418	6,952	15,616	26,772	10,547	1,958
2	11	1	-	-	-	5	-	1	-
233	4,186	383	-	-	-	1,404	-	1	-
1	125	19	21	18	16	25	22	29	5
148	26,021	9,567	7,818	3,168	3,299	6,529	4,326	4,874	296
8	185	31	29	22	34	39	42	44	2
3,201	45,455	12,938	8,327	7,845	7,075	15,692	16,700	8,953	394
86	3,073	299	285	382	432	407	678	701	51
15,091	584,489	74,670	563,507	133,787	84,251	179,131	225,439	125,149	12,207
-	23	8	1	5	8	2	6	10	-
-	3,468	1,690	112	879	1,689	554	1,254	1,706	-



• **골프연습장**

2018년을 기준으로 전국에는 총 10,335개의 골프 연습장이 운영 중이며, 이중 실내연습장은 4,346개, 실외 연습장은 1,205개, 스크린 연습장은 4,784개인 것으로 파악되었다. 시도별로는, 경기도에 가장 많은 2,737개가 위치하고 있었으며, 그다음으로 서울에 1,930개가 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-61〉 '18년 전국 골프연습장 현황

(단위 : 개소, ㎡, 타석)

구분	시·도별	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산
총계	업소수	10,335	1,930	568	479	447	203	285	372
	면적	11,564,384	806,926	501,544	359,015	512,983	170,948	165,472	149,499
	타석수	110,104	17,631	5,724	5,419	5,095	2,976	2,301	2,906
실내	업소수	4,346	1,143	268	255	202	71	81	173
	면적	2,071,458	391,643	92,300	126,252	76,637	25,907	16,344	88,529
	타석수	38,259	10,150	1,910	2,766	1,835	602	265	1,819
실외	업소수	1,205	84	71	44	41	27	41	42
	면적	7,395,156	155,968	303,538	148,697	361,826	92,481	89,719	-
	타석수	42,023	2,963	2,426	1,518	1,864	1,593	1,137	105
스크린	업소수	4,784	703	229	180	204	105	163	157
	면적	2,097,772	259,316	105,705	84,066	74,521	52,560	59,409	60,970
	타석수	29,821	4,518	1,388	1,135	1,396	780	899	982
세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
36	2,737	368	381	226	400	363	691	695	154
25,321	3,080,018	771,412	618,210	715,193	537,460	557,650	1,418,822	890,850	283,061
106	29,554	4,830	3,986	3,348	3,914	4,194	8,020	8,673	1,427
3	1,012	108	134	53	132	121	218	315	57
691	414,803	65,011	48,965	27,075	21,272	49,945	268,328	268,635	89,121
20	8,172	1,255	1,172	465	620	916	2,328	3,411	553
6	256	72	58	61	59	83	116	101	43
13,186	1,939,463	624,424	498,628	631,705	428,884	446,497	984,281	503,156	172,703
86	12,079	1,792	1,703	2,237	1,999	2,485	3,749	3,510	777
27	1,469	188	189	112	209	159	357	279	54
11,444	725,752	81,977	70,617	56,412	87,304	61,209	166,213	119,060	21,237
-	9,303	1,783	1,111	646	1,295	793	1,943	1,752	97

• 체력단련장

2018년을 기준으로 전국의 체력단련장은 총 9,046개가 있는 것으로 나타났으며, 이중 서울에 2,378개, 경기도에 1,979개가 위치하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-62〉 '18년 체력단련장 현황

(단위 : 개소, m²)

시·도별 구분	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	
업소수	9,046	2,378	643	428	452	250	313	179	
면적	3,590,741	690,341	241,529	162,939	200,507	88,904	113,723	62,970	
운동전용면적	2,270,521	329,555	194,415	120,042	153,240	81,137	106,803	56,135	
세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
36	1,979	235	260	273	270	269	447	512	122
7,351	691,839	91,240	138,213	135,869	124,731	253,375	339,784	179,765	67,661
7,351	537,247	88,962	66,679	64,487	104,589	78,003	117,835	123,697	40,344

• 당구장

2018년을 기준으로 전국에는 총 20,724개가 있는 것으로 나타났으며, 이중 경기도에 4,818개, 서울에 4,279개가 운영 중인 것으로 파악되었다.

〈표 2-63〉 '18년 전국 당구장 현황

(단위 : 개소, m², 개)

시·도별 구분	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	
업소수	20,724	4,279	912	591	1,400	616	594	541	
면적	4,912,986	502,600	188,324	129,913	248,206	180,752	121,027	120,413	
당구대	135,160	21,439	7,466	4,940	9,881	4,501	4,194	3,170	
세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
74	4,818	844	663	750	913	1,131	1,167	1,124	307
11,085	1,422,115	157,389	279,156	203,341	687,461	166,850	202,464	235,170	56,720
324	33,799	5,118	4,229	5,431	7,162	7,196	6,817	7,594	1,899



• 스포츠장

2018년 기준으로 전국에 스포츠장은 총 128개가 있는 것으로 나타났다. 시도별로는 경기도에 33개, 강원도에 26개가 운영 중이며 경북은 11개가 운영 중인 것으로 파악되었다.

〈표 2-64〉 '18년 전국 스포츠장 현황

(단위 : 개소, ㎡, m)

시·도별 구분	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	
업소수	128	4	3	3	4	1	1	2	
면적	964,987	38,938	14,575	7,335	27,297	3,000	3,814	14,732	
슬로프길이	44,671	150	32,516	265	260	70	115	171	
세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
-	33	26	9	7	7	8	11	8	1
-	242,143	154,235	219,883	48,109	42,171	42,485	76,132	29,640	498
-	3,651	3,002	1,015	377	947	702	1,064	366	-

• 무도장

2018년을 기준으로 전국에는 총 72개의 무도장인 운영 중이며, 이중 경기도에 가장 많은 20개가 위치하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-65〉 '18년 전국 무도장 현황

(단위 : 개소, ㎡)

시·도별 구분	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	
업소수	72	13	-	4	1	-	1	-	
면적	32,929	4,612	-	1,669	510	-	445	-	
바닥면적	19,105	3,243	-	1,514	458	-	425	-	
세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
-	20	1	7	8	1	8	4	3	1
-	8,194	604	9,564	1,551	318	2,872	1,374	821	395
-	7,179	604	1,164	1,114	318	897	1,150	724	315

• 무도학원

2018년을 기준으로 전국에는 총 756개의 무도학원이 운영 중이며, 이중 경기도에 가장 많은 140개, 그다음으로 서울에 88개가 위치하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-66〉 '18년 전국 무도학원 현황

(단위 : 개소, m²)

구 분 \ 시·도별	전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산	
업 소 수	756	88	52	84	24	36	37	17	
면 적	130,615	12,229	7,900	11,339	3,869	3,286	6,914	2,224	
바닥면적	91,604	9,343	6,904	9,025	2,838	3,032	5,794	1,660	
세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
1	140	15	15	19	31	31	59	58	49
181	21,018	2,502	2,451	3,137	6,064	12,326	20,248	8,876	6,051
181	17,507	2,402	2,342	2,586	4,942	3,753	9,666	5,014	4,615



제3장

스포츠산업 수요 현황

2018 Sport Industry White Paper



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 총칭권을 연고로 한 빙그레(현재 한화)가 창단되었고, 1991년 전복을 연고로 한 쌍방울, 2000년 SK(인천 연고), 2011년 NC(마산 연고), 2013년 kt(수원 연고) 창단 이후 2018년 현재 10개 구단(두산 베어스, LG 트윈스, KIA 타이거즈, 삼성 라이온즈, 롯데 자이언츠, 한화 이글스, 넥센 히어로즈, SK 와이번스, NC 다이노스, kt 위즈) 체제로 운영되고 있다. 야구 관중 수를 살펴보면 개막 원년인 1982년 첫째 143만 명을 기록한 이후 2016년에는 최초로 800만 명의 관중 동원으로 프로야구 역사상 역대 최고 관중 수를 기록하였고, 2016년 834만 관중을 시작으로 2017년 840만, 2018년 807만 명으로 3년 연속 800만 관중 기록을 이어온 KBO리그의 인기는 상승세로 가고 있다. 2017년 관중 수는 총 8,400,688명으로 1년 만에 지난해 역대 최다 관중을 넘어섰다. 이는 2년 연속 최초 800만 관중 시대로 2015년 이후로는 3년 연속 최다 관중 기록을 갱신하였고, 2018년 관중 수는 총 8,073,742명을 기록하였다. 개막 원년 143만 명에서 포스트시즌까지 포함하면 총 158만 명이었던 연간 관중 수는, 2017년 총 전체 관중은 840만 668명으로 6배 가까이 증가하였다. 특히 올해는 정규시즌 1위부터 4위의 순위가 마지막 날인 10월 3일 결정됐을 정도로 순위가 혼돈에 빠져들면서 미디어 및 대중들의 관심이 높아졌고, 이는 관중 증가로 자연스럽게 이어진 것으로 보여 진다. 과거에도 2008년 베이징 올림픽 금메달, 2009년 WBC 준우승, 2010년 아시안 게임 금메달 획득, 2015년 10개 구단 체제로 늘어난 경기 수 및 kt 위즈 1군 리그 진입과 플레이오프 와일드 카드제 시행, 2016년 신 구장 효과(대구 삼성 라이온즈파크) 등이 관중들의 흥미를 배가시키며 관중증가와 야구 붐을 일으키는 데 일조한 원인으로 보인다.

(1) 프로야구 정규시즌 관중 수 현황

〈표 3-1〉 프로야구 관중 수 현황

(단위 : 명)

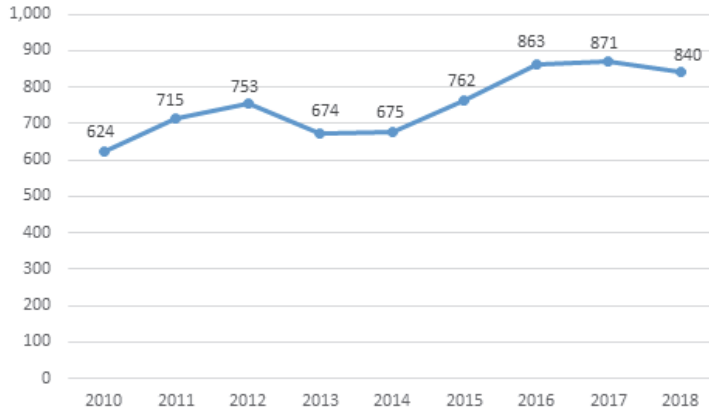
구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
관중수	6,236,626	7,154,441	7,533,408	6,744,030	6,754,619	7,622,495	8,631,829	8,713,420	8,400,502

※ 출처 : 문화체육관광부(2018 프로스포츠 경기단체 자료)



〈그림 3-1〉 프로야구 관중 수 현황

(단위 : 만 명)



(2) 프로야구 경기 수 및 평균 관중 수

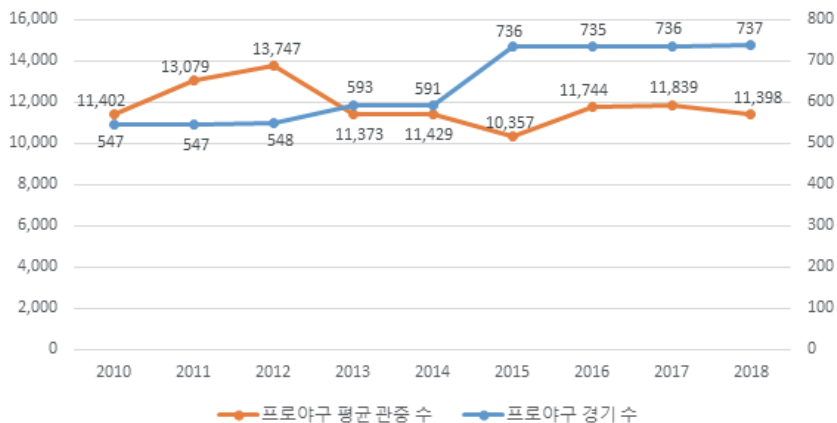
〈표 3-2〉 프로야구 정규시즌 경기 수 및 평균관중 수

(단위 : 회, 명)

구 분	구단 수	팀당 경기 수	경기 수	평균 관중
2010	8구단	133	547	11,402
2011	8구단	133	547	13,079
2012	8구단	133	548	13,747
2013	9구단	128	593	11,373
2014	9구단	128	591	11,429
2015	10구단	144	736	10,357
2016	10구단	144	735	11,744
2017	10구단	144	736	11,839
2018	10구단	144	737	11,398

※출처: 문화체육관광부(2018 프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-2〉 프로야구 정규시즌 경기 수 및 평균관중 수



프로야구 정규 시즌 경기수를 살펴보면 2012년까지는 550경기에 못 미쳤고, 2013년에는 신생 구단 NC 다이노스의 1군 리그 참가로 구단 수가 홀수가 되면서 팀당 경기수는 128경기로 줄어들었고, 총 경기수는 593경기로 증가했다. 2015년에는 kt 위즈가 새롭게 1군 리그에 합류하면서 총 736경기로 증가하였다. 프로야구 평균 관중수는 2008년에 10,429명으로 첫 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 840만 0688명(평균 1만 1,839명)의 관중을 야구장으로 불러 모았고, 2018년에는 2017년보다 관중 숫자가 감소된 807만 3742명(평균 1만 1,1398명)의 관중들이 야구장을 찾았다.

(3) 프로야구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

〈표 3-3〉 프로야구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

(단위 : 명, %)

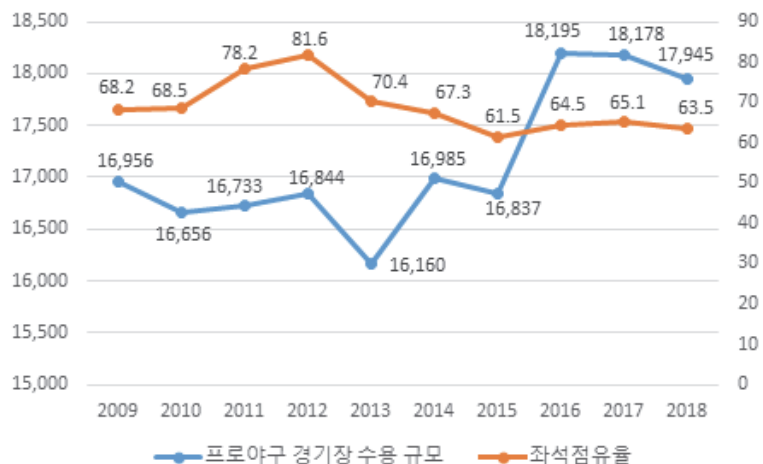
구 분	수용 규모	점유율
2009	16,956	68.2
2010	16,656	68.5
2011	16,733	78.2
2012	16,844	81.6
2013	16,160	70.4
2014	16,985	67.3
2015	16,837	61.5
2016	18,195	64.5
2017	18,178	65.1
2018	17,945	63.5

※수용규모=각 구장 매진 인원 총계/구장 수

※출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-3〉 프로야구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

(단위 : 명, %)



국내 프로야구 경기장의 수용 규모는 2009년 16,956명으로 나타났으며, 2010년 16,656명, 2011년 16,733명, 2012년 16,844명, 2013년 16,160명, 2014년 16,985명, 2015년 16,837명 2016년 18,195명, 2017년 18,178명으로 2015년 11월 고척 스카이돔 개장과 2016년 3월 대구 삼성 라이온즈 파크의 개장으로 인해 수용규모가 2016년부터 증가하였다. 그리고 2018년도에는 다시 다소 감소하여 17,945명에 그쳤다. 좌석점유율의 경우 2009년 68.2%에서 2012년 81.6%로 꾸준히 증가하는 추세를 보였으나, 2013년에는 70.4%로 감소하는 추세를 보였는데 이는 2013년 프로야구 전체 관중수의 하락에 따른 결과와 일치한다. 2016년의 좌석점유율은 고척과 대구의 신축구장으로 인해 수용규모가 커지면서 64.5%로 전년보다 다소 증가하였고, 2018년엔 전체 관중 수의 하락의 여파로 좌석점유율 또한 63.5%로 감소하였다.

(4) 프로야구 직접 관람 횟수

한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 11,374명을 사례 대상으로 프로야구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2017년) 응원 구단의 경기를 홈 경기장에서 직접 관람한 사례는 15회 이상 21.3%가 가장 높게 나타났다(1회 8.9%, 2~3회 16.2%, 4~5회 16.0%, 6~9회 13.8%, 10~14회 10.6%, 15회 이상 21.3%, 관람한 적 없음 13.2%). 또한, 지난 시즌(2017년) 응원 구단의 경기를 원정 경기장에서 직접 관람한 사례는 1회 11.5%, 2~3회 15.6%, 4~5회 8.9%, 6~9회 5.0%, 10~14회 2.7%, 15회 이상 4.6% 그리고 관람한 적 없음이 51.6%으로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-4〉 '17년 기준 프로야구 홈경기 직접 관람 횟수

(단위 : n=11,374)

구분	사례수	1회	2~3회	4~5회	6~9회	10~14회	15회이상	없음
홈경기	11,374	8.9%	16.2%	16.0%	13.8%	10.6%	21.3%	13.2%
원정경기		11.5%	15.6%	8.9%	5.0%	2.7%	4.6%	51.6%

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

(5) 프로야구 직접 관람 소비지출

한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 11,374명을 사례 대상으로 1인 기준, 프로야구 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출 하는 가를 조사한 결과 상품 구매비용은 5만원 미만이 30.2%로 가장 높은 비율로 나타났다.

〈표 3-5〉 '17년 기준 프로야구 한 시즌 상품 구매비용

(단위 : n=11,374, %)

구분	사례수	5만원 미만	5만원 ~10만원 내외	10만원 ~20만원 내외	20만원 ~30만원 내외	30만원 ~40만원 내외	40~50만원 내외	50~100만원 내외	100만원 이상	구매하지 않음
상품구입비	11,374 명	30.2	24.0	17.1	7.0	2.8	1.7	1.5	0.8	14.8

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

또한, 프로야구 1회 관람시, 1인당 지출 비용은 전체 평균 경기장 내부 식음료 구매에는 1만 6천원을, 경기장 외부 식음료 구매에는 1만 2천 3백원을, 입장권에는 1만 6천 5백 원으로 예상 되었다. 연령대별로는 경기장 내부 식음료 구매와 외부 식음료 구매의 경우 40대가 각각 2만 1천 원, 1만 6천 4백원으로 가장 높았고, 입장권 구매에서는 30대가 1만 7천 1백원으로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-6〉 '17년 기준 프로야구 1회 관람 시, 1인당 예상 지출 비용

(단위 : n=11,374, 천 원)

구분		전체	경기장 내부 식음료 구매	경기장 외부 식음료 구매	입장권
전체		11,374	16.0	12.3	16.5
성별	남자	6,152	16.4	12.4	16.5
	여자	5,222	15.6	12.1	16.6
연령대별	14세 이상	1,671	10.0	8.1	14.4
	20대	4,157	13.8	10.4	16.4
	30대	2,890	18.8	14.1	17.7
	40대	2,093	21.0	16.4	17.1
	50대	475	18.2	13.8	16.7
	60대 이상	88	15.2	12.2	14.9

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

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), K-리그 프로축구 명칭 확정(1998)하는 등 국내 프로축구 발전을 위한 부단한 노력을 꾀하였다. 이러한 노력은 2002 FIFA 한·일 월드컵축구 경기대회를 성공적으로 개최함으로써 프로축구의 중흥기를 맞게 되었다. 2013년부터 2017시즌까지는 'K리그 클래식'으로 불렸으나, 2018시즌부터 'K리그1'으로 명칭을 변경했다. 또한 K리그 2부 리그의 경우도 기존에는 'K리그 챌린지(K League Challenge)'로 불렸으나 2018 시즌부터 'K리그2'로 변경되었다.



(1) 프로축구 관중 수 현황

〈표 3-7〉 프로축구 관중 수 현황

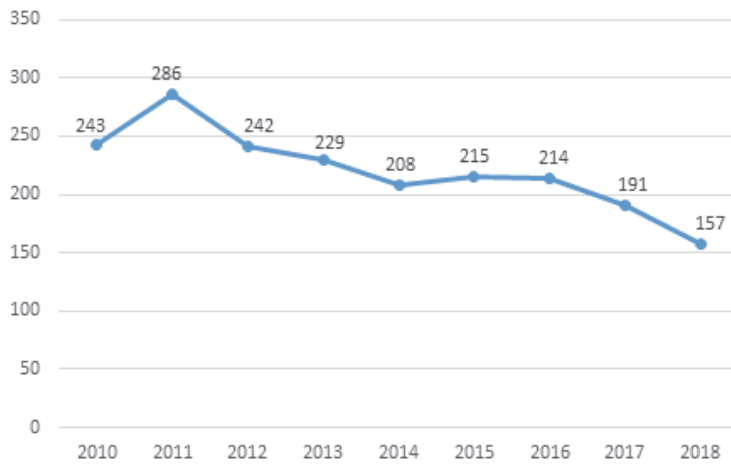
(단위 : 명)

구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
관중수	2,432,127	2,862,179	2,419,225	2,293,957	2,084,768	2,150,416	2,139,826	1,913,164	1,570,628

※출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-4〉 프로축구 관중 수 현황

(단위 : 만 명)



이러한 프로축구의 인기를 통해 1998년 관중 수가 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 총관중 수 2,862,179명을 기록하여 프로축구 출범 이래 가장 많은 관중을 동원한 해로 기록되었다. 2011년부터 2014년까지 관중 수는 감소추세를 보였으나 2015년에 다소 증가하여 2,150,416명을 기록하였고, 이후 2018년까지 지속적으로 감소하여 2018년에는 1,570,628명에 그쳤다.

(2) 프로축구 경기 수 및 평균관중 수

〈표 3-8〉 프로축구 경기 수 및 평균관중 수

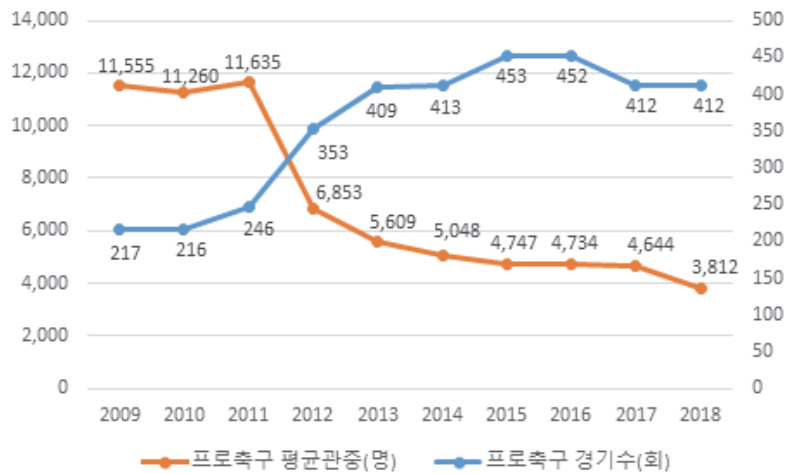
(단위 : 회, 명)

구 분	축 구	
	경기 수	평균관중
2009	217	11,555
2010	216	11,260
2011	246	11,635
2012	353	6,853
2013	409	5,609
2014	413	5,048
2015	453	4,747
2016	452	4,734
2017	412	4,644
2018	412	3,812

※경기수=정규리그+포스트시즌+올스타전(축구는 컵대회 포함)

※출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-5〉 프로축구 경기 수 및 평균관중 수



프로축구 K리그의 경기 수 및 평균 관중수를 살펴보면 2008년 총 253경기를 통해 평균 11,642명의 관중을 동원한 이후 2011년까지 지속적으로 평균 관중 10,000명 이상을 동원하였다. 2012년 K리그에서 승강제를 도입하면서 경기수가 기존보다 크게 늘어나게 되었으며, 2012년 시즌 종료 후 두 팀이 2부로 강등되면서(당해 승격 팀 없음) 2013년부터는 경기수가 크게 줄어들었다. 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 관중 수 집계제도를 시행하여 나타난 결과로 볼 수 있다. 2012년 이후 평균 관중수는 지속적으로 하락하여 2018년 3,812명에 그쳤다.

(3) 프로축구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

〈표 3-9〉 프로축구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

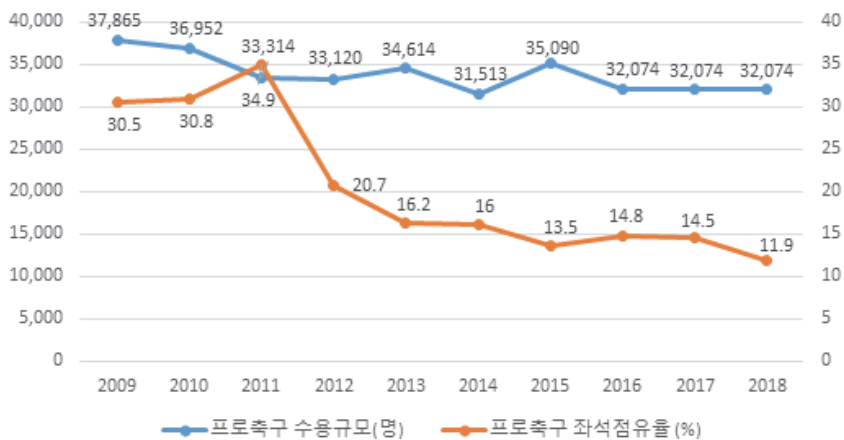
(단위 : 명, %)

구 분	축 구	
	수용 규모 (명)	좌석 점유율 (%)
2009	37,865	30.5
2010	36,952	30.8
2011	33,314	34.9
2012	33,120	20.7
2013	34,614	16.2
2014	31,513	16.0
2015	35,090	13.5
2016	32,074	14.8
2017	32,074	14.5
2018	32,074	11.9

※수용규모=각 구장 매진인원 총계/구장 수

※출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-6〉 프로축구 경기장 수용규모 및 좌석점유율



프로축구 경기장은 2008년 40,574명으로 40,000명 이상의 수용 규모를 나타내다가 2009년 이후 점차 그 규모가 줄어들어 2014년에는 최저 수준인 31,513명이었으며, 2015년에는 35,090명으로 증가하였다가 2016년부터 2018년까지는 32,074명을 유지하고 있다. 연도별 좌석 점유율을 살펴보면 2008년 28.7%로 집계되었고, 그 후 2011년까지 꾸준히 증가세를 나타내어 2011년에는 34.9%로 집계되었다. 하지만 2012년에는 20.7%로 감소하기 시작하여 2015년 13.5%까지 감소하였다가 2016년 14.8%로 반등하였다가 다시 감소추세를 보여 2018년 11.9%에 그쳤다.

(4) 프로축구 직접 관람 횟수

한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 11,188명을 사례 대상으로 프로축구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2017년) 응원 구단의 경기를 홈 경기장에서 직접 관람한 사례는 15회 이상이 18.8%로 가장 높게 나타났다(1회 13.7%, 2~3회 18.6%, 4~5회 18.4%, 6~9회 10.7%, 10~14회 8.4%, 15회 이상 18.8%, 관람한 적 없음 16.9%).

또한, 지난 시즌(2017년) 응원 구단의 경기를 원정 경기장에서 직접 관람한 사례는 1회 11.6%, 2~3회 11.7%, 4~5회 6.7%, 6~9회 3.8%, 10~14회 1.9%, 15회 이상 3.5% 그리고 관람한 적 없음이 60.8%로 나타났다.

〈표 3-10〉 '17년 기준 프로축구 직접 관람 횟수

(단위 : n=11,188, %)

구분		사례수(명)	1회	2~3회	4~5회	6~9회	10~14회	15회이상	없음
전체	홈경기	11,188	13.7	18.6	13.4	10.7	8.4	18.3	16.9
	원정경기		11.6	11.7	6.7	3.8	1.9	3.5	60.8

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

〈표 3-11〉 '17년 기준 프로축구 리그별 직접 관람

(단위 : n=1212, 중복응답, %)

구분	전체	성별		연령대별						
		남자	여자	14세 이상	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
전체	클래식	13.3	15.3	9.3	9.5	31.3	27.7	9.0	11.0	7.5
	챌린지	7.1	7.7	5.9	9.5	14.5	10.9	6.3	5.5	6.2

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

지난 시즌(2017년) 프로축구 리그별 직접 관람 현황을 보면, 클래식 리그와 챌린지 리그 모두 20대가 각각 31.3%, 14.5%로 가장 높은 관람률을 나타냈다.



(5) 프로축구 직접 관람 소비지출

한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 11,188명을 사례 대상으로 1인 기준, 프로축구 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출 하는 가를 조사한 결과 5만원 미만 지출이 33.8%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-12〉 '17년 기준 프로축구 한 시즌 상품 구매비용

(단위 : n=11,188)

구분	사례수	5만원 미만	5만원 ~10만원 내외	10만원 ~20만원 내외	20만원 ~30만원 내외	30만원 ~40만원 이하	40만원 ~50만원 내외	50만원 ~100만원 내외	100만원 이상	구매하지 않음
상품구입비	11,188	33.8	16.7	10.7	4.8	1.9	1.0	0.6	0.5	30.0

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

평균 경기장에 방문하여 1인 기준으로 어느 정도의 비용을 지출하느냐는 항목에서는 전체 평균 경기장 내부 식음료 구매가 8천 7백 원, 경기장 외부 식음료 구매가 8천 4백 원, 입장권 구매가 1만 900원으로 집계되었다.

〈표 3-13〉 '17년 기준 프로축구 1회 관람 시, 1인당 예상 지출 비용

(단위 : n=11,188, 천원)

구분	사례수(명)	경기장 내부 식음료 구매	경기장 외부 식음료 구매	입장권 구매	
전체	11,188	8.7	8.4	10.9	
성별	남자	6,957	8.8	8.3	10.9
	여자	4,231	8.5	8.7	10.8
연령대별	14세 이상	2,642	5.2	4.8	9.8
	20대	3,006	6.7	6.7	10.7
	30대	2,521	10.7	10.4	11.4
	40대	2,350	12.7	12.1	11.5
	50대	556	11.3	11.0	11.1
	60대 이상	113	8.4	8.3	12.1

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

3) 프로농구

국내 프로농구는 1995년 10월 한국농구연맹 설립준비 위원회 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 최대 관중 130만 명을 돌파와 동시에 실내 프로스포츠 종목 최대 관중달성을 이루어 냈다. 2014년도에는 아시안 게임 농구에서 남녀 모두 금메달을 획득함으로써 프로농구 열기는 한층 더 달아올랐다.

한편 여자 농구는 1996년 11월 18일 한국 여자농구연맹 설립준비 위원회를 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 5개팀이 참가한 가운데 개최되었다. 2000년 제 6 구단 금호생명의 창단으로 활기를 띤 WKBL은 2000년 여름리그부터 외국인 선수제도를 도입하여 1명 보유(단, 신생팀 금호생명에는 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 발전시키는데 많은 노력을 기하고 있다.

(1) 프로농구 관중 수 현황

〈표 3-14〉 프로농구 관중 수 현황

(단위 : 명)

구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
프로농구 (남) 관중수	1,133,841	1,154,948	1,333,787	1,227,644	1,341,748	1,154,258	1,030,905	927,754	848,507
프로농구 (여) 관중수	91,584	166,227	150,752	139,753	158,701	164,260	159,607	122,840	109,222

※출처: 프로농구연맹(KBL), 한국여자농구연맹(WKBL)

연도별 남자 프로농구 관중수를 살펴보면 2010년과 2011년에는 관중 증가 추세가 잠시 주춤하다가 2012년에 1,333,787명의 관중을 동원해 처음으로 130만 명을 돌파하였다. 2013년 관중수는 1,227,644명, 2014년 1,341,748로 다시 반등하였지만, 2015년에는 감독 및 선수들의 승부조작 파문으로 인해 관중수가 크게 감소하여 1,154,258명으로 줄어들었다. 이후 2016년에는 1,030,905명, 2018년에는 848,507명으로 100만 명 이하 까지 하락하였다. 한편 여자 프로농구의 경우 2010년에는 91,584명으로 10만 명 이하까지 감소하였으나, 2015년 164,260명으로 증가하였다. 이후 2017년 122,840명, 2018년에는 109,222명으로 계속 감소하는 추세를 보이고 있다.



(2) 프로농구 경기 수 및 평균관중 수

〈표 3-15〉 프로농구 경기 수 및 평균관중 수

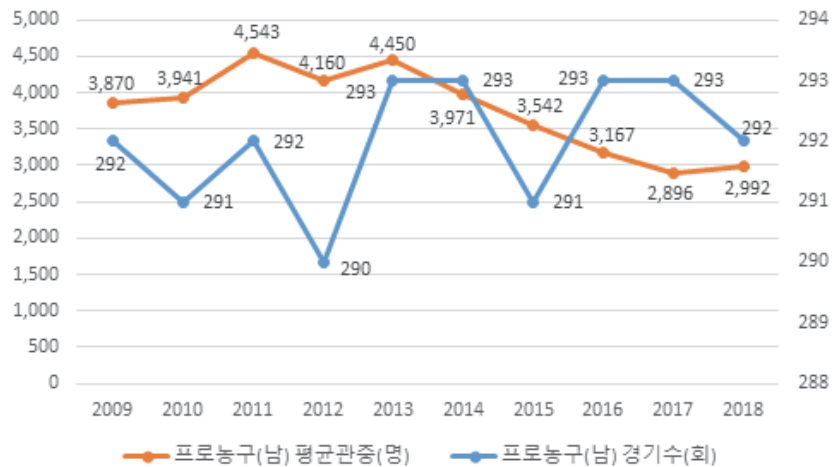
(단위 : 회, 명)

구 분	농 구(남)		농 구(여)	
	경기 수	평균관중	경기 수	평균관중
2009	292	3,870	130	1,206
2010	291	3,941	130	704
2011	292	4,543	115	1,445
2012	290	4,160	131	1,151
2013	293	4,450	114	1,270
2014	293	3,971	112	1,421
2015	291	3,542	112	1,496
2016	293	3,167	112	1,416
2017	293	2,896	111	1,120
2018	292	2,992	112	1,098

※경기 수=정규리그+포스트시즌+올스타전

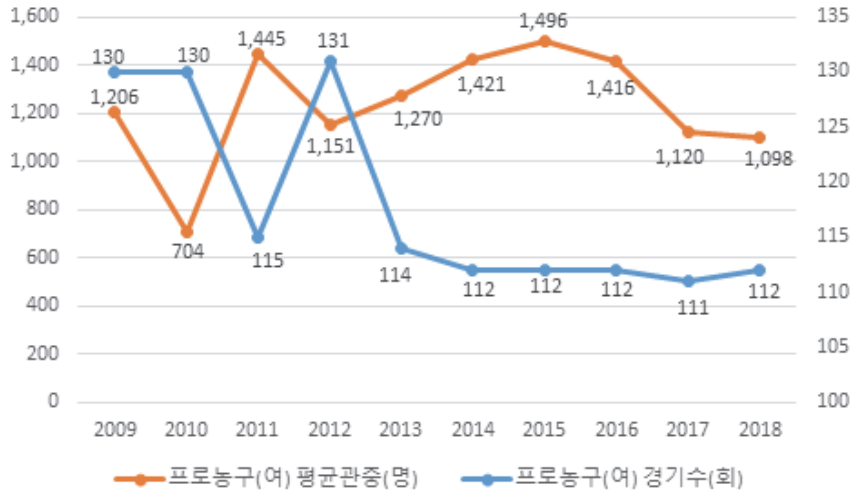
※출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-7〉 남자 프로농구 경기 수 및 평균관중 수



남자 프로농구 평균 관중수를 살펴보면 2009년 평균 3,870명의 관중을 동원한 이후 등락을 거듭하였다. 2015년 평균 관중 수 3,542명, 2016년은 3,167명, 2017년은 2,896명으로 지속적으로 감소하였지만 2018년 2,992명으로 다소 반등하였다. 또한, 2009년 총 292경기가 벌어졌고, 2018년까지 경기수는 290경기에서 293경기 사이를 유지하고 있다.

〈그림 3-8〉 여자 프로농구 경기 수 및 평균관중 수



한편 여자 프로농구의 평균 관중수를 살펴보면 2009년 1,206명에서 2010년에는 704명으로 급격히 감소하였다가 2011년 1,445명으로 반등하였다. 이후 등락을 반복하여 2015년 1,496명으로 10년 내 가장 높은 수치를 보였다. 이후 지속적으로 감소하여 2018년에는 1,098명의 평균 관중수를 보였다. 경기수는 2009년 130경기이후 약간의 증가와 감소 추세를 나타내면서 2014~2016년에는 112경기가 열렸으며, 2017년에는 111경기가, 2018년에는 다시 112경기가 열린 것으로 기록되었다.

(3) 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

〈표 3-16〉 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

(단위 : 명, %)

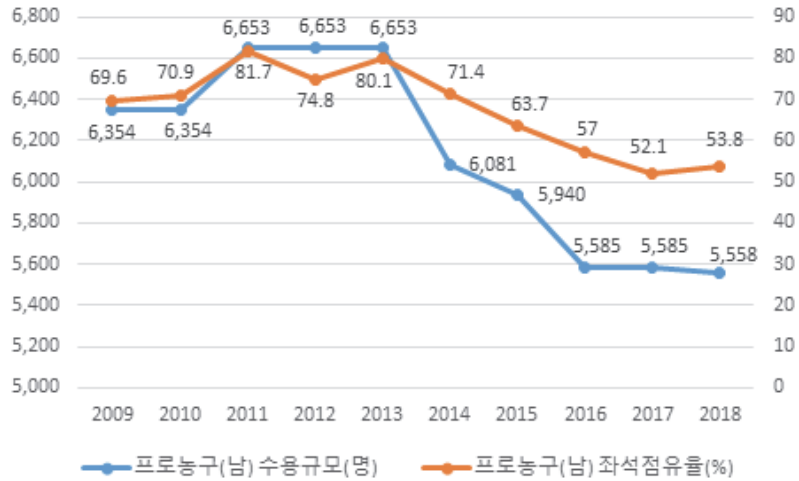
구 분	농 구(남)		농 구(여)	
	수 용 규 모	좌 석 점 유 율	수 용 규 모	좌 석 점 유 율
2009	6,354	69.6	2,756	43.8
2010	6,354	70.9	2,066	34.1
2011	6,653	81.7	2,732	52.9
2012	6,653	74.8	2,980	38.6
2013	6,653	80.1	2,980	42.6
2014	6,081	71.4	2,982	47.7
2015	5,940	63.7	3,372	44.4
2016	5,585	57.0	2,998	47.2
2017	5,585	52.1	3,322	33.7
2018	5,558	53.8	3,164	34.7

※수용규모=각 구장 매진인원 총계/ 구장 수

※출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

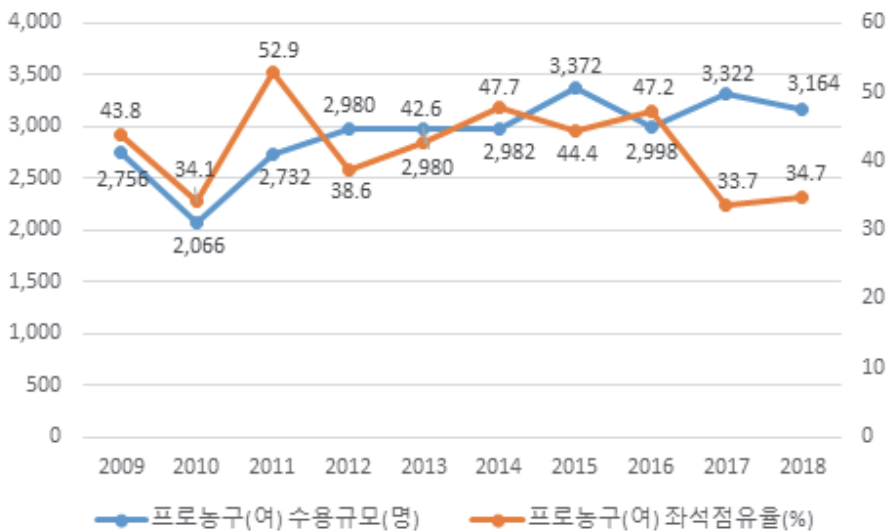


〈그림 3-9〉 남자 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율



남자 프로농구의 경기장 수용 규모는 2008년 6,354명이었으며 2013년까지 약간의 증가 추세를 보였으나 2014년 6,081명, 2015년 5,940명, 2016년과 2017년 5,585명, 2018년 5,558명으로 감소하였다. 좌석 점유율의 경우 2009년 69.6%를 나타내었고 2011년 81.7%로 크게 늘어났지만 등락을 거듭하다가 2016년에 60%선이 무너지면서 2017년 최저 수준인 52.1%를 기록하였다. 2018년에는 53.8%로 반등하였다.

〈그림 3-10〉 여자 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율



여자 프로농구의 경기장 수용 규모는 2009년 2,756명이었으며 이후 2010년에는 2,066명으로 수용 규모가 축소되었다가 2011년부터 다시 반등하여 2015년 3,372명으로 나타났다. 반면 2016년에는 2,998명으로 잠시 주춤하였다가, 2017년 3,322명, 2018년도에는 3,164명으로 증가 후 다소 감소하였다. 좌석 점유율의 경우 2009년 43.8%를 나타내었고, 이후 2011년 역대 최고인 52.9%를 기록하였다. 이후 감소 및 증가를 반복하다가 2017년 33.7%로 최저 수준의 좌석점유율을 보였으며, 2018년 34.7%로 반등하였다.

(4) 프로농구 직접 관람 횟수

한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 3,693명을 사례 대상으로 남자 프로농구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2018년) 응원 구단의 경기를 홈 경기장에서 직접 관람한 사례는 관람없음을 제외하고 15회 이상 관람이 17.3%로 가장 높게 나타났다. 또한 응원 구단의 경기를 원정 경기장에서 직접 관람한 사례는 관람 없음을 제외하고 12.2%로 2~3회의 비중이 가장 높게 나타났다.

〈표 3-17〉 '17년 기준 남자 프로농구 경기 직접 관람 횟수

(단위 : n=3,693, %)

구분	사례수(명)	1회	2~3회	4~5회	6~9회	10~14회	15회이상	없음
홈경기	3,693	15.5	17.1	13.3	9.6	7.3	17.3	20.0
원정경기		12.1	12.2	6.1	3.3	1.6	2.4	62.3

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

다음으로, 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 1,474명을 사례 대상으로 여자 프로농구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2017년) 응원 구단의 경기를 홈 경기장에서 직접 관람한 사례는 2~3회 관람이 19.1%로 가장 높게 나타났으며 그 뒤를 15회 이상 관람(17.6%)이 이었다. 또한 응원 구단의 경기를 원정 경기장에서 직접 관람한 사례는 관람한 바 없음이 61.7%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-18〉 '17년 기준 여자 프로농구 경기 직접 관람 횟수

(단위 : n=1,474, %)

구분	사례수	1회	2~3회	4~5회	6~9회	10~14회	15회이상	없음
홈경기	1,474	15.6	19.1	12.4	11.0	8.4	17.6	15.9
원정경기		10.4	12.1	6.3	3.9	2.2	3.5	61.7

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)



(5) 프로농구 직접 관람 소비지출

한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 3,693명을 사례 대상으로 1인 기준, 남자 프로농구 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출 하는 가를 조사한 결과 상품 구매비용을 5만원 미만인 41.2%으로 가장 높은 비율로 나타났다. 여자 프로농구 총 14740명을 사례 대상으로 1인 기준 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출 하는 가를 조사한 결과에서도 5만원 미만이 43%로 가장 높게 나타났다. 2016년 기준 조사 결과에서 남녀 프로농구 한 시즌 상품 구매 비용이 모두 구매 안 함이 각각 가장 높게 나타난 것에 비해 지출하는 비중이 높아졌다.

〈표 3-19〉 '17년 기준 프로농구 한 시즌 상품 구매 비용

(단위 : n=3,693, n=1,474)

구분	사례수	5만원 미만	5-10만원 내외	10-20만원 내외	20-30만원 내외	30-40만원 내외	40-50만원 내외	50-100만원 내외	100만원 이상	구매 안 함
남자 프로농구	3,693	41.2	11.7	4.7	2.4	1.7	0.6	0.7	0.4	36.4
여자 프로농구	1,474	43.0	10.8	4.0	1.8	0.7	0.2	0.5	0.3	38.8

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

또한, 1회 관람시 1인당 예상 지출 비용을 묻는 항목에서 남자 프로농구의 경우 경기장 내부 식음료에는 6천원, 경기장 외부 식음료에는 7천원, 입장권에는 1만 1천 원을, 여자 프로농구의 경우 각각 6천원, 6천 3백 원, 4천 6백 원을 지출할 의사가 있는 것으로 조사되었다.

〈표 3-20〉 '17년 기준 프로농구 1회 관람 시, 1인당 예상 지출 비용

(단위 : n=3,693, n=1,474, 천 원)

구분	사례수(명)	경기장 내부 식음료	경기장 외부 식음료	입장권
남자프로농구	3,693	6.0	7.0	11.0
여자프로농구	1,474	6.0	6.3	4.6

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

4) 프로배구

2004년 4월, 프로배구를 출범하기 위해 한국배구연맹 창립추진위원회가 조직되었고, 그 해 10월 한국배구연맹이 창립총회를 열었고 다음 달인 11월, 여자 신인선수 드래프트가 우선적으로 시행되었다. 2005년 2월, 한국배구연맹이 출범되었고, 같은 해 남자 신인선수 드래프트 시행과 KT&G V-리그가 개막되면서 배구 또한 프로화의 기틀을 만들어 나가기 시작하였다. 2012년도 시즌 관중 수 427,222명을 기록하며 프로배구 출범 이후 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있다. 프로배구는 역사는 짧지만, 관중 수 증가를 위한 다양한 마케팅 활동을 전개하는 노력을 기울이고 있다. 또한 2012런던 올림픽 4강 이후 여자부의 인기가 급증되었고, 2018시즌부터 평일 경기일정을 남자부와 동일 시간대로 변경하였다. 또한 비디오판독 신청 횟수를 늘리고, 새로운 추가판독 제도가 더해지는 점으로 공정성을 강화시켰다.

(1) 프로배구 관중 수 현황

〈표 3-21〉 프로배구 관중 수 현황

(단위 : 명)

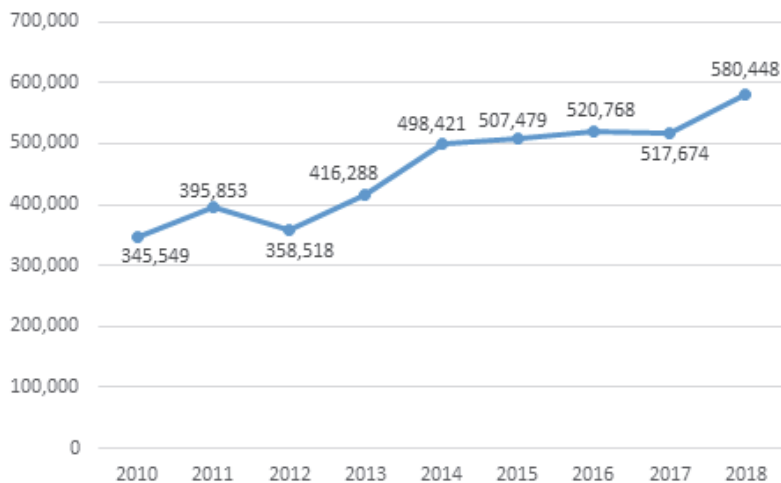
구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
관중수	345,549	395,853	358,518	416,288	498,421	507,479	520,768	517,674	580,448

※출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

연도별 프로배구 관중수를 살펴보면 2010년에 345,549명에 불과했지만 이후 관중이 꾸준히 증가하는 추세를 나타내면서 2013년에는 416,288명을 동원하여 사상 최초로 40만 명을 넘는 관중을 동원하게 되었다. 2018년 580,448명으로 역대 최다 관중 동원을 기록하게 되었다.

〈그림 3-11〉 프로배구 관중 수 현황

(단위 : 명)



(2) 프로배구 경기 수 및 평균관중 수

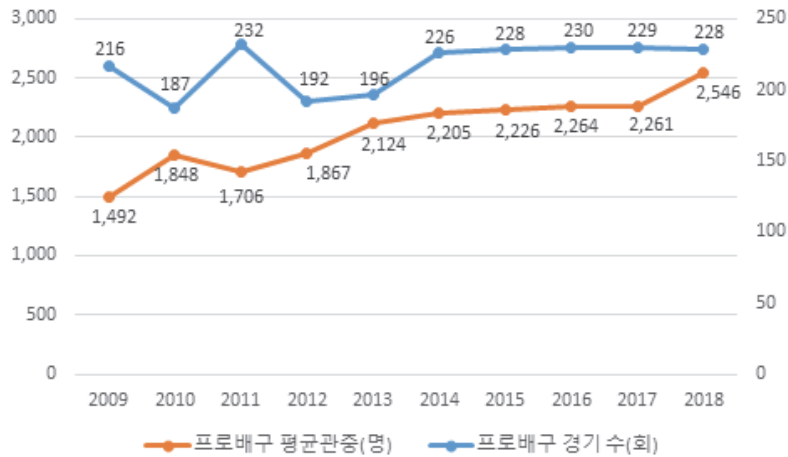
〈표 3-22〉 프로배구 경기 수 및 평균관중 수

(단위 : 회, 명)

구 분	배 구	
	경기 수	평균관중
2009	216	1,492
2010	187	1,848
2011	232	1,706
2012	192	1,867
2013	196	2,124
2014	226	2,205
2015	228	2,226
2016	230	2,264
2017	229	2,261
2018	228	2,546

※출처 : 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-12〉 프로배구 경기 수 및 평균관중 수



프로배구의 평균 관중수를 살펴보면 2009년 평균 1,492명의 관중을 동원한 이후 꾸준한 증가 추세를 나타내었고 2016년에는 평균 2,264명을 기록하였다. 이후 2018년도에는 2,546명의 관중을 동원하여 역대 가장 많은 관중을 동원하는 기록을 세웠다. 또한, 경기수의 경우 2009년 216경기가 벌어졌고, 2010년, 2012년, 2013년에 200경기 아래로 잠시 주춤하였으나 2014년이후 200경기 이상을 회복하여 2018년 228경기가 열린 것으로 기록되었다.

(3) 프로배구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

〈표 3-23〉 프로배구 경기장 수용규모 및 좌석 점유율

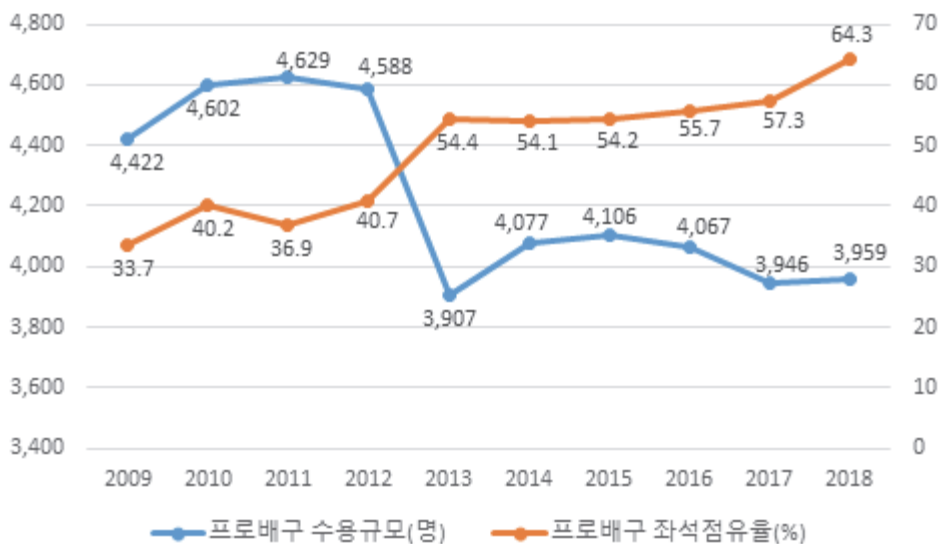
(단위 : 명, %)

구 분	배 구	
	수용 규모	좌석 점유율
2009	4,422	33.7
2010	4,602	40.2
2011	4,629	36.9
2012	4,588	40.7
2013	3,907	54.4
2014	4,077	54.1
2015	4,106	54.2
2016	4,067	55.7
2017	3,946	57.3
2018	3,959	64.3

※수용규모=각 구장 매진 인원 총계/구장 수

※출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-13〉 프로배구 경기장 수용규모 및 좌석점유율



프로배구 경기장의 수용 규모는 2009년 4,422명에서 2011년에는 4,629명으로 늘어났으나 증감을 반복하여 2018년에는 3,959명을 기록하였다. 좌석 점유율의 경우 2009년 33.7%로 처음으로 좌석점유율이 30%를 넘어섰다. 2010년에는 40.2%의 점유율을 기록한 후 잠시 하락세를 보이다가 2013년 54.4%로 좌석점유율이 급증하였다. 이후 약 55%대를 유지하다가 2018년 64.3%로 역대 가장 높은 점유율을 기록했다.



(4) 프로배구 직접 관람 횟수

한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 2,467명을 사례 대상으로 남자 프로 배구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2017년) 응원 구단의 경기를 홈 경기장에서 직접 관람한 사례는 관람한 적 없음이 26.8%로 가장 높게 나타났다. 또한 응원 구단의 경기를 원정 경기장에서 직접 관람한 사례 역시 관람한 바 없음이 58.1%로 가장 높게 나타났으며, 홈경기과 원정경기 직접 관람 모두 1회 관람이 두 번째로 높은 수치를 보였다. (각각 18.4%, 13.7%)

〈표 3-24〉 '17년 기준 남자 프로배구 경기 직접 관람 횟수

(단위 : %)

구분	사례수 (명)	1회	2~3회	4~5회	6~9회	10~14회	15회이상	없음
홈경기	2,467	18.4	17.5	11.0	7.7	6.5	12.2	26.8
원정경기		13.7	11.4	7.5	4.3	2.4	2.6	58.1

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

다음으로, 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 1,975명을 사례 대상으로 여자 프로배구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2017년) 응원 구단의 경기를 홈경기장에서 관람한 사례는 2~3회가 21.2%로 가장 높게 나타났고, 원정경기의 경우 관람한 바 없음이 59.6%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-25〉 '17년 기준 여자 프로배구 경기 직접 관람 횟수

(단위 : %)

구분	사례수(명)	1회	2~3회	4~5회	6~9회	10~14회	15회이상	없음
홈경기	1,975	17.1	21.2	15.3	9.8	7.1	8.6	20.9
원정경기		12.6	13.4	7.5	2.9	1.8	2.2	59.6

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

(5) 프로배구 직접 관람 소비지출

한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 2,467명을 사례 대상으로 1인 기준, 남자 프로배구 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출 하는 가를 조사한 결과 상품 구매비용을 구매하지 않음이 41.6%로 가장 높았고, 5만원 미만이 38.4%로 그 뒤를 이었다. 여자 프로농구 총 1,975명을 사례 대상으로 1인 기준 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출 하는 가를 조사한 결과에서는 5만원 미만이 42.1%로 가장 높게 나타났고, 구매 안 함이 35.2%로 그 뒤를 이었다.

〈표 3-26〉 '18년 기준 남자 프로배구 한 시즌 상품 구매 비용

(단위 : n=2,467, n=1,975)

구분	사례수 (명)	5만원 미만	5~10만 원 내외	10~20 만원 내외	20~30 만원 내외	30~40 만원 내외	40~50 만원 내외	50~100 만원 내외	100만원 이상	구매 안 함
남자프로배구	2,467	38.4	11.8	4.1	1.9	1.0	0.4	0.2	0.5	41.6
여자프로배구	1,975	42.1	14.7	5.0	1.6	0.5	0.4	0.3	0.3	35.2

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

또한, 남녀 프로 배구 1회 관람시, 1인당 예상 지출 비용에서 경기장 내외부 식음료 지출에서는 여자프로배구 관람객이 남자프로배구 관람객의 예상액보다 높게 나타났고, 입장권 지출은 남자프로배구 관람객의 예상액이 더 높았다.

〈표 3-27〉 '18년 기준 프로배구 1회 관람 시, 1인당 예상 지출 비용

(단위 : n=2,722, n=2,071, 천 원)

구분	사례수(명)	경기장 내부 식음료	경기장 외부 식음료	입장권
남자프로배구	2,467	5.8	6.0	10.3
여자프로배구	1,975	6.2	6.3	8.2

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

5) 경주스포츠

경기 및 오락서비스업의 주요 경주스포츠업 이용자 수는 2007년 3,120만 명에서 2017년 1,891만 명으로 감소하였으며, 2018년에는 1,836만 명으로 감소하였다. 주요 경주스포츠업 이용자 수는 2004년 이후 지속적으로 증가하다가 2009년 3,294만 명을 기록한 후, 매년 감소하고 있다. 경륜의 경우, 2011년 796만 명으로 정점에 달한 후 계속 감소 추세를 보이다가 2015년에 전년대비 약 23만 명 증가한 456만 명을 기록하였으나, 2018년에 다시 396만 명으로 감소하였다. 경정의 경우, 2009년 335만 명으로 연간 최고 입장객 수를 기록한 후, 감소 추세를 지속하다가 2016년 전년대비 2만 명 증가한 212만 명의 입장객을 기록하였다. 그러나 2018년에 172만 명으로 감소하였고, 경마 또한 2010년 2,181만 명의 최고 입장객 수를 기록한 이후 지속적으로 감소하였다.

〈표 3-28〉 경주스포츠업 주요업종 이용자 수

(단위: 만 명)

종목	연도	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
경마장 입장객 (서울+제주+부산경마장)		2,045	2,080	2,168	2,181	1,952	1,613	1,592	1,530	1,362	1,316	1,293	1,268
경륜장 입장객		793	757	791	794	796	522	463	439	456	451	406	396
경정장 입장객		282	328	335	315	327	248	231	239	210	212	192	172
합계		3,120	3,165	3,294	3,290	3,075	2,383	2,286	2,208	2,028	1,979	1,891	1,836

※출처: 국민체육진흥공단 경륜경정사업본부(경륜, 경정), 한국마사회(경마)



2 간접 관람 현황

1) 프로야구

(1) 간접관람 미디어 이용 행태

한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)에서는 총 11,374명의 사례대상자를 기준으로 응원구단의 경기 생중계 및 하이라이트 시청여부를 조사하였으며, 생중계와 하이라이트 모두에서 대부분 시청한다가 35.6%, 32.9%로 가장 높은 비중을 차지했다.

〈표 3-29〉 '17년 기준 프로야구 경기 생중계 및 하이라이트 시청 여부

(단위 : n=11,374, %)

구분	사례수 (명)	생중계 시청 여부					하이라이트 시청 여부				
		가끔 시청 한다	절반 이상 시청 한다	대부분 시청한 다	모두 시청 한다	전혀 시청 하지 않는다	가끔 시청 한다	절반 이상 시청 한다	대부분 시청 한다	모두 시청 한다	전혀 시청 하지 않는다
	11,374	19.3	19.1	35.6	21.0	5.0	19.2	20.5	32.9	21.2	6.3

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

(2) 간접관람 시청 기기

한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 10,804명을 사례 대상자로 프로야구 경기장에 방문하지 못했을 때, 경기 생중계를 주로 어떤 기기로 시청하는가를 조사한 결과 TV로 시청하는 비율이 여전히 절반 이상으로 가장 높게 나타났다. 반면에, 총 10,661명을 대상으로 한 하이라이트 시청기 조사결과에서는 스마트폰의 비중이 43.4%로 TV(41.4%)보다 약간 높게 나타났다.

〈표 3-30〉 '17년 기준 프로야구 경기 생중계 주 시청 기기

(단위 : n=10,804)

구분	사례수(명)	TV	스마트폰	PC/노트북	태블릿PC	기타
	10,804	58.2	29.2	10.7	1.8	0.1

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

〈표 3-31〉 '17년 기준 프로야구 경기 하이라이트 주 시청 기기

(단위 : n=10,661)

구분	사례수(명)	스마트폰	TV	PC/노트북	태블릿PC	기타
	10,661	43.4	41.4	13.3	1.8	0.1

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

2) 프로축구

(1) 간접관람 미디어 이용 행태

한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)에서는 총 11,188명을 사례 대상으로 프로축구 경기장에 방문하지 못했을 때, 응원 구단의 경기 생중계를 얼마나 시청하는 가를 조사한 결과 생중계를 시청하는 사례가 86%로 생중계를 전혀 시청하지 않는 사례에 비해 압도적으로 높게 나타났으며 이 중 가끔 시청한다(31.6%)가 가장 높은 비율로 나타났다.

〈표 3-32〉 '17년 기준 프로축구 경기 생중계 및 하이라이트 시청 여부

(단위 : n=11,188, %)

구분	사례수 (명)	생중계 시청 여부					하이라이트 시청 여부				
		가끔 시청한다	절반 이상 시청한다	대부분 시청한다	모두 시청한다	전혀 시청하지 않는다	가끔 시청한다	절반이상 시청한다	대부분 시청한다	모두 시청한다	전혀 시청하지 않는다
	11,188	31.6	17.2	21.3	15.8	14.0	27.8	18.9	22.6	17.7	13.0

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

(2) 간접관람 시청 기기

한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 9,618명을 사례 대상으로 경기 생중계를 주로 어떤 기기로 시청하는가를 조사한 결과 TV로 시청하는 비율이 49.3%로 가장 높게 나타났다. 반면에, 총 9,735명을 대상으로 한 하이라이트 시청기기 조사결과에서는 스마트폰의 비중이 46.3%로 TV(31.7%)보다 훨씬 높게 나타났다.

〈표 3-33〉 '17년 기준 프로축구 경기 생중계 주 시청 기기

(단위 : n=9,618)

구분	사례수(명)	TV	스마트폰	PC/노트북	태블릿PC	기타
	9,618	49.3	30.9	16.3	3.0	0.4

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

〈표 3-34〉 '17년 기준 프로축구 경기 하이라이트 주 시청 기기

(단위 : n=9,735)

구분	사례수(명)	스마트폰	TV	PC/노트북	태블릿PC	기타
	9,735	46.3	31.7	19.0	3.0	0.1

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)



3) 프로농구

(1) 간접관람 미디어 이용 행태

한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)에서 조사한 남자 프로농구 간접관람 미디어 이용 행태를 보면, 총 3,693명의 사례 대상자 중에서 생중계를 가끔 시청하는 비율이 26.5%로 가장 높게 나타났다. 하이라이트 시청 역시 가끔 시청한다고 응답한 비율이 26.3%로 가장 높았다. 1,474명을 대상으로 집계된 생중계 시청여부의 경우 시청한다는 응답자 비중이 84.8%로 전혀 시청하지 않는다는에 비해 크게 높았으며, 그 중 가끔 시청하는 비율이 31.9%로 가장 높았다. 하이라이트 시청의 경우도 33.2%로 가끔시청한다는 비중이 가장 높게 나타났다.

〈표 3-35〉 '17년 기준 프로농구 경기 생중계 및 하이라이트 시청 여부

(단위 : n=3,693, n=1,474, %)

구분	사례수 (명)	생중계 시청 여부					하이라이트 시청 여부				
		가끔 시청한다	절반 이상 시청한다	대부분 시청한다	모두 시청한다	전혀 시청하지 않는다	가끔 시청한다	절반이상 시청한다	대부분 시청한다	모두 시청한다	전혀 시청하지 않는다
남자프로 농구	3,693	26.5	17.5	23.8	16.5	15.8	26.3	19.3	21.2	17.3	15.8
여자프로 농구	1,474	31.9	19.4	20.3	15.2	13.2	33.2	19.6	19.0	13.7	14.5

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

(2) 간접관람 시청 기기

한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 3,111명을 사례 대상으로 남자프로 농구 경기 생중계를 주로 어떤 기기로 시청하는가를 조사한 결과 TV로 시청하는 비율이 55.8%로 2위인 스마트폰(29.1%)에 비해 가장 높게 나타났다. 반면, 총 3,109명을 대상으로 한 하이라이트 시청기기 조사결과에서는 스마트폰의 비중이 46.6%로 가장 높게 나타났다.

총 1,279명을 대상으로 집계된 여자프로농구 경기 생중계 주 시청기기 역시 남자프로농구와 마찬가지로 TV가 가장 높은 62.7%를 기록했다. 한편, 하이라이트 시청기기에서는 생중계시청기기와 마찬가지로 TV 이용비중이 45.4%로 가장 높았고, 스마트폰의 경우 36.2%에 그쳤다.

〈표 3-36〉 '17년 기준 프로농구 경기 생중계 주 시청 기기

(단위 : n=3,111, n=1,279, %)

구분	사례수(명)	TV	스마트폰	PC/노트북	태블릿PC	기타
남자프로 농구	3,111	55.8	29.1	12.2	2.8	0.0
여자프로 농구	1,279	62.7	24.2	10.5	2.2	0.5

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

〈표 3-37〉 '17년 기준 프로농구 경기 하이라이트 주 시청 기기

(단위 : n=3,109, 1,261)

구분	사례수(명)	스마트폰	TV	PC/노트북	태블릿PC	기타
남자프로농구	3,109	46.6	32.6	18.1	2.7	0.0
여자프로농구	1,261	36.2	45.4	15.5	2.9	0.1

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

4) 프로배구

(1) 간접관람 미디어 이용 행태

남자 프로배구의 경우 생중계와 하이라이트 모두 가끔 시청한다는 비중이 25.7%, 27.2%로 가장 높았다. 여자프로농구의 경우 생중계는 대부분 시청한다고 응답한 비율이 26%로 가장 높았고, 하이라이트의 경우 가끔 시청한다는 응답이 27.6%로 가장 높게 나타났다. (2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

〈표 3-38〉 '17년 기준 남자 프로배구 경기 생중계 및 하이라이트 시청 여부

(단위 : n=2,467, n=1,975, %)

구분	사례수(명)	생중계 시청 여부					하이라이트 시청 여부				
		가끔 시청한다	절반 이상 시청한다	대부분 시청한다	모두 시청한다	전혀 시청하지 않는다	가끔 시청한다	절반 이상 시청한다	대부분 시청한다	모두 시청한다	전혀 시청하지 않는다
남자프로배구	2,467	25.7	16.1	23.7	21.2	13.4	27.2	17.4	23.1	17.5	14.9
여자프로배구	1,975	25.6	20.1	26.0	19.5	8.8	27.6	21.6	24.0	16.7	10.1

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

(2) 간접관람 시청 기기

한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 3,111명을 사례 대상으로 경기 생중계를 주로 어떤 기기로 시청하는가를 조사한 결과 TV로 시청하는 비율이 55.8%로 2위인 스마트폰(29.1%)에 비해 가장 높게 나타났다. 반면, 총 3,109명을 대상으로 한 하이라이트 시청기기 조사결과에서는 스마트폰의 비중이 46.6%로 가장 높게 나타났다.



〈표 3-39〉 '17년 기준 프로배구 경기 생중계 주 시청 기기

(단위 : n=2,137, n=1,801, %)

구분	사례수(명)	TV	스마트폰	PC/노트북	태블릿PC	기타
남자프로 배구	2,137	61.2	25.7	11.3	1.7	0.0
여자프로 배구	1,801	58.9	24.5	14.5	2.1	0.1

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

〈표 3-40〉 '17년 기준 프로배구 경기 하이라이트 주 시청 기기

(단위 : n=2,099, n=1,775, %)

구분	사례수(명)	스마트폰	TV	PC/노트북	태블릿PC	기타
남자프로 배구	2,099	45.0	39.2	13.5	2.2	0.0
여자프로 배구	1,775	36.3	41.4	20.2	2.0	0.1

※출처: 한국프로스포츠협회(2018 프로스포츠 관람객 성향조사)

제2절 참여스포츠

1 생활체육 참여 실태

1) 생활체육 참여현황

(1) 생활체육 참여율

〈표 3-41〉 규칙적 체육활동 참여여부 및 빈도 연도별 비교

(단위 : %)

연도별	전혀 하지 않는다	월 2~3회	주 1회	주 2~3회	주 4~5회	주 6회	매일	주 1회 이상	주 2회 이상
2000	34.1	16.7	15.8	16.7	7.1	-	9.6	49.2	33.4
2003	22.5	18.2	19.5	19.9	8.5	-	11.4	59.3	39.8
2006	28.6	13.3	13.9	24.0	12.0	-	8.1	58	44.1
2008	53.2	4.4	8.2	15.9	9.3	2.1	6.9	42.4	34.2
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

※출처: 문화체육관광부(2018 국민생활체육 참여 실태조사)

규칙적 체육활동의 참여 여부 및 빈도에 대한 연도별 비교에 따르면 2000년에는 ‘전혀 하지 않는다’의 비율이 34.1%로 나타났으나, 2017년에는 28.9%, 2018년에는 28%로 줄어 국민의 규칙적 체육 활동은 점차 증가하고 있는 것으로 나타났다. 참여 빈도는 조사 대상 모든 기간에 걸쳐 ‘주 2~3회’가 가장 많은 것으로 나타났고, 그 비중도 2000년에는 16.7%에 불과하였으나 2017년에는 30%로 증가하였다. 2018년의 경우 전혀 운동을 하지 않는다는 비중이 줄고 운동을 한다고 대답한 각 항목의 비율이 모두 전년에 비해 증가했다.

〈표 3-42〉 주 1회 이상 규칙적 생활체육활동 참여율 변화

(단위 : %)

연도별	2003	2006	2008	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
참여율	59.3	58.0	42.4	50.3	43.2	45.5	54.8	56.0	59.5	59.2	62.2

※조사 시기는 2006년까지 3년 주기, 2006년부터 2년 주기이며 2013년 이후 매년 조사됨.

※출처: 문화체육관광부(2018 국민생활체육 참여 실태조사)



‘주 1회 이상’ 규칙적 생활체육활동에 참여하는 국민은 2003년 59.3%를 나타낸 이후 증감을 반복해왔다. 2015년 56.0%, 2016년 59.5%, 2017년엔 59.2%로 소폭 감소하였지만, 전반적으로 우상향 추세를 보이고 있다. 2018년에는 62.5%로 역대 최고치를 기록했다.

〈표 3-43〉 연령별 주 2-3회 이상 규칙적 체육활동 참여율 연도별 비교

(단위 : %)

연도별	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상
2000	39.9	35.6	25.9	30.8	39.1	36.8	-
2003	32.6	24.4	35.8	46.8	54.0	53.3	-
2006	38.0	45.2	41.7	50.9	56.7	33.0	24.3
2008	30.5	30.2	31.8	37.8	40.6	39.6	28.5
2010	34.8	36.4	38.0	44.4	48.5	51.1	42.6
2012	27.5	30.4	32.0	38.5	41.3	39.8	37.1
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	41.0	54.2	49.5
2017	45.3	46.5	51.1	47.8	47.2	52.1	48.8
2018	52.6	59.5	56.9	54.9	51.7	51.7	51.6

※출처: 문화체육관광부(2018 국민생활체육 참여 실태조사)

연령대별 주 2-3회 이상 규칙적 체육활동 참여에 대한 연도별 비교 결과에 따르면 2000년에는 10대가 39.9%로 가장 높은 비중을 보였고, 나머지 연령대에서는 고른 분포를 나타내었다. 이러한 현상은 시대가 흘러감에 따라 변모하여 2018년에 20대가 59.5%로 주 2-3회 이상 규칙적 체육활동에 가장 많이 참여하는 것으로 나타났고, 30대(56.9%), 40대(54.9%), 10대(52.6%), 50대와 60대가 51.7%로 나타났다. 이는 고령자들의 건강에 관한 관심 증가로 인한 체육활동 참여가 늘어나고 있는 것으로 판단되며, 10대의 체육활동 참여가 기존 감소하던 추세에서 큰 폭으로 상승하여 최고치를 기록했다. 또한, 20~40대 역시 2000년~ 2018년 조사 기간 중 가장 높은 참여율을 기록했다.

(2) 생활체육 참여 종목

생활체육 참여 종목에 대한 연도별 순위를 살펴보면 걷기가 전체년도 1위로 가장 인기 있는 종목으로 나타났다. 2008년에는 보디빌딩(헬스)이 2위, 등산이 3위였으나 나머지 해는 모두 등산이 2위, 보디빌딩(헬스)가 3위를 기록했다. 2017년에는 6위권 내에 든 적이 없던 자전거가 4위를 기록했으며 2008년~2018년 전체 조사기간 중 가장 높은 인기를 보였다.

〈표 3-44〉 참여종목 연도별 비교표

연도별	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위	6순위
2008	걷기	보디빌딩(헬스)	등산	축구	배드민턴	수영
2010	걷기	등산	보디빌딩(헬스)	축구	자전거	수영
2012	걷기	등산	보디빌딩(헬스)	축구	자전거	수영
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)	자전거	축구	체조

※출처: 문화체육관광부(2018 국민생활체육 참여 실태조사)

(3) 생활체육 참여 시간

2012년~ 2018년 간 연도별 1회 평균 체육활동 참여시간에서 2015년이 101.3분으로 가장 높게 나타났고, 이후 2016년에 78분으로 가장 짧은 시간을 기록하고 다시 증가 추세에 있다.

〈표 3-45〉 1회 평균 체육활동 참여시간 연도별 비교

(단위 : 명, %, 분)

연도 \ 참여 빈도	30분 미만	30~60분 미만	1시간~1시간30분 미만	1시간30분~2시간 미만	2시간~3시간 미만	3시간 이상	평균(분)
2012	0.2	13.9	43.2	12.8	19.2	10.6	91
2013	0.9	15.0	37.9	11.9	19.9	14.5	95.1
2014	0.6	15.4	40.3	12.5	19.2	11.0	91
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	78
2017	0.9	24.4	59.2	19.3	24.0	17.1	85
2018	0.1	18.7	39.0	16.2	16.6	9.4	90

※출처: 문화체육관광부(2018 국민생활체육 참여 실태조사)



(4) 생활체육 참여 기간

〈표 3-46〉 체육활동 평균 참여 기간 연도별 비교

(단위 : 명, %)

	3개월 미만	3~6개월 미만	6~12개월 미만	12~18개월 미만	18개월~2년 미만	2~3년 미만	3~5년 미만	5~10년 미만	10년 이상	평균
2012	1.9	2.5	6.0	13.4	2.9	17.8	21.7	20.0	13.6	4년1개월
2014	2.8	6.4	9.2	15.8	3.6	17.3	17.6	14.7	12.6	3년8개월
2015	1.5	4.4	8.1	15.8	3.7	17.7	21.3	17.5	10.1	3년8개월
	3개월 미만		3~6개월 미만		6~9개월 미만		9개월 이상		평균	
2016	4.3		14.9		20.3		60.4		8.9개월	
2017	5.2		15.1		20.8		58.8		8.9개월	
2018	5.0		14.9		22.0		58.1		8.7개월	

※출처: 문화체육관광부(2018 국민생활체육 참여 실태조사)

*2016년부터 최근 1년간 참여기간으로 조사됨.

국민의 평균 체육활동 참여 기간은 2012년 4년 1개월에서 2015년 3년 8개월로 감소하였고, 해당 기간 모든 연도에서 체육활동 참여 기간은 3년에서 5년 미만이 가장 많은 것으로 집계되었다. 2018년에는 1순위 종목의 최근 1년간 참여 기간 중 9개월 이상이 58.1%로 가장 높게 조사되었다.

(5) 생활체육 참여 이용시설

〈표 3-47〉 주로 참여하는 체육활동 이용시설

(단위 : %)

구분	공공체육시설	민간 체육시설	학교/직장체육시설	기타부대 체육시설	자가시설
전체	38.9	29.6	16.2	12.6	2.6

※출처: 문화체육관광부(2018 국민생활체육 참여 실태조사)

주로 참여하는 체육활동 이용시설에 대해 살펴보면, 공공 체육시설이 38.9%로 가장 높았으며, 민간 체육시설(29.6%), 학교/직장 체육시설(16.2%)의 순이었다.

한편, 국내 골프장 수는 2001년 154개소에서 2018년 490개소로 318% 증가하였다. 레저백서 2019에 따르면 2018년 대중제 골프장 이용객은 연인원 1,931만 명, 회원제 골프장은 1,475만 명으로 나타났다. 2017년에 비해 대중제 이용객은 5.46%가 늘고 회원제 이용객은 8.89%가 감소한 수치다.

〈표 3-48〉 전국 골프장 이용객 현황

(단위: 개, 만 명)

구분	회원제		대중		합계	
	개소수	이용인원	개소수	이용인원	개소수	이용인원
2001	109	987	45	181	154	1,168
2002	112	1,080	48	219	160	1,299
2003	120	1,142	53	247	173	1,389
2004	130	1,214	57	284	187	1,498
2005	142	1,269	76	337	218	1,606
2006	155	1,344	93	438	248	1,782
2007	173	1,488	104	514	277	2,002
2008	181	1,574	130	622	311	2,196
2009	193	1,701	145	711	338	2,412
2010	210	1,663	167	730	377	2,393
2011	223	1,676	187	830	410	2,506
2012	229	1,666	208	940	437	2,606
2013	229	1,731	231	1,069	460	2,800
2014	227	1,754	249	1,282	476	3,036
2015	219	1,775	265	1,450	484	3,225
2016	196	1,693	290	1,639	486	3,332
2017	184	1,619	301	1,831	485	3,450
2018	176	1,475	314	1,931	490	3,406

출처: (주)한국레저산업연구소, 「레저백서 2019」, 2019

2) 생활체육 소비지출 현황

(1) 생활체육활동 경비

〈표 3-49〉 월 평균 체육활동 경비에 대한 연도별 비교

(단위 : %)

연도별	없다	3만 원미만	3~6만 원미만	6~10만 원미만	10만 원 이상	평균(원)
2008	43.4	14.6	22.8	7.8	11.4	33,549
2010	37.0	24.5	20.6	6.4	11.5	34,394
2012	41.9	14.4	20.0	10.1	13.7	40,815
2013	30.2	12.8	24.6	10.9	21.3	51,118
2014	31.3	13.2	23.5	10.5	21.6	53,011
2015	29.5	15.7	25.0	9.5	20.3	50,434
2016	30.6	17.1	22.9	11.7	17.5	48,430
2017	24.9	17.6	23.3	11.7	22.4	56,755
2018	20.5	17.3	27.0	13.9	21.2	60,992

※출처: 문화체육관광부(2018 국민생활체육 참여 실태조사)



생활체육활동참여에 대한 경비지출의 연도별 비교에 따르면 2008년에는 평균 33,549원을 지출하였고, 이후 2014년까지 지출경비는 증가추세를 보이다가 2015년 50,434원으로 다시 감소하였다. 2016년의 지출경비는 48,430원으로 전년대비 감소하였으나 2018년 60,992원으로 2008년 대비 약 1.8배 이상 증가한 것으로 나타났다. 2017년까지 모든 조사 대상 연도에 있어 '무료'로 체육활동에 참여하는 비중이 가장 높게 나타났으나, 2018년에는 '3만 원에서 6만 원 미만'으로 지출한다는 비중이 27%로 가장 높게 나타났다.

2018년 기준 조사대상자의 거주지 도시규모, 성별, 연령과 같은 인구통계학적 특성별로 월평균 체육활동에 참가하는 비용을 살펴본 결과는 다음과 같다. 첫째, 도시규모에서는 대도시가 68,037원으로 가장 많은 지출을 하는 것으로 나타났다. 둘째, 성별에서는 남성(71,339원)이 여성(43,940원)보다 지출이 많았다. 셋째, 성별과 연령을 함께 고려할 경우 남성은 30대가 88,364원으로 가장 많았고, 여성은 20대가 67,535원으로 가장 많이 지출하는 것으로 나타났다.

〈표 3-50〉 월 평균 체육활동 경비

(단위 : 명, %)

		무료	3만원 미만	3~6만원 미만	6~10만원 미만	10~15만원 미만	15~20만원 미만	20~25만원 미만	25~30만원 미만	30만원 이상	평균 (원)	
전 체		20.5	17.3	27.0	13.9	11.4	3.4	3.0	0.5	2.9	60,992	
도시 규모별	대도시	16.3	18.3	26.8	14.8	11.4	4.3	4.1	0.6	3.6	68,037	
	중소도시	22.7	14.9	25.1	14.9	12.9	3.5	2.5	0.6	2.9	61,542	
	읍/면 이하	25.7	20.0	31.4	10.0	8.6	1.0	1.6	0.2	1.5	43,940	
성별	남자	14.7	16.4	29.9	12.6	13.5	4.1	4.3	0.6	3.9	71,339	
	여자	26.7	18.3	24.0	15.4	9.2	2.5	1.7	0.4	1.9	49,890	
성 & 연령별	남 자	10대	30.7	27.2	23.9	5.0	9.9	1.0	1.7	0.0	0.6	34,718
		20대	10.5	15.3	30.7	19.0	12.8	4.2	5.6	0.2	1.7	68,512
		30대	6.9	9.7	31.5	18.7	16.2	7.0	4.4	1.2	4.5	88,364
		40대	8.1	12.5	34.8	11.8	16.4	5.5	4.7	0.6	5.6	85,778
		50대	10.9	15.7	30.0	11.3	15.7	3.9	4.8	1.2	6.5	84,444
		60대	22.3	17.2	29.1	10.0	10.0	3.3	3.5	0.7	4.0	64,398
		70대 이상	30.7	28.1	22.1	6.7	6.5	0.6	4.3	0.0	0.9	36,598
	여 자	10대	37.7	27.1	14.9	7.4	9.4	1.5	0.7	0.0	1.4	34,383
		20대	15.5	15.5	23.9	20.3	14.0	6.9	1.2	0.4	2.2	67,535
		30대	17.1	14.8	24.8	22.9	11.7	2.5	3.9	0.4	1.8	61,092
		40대	21.7	14.7	25.2	18.6	11.6	2.5	2.2	0.7	2.8	58,365
		50대	21.1	17.7	26.8	17.3	9.3	1.8	2.2	0.8	3.0	59,144
		60대	30.2	23.2	27.5	11.8	3.9	2.3	0.2	0.0	0.9	35,149
		70대 이상	56.0	20.6	19.3	2.1	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14,924

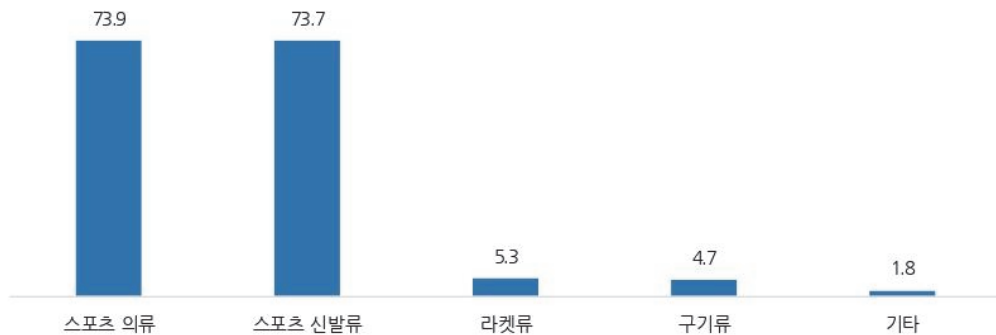
※출처: 문화체육관광부(2018 국민생활체육 참여 실태조사)

(2) 스포츠용품 구입

가. 스포츠용품 구입 종류

2018년 기준 생활체육 참여자들의 스포츠용품 구입 종류를 조사한 결과 스포츠 의류가 73.9%로 가장 많았으며, 스포츠 신발류(73.7%), 라켓류(5.3%), 구기류(4.7%), 기타(1.8%)의 순으로 나타났다.

〈그림 3-14〉 스포츠용품 구입 종류(복수응답)



※출처: 문화체육관광부(2018 국민생활체육 참여 실태조사)

2018년 기준 조사대상자의 거주지 도시 규모, 성별, 연령과 같은 인구통계학적 특성별로 스포츠용품 구입 종류에 대해 살펴본 결과는 다음과 같다. 첫째, 대도시와 중소도시는 스포츠용품 중 스포츠 의류를 가장 많이 구입한 것으로 나타난 반면(각각 75.8%, 74%), 읍면이하에서는 스포츠 신발류(7.3%)를 가장 많이 구입했다. 둘째, 성별에서는 남성이 스포츠 신발류(77.3%)를 가장 많이 구입한 반면, 여성은 스포츠 의류(75.3%)를 가장 많이 구입한 것으로 나타났다. 셋째, 연령에서는 10대, 20대, 40대, 70대에서 스포츠 신발류의 구입 비중이 가장 높게 나타났고, 다른 연령대에서는 스포츠 의류를 구입이 가장 높은 것으로 나타났다. 넷째, 성별과 연령을 함께 고려할 경우 스포츠 신발류의 비중이 가장 높은 것은 남성은 40대와 50대, 여성의 경우 10대와 20대였다. 나머지 연령대는 모두 스포츠 의류의 구입 비중이 가장 높게 나타났다.

〈표 3-51〉 스포츠용품 구입 종류(복수응답)

(단위 : 명, %)

		스포츠 신발류	스포츠 의류	라켓류	구기류	기타
전 체		73.9	73.7	4.7	5.3	1.8
도시 규모별	대도시	75.8	72.9	5.0	5.8	1.4
	중소도시	74.0	73.1	5.1	5.6	2.5
	읍/면 이하	68.1	77.3	2.9	3.3	1.3
성별	남자	72.6	77.3	6.0	7.0	2.2
	여자	75.3	69.5	3.1	3.4	1.4
연령별	10대	67.3	81.1	4.9	2.2	0.4
	20대	73.0	76.5	3.5	3.6	1.2



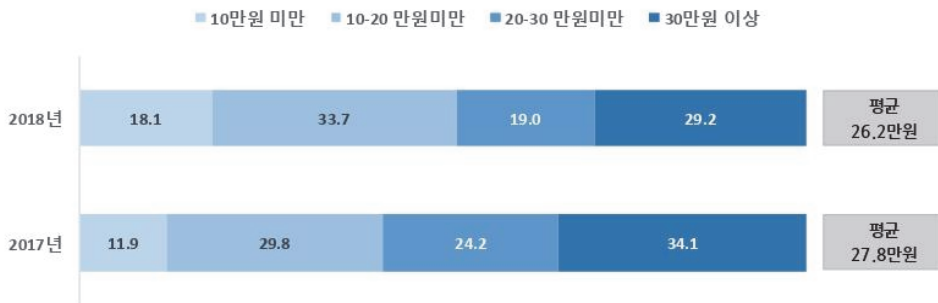
		스포츠 신발류	스포츠 의류	라켓류	구기류	기타	
연령별	30대	75.1	72.9	5.5	8.4	2.5	
	40대	73.8	74.9	5.6	6.2	1.9	
	50대	80.4	71.8	5.4	5.1	2.5	
	60대	76.1	67.9	3.3	7.0	2.5	
	70대 이상	53.9	65.1	2.0	0.0	0.0	
성 & 연령별	남자	10대	67.8	82.6	8.1	3.2	0.2
		20대	72.5	77.2	4.6	5.7	1.5
		30대	72.4	77.0	6.1	10.1	2.5
		40대	73.3	76.2	6.3	7.5	2.7
		50대	81.2	76.2	6.5	6.4	3.0
		60대	74.6	72.5	5.8	10.6	3.6
		70대 이상	39.6	86.3	4.2	0.0	0.0
성 & 연령별	여자	10대	66.4	78.9	0.2	0.8	0.7
		20대	73.6	75.6	2.1	1.1	0.8
		30대	78.6	67.7	4.8	6.3	2.5
		40대	74.4	73.4	4.7	4.8	0.9
		50대	79.5	67.2	4.4	3.8	2.0
		60대	77.8	62.9	0.6	3.1	1.4
		70대 이상	66.9	45.9	0.0	0.0	0.0

※출처: 문화체육관광부(2018 국민생활체육 참여 실태조사)

나. 스포츠 용품 구입비용

2018년 기준 생활체육 참여자들의 연간 스포츠용품 구입비용에 대해 조사한 결과 1년에 평균 262,000원을 지출하는 것으로 전년도 평균 278,000원에 비해 줄어 들었다. 좀 더 구체적으로 살펴보면 10만 원에서 20만 원 미만이(33.7%)가 가장 많이 나타났고, 30만원 이상(29.2%), 20만 원에서 30만 원 미만이(19.0%), 그리고 10만 원 미만(18.1%)의 순으로 나타났다.

〈그림 3-15〉 스포츠용품 구입비용



※출처: 문화체육관광부(2018 국민생활체육 참여 실태조사)

〈표 3-52〉 스포츠용품 구입비용

(단위 : %, 만원)

		10만원 미만	10~20만원 미만	20~30만원 미만	30만원 이상	평균(만원)	
전 체		18.1	33.7	19.0	29.2	26.2	
도시 규모별	대도시	15.8	32.2	19.0	33.0	29.1	
	중소도시	18.2	35.1	18.7	27.9	24.8	
	읍/면 이하	24.3	34.7	19.5	21.5	21.1	
성별	남자	14.9	31.9	18.9	34.3	29.2	
	여자	21.9	35.7	19.1	23.3	22.6	
연령별	10대	23.9	41.1	19.4	15.6	18.3	
	20대	15.2	34.3	19.8	30.7	24.6	
	30대	15.0	37.6	19.3	28.1	25.2	
	40대	16.6	29.2	21.1	33.1	29.9	
	50대	17.9	28.3	15.8	37.9	31.3	
	60대	20.6	30.5	19.6	29.3	25.5	
	70대 이상	31.3	48.9	15.8	4.0	16.9	
성 & 연령별	남자	10대	20.9	36.5	21.9	20.7	20.5
		20대	15.4	31.1	18.9	34.6	25.8
		30대	12.9	34.7	19.2	33.1	28.2
		40대	14.5	27.8	20.1	37.6	32.2
		50대	12.1	26.4	15.3	46.2	36.6
		60대	13.7	29.3	21.8	35.2	31.0
		70대 이상	22.2	62.2	10.5	5.1	22.6
성 & 연령별	여자	10대	28.2	47.8	15.8	8.2	15.3
		20대	15.0	38.4	20.9	25.7	23.1
		30대	17.6	41.2	19.3	21.9	21.4
		40대	18.8	30.7	22.4	28.1	27.3
		50대	23.9	30.3	16.4	29.4	25.9
		60대	28.0	31.8	17.3	22.9	19.6
		70대 이상	39.6	36.8	20.7	3.0	11.7

※출처: 문화체육관광부(2018 국민생활체육 참여 실태조사)



3) 생활체육동호회 클럽 현황

〈표 3-53〉 체육동호회조직 가입 여부

(단위, %)

		가입하여 현재 활동 중	가입 했지만, 현재 비활동	미가입	
전 체		13.3	2.5	84.2	
도시 규모별	대도시	12.9	2.6	84.5	
	중소도시	15.7	2.9	81.4	
	읍/면 이하	9.1	1.6	89.3	
성별	남자	16.5	2.9	80.6	
	여자	10.1	2.1	87.8	
연령별	10대	8.2	1.9	89.9	
	20대	12.4	2.9	84.8	
	30대	15.1	2.7	82.2	
	40대	15.7	3.7	80.6	
	50대	17.5	2.1	80.4	
	60대	12.9	1.5	85.6	
	70대 이상	6.1	2.3	91.6	
성 & 연령별	남자	10대	8.4	0.6	91.0
		20대	15.9	1.8	82.4
		30대	20.8	3.4	75.9
		40대	17.8	4.2	78.0
		50대	20.4	3.2	76.3
		60대	16.3	2.0	81.7
		70대 이상	8.6	5.1	86.3
성 & 연령별	여자	10대	7.9	3.4	88.8
		20대	8.3	4.1	87.6
		30대	9.0	2.1	89.0
		40대	13.6	3.1	83.3
		50대	14.5	1.0	84.5
		60대	9.6	1.1	89.3
		70대 이상	4.4	0.4	95.2

※출처: 문화체육관광부(2018 국민생활체육 참여 실태조사)

2018년 기준 체육 동호회 조직에 가입하여 활동하고 있는 비율이 13.3%, 가입은 했으나 활동하고 있지 않은 응답자는 2.5%, 미가입자는 84.2%로 나타났다.

〈표 3-54〉 체육동호회 조직 가입 종목(상위 10개 종목)

(단위, %)

		축구· 풋살	골프	등산	수영	보디빌딩	요가· 필라테스· 태보	배드민턴	탁구	자전거, 사이클, 산악 자전거	에어로빅	
전 체		12.9	10.4	9.9	9.7	9.2	6.6	5.5	4.8	4.7	4.5	
도시 규모 별	대도시	11.9	10.9	11.0	10.5	11.1	4.3	7.2	4.7	4.6	4.1	
	중소도시	13.5	10.3	9.4	9.9	8.0	8.5	4.3	4.9	5.2	4.4	
	읍/면 이하	13.7	8.8	7.8	6.1	7.3	7.1	4.2	5.1	3.0	5.7	
성 별	남자	20.6	11.4	10.2	5.2	9.5	0.3	6.4	4.1	6.2	0.0	
	여자	0.3	8.7	9.5	17.0	8.6	16.8	4.0	6.0	2.2	11.8	
연령 별	10대	16.2	0.0	1.7	3.5	2.0	0.0	11.2	11.3	0.0	0.0	
	20대	27.3	0.0	2.9	6.0	15.1	9.3	1.5	2.3	6.8	1.1	
	30대	19.7	3.9	2.5	6.3	14.0	12.4	4.4	2.2	1.7	4.8	
	40대	12.0	11.7	8.5	11.3	8.5	10.1	4.6	3.8	2.9	4.6	
	50대	6.4	17.9	19.3	10.4	6.7	0.9	7.2	4.4	9.2	8.5	
	60대	0.5	15.2	18.7	16.0	6.2	1.7	9.3	10.4	4.4	3.7	
	70대 이상	7.4	23.0	7.2	15.1	6.8	9.6	0.0	6.0	1.8	0.0	
성 & 연 령 별	남 자	10대	30.2	0.0	3.1	2.8	3.8	0.0	10.0	0.9	0.0	0.0
		20대	38.9	0.0	2.1	2.5	14.9	0.4	2.2	2.4	7.5	0.0
		30대	27.5	4.5	3.5	6.2	13.2	0.0	5.8	2.1	2.1	0.0
		40대	20.8	9.5	6.5	6.9	11.4	0.5	5.8	2.5	5.1	0.0
		50대	11.0	19.9	17.9	2.8	7.1	0.0	8.1	5.1	12.7	0.0
		60대	0.8	19.7	26.3	11.4	3.9	1.0	11.8	9.9	5.1	0.0
		70대 이상	13.0	40.5	12.7	0.0	0.0	0.0	0.0	10.6	3.2	0.0
	여 자	10대	0.0	0.0	0.0	4.2	0.0	0.0	12.6	23.3	0.0	0.0
		20대	2.2	0.0	4.7	13.6	15.6	28.8	0.0	2.0	5.4	3.6
		30대	0.0	2.5	0.0	6.6	15.9	43.8	0.9	2.3	0.8	16.9
		40대	0.0	14.8	11.3	17.3	4.4	23.2	2.9	5.6	0.0	11.0
		50대	0.0	15.1	21.3	21.0	6.1	2.2	6.1	3.5	4.2	20.6
		60대	0.0	7.8	6.4	23.5	10.0	2.7	5.3	11.3	3.3	9.7
		70대 이상	0.0	0.0	0.0	34.9	15.8	22.1	0.0	0.0	0.0	0.0

※출처: 문화체육관광부(2018 국민생활체육 참여 실태조사)

2018년 기준 체육 동호회에 가입하여 활동하고 있는 종목은 '축구, 풋살'이 12.9%로 가장 많았으며, '골프(10.4%)', '등산(9.9%)', '수영(9.7%)', '보디빌딩(9.2%)' 등의 순을 보인다.



2 4대 종목 수요조사 결과

1) 야구

(1) 참여 현황

가. 참여 기간

〈표 3-55〉 야구 참여 기간

(단위 : 명, %)

구분	n	%	
참여 기간	1~2년	139	25.0
	3~4년	140	25.2
	5~6년	114	20.5
	7~8년	55	9.9
	9~10년	51	9.2
	11년 이상	56	10.1
합계	555	100	
평균	5.8년		

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

문화체육관광부(2015)의 야구산업 실태 및 수요조사 결과에 따르면 2014년 기준 야구 참여 응답자의 종목 참여기간은 평균적으로 5.8년이었으며, 종목 참여기간은 3~4년(25.2%)이 가장 높게 나타났고, 그다음으로 1~2년(25.0%), 5~6년(20.5%) 순으로 나타났다.

나. 참여 빈도

〈표 3-56〉 야구 참여 빈도

(단위 : 명, %)

구분	n	%	
참여 빈도	한 달에 2~3회 이하	155	27.9
	주1회	269	48.5
	주2회	91	16.4
	주3회	31	5.6
	주4회	8	1.4
	주5회	0	0.0
	주6회	1	0.2
합계	555	100.0	

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

문화체육관광부(2015)의 야구산업 실태 및 수요조사 결과에 따르면 2014년 기준 야구 참여 응답자의 종목 참여 빈도는 주 1회가 48.5%로 가장 높게 나타났으며, 그다음으로 한 달에 2~3회 이하(27.9%), 주 2회(16.4%)의 순으로 나타났다.

(2) 소비지출 현황

가. 동호회 회비, 강습비, 시설 이용료

〈표 3-57〉 야구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료)

(단위 : 회, 원)

동호회 회비	연간 평균	292,234 원
강습비	연간 평균	19,577 원
시설이용료	연간 이용 횟수 평균	1.6회
	회당 비용 평균	2,406 원
	연간 시설이용료 평균	36,342 원

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

2014년 기준 야구 참여 응답자들의 소비지출 현황을 살펴보면 야구 동호회 회비로 연간 평균 292,234원, 강습비 연간 평균 19,577원, 시설이용료 연간 평균 36,342원을 사용하는 것으로 나타났다. 또한, 연간 1.6회의 시설 이용 횟수를 보였으며, 회당 비용 평균은 2,406원으로 나타났다.

나. 음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비

〈표 3-58〉 야구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비)

(단위 : 원)

	회당 평균	연간 평균
음료 다과비	1,787원	88,930원
식사비	3,733원	193,341원
대중교통	745원	41,751원
자가용	5,062원	290,089원
연간 일상적 야구 참여활동 소비지출 총액		962,263원

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

2014년 기준 연간 일상적 야구 참여활동 소비지출로 총 962,263원이 나타났으며, 이 중 자가용이 연간 평균 290,089원으로 가장 큰 비중을 보였다. 그다음으로 식사비(193,341원), 음료 다과비(88,930원), 대중교통(41,751원)의 순으로 연간 평균 지출을 보였다. 또한, 회당 평균 금액도 5,062원으로 자가용이 가장 큰 비중을 보였고, 그다음으로 식사비(3,733원), 음료 다과비(1,787원), 대중교통(745원)의 순으로 지출하는 것으로 나타났다.



다. 용품 소비지출

〈표 3-59〉 야구 용품 소비지출

(단위 : 개, 원)

구분	연간 구매 수량 평균(개)	개당 구입 가격 평균(원)	연간 구입 비용 평균(원)	구매 브랜드 (국내)평균(개)		구매 브랜드 (국외)평균(개)	
야구화	0.9	77,395	93,625	0.2	22.2%	0.7	77.8%
의류	1.0	60,389	93,378	0.5	50.0%	0.5	50.0%
배트	0.3	46,777	57,578	0.1	33.3%	0.2	66.7%
모자	0.6	14,619	18,873	0.3	50.0%	0.3	50.0%
야구공	1.1	2,828	16,976	0.7	63.6%	0.4	36.4%
가방	0.5	31,476	33,461	0.2	40.0%	0.3	60.0%
장갑	0.8	21,165	29,571	0.3	37.5%	0.5	62.5%
양말	0.9	5,540	9,736	0.4	50.0%	0.4	50.0%
글러브	0.8	124,858	179,885	0.2	25.0%	0.6	75.0%
전체 평균	6.9	385,045	533,084	2.9	43.3%	3.8	56.7%

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

문화체육관광부(2015)에서 발표한 야구산업 실태조사 결과에 의하면 2014년 기준 야구 관련 용품의 연간 평균 구매 수량은 6.9개이며, 개당 구입 가격 평균 385,045원, 연간 구입비용 평균 533,084원이 나타났다. 야구용품 중 야구공(1.1개)과 의류(1.0개), 양말, 야구화(0.9개)의 순으로 구매 수량이 많은 것으로 나타났으며, 개당 구입 가격 평균은 글러브가 124,858원으로 가장 높게 나타났다. 그다음으로 야구화(77,395원), 의류(60,389원), 배트(46,777원)의 순으로 구입 가격 평균이 나타났으며, 연간 구입비용 평균도 글러브(179,885원), 야구화(93,625원), 의류(93,378원)의 순으로 나타났다. 국외 브랜드 평균 구매 수량은 평균 3.8개(56.7%)로 국내 브랜드 평균 구매 수량인 2.9개(43.3%)보다 많은 것으로 나타났다.

라. 대회참가 횟수 및 회당 소비지출

〈표 3-60〉 야구 대회참가 횟수, 및 회당 소비지출

(단위 : 회, 원)

대회참가 횟수	연간 5.3회 회당 평균
대회 참가비	38,153원
숙박비	1,847원
음료 다과비	1,629원
식사비	3,613원
대중교통	501원
자가용	5,955원
기타 잡비	1,496원
회당 대회참가 소비지출 총액	53,193원

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

2014년 기준 연간 평균 5.3회의 대회참가 횟수와 회당 총 53,193원의 대회참가 소비지출을 보였다. 이 중 대회 참가비(38,153원)가 가장 큰 비중을 나타냈으며, 그다음 자가용(5,955원), 식사비(3,613원), 숙박비(1,847원), 음료 다과비(1,629원), 기타 잡비(1,496원), 대중교통(501원) 순으로 지출한 것으로 나타났다.

마. 연간 대회참가 소비지출

〈표 3-61〉 야구 연간 대회참가 소비지출

(단위 : 원)

	연간 평균
대회 참가비	231,333원
숙박비	8,225원
음료 다과비	9,971원
식사비	19,378원
대중교통	3,217원
자가용	34,590원
기타 잡비	6,339원
연간 대회참가 소비지출 총액	313,054원

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

2014년 기준 연간 대회참가 소비지출은 총 313,054원으로 나타났으며, 이 중 대회 참가비가 231,333원으로 가장 큰 비중을 보였다. 그다음으로 자가용(34,590원), 식사비(19,378원), 음료 다과비(9,971원), 숙박비(8,225원), 기타 잡비(6,339원), 대중교통(3,217원) 순으로 지출한 것으로 나타났다.

2) 축구

(1) 참여 현황

가. 참여 기간

〈표 3-62〉 축구 참여 기간

(단위 : 명, %)

구분	n	%	
참여 기간	1~2년	121	16.8
	3~4년	98	13.6
	5~6년	133	18.5
	7~8년	71	9.9
	9~10년	135	18.8
	11년 이상	161	22.4
합계	719	100.0	
평균	8.1년		

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)



문화체육관광부(2015)의 축구산업 실태 및 수요조사 결과에 의하면 2014년 기준 축구 참여 응답자의 종목 참여기간은 평균적으로 8.1년을 보였으며 11년 이상(22.4%)이 가장 높게 나타났으며, 그다음으로 9~10년(18.8%), 5~6년(18.5%) 순으로 나타났다.

나. 참여 빈도

〈표 3-63〉 축구 참여 빈도

(단위 : 명, %)

구분	n	%	
참여 빈도	한달에 2~3회 이하	136	18.9
	주1회	328	45.6
	주2회	180	25.0
	주3회	48	6.7
	주4회	17	2.4
	주5회	6	0.8
	주6회	4	0.6
합계	719	100.0	

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

문화체육관광부(2015)의 축구산업 실태 및 수요조사 결과에 의하면 2014년 기준 축구 참여 응답자의 종목참여 빈도는 주 1회가 45.6%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 주 2회(25.0%), 한 달에 2~3회 이하(18.9%)의 순으로 나타났다.

(2) 소비지출 현황

가. 동호회 회비, 강습비, 시설 이용료

〈표 3-64〉 축구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료)

(단위 : 회, 원)

동호회 회비	연간 평균	172,367원
강습비	연간 평균	1,008원
시설이용료	연간 이용 횟수 평균	3.4회
	회당 비용 평균	3,257원
	연간 시설이용료 평균	59,623원

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

2014년 기준 축구 참여 응답자들의 소비지출 현황을 살펴보면, 축구 동호회 회비로 연간 평균 172,367원, 강습비 연간 평균 1,008원, 시설이용료 연간 평균 59,623원을 사용하는 것으로 나타났다. 또한, 연간 3.4회의 시설 이용 횟수를 보였으며, 회당 비용 평균은 3,257원으로 나타났다.

나. 음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비

〈표 3-65〉 축구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비)

(단위 : 원)

	회당 평균	연간 평균
음료 다과비	1,776원	108,693원
식사비	3,064원	183,917원
대중교통	937원	62,125원
자가용	3,089원	197,906원
연간 일상적 축구 참여활동 소비지출 총액		785,639원

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

2014년 기준 연간 일상적 축구 참여활동 소비지출로 총 785,639원이 나타났으며, 이 중 자가용이 연간 평균 197,906원으로 가장 큰 비중을 보였다. 그다음으로 식사비(183,917원), 음료 다과비(108,693원), 대중교통(62,125원)의 순으로 연간 평균 지출을 보였다. 또한, 회당 평균 금액도 3,089원으로 자가용이 가장 큰 비중을 보였고, 그다음으로 식사비(3,064원), 음료 다과비(1,776원), 대중교통(937원)의 순으로 회당 평균 지출을 보였다.

다. 용품 소비지출

〈표 3-66〉 축구 용품 소비지출

(단위 : 개, 원)

구분	연간 구매 수량 평균(개)	개당 구입 가격 평균(원)	연간 구입 비용 평균(원)	구매 브랜드 (국내)평균(개)	구매 브랜드 (국외)평균(개)
축구화	1.3	99,443	152,120	0.2	15.6%
의류	1.2	33,938	74,154	0.4	32.5%
축구공	0.3	10,154	15,891	0.1	40.0%
가방	0.2	13,007	14,537	0.1	31.5%
보호대	0.5	6,140	9,602	0.2	37.7%
양말	1.5	5,345	15,371	0.6	40.3%
전체 평균	5.1	168,027	281,675	1.6	31.4%

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

문화체육관광부(2015)에서 발표한 축구산업 실태조사 결과에 의하면 2014년 기준 축구 관련 용품의 연간 평균 구매 수량은 5.1개이며, 개당 구입 가격 평균 168,027원, 연간 구입비용 평균 281,675원이 나타났다. 축구용품 중 양말(1.5개)과 축구화(1.3개), 의류(1.2개), 보호대(0.5개)의 순으로 구매 수량이 많은 것으로 나타났으며, 개당 구입 가격 평균은 축구화가 99,443원으로 가장 높게 나타났다. 그다음으로 의류(33,938원), 가방(13,007원), 축구공(10,154원)의 순으로 구입 가격 평균이 나타났으며, 연간 구입비



용 평균도 축구화(152,120원), 의류(74,154원), 축구공(15,891원), 양말(15,371원)의 순으로 나타났다. 국외 브랜드 평균 구매 수량은 평균 3.5개(68.6%)로 국내 브랜드 평균 구매 수량인 1.6개(31.4%)보다 많은 것으로 나타났다.

라. 대회참가 횟수 및 회당 소비지출

〈표 3-67〉 축구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출

(단위 : 회, 원)

대회참가 횟수	연간 2.1회
	회당 평균
대회 참가비	16,517원
숙박비	542원
음료 다과비	1,056원
식사비	2,292원
대중교통	813원
자가용	3,651원
기타 잡비	662원
회당 대회참가 소비지출 총액	25,534원

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

2014년 기준 연간 평균 2.1회의 대회참가 횟수와 회당 총 25,534원의 대회참가 소비지출을 보였다. 이 중 대회 참가비(16,517원)가 가장 큰 비중을 나타냈으며, 그다음 자가용(3,651원), 식사비(2,292원), 음료 다과비(1,056원), 대중교통(813원), 기타 잡비(662원), 숙박비(542원) 순으로 지출액이 나타났다.

마. 연간 대회참가 소비지출

〈표 3-68〉 축구 연간 대회참가 소비지출

(단위 : 원)

구분	연간 평균
대회 참가비	42,185원
숙박비	1,488원
음료 다과비	5,149원
식사비	9,452원
대중교통	3,922원
자가용	12,988원
기타 잡비	3,976원
연간 대회참가 소비지출 총액	79,160원

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

2014년 기준 연간 대회참가 소비지출은 총 79,160원으로 나타났으며, 이 중 대회 참가비가 42,185원으로 가장 큰 비중을 보였다. 그다음으로 자가용(12,988원), 식사비(9,452원), 음료 다과비(5,149원), 기타 잡비(3,976원), 대중교통(3,922원), 숙박비(1,488원) 순으로 지출액이 나타났다.

3) 농구

(1) 참여 현황

가. 참여 기간

〈표 3-69〉 농구 참여 기간

(단위 : 명, %)

구분	n	%	
참여 기간	1~2년	75	16.6
	3~4년	63	13.9
	5~6년	93	20.5
	7~8년	50	11.0
	9~10년	81	17.9
	11년 이상	91	20.1
합계	453	100.0	
평균	7.8년		

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

문화체육관광부(2015)의 농구산업 실태 및 수요조사 결과에 의하면 2014년 기준 농구 참여 응답자의 종목 참여기간은 평균적으로 7.8년을 나타냈고, 5~6년(20.5%)이 가장 높게 나타났으며, 그다음으로 11년 이상(20.1%), 9~10년(17.9%) 순으로 나타났다.

나. 참여 빈도

〈표 3-70〉 농구 참여 빈도

(단위 : 명, %)

구분	n	%	
참여 빈도	한 달에 2~3회 이하	94	20.8
	주1회	165	36.4
	주2회	117	25.8
	주3회	39	8.6
	주4회	12	2.6
	주5회	12	2.6
	주6회	14	3.1
합계	453	100.0	

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)



문화체육관광부(2015)의 농구산업 실태 및 수요조사 결과에 의하면 2014년 기준 농구 참여 응답자의 종목 참여 빈도는 주1 회가 36.4%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 주2회(25.8%), 한 달에 2~3회 이하(20.8%)의 순으로 나타났다.

(2) 소비지출 현황

가. 동호회 회비, 강습비, 시설 이용료

〈표 3-71〉 농구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료)

(단위 : 회, 원)

동호회 회비	연간 평균	159,336 원
강습비	연간 평균	1,108 원
시설이용료	연간 이용 횟수 평균	4.2회
	회당 비용 평균	867 원
	연간 시설이용료 평균	32,276 원

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

2014년 기준 농구 참여소비자들의 소비지출 현황을 살펴보면, 농구 동호회 회비로 연간 평균 159,336원, 강습비 연간 평균 1,108원, 시설이용료 연간 평균 32,276원을 사용하는 것으로 나타났다. 또한, 연간 4.2회의 시설 이용 횟수를 보였으며, 회당 비용 평균은 867원으로 나타났다.

나. 음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비

〈표 3-72〉 농구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비)

(단위 : 원)

	회당 평균	연간 평균
음료 다과비	1,678원	102,848원
식사비	3,183원	203,166원
대중교통	1,347원	102,364원
자가용	2,596원	167,258원
연간 일상적 농구 참여활동 소비지출 총액		768,355원

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

2014년 기준 연간 일상적 농구 참여활동 소비지출로 총 768,355원이 나타났으며, 이 중 식사비가 연간 평균 203,166원으로 가장 큰 비중을 보였다. 그다음으로 자가용(167,258원), 음료 다과비(102,848원), 대중교통(102,364원)의 순으로 연간 평균 지출을 보였다. 또한, 회당 평균 금액도 3,183원으로 식사비가 가장 큰 비중을 보였고, 그다음으로 자가용(2,596원), 음료 다과비(1,678원), 대중교통(1,347원)의 순으로 회당 평균 지출을 보였다.

다. 용품 소비지출

〈표 3-73〉 농구 용품 소비지출

(단위 : 개, 원)

구분	연간 구매 수량 평균(개)	개당 구입 가격 평균(원)	연간 구입 비용 평균(원)	구매 브랜드 (국내)평균(개)		구매 브랜드 (국외)평균(개)	
농구화	1.1	96,980	154,033	0.1	9.1%	1.0	90.9%
의류	1.1	29,280	68,159	0.3	27.3%	0.8	72.7%
농구공	0.3	10,838	16,666	0.1	33.3%	0.2	66.7%
가방	0.2	8,638	9,587	0.1	50.0%	0.1	50.0%
보호대	0.2	3,475	6,411	0.1	33.3%	0.2	66.7%
양말	1.4	3,821	18,843	0.4	28.6%	1.0	71.4%
전체 평균	4.4	153,031	273,699	1.0	22.7%	3.4	77.3%

※출처: 문화체육관광부(중목별 스포츠산업 실태조사 2015)

문화체육관광부(2015)에서 발표한 농구산업 실태조사 결과에 의하면 2014년 기준 농구 관련 용품의 연간 평균 구매 수량은 4.4개이며, 개당 구입 가격 평균 153,031원, 연간 구입비용 평균 273,699원이 나타났다. 농구용품 중 양말(1.4개), 농구화, 의류(1.1개), 농구공(0.3개)의 순으로 구매 수량이 많은 것으로 나타났으며, 개당 구입 가격 평균은 농구화가 96,980원으로 가장 높게 나타났다. 그다음으로 의류(29,280원), 농구공(10,838원), 가방(8,638원)의 순으로 구입 가격 평균이 나타났으며, 연간 구입비용 평균도 농구화(154,033원), 의류(68,159원), 농구공(16,666원)의 순으로 나타났다. 국외 브랜드 평균 구매 수량은 평균 3.4개(77.3%)로 국내 브랜드 평균 구매 수량인 1.0개(22.7%)보다 많은 것으로 나타났다.

라. 대회참가 횟수 및 회당 소비지출

〈표 3-74〉 농구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출

(단위 : 회, 원)

대회참가 횟수	연간 2.5회
	회당 평균
대회 참가비	24,124원
숙박비	1,313원
음료 다과비	2,675원
식사비	3,127원
대중교통	1,483원
자기용	3,465원
기타 잡비	1,338원
회당 대회참가 소비지출 총액	37,526원

※출처: 문화체육관광부(중목별 스포츠산업 실태조사 2015)



2014년 기준 연간 평균 2.5회의 대회참가 횟수와 회당 총 37,526원의 대회참가 소비지출을 보였다. 이 중 대회 참가비(24,124원)가 가장 큰 비중을 나타냈으며, 그다음 자가용(3,465원), 식사비(3,127원), 음료 다과비(2,678원), 대중교통(1,483원), 기타 잡비(1,338원), 숙박비(1,313원)의 순으로 지출액이 나타났다.

마. 연간 대회참가 소비지출

〈표 3-75〉 농구 연간 대회참가 소비지출

(단위 : 원)

	연간 평균
대회 참가비	81,709원
숙박비	5,784원
음료 다과비	11,810원
식사비	10,526원
대중교통	5,941원
자가용	12,017원
기타 잡비	4,684원
연간 대회참가 소비지출 총액	132,471원

※출처: 문화체육관광부(중목별 스포츠산업 실태조사 2015)

2014년 기준 연간 대회참가 소비지출은 총 132,471원으로 나타났으며, 이 중 대회 참가비가 81,709원으로 가장 큰 비중을 보였다. 다음으로 자가용(12,017원), 음료 다과비(11,810원), 식사비(10,526원), 대중교통(5,941원), 숙박비(5,784원), 기타 잡비(4,684원) 순으로 나타났다.

4) 배구

(1) 참여 현황

가. 참여 기간

〈표 3-76〉 배구 참여 기간

(단위 : 명, %)

구분	n	%
참여 기간	1~2년	32.5
	3~4년	24.4
	5~6년	12.9
	7~8년	10.2
	9~10년	9.4
	11년 이상	10.7
합계	459	100.0
평균	5.4년	

※출처: 문화체육관광부(중목별 스포츠산업 실태조사 2015)

문화체육관광부(2015)의 배구산업 실태 및 수요조사 결과에 의하면 2014년 기준으로 참여 응답자의 종목 참여기간은 평균적으로 5.4년을 보였으며 1~2년(32.5%)이 가장 높게 나타났으며, 그다음으로 3~4년(24.4%), 5~6년(12.9%) 순으로 나타났다.

나. 참여 빈도

〈표 3-77〉 배구 참여 빈도

(단위 : 명, %)

구분	n	%	
참여 빈도	한 달에 2~3회 이하	83	18.1
	주1회	140	30.5
	주2회	142	30.9
	주3회	69	15.0
	주4회	18	3.9
	주5회	3	0.7
	주6회	4	0.9
합계	459	100.0	

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

문화체육관광부(2015)의 배구산업 실태 및 수요조사 결과에 의하면 2014년 기준으로 참여 응답자의 종목참여 빈도는 주 2회가 30.9%로 가장 높게 나타났으며, 그다음으로 주 1회(30.5%), 한 달에 2~3회 이하(18.1%)의 순으로 나타났다.

(2) 소비지출 현황

가. 동호회 회비, 강습비, 시설 이용료

〈표 3-78〉 배구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료)

(단위 : 회, 원)

동호회 회비	연간 평균	211,442원
강습비	연간 평균	6,643원
시설이용료	연간 이용 횟수 평균	2.6회
	회당 비용 평균	3,147원
	연간 시설이용료 평균	7,573원

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

2014년 기준 배구 참여소비자들의 소비지출 현황을 살펴보면, 배구 동호회 회비로 연간 평균 211,442원, 강습비 연간 평균 6,643원, 시설이용료 연간 평균 7,573원을 사용하는 것으로 나타났다. 또한, 연간 2.6회의 시설 이용 횟수를 보였으며, 회당 비용 평균은 3,147원으로 나타났다.



나. 음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비

〈표 3-79〉 배구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비)

(단위 : 원)

	회당 평균	연간 평균
음료 다과비	1,449원	78,680원
식사비	1,599원	102,431원
대중교통	774원	53,861원
자가용	3,096원	226,442원
연간 일상적 배구 참여활동 소비지출 총액		691,778원

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

2014년 기준 연간 일상적 배구 참여활동 소비지출로 총 691,778원이 나타났으며, 이 중 자가용이 연간 평균 226,442원으로 가장 큰 비중을 보였다. 그다음으로 식사비(102,431원), 음료 다과비(78,680원), 대중교통(53,861원)의 순으로 연간 평균 지출을 보였다. 또한, 회당 평균 금액도 3,096원으로 자가용이 가장 큰 비중을 보였고, 그다음으로 식사비(1,599원), 음료 다과비(1,449원), 대중교통(774원)의 순으로 회당 평균 지출을 보였다.

다. 용품 소비지출

〈표 3-80〉 배구 용품 소비지출

(단위 : 개, 원)

구분	연간 구매 수량 평균(개)	개당 구입 가격 평균(원)	연간 구입 비용 평균(원)	구매 브랜드 (국내)평균(개)		구매 브랜드 (국외)평균(개)	
배구화	0.9	85,990	101,997	0.2	24.1%	0.7	75.9%
의류	1.0	30,607	59,648	0.3	35.9%	0.6	64.1%
배구공	0.1	3,497	5,969	0.1	50.0%	0.1	50.0%
가방	0.2	9,135	9,745	0.1	50.0%	0.1	50.0%
보호대	0.6	13,749	20,633	0.2	31.1%	0.4	68.2%
양말	1.1	3,593	12,264	0.5	43.1%	0.6	56.9%
전체 평균	3.9	146,570	210,256	1.4	35.8%	2.5	64.2%

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

문화체육관광부(2015)에서 발표한 배구산업 실태조사 결과에 의하면 2014년 기준 배구 관련 용품의 연간 평균 구매 수량은 3.9개이며, 개당 구입 가격 평균 146,570원, 연간 구입비용 평균 210,256원이 나타났다. 배구용품 중 양말(1.1개), 의류(1.0개), 배구화(0.9개), 보호대(0.6개)의 순으로 구매 수량이 많은 것으로 나타났으며, 개당 구입 가격 평균은 배구화가 85,990원으로 가장 높게 나타났다. 그 다음으로 의류(30,607원), 보호대(13,749원), 가방(9,135원)의 순으로 구입 가격 평균이 나타났으며, 연간 구입비용 평균도 배구화(101,997원), 의류(59,648원), 보호대(20,633원), 양말(12,264원)의 순으로 나타났다. 국외 브랜드 평균 구매 수량은 평균 2.5개(64.2%)로 국내 브랜드 평균 구매 수량인 1.4개(35.8%)보다 많은 것으로 나타났다.

라. 대회참가 횟수 및 회당 소비지출

〈표 3-81〉 배구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출

(단위 : 회, 원)

대회참가 횟수	연간 2.5회
	회당 평균
대회 참가비	23,965원
숙박비	1,438원
음료 다과비	1,863원
식사비	2,808원
대중교통	734원
자가용	6,287원
기타 잡비	1,232원
회당 대회참가 소비지출 총액	38,326원

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

2014년 기준 연간 평균 2.5회의 대회참가 횟수와 회당 총 38,326원의 대회참가 소비지출을 보였다. 이 중 대회 참가비(23,965원)가 가장 큰 비중을 나타냈으며, 그다음 자가용(6,287원), 식사비(2,808원), 음료 다과비(1,863원), 숙박비(1,438원), 기타 잡비(1,232원), 대중교통(734원) 순으로 지출액이 나타났다.

마. 연간 대회참가 소비지출

〈표 3-82〉 배구 연간 대회참가 소비지출

(단위 : 원)

	연간 평균
대회 참가비	90,664원
숙박비	6,449원
음료 다과비	8,033원
식사비	11,085원
대중교통	3,230원
자가용	22,846원
기타 잡비	4,522원
연간 대회참가 소비지출 총액	146,829원

※출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

2014년 기준 연간 대회참가 소비지출은 총 146,829원으로 나타났으며, 이 중 대회 참가비가 90,664원으로 가장 큰 비중을 보였다. 그다음으로 자가용(22,846원), 식사비(11,085원), 음료 다과비(8,033원), 숙박비(6,449원), 기타 잡비(4,522원), 대중교통(3,230원) 순으로 지출액이 나타났다.



제3절 스포츠산업 가계지출 가구별 조사 결과

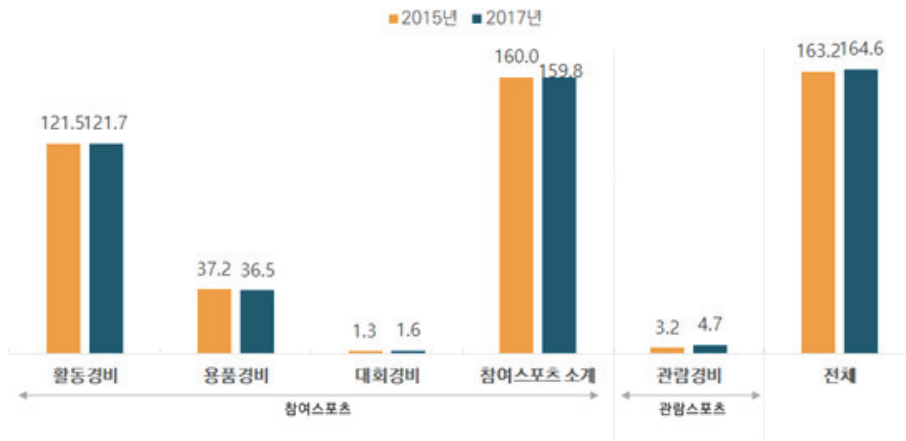
1 가구별 스포츠 소비지출

1) 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)

2017년 기준 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출액은 가구당 평균 164.5만 원으로 활동지출 121.7만 원, 용품지출 36.5만 원, 대회지출 1.6만 원, 관람지출 4.7만 원으로 나타났다.

〈그림 3-16〉 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)

(단위 : 만 원)



※ 주: base = 전체 응답 가구 2015년 2,151가구/ 2017년 2,053가구

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2017)

2015년 대비 연간 활동 지출에서 특히 제주도와 나머지 지역들 간에 현격한 차이를 나타냈었다. 그 뒤로 대전, 강원 그리고 서울 순으로 나타났다. 월평균 가구소득별로는 소득이 높을수록 연간 활동 지출 금액이 증가하는 경향을 보였으나, 활동지출만 일정하게 증가하였고 용품, 대회 및 관람 지출은 증가와 감소에 그룹별로 차이를 나타내었다. 2015년 대비 참여스포츠 중 대회지출은 23.0% 증가하였고, 관람 스포츠의 관람지출은 47.5% 증감률을 보였다.

〈표 3-83〉 2015년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)

(단위 : 만 원, %)

구 분	사례수	참여스포츠			관람스포츠	합계	
		활동지출	용품지출	대회지출	관람지출		
전 체	(2,151)	121.5	37.2	1.3	3.2	163.2	
비중(%)		(74.4)	(22.8)	(0.8)	(2.0)	(100.0)	
지역	서울	(451)	173.5	50.5	0.9	4.4	229.2
	부산	(150)	100.1	36.3	0.8	2.4	139.7
	대구	(111)	127.6	18.9	0.0	1.5	148.0
	인천	(110)	92.5	25.8	1.5	4.6	124.4
	광주	(64)	59.4	28.2	0.0	3.6	91.2
	대전	(64)	81.5	31.6	0.1	4.8	118.0
	울산	(48)	59.8	20.8	0.0	2.2	82.7
	경기도	(469)	159.3	42.0	2.9	3.6	207.8
	강원도	(68)	64.6	37.7	0.7	5.1	108.1
	충청도	(155)	67.4	28.0	1.2	1.7	98.3
	전라도	(164)	42.2	19.6	0.1	2.6	64.5
	경상도	(263)	108.2	37.3	0.2	1.2	146.8
	제주도	(34)	206.2	69.4	13.4	5.4	294.4
월 평균 가구소득	200만원 미만	(146)	33.8	21.4	0.1	2.2	57.5
	201~300만원	(363)	64.7	20.3	0.4	2.4	87.9
	301~400만원	(535)	91.5	29.1	1.0	2.6	124.2
	401~500만원	(544)	129.9	43.0	2.1	3.5	178.6
	501~600만원	(340)	148.7	42.8	0.8	3.6	196.0
	601~700만원	(112)	171.3	45.3	1.7	6.5	224.8
	701~800만원	(39)	302.8	69.0	5.4	3.5	380.6
	801만원 이상	(62)	444.7	120.8	4.5	4.6	574.5
	거절 무응답	(10)	437.3	65.7	0.0	0.7	503.6
가구	1인 가구	(304)	57.8	18.3	0.5	2.5	79.1
	2인 가구	(494)	88.4	31.3	1.7	2.5	124.0
	3인 가구	(674)	134.0	38.2	0.7	3.1	176.0
	4인 가구	(624)	159.0	48.6	2.1	4.1	213.8
	5인 가구	(55)	193.0	50.8	1.5	4.1	249.3

※출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2015)



〈표 3-84〉 2017년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)

(단위 : 만 원, %)

구 분	사례수	참여스포츠			관람스포츠	합계	
		활동지출	응품지출	대회지출	관람지출		
전 체	(2,053)	121.7	36.5	1.6	4.7	164.6	
비중(%)		(74.0)	(22.2)	(1.0)	(2.9)	(100.0)	
지역	서울	(433)	145.0	46.8	2.5	3.7	198.0
	부산	(136)	79.3	27.7	0.1	3.1	110.2
	대구	(95)	65.6	11.3	1.4	2.5	80.9
	인천	(121)	82.1	26.5	0.0	2.7	111.2
	광주	(61)	68.7	36.2	0.0	5.9	110.9
	대전	(64)	210.4	55.2	2.8	11.4	279.8
	울산	(49)	85.1	17.4	0.0	2.0	104.6
	경기	(501)	132.7	37.7	1.6	3.7	175.6
	강원	(61)	162.4	58.9	9.9	25.1	256.2
	충청	(150)	103.0	34.1	1.0	5.1	143.1
	전라	(132)	124.4	49.2	2.5	7.1	183.2
	경상	(228)	88.3	20.3	0.1	2.8	111.5
	제주	(22)	452.6	59.6	0.0	4.7	517.0
월 평균 가구 소득	70만원 미만	(8)	51.8	13.2	1.3	10.3	76.5
	70~135만원	(26)	22.9	11.5	0.0	5.2	39.6
	135~200만원	(117)	114.9	18.8	0.3	2.4	136.5
	200~265만원	(261)	61.2	20.3	0.2	3.7	85.3
	265~335만원	(273)	74.4	26.8	0.5	2.4	104.1
	335~400만원	(353)	98.4	29.0	2.5	6.5	136.4
	400~500만원	(459)	126.4	39.5	1.7	4.9	172.5
	500~610만원	(342)	166.7	49.2	2.8	4.4	223.2
	610~810만원	(170)	227.1	72.2	1.9	7.2	308.4
	810만원 이상	(44)	245.6	51.1	2.3	4.5	303.5
가구	1인 가구	(526)	82.6	20.0	0.6	3.9	107.3
	2인 가구	(467)	105.8	36.1	1.0	4.2	147.0
	3인 가구	(474)	140.7	45.0	2.5	4.8	193.0
	4인 가구	(439)	149.3	44.6	2.6	5.7	202.2
	5인 가구	(147)	168.9	44.8	1.3	5.3	220.4

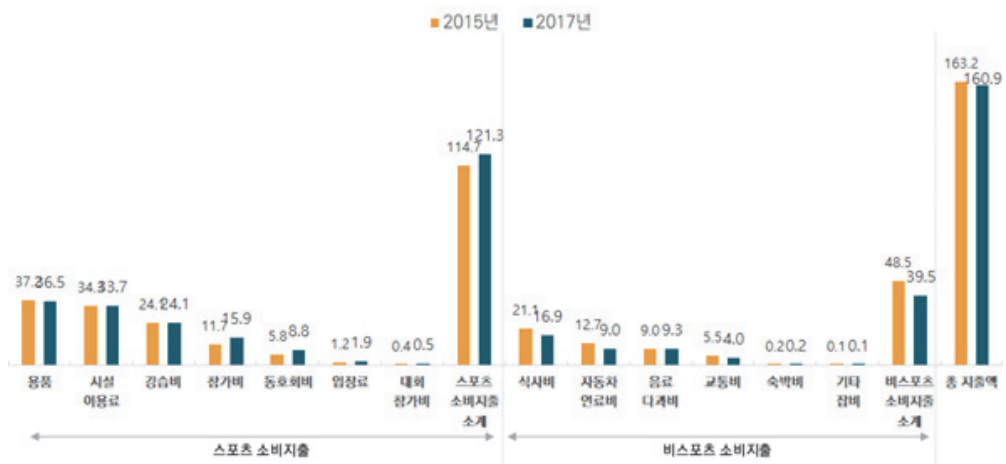
※출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2017)

2) 지출항목별 연간 활동 지출

지출항목별 연간 활동 지출은 스포츠 소비지출과 비(非)스포츠 소비지출로 구분될 수 있고, 스포츠 소비지출은 121.3만 원, 비 스포츠 소비지출은 39.6만 원으로 나타났다. 지역별 스포츠 소비지출은 제주도가 현격하게 높았다. 강원도, 대전, 서울 등이 평균을 상회하였으며 부산, 인천, 광주 지역은 평균보다 낮게 나타났다. 스포츠 소비지출 중 용품, 시설이용료, 강습비는 각각 36.5만 원(22.7%), 33.7만 원(20.9%), 24.1만 원(15.0%)으로 큰 비중을 차지하였다. 월평균 가구소득별로는 용품, 시설이용료는 가구소득이 높을수록 증가하는 경향을 보였으나, 강습비, 참가비, 동호회 비, 입장료, 대회참가비는 소득별로 편차를 보였다. 비 스포츠 소비지출은 특히 울산이 80.3만 원으로 가장 높게 나타났으며, 부산, 경기도, 경상도가 평균을 상회하였다. 월평균 가구소득별로는 식사비, 자동차연료비, 교통비는 가구소득이 높을수록 증가하는 경향을 보이고 있다. 2017년 스포츠 소비지출은 2015년 대비 5.8% 증가하였고, 반면 비(非)스포츠 소비지출은 18.4%의 감소하였다.

〈그림 3-17〉 지출항목별 연간 활동 지출

(단위 : 만 원)



※ 주: base = 전체 응답 가구 2015년 2,151가구/ 2017년 2,053가구

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2017)



〈표 3-85〉 2015년 지출항목별 연간 활동 지출

(단위 : 만 원, %)

구 분	사 례 수	스푸츠 소비지출								비 스푸츠 소비지출							합계	
		용품	시설 이용료	강습비	참가비	동호회 비	입장료	대회 참가비	소계	식사비	자동차 연료비	음료 다과비	교통비	숙박비	기타 잡비	소계		
전 체	(2,151)	37.2	34.3	24.1	11.7	5.8	1.2	0.4	114.7	21.1	12.7	9.0	5.5	0.2	0.1	48.5	163.2	
비중(%)		(22.8)	(21.0)	(14.8)	(7.2)	(3.5)	(0.7)	(0.3)	(70.3)	(12.9)	(7.8)	(5.5)	(3.4)	(0.1)	(0.1)	(29.7)	(100.0)	
지 역	서울	(451)	50.6	55.4	19.6	20.4	5.0	1.6	0.2	152.8	32.2	16.3	17.3	10.5	0.1	0.0	76.5	229.2
	부산	(150)	36.3	16.3	40.2	2.9	4.3	0.7	0.2	101.0	16.6	7.2	8.3	6.2	0.2	0.2	38.7	139.7
	대구	(111)	18.9	25.1	29.3	2.7	3.9	0.5	0.0	80.4	41.0	18.6	5.5	2.6	0.0	0.0	67.6	148.0
	인천	(110)	25.9	43.2	16.0	4.4	5.2	1.1	0.4	96.2	9.8	10.1	5.0	2.8	0.2	0.3	28.2	124.4
	광주	(64)	28.3	34.2	6.0	1.4	3.1	1.6	0.0	74.5	6.2	6.6	3.4	0.6	0.0	0.0	16.7	91.2
	대전	(64)	31.6	25.4	5.3	13.6	8.8	2.1	0.1	86.9	14.7	9.2	5.8	1.4	0.0	0.0	31.1	118.0
	울산	(48)	20.8	23.5	8.4	0.3	2.7	0.9	0.0	56.6	10.9	6.6	7.3	1.3	0.0	0.0	26.1	82.7
	경기도	(469)	42.1	46.4	29.4	17.9	6.4	1.4	1.2	144.7	27.7	15.0	11.2	8.4	0.4	0.4	63.1	207.8
	강원도	(68)	37.8	9.8	4.3	13.7	7.2	2.2	0.0	74.9	9.7	18.3	3.4	1.8	0.0	0.0	33.1	108.1
	충청도	(155)	28.0	22.4	9.3	9.6	4.3	0.4	0.5	74.6	7.5	10.6	3.0	2.4	0.2	0.0	23.7	98.3
	전라도	(164)	19.7	17.5	3.2	1.9	9.2	1.0	0.0	52.5	3.8	4.3	3.4	0.5	0.0	0.0	12.0	64.5
	경상도	(263)	37.3	13.0	50.9	5.7	4.3	0.4	0.0	111.7	17.2	10.5	5.4	2.0	0.0	0.1	35.1	146.8
제주도	(34)	69.6	45.7	44.0	35.4	24.2	1.2	2.7	222.8	25.6	27.0	7.9	8.1	1.8	1.1	71.6	294.4	
월 평 균 가 구 소 속	200만원 미만	(146)	21.5	8.7	12.9	1.4	2.1	0.7	0.0	47.2	3.9	3.0	1.5	1.7	0.2	0.0	10.3	57.5
	201~300만원	(363)	20.4	16.9	12.1	5.9	4.4	1.1	0.1	61.0	11.5	8.6	4.4	2.3	0.0	0.0	26.9	87.9
	301~400만원	(535)	29.2	19.2	26.4	6.8	4.3	0.8	0.4	87.1	16.9	7.4	8.2	4.4	0.0	0.1	37.1	124.2
	401~500만원	(544)	43.1	32.0	29.9	10.7	5.7	1.3	0.5	123.1	24.4	13.0	10.3	7.0	0.4	0.4	55.4	178.6
	501~600만원	(340)	42.9	47.6	22.9	16.5	8.8	1.4	0.2	140.3	24.1	13.1	11.6	6.6	0.1	0.1	55.7	196.0
	601~700만원	(112)	45.4	65.9	29.0	9.3	5.5	2.0	0.8	157.9	27.1	15.8	15.6	8.0	0.3	0.1	66.9	224.8
	701~800만원	(39)	69.0	130.6	21.2	22.9	8.4	1.6	4.1	257.8	59.0	41.3	14.1	8.3	0.0	0.0	122.8	380.6
	801만원 이상	(62)	120.8	125.0	54.8	94.0	16.6	1.6	1.2	414.0	58.5	70.9	14.2	15.6	1.1	0.3	160.5	574.5
거절/무응답	(10)	65.7	221.3	5.3	3.8	9.9	0.3	0.0	306.3	104.7	45.5	41.6	5.5	0.0	0.0	197.3	503.6	
가 구	1인 가구	(304)	18.3	14.4	17.0	5.7	3.4	0.9	0.1	59.8	8.1	5.4	3.1	2.5	0.1	0.0	19.2	79.1
	2인 가구	(494)	31.3	19.9	16.4	9.4	5.8	0.9	0.6	84.2	16.0	11.8	7.4	4.4	0.0	0.1	39.7	124.0
	3인 가구	(674)	38.4	38.3	22.3	14.7	4.4	1.1	0.2	119.4	25.6	12.5	12.1	6.3	0.1	0.0	56.6	176.0
	4인 가구	(624)	48.7	49.1	33.7	13.5	8.3	1.5	0.6	155.4	25.4	16.3	9.4	6.4	0.5	0.4	58.3	213.8
	5인 가구	(55)	50.9	55.9	47.0	8.4	5.8	1.5	0.7	170.3	33.1	22.0	12.6	11.0	0.0	0.4	79.0	249.3

※출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2015)

〈표 3-86〉 2017년 지출항목별 연간 활동 지출

(단위 : 만 원, %)

구 분	사 례 수	스푸츠 소비지출								비 스푸츠 소비지출						합계		
		용품	시설 이용료	강습비	참가비	동호회 비	입장료	대회 참가비	소계	식사비	자동차 연료비	음료 다과비	교통비	숙박비	기타 집비		소계	
전 체	(2053)	36.5	33.7	24.1	15.9	8.8	1.9	0.5	121.3	16.9	9.0	9.3	4.0	0.2	0.1	39.6	160.9	
비중(%)		(22)	(20.9)	(15.0)	(9.9)	(5.5)	(1.2)	(0.3)	(75.4)	(10.5)	(5.6)	(5.8)	(2.5)	(0.1)	(0.1)	(24.6)	(100.0)	
지 역	서울	(433)	46.8	42.1	27.9	13.1	14.6	1.6	0.7	146.7	16.9	9.0	9.3	4.0	0.2	0.1	39.6	194.7
	부산	(136)	27.7	17.0	24.6	7.3	5.3	0.9	0.0	82.9	21.9	5.7	13.1	6.6	0.5	0.1	48.0	108.0
	대구	(95)	11.3	19.9	3.2	14.2	4.6	1.2	0.7	55.0	9.4	6.4	6.8	2.5	0.0	0.0	25.1	79.0
	인천	(121)	26.5	35.0	19.4	0.5	1.6	1.2	0.0	84.1	10.6	8.7	3.9	0.5	0.0	0.2	23.9	109.8
	광주	(61)	36.2	23.5	10.8	2.7	5.5	2.4	0.0	81.1	13.0	4.4	7.0	1.2	0.0	0.0	25.6	107.3
	대전	(64)	55.2	45.6	31.5	42.5	10.6	4.4	1.0	190.7	8.8	7.4	9.0	1.0	0.0	0.0	26.2	271.1
	울산	(49)	17.4	18.4	11.0	1.0	6.9	0.6	0.0	55.3	33.3	28.4	14.3	4.1	0.0	0.2	38.0	103.2
	경기도	(501)	37.7	32.7	30.0	17.5	9.4	1.6	0.7	129.6	21.1	14.3	8.7	3.7	0.0	0.0	47.9	173.0
	강원도	(61)	58.9	19.6	36.1	43.6	23.0	9.5	1.2	191.9	20.8	7.4	10.3	4.7	0.1	0.2	43.4	234.1
	충청도	(150)	34.1	50.9	15.2	11.8	2.7	2.1	0.7	117.5	12.3	15.6	1.7	10.5	1.0	1.1	42.2	139.9
	전라도	(132)	49.2	35.8	19.0	11.2	11.1	2.6	0.7	129.6	6.6	8.2	4.5	3.1	0.0	0.0	22.4	177.2
	경상도	(228)	20.3	21.6	19.8	10.7	3.8	0.9	0.0	77.2	18.0	17.6	11.1	0.7	0.2	0.0	47.6	109.6
제주도	(22)	59.6	106.8	78.9	203.0	8.5	1.3	0.0	458.1	12.8	10.4	6.6	2.5	0.0	0.0	32.4	513.5	
지 역 별 가 구 수 소	70만원 미만	(8)	13.2	5.6	12.5	26.5	0.0	3.7	1.3	62.8	14.0	9.6	25.8	6.0	0.0	0.0	55.4	69.9
	70~135만원	(26)	11.5	4.8	4.7	2.5	0.5	2.3	0.0	26.3	5.6	0.0	1.5	0.0	0.0	0.0	7.1	36.7
	135~200만원	(117)	18.8	23.7	19.4	41.5	3.1	0.9	0.3	107.6	3.2	2.3	3.8	1.2	0.0	0.0	10.4	134.9
	200~265만원	(261)	20.3	14.1	11.0	8.1	4.2	1.6	0.0	59.3	10.2	3.4	8.6	5.1	0.0	0.0	27.2	83.1
	265~335만원	(273)	26.8	21.7	16.7	6.4	6.2	0.9	0.1	78.9	9.6	4.5	6.1	3.7	0.0	0.0	23.9	102.4
	335~400만원	(353)	29.0	27.0	22.0	9.4	9.3	2.4	0.8	99.9	10.2	4.8	5.9	2.5	0.1	0.0	23.5	131.0
	400~500만원	(459)	39.5	35.0	26.1	15.6	10.4	2.1	0.6	129.4	14.0	8.1	6.4	2.2	0.1	0.3	31.1	168.8
	500~610만원	(342)	49.2	47.2	36.2	17.3	8.3	1.9	0.7	160.8	17.3	8.9	9.8	3.2	0.1	0.1	39.4	219.2
	610~810만원	(170)	72.2	68.0	35.8	34.2	19.7	2.4	0.4	232.7	25.0	12.9	13.2	6.7	0.5	0.2	58.4	302.6
	810만원 이상	(44)	51.1	75.1	31.5	31.1	13.6	2.5	1.9	206.7	29.8	17.7	15.9	6.0	0.5	0.0	69.8	300.9
가 구	1인 가구	(526)	20.0	18.8	15.1	14.5	5.6	1.5	0.2	75.8	39.6	27.8	19.9	7.0	0.0	0.0	94.3	104.5
	2인 가구	(467)	36.1	30.1	15.9	11.8	7.4	1.7	0.4	103.5	11.5	6.3	7.0	3.8	0.0	0.1	28.7	144.1
	3인 가구	(474)	45.0	36.8	26.1	18.5	13.1	2.0	0.7	142.2	18.6	9.6	8.9	3.5	0.1	0.0	40.6	188.9
	4인 가구	(439)	44.6	45.6	35.9	16.1	8.9	2.2	0.8	154.2	21.0	10.1	10.6	4.5	0.2	0.3	46.7	197.5
	5인 가구	(147)	44.8	52.8	41.1	24.6	9.9	2.1	0.5	175.8	17.5	10.8	10.3	4.2	0.5	0.1	43.3	216.5

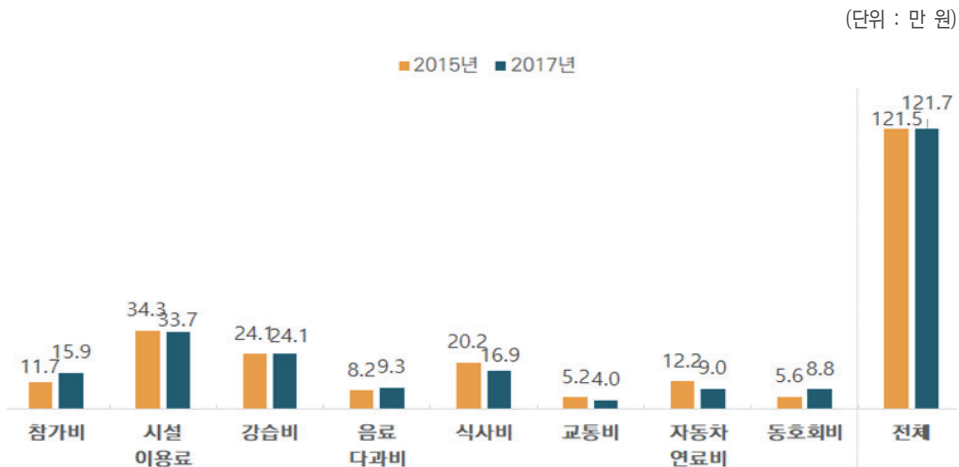
※출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2017)



2 참여스포츠 연간 활동지출

2017년 기준 참여스포츠 연간 활동 지출은 121.7만 원으로 나타났으며, 시설 이용료 33.7만 원(27.7%), 강습비 24.1만 원(19.8%), 식사비 16.9만 원(13.9%), 참가비 15.9만 원(13.0%), 자동차 연료비 9.0만 원(7.4%) 원의 순으로 나타났다. 2015년 대비 크게 변동이 없으나(2천 원 증가) 전체 지출은 참가비 비중이 9.6%에서 13.0%로 3.4% 증가하였다.

〈그림 3-18〉 참여스포츠 연간 활동 지출



※ 주: base = 전체 응답 가구 2015년 2,151가구/ 2017년 2,053가구

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2017)

제주도는 452.6만 원으로 평균보다 높게 나타났으며, 식사비를 제외한 모든 부분에서 전국 평균보다 높게 나타났다. 서울의 참가비는 13.1만 원으로 전국 평균보다 약 2.8만원 적게 지출하고 있으며, 시설 이용료는 42.1만 원으로 약 8.4만 원 많이 지출하고 있다. 제주도의 강습비는 78.9만 원으로 가장 높게 나타났으며, 평균보다 약 54.8만 원 많이 지출하였다. 대중 교통비를 의미하는 교통비는 강원도가 10.5만 원으로 가장 많이 지출하게 되는 것으로 나타났다. 월평균 가구소득별로는 70만 원 미만에서 135만 원 사이 가구가 22.9만 원으로 가장 낮은 지출을 하는 반면, 801만 원 이상은 245.6만 원으로 전체 가장 높은 지출하는 것으로 나타났다. 400만 원 이상 500만 원 이하의 가구부터는 평균보다 높은 지출을 나타내었다. 가구별로는 1인 가구 82.6만 원, 2인 가구 105.8만 원으로 전국 평균보다 적게 지출하며, 3인 가구 이상부터는 전국 평균보다 많이 지출하는 것으로 나타났다. 2015년 대비 증감률을 살펴보면 동호회비는 56.7%의 증가율을 보였고, 반면 자동차 연료비는 26.1%의 감소율을 보였다.

〈표 3-87〉 2015년 참여스포츠 연간 활동 지출

(단위 : 만 원, %)

구 분	사례수	참가비	시설 이용료	강습비	음료 다과비	식사비	교통비	자동차 연료비	동호회 비	합계	
전 체	(2151)	11.7	34.3	24.1	8.2	20.2	5.2	12.2	5.6	121.5	
비중(%)		(9.6)	(28.2)	(19.9)	(6.7)	(16.7)	(4.3)	(10.0)	(4.6)	(100.0)	
지 역	서울	(451)	20.4	55.4	19.6	16.5	30.9	10.0	15.8	4.9	173.5
	부산	(150)	2.9	16.3	40.2	7.7	15.8	6.0	7.0	4.3	100.1
	대구	(111)	2.7	25.1	29.3	5.2	40.7	2.5	18.3	3.9	127.6
	인천	(110)	4.4	43.2	16.0	3.0	9.1	2.6	9.5	4.8	92.5
	광주	(64)	1.4	34.2	6.0	2.4	5.8	0.4	6.2	3.1	59.4
	대전	(64)	13.6	25.4	5.3	4.4	14.0	1.2	8.7	8.8	81.5
	울산	(48)	0.3	23.5	8.4	6.8	10.5	1.2	6.4	2.7	59.8
	경기도	(469)	17.9	46.4	29.4	10.4	26.5	8.0	14.5	6.3	159.3
	강원도	(68)	13.7	9.8	4.3	1.4	9.6	1.7	17.5	6.5	64.6
	충청도	(155)	9.6	22.4	9.3	2.7	7.0	2.1	10.0	4.3	67.4
	전라도	(164)	1.9	17.5	3.2	2.4	3.6	0.5	3.9	9.1	42.2
	경상도	(263)	5.7	13.0	50.9	5.2	16.8	2.0	10.2	4.3	108.2
	제주도	(34)	35.4	45.7	44.0	6.4	22.6	6.7	24.5	20.9	206.2
월 평 균 가 구 소 득	200만원 미만	(146)	1.4	8.7	12.9	1.3	3.6	1.5	2.5	2.0	33.8
	201~300만원	(363)	5.9	16.9	12.1	4.0	11.0	2.1	8.4	4.4	64.7
	301~400만원	(535)	6.8	19.2	26.4	7.5	16.2	4.2	7.0	4.2	91.5
	401~500만원	(544)	10.7	32.0	29.9	9.3	23.4	6.7	12.2	5.7	129.9
	501~600만원	(340)	16.5	47.6	22.9	10.8	23.3	6.3	12.8	8.5	148.7
	601~700만원	(112)	9.3	65.9	29.0	13.2	25.6	7.5	15.2	5.5	171.3
	701~800만원	(39)	22.9	130.6	21.2	13.6	58.0	8.1	41.0	7.4	302.8
	801만 원 이상	(62)	94.0	125.0	54.8	13.2	57.4	14.6	69.1	16.6	444.7
거절 무응답	(10)	3.8	221.3	5.3	41.6	104.6	5.3	45.5	9.9	437.3	
가 구	1인 가구	(304)	5.7	14.4	17.0	2.7	7.5	2.3	5.0	3.3	57.8
	2인 가구	(494)	9.4	19.9	16.4	6.6	15.2	4.2	11.2	5.6	88.4
	3인 가구	(674)	14.7	38.3	22.3	11.4	24.8	6.0	12.1	4.3	134.0
	4인 가구	(624)	13.5	49.1	33.7	8.3	24.5	6.0	15.7	8.3	159.0
	5인 가구	(55)	8.4	55.9	47.0	11.6	32.2	10.9	21.3	5.8	193.0

※출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2015)



〈표 3-88〉 2017년 참여스포츠 연간 활동 지출

(단위 : 만 원, %)

구 분	사례수	참가비	시설 이용료	강습비	음료 다과비	식사비	교통비	자동차 연료비	동호회 비	합계	
전 체	(2,053)	15.9	33.7	24.1	9.3	16.9	4.0	9.0	8.8	121.7	
비중(%)		(13.0)	(27.7)	(19.8)	(7.7)	(13.9)	(3.3)	(7.4)	(7.2)	(100.0)	
지 역	서울	(433)	13.1	42.1	27.9	13.1	21.9	6.6	5.7	14.6	145.0
	부산	(136)	7.3	17.0	24.6	6.8	9.4	2.5	6.4	5.3	79.3
	대구	(95)	14.2	19.9	3.2	3.9	10.6	0.5	8.7	4.6	65.6
	인천	(121)	0.5	35.0	19.4	7.0	13.0	1.2	4.4	1.6	82.1
	광주	(61)	2.7	23.5	10.8	9.0	8.8	1.0	7.4	5.5	68.7
	대전	(64)	42.5	45.6	31.5	14.3	33.3	4.1	28.4	10.6	210.4
	울산	(49)	1.0	18.4	11.0	8.7	21.1	3.7	14.3	6.9	85.1
	경기도	(501)	17.5	32.7	30.0	10.3	20.8	4.7	7.4	9.4	132.7
	강원도	(61)	43.6	19.6	36.1	1.7	12.3	10.5	15.6	23.0	162.4
	충청도	(150)	11.8	50.9	15.2	4.5	6.6	3.1	8.2	2.7	103.0
	전라도	(132)	11.2	35.8	19.0	11.1	18.0	0.7	17.6	11.1	124.4
	경상도	(228)	10.7	21.6	19.8	6.6	12.8	2.5	10.4	3.8	88.3
제주도	(22)	203.0	106.8	78.9	25.8	14.0	6.0	9.6	8.5	452.6	
월 평 균 가 구 소 득	70만원 미만	(8)	26.5	5.6	12.5	1.5	5.6	0.0	0.0	0.0	51.8
	70~135만원	(26)	2.5	4.8	4.7	3.8	3.2	1.2	2.3	0.5	22.9
	135~200만원	(117)	41.5	23.7	19.4	8.6	10.2	5.1	3.4	3.1	114.9
	200~265만원	(261)	8.1	14.1	11.0	6.1	9.6	3.7	4.5	4.2	61.2
	265~335만원	(273)	6.4	21.7	16.7	5.9	10.2	2.5	4.8	6.2	74.4
	335~400만원	(353)	9.4	27.0	22.0	6.4	14.0	2.2	8.1	9.3	98.4
	400~500만원	(459)	15.6	35.0	26.1	9.8	17.3	3.2	8.9	10.4	126.4
	500~610만원	(342)	17.3	47.2	36.2	13.2	25.0	6.7	12.9	8.3	166.7
	610~810만원	(170)	34.2	68.0	35.8	15.9	29.8	6.0	17.7	19.7	227.1
810만원 이상	(44)	31.1	75.1	31.5	19.9	39.6	7.0	27.8	13.6	245.6	
가 구	1인 가구	(526)	14.5	18.8	15.1	7.0	11.5	3.8	6.3	5.6	82.6
	2인 가구	(467)	11.8	30.1	15.9	8.9	18.6	3.5	9.6	7.4	105.8
	3인 가구	(474)	18.5	36.8	26.1	10.6	21.0	4.5	10.1	13.1	140.7
	4인 가구	(439)	16.1	45.6	35.9	10.3	17.5	4.2	10.8	8.9	149.3
	5인 가구	(147)	24.6	52.8	41.1	12.2	16.4	4.0	7.9	9.9	168.9

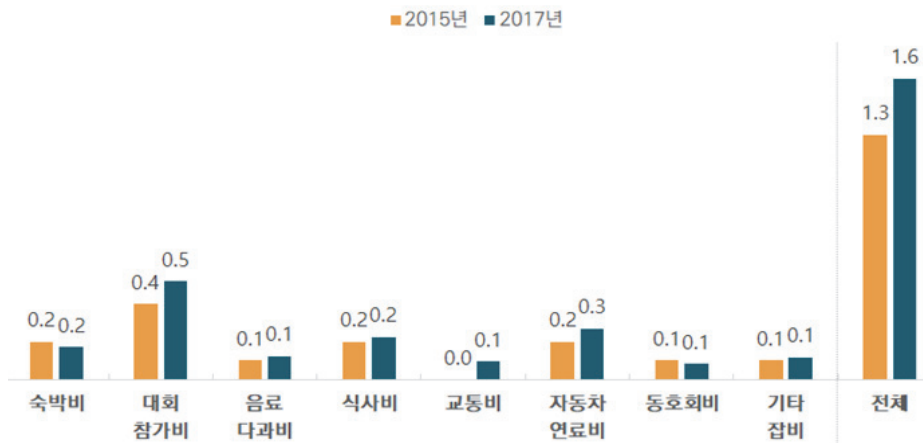
※출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2017)

3 연간 대회참가 지출

2017년 기준 연간 대회참가 지출은 1.6만 원으로 나타났으며, 평균 횟수는 0.2회로 나타났다. 대회참가 지출 중 대회참가비는 0.5만 원(32.4%)으로 가장 많은 비중을 차지하였고, 자동차 연료비 0.3만 원(16.9%), 식사비 0.2만 원(14.2%), 숙박비 0.2만 원(10.6%)의 순으로 나타났다. 월평균 가구소득별로는 500만 원 이상 600만 원 이하가 2.8만 원으로 가장 높게 나타났으며, 이는 골프 등 상대적으로 대회참가비가 높은 대회 참가의 결과로 유추된다. 가구별로는 1인 가구 0.6만 원, 2인 가구 1.0만 원, 3인 가구 2.5만 원, 4인 가구 2.6만 원, 5인 가구 1.3만 원으로 나타났으며, 3인 가구의 경우 영유아의 비율이 상대적으로 높으며, 5인 가구의 경우도 대회참가가 어려운 노령 가구원 또는 영유아의 비율이 상대적으로 높은 영향으로 상대적으로 낮게 나타난 것으로 판단된다. 2015년 대비 증감률을 살펴보면, 자동차 연료비가 35.4%로 가장 높은 증가율을 보였고, 동호회비는 18.7%의 높은 감소율을 보였다.

〈그림 3-19〉 연간 대회참가 지출

(단위 : 만 원)



※ 주: base = 전체 응답 가구 2015년 2,151가구/ 2017년 2,053가구

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2017)



〈표 3-89〉 2015년 연간 대회참가 경비지출

(단위 : 만 원, 회, %)

구 분	사례수	평균 횟수 (회)	숙박비	대회 참가비	음료 다과비	식사비	교통비	자동차 연료비	동호회 비	기타 (잡비)	합계	
전 체	(215)	0.1	0.2	0.4	0.1	0.2	0.0	0.2	0.1	0.1	1.3	
비중(%)			(11.7)	(31.8)	(5.4)	(13.8)	(3.4)	(14.0)	(8.7)	(11.4)	(100.0)	
지 역	서울	(451)	0.1	0.1	0.2	0.0	0.2	0.0	0.2	0.0	0.0	0.9
	부산	(150)	0.1	0.2	0.2	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0	0.2	0.8
	대구	(111)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	인천	(110)	0.1	0.0	0.4	0.1	0.0	0.0	0.2	0.4	0.3	1.5
	광주	(64)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	대전	(64)	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
	울산	(48)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	경기도	(469)	0.1	0.4	1.2	0.2	0.4	0.1	0.3	0.0	0.4	2.9
	강원도	(68)	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6	0.0	0.7
	충청도	(155)	0.2	0.2	0.5	0.0	0.2	0.1	0.2	0.0	0.0	1.2
	전라도	(164)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1
	경상도	(263)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.2
	제주도	(34)	1.1	0.9	2.7	0.5	2.4	0.8	1.7	3.2	1.1	13.4
월 평균 가 구 소득	200만원 미만	(146)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1
	201~300만원	(363)	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.4
	301~400만원	(535)	0.1	0.0	0.4	0.1	0.1	0.0	0.2	0.1	0.1	1.0
	401~500만원	(544)	0.1	0.4	0.5	0.1	0.4	0.1	0.3	0.1	0.4	2.1
	501~600만원	(340)	0.1	0.0	0.2	0.1	0.1	0.0	0.0	0.3	0.1	0.8
	601~700만원	(112)	0.2	0.3	0.8	0.1	0.2	0.1	0.1	0.0	0.1	1.7
	701~800만원	(39)	0.3	0.0	4.1	0.0	0.2	0.0	0.0	1.0	0.0	5.4
	801만원 이상	(62)	0.4	1.1	1.2	0.0	0.4	0.2	1.3	0.0	0.3	4.5
	거절 무응답	(10)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
가 구	1인 가구	(304)	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.5
	2인 가구	(494)	0.1	0.0	0.6	0.1	0.3	0.0	0.3	0.3	0.1	1.7
	3인 가구	(674)	0.1	0.1	0.2	0.0	0.1	0.0	0.1	0.1	0.0	0.7
	4인 가구	(624)	0.1	0.4	0.6	0.2	0.2	0.1	0.2	0.0	0.4	2.1
	5인 가구	(55)	0.2	0.0	0.7	0.2	0.0	0.0	0.1	0.0	0.4	1.5

※출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2015)

〈표 3-90〉 2017년 연간 대회참가 경비지출

(단위 : 만 원, 회, %)

구 분	사례수	평균 횟수 (회)	숙박비	대회 참가비	음료 다과비	식사비	교통비	자동차 연료비	동호회 비	기타 (잡비)	합계
전 체	(2053)	0.2	0.2	0.2	0.5	0.1	0.2	0.1	0.3	0.1	0.1
비중(%)			(10.6)	(32.4)	(7.7)	(14.2)	(5.8)	(16.9)	(5.1)	(7.4)	(100.0)
지 역	서울	(433)	0.2	0.5	0.7	0.3	0.4	0.1	0.2	0.1	2.5
	부산	(136)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
	대구	(95)	0.1	0.0	0.7	0.0	0.2	0.0	0.4	0.0	1.4
	인천	(121)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	광주	(61)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	대전	(64)	0.2	0.0	1.0	0.1	0.1	0.0	1.1	0.3	2.8
	울산	(49)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	경기도	(501)	0.2	0.1	0.7	0.1	0.2	0.0	0.3	0.0	1.6
	강원도	(61)	0.8	1.0	1.2	0.4	1.2	1.7	2.1	1.0	9.9
	충청도	(150)	0.1	0.0	0.7	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0	1.0
	전라도	(132)	0.3	0.2	0.7	0.2	0.8	0.0	0.5	0.1	2.5
	경상도	(228)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
	제주도	(22)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
연령 평균 가구 소득	70만원 미만	(8)	0.3	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3
	70~135만원	(26)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	135~200만원	(117)	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3
	200~265만원	(261)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
	265~335만원	(273)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0	0.5
	335~400만원	(353)	0.2	0.1	0.8	0.2	0.5	0.3	0.3	0.1	2.5
	400~500만원	(459)	0.2	0.1	0.6	0.2	0.2	0.1	0.3	0.2	1.7
	500~610만원	(342)	0.2	0.5	0.7	0.2	0.4	0.1	0.6	0.1	2.8
	610~810만원	(170)	0.1	0.5	0.4	0.2	0.2	0.0	0.6	0.0	1.9
810만원 이상	(44)	0.3	0.0	1.9	0.1	0.3	0.0	0.1	0.0	2.3	
가 구	1인 가구	(526)	0.1	0.0	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.6
	2인 가구	(467)	0.1	0.1	0.4	0.0	0.1	0.0	0.2	0.1	1.0
	3인 가구	(474)	0.2	0.2	0.7	0.2	0.5	0.3	0.2	0.1	2.5
	4인 가구	(439)	0.2	0.5	0.8	0.2	0.3	0.0	0.6	0.1	2.6
	5인 가구	(147)	0.2	0.1	0.5	0.3	0.0	0.0	0.3	0.0	1.3

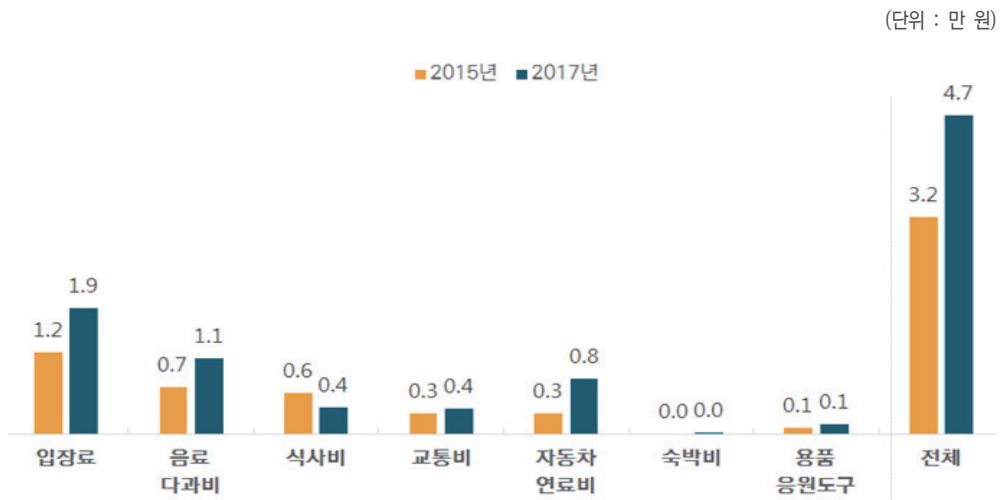
※출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2017)



4 관람스포츠 연간 직접 관람 경비

2017년 기준 관람스포츠 연간 직접 관람 경비는 4.7만 원으로 나타났으며, 평균 관람 횟수는 1.1회로 나타났다. 입장료는 1.9만 원(39.4%)으로 가장 큰 비중을 차지하였으며, 음료 다과비 1.1만 원(23.6%), 식사비 0.4만 원(8.4%), 자동차 연료비 0.8만 원(17.1%), 교통비 0.4만 원(8.1%)의 순으로 나타났다. 강원도, 대전, 광주, 전라도는 평균 관람 횟수 1.1회보다 높게 나타났으며, 특히 강원도의 평균 관람 횟수는 2.8회로 가장 높게 나타났다. 월평균 가구소득별로는 610만 원부터 810만원까지는 대부분 소득이 증가함에 따라 직접 관람 경비가 증가하는 경향을 보이거나 810만 원 이상부터는 다시 감소하는 추세를 보였다. 가구별로는 가구원 수가 증가할수록 경비가 증가하는 경향을 보이며, 4인 가구의 지출 경비는 5.만 원으로 가장 높게 나타났다. 2015년 대비 증감률은 자동차연료비가 169.8%의 증가율을 보였고, 반면 식사비는 34.2%의 감소율을 나타내었다.

〈그림 3-20〉 관람스포츠 연간 직접 관람 경비



※ 주: base = 전체 응답 가구 2015년 2,151가구/ 2017년 2,053가구

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2017)

〈표 3-91〉 2015년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비

(단위 : 만 원, 회, %)

구 분	사례수	평균 회수 (회)	입장료	음료 다과비	식사비	교통비	자동차 연료비	숙박비	용품 응원 도구	합계	
전 체	(2,151)	0.7	1.2	0.7	0.6	0.3	0.3	0.0	0.1	3.2	
비중(%)			(36.0)	(23.3)	(19.9)	(8.0)	(9.5)	(0.8)	(2.5)	(100.0)	
지 역	서울	(451)	0.8	1.6	0.8	1.0	0.5	0.3	0.0	0.2	4.4
	부산	(150)	0.5	0.7	0.6	0.7	0.2	0.2	0.0	0.0	2.4
	대구	(111)	0.4	0.5	0.3	0.3	0.1	0.3	0.0	0.0	1.5
	인천	(110)	0.7	1.1	1.9	0.7	0.2	0.4	0.2	0.1	4.6
	광주	(64)	1.2	1.6	1.0	0.3	0.2	0.4	0.0	0.1	3.6
	대전	(64)	1.2	2.1	1.3	0.7	0.2	0.5	0.0	0.0	4.8
	울산	(48)	0.5	0.9	0.5	0.4	0.1	0.2	0.0	0.0	2.2
	경기도	(469)	0.8	1.4	0.6	0.8	0.4	0.2	0.0	0.1	3.6
	강원도	(68)	1.9	2.2	2.1	0.1	0.0	0.7	0.0	0.1	5.1
	충청도	(155)	0.4	0.4	0.3	0.4	0.2	0.3	0.0	0.0	1.7
	전라도	(164)	0.9	1.0	1.0	0.2	0.0	0.4	0.0	0.1	2.6
	경상도	(263)	0.3	0.4	0.2	0.4	0.0	0.2	0.0	0.0	1.2
	제주도	(34)	1.1	1.2	1.0	0.6	0.6	0.9	0.9	0.1	5.4
별 가 구 소 득	200만원 미만	(146)	0.4	0.7	0.2	0.3	0.2	0.5	0.2	0.0	2.2
	201~300만원	(363)	0.6	1.1	0.4	0.5	0.2	0.1	0.0	0.1	2.4
	301~400만원	(535)	0.6	0.8	0.6	0.6	0.2	0.2	0.0	0.1	2.6
	401~500만원	(544)	0.9	1.3	0.9	0.7	0.2	0.4	0.0	0.1	3.5
	501~600만원	(340)	0.9	1.4	0.7	0.8	0.3	0.3	0.0	0.1	3.6
	601~700만원	(112)	1.2	2.0	2.3	1.2	0.4	0.5	0.0	0.1	6.5
	701~800만원	(39)	0.7	1.6	0.5	0.8	0.2	0.3	0.0	0.0	3.5
	801만원 이상	(62)	1.3	1.6	1.0	0.7	0.8	0.5	0.0	0.0	4.6
	거절 무응답	(10)	0.2	0.3	0.0	0.2	0.2	0.0	0.0	0.0	0.7
가 구	1인 가구	(304)	0.6	0.9	0.4	0.6	0.2	0.2	0.1	0.1	2.5
	2인 가구	(494)	0.6	0.9	0.6	0.5	0.1	0.3	0.0	0.0	2.5
	3인 가구	(674)	0.6	1.1	0.8	0.7	0.3	0.2	0.0	0.1	3.1
	4인 가구	(624)	1.0	1.5	1.0	0.7	0.3	0.4	0.0	0.1	4.1
	5인 가구	(55)	1.1	1.5	0.8	0.9	0.2	0.5	0.0	0.1	4.1

※출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2015)



〈표 3-92〉 2017년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비

(단위 : 만 원, 회, %)

구 분	사례수	평균 횟수 (회)	입장료	음료 다과비	식사비	교통비	자동차 연료비	숙박비	용품 응원 도구	합계	
전 체	(2,053)	1.1	1.9	1.1	0.4	0.4	0.8	0.0	0.1	4.7	
비중(%)			(39.4)	(23.6)	(8.4)	(8.1)	(17.1)	(0.3)	(3.2)	(100.0)	
지 역	서울	(433)	0.9	1.6	0.8	0.5	0.5	0.3	0.0	0.1	3.7
	부산	(136)	0.8	0.9	0.6	0.4	0.4	0.7	0.0	0.1	3.1
	대구	(95)	0.3	1.2	0.8	0.0	0.0	0.5	0.0	0.0	2.5
	인천	(121)	0.7	1.2	0.6	0.1	0.1	0.5	0.0	0.2	2.7
	광주	(61)	1.9	2.4	2.1	0.3	0.3	0.5	0.0	0.4	5.9
	대전	(64)	2.6	4.4	3.4	0.8	0.8	1.5	0.0	0.5	11.4
	울산	(49)	0.5	0.6	0.4	0.1	0.1	0.7	0.0	0.1	2.0
	경기도	(501)	1.0	1.6	0.9	0.3	0.3	0.5	0.0	0.1	3.7
	강원도	(61)	2.8	9.5	4.5	3.4	3.4	5.1	0.5	0.2	26.5
	충청도	(150)	1.0	2.1	1.1	0.2	0.2	1.2	0.0	0.3	5.1
	전라도	(132)	1.7	2.6	2.2	0.4	0.3	1.3	0.0	0.2	7.1
	경상도	(228)	0.7	0.9	0.6	0.1	0.1	1.0	0.0	0.1	2.8
	제주도	(22)	1.0	1.3	1.5	0.5	0.5	1.0	0.0	0.0	4.7
평 가 구 소 트	70만원 미만	(8)	2.4	3.7	3.8	0.9	0.9	0.0	0.0	1.0	10.3
	70~135만원	(26)	0.5	2.3	0.5	1.2	1.2	0.0	0.0	0.0	5.2
	135~200만원	(117)	0.6	0.9	0.8	0.1	0.1	0.4	0.0	0.1	2.4
	200~265만원	(261)	0.8	1.6	1.0	0.3	0.3	0.6	0.0	0.1	3.7
	265~335만원	(273)	0.5	0.9	0.7	0.2	0.2	0.5	0.0	0.1	2.4
	335~400만원	(353)	1.2	2.4	1.5	0.4	0.4	1.7	0.0	0.2	6.5
	400~500만원	(459)	1.2	2.1	1.0	0.5	0.4	0.7	0.0	0.1	4.9
	500~610만원	(342)	1.2	1.9	1.4	0.4	0.3	0.6	0.0	0.2	4.7
	610~810만원	(170)	1.6	2.4	1.4	0.9	0.9	1.1	0.2	0.3	7.2
810만원 이상	(44)	1.5	2.5	0.6	0.4	0.4	0.6	0.0	0.0	4.5	
가 구	1인 가구	(526)	0.8	1.5	1.3	0.3	0.3	0.7	0.0	0.1	4.1
	2인 가구	(467)	0.8	1.7	0.9	0.3	0.3	0.9	0.1	0.1	4.2
	3인 가구	(474)	1.1	2.0	1.0	0.4	0.4	0.8	0.0	0.1	4.8
	4인 가구	(439)	1.5	2.2	1.3	0.6	0.5	0.9	0.0	0.3	5.7
	5인 가구	(147)	1.3	2.1	1.3	0.6	0.6	0.6	0.0	0.1	5.3

※출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2017)

제4장

스포츠산업 정책

2018 Sport Industry White Paper



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 지원 대상에서 제외되었다. 그러나 지원 대상은 아니었지만 정부는 관련 법률을 제·개정하여 정책지원의 근거는 마련하고 있었다. 1965년 6월 14일 개정된 국민체육진흥법(법률 제1698호)이 최초의 스포츠산업 관련 법률로 '체육용구의 생산 장려와 민간체육시설에 대한 보조 및 면세 규정, 동법 제14조의2의 '국가는 체육진흥을 위하여 각종 운동용구의 생산에 필요한 조치를 강구하여야한다', 시행령(1966. 2. 7. 대통령령 제2404호)의 '운동용구 생산 업자에 대한 용자의 알선과 외국의 운동용구 생산기술 도입과 보급에 대한 지원제도' 등 법률 내 스포츠산업체 지원 근거를 일부 마련하였다. 이후 1982년 12월 31일 국민체육진흥법이 전부개정 되면서 '체육용구와 기자재로 생산 장려 범위를 확대하고, 체육용구 생산우수업체를 지정하여 국민체육진흥기금을 융자할 수 있도록 하였으며, 체육시설 설치자금에도 국민체육진흥기금을 융자할 수 있도록 하였으나 1991년이 되어서야 처음으로 6개 체육용구 생산업체에 9억 7,900만원이 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 국민체육진흥 5개년 계획(1998~2002)이며, 제1차 국민체육진흥5개년계획은 체육용구의 품질수준향상과 체육활동에 필요한 용구의 적정한 공급을 목표로 체육용구 생산업체의 투자여건 조성을 위한 금융지원, 전시회 개최 지원, 국산 체육용기구 구매·사용을 적극적으로 장려하였다. 이외에도 지속적인 품질향상 및 표준화 기술 지도를 통한 공인 제품의 확대, 우수체육용구업체 지정대상과 용자규모를 확대하여 스포츠용품업의 발전을 도모하였다. 민간스포츠시설업의 육성을 위해서는 골프장, 스키장에 대한 특별소비세 감면, 체육시설 설치·운영의 인·허가 절차 간소화 등 규제완화를 통한 제도개선에 초점을 맞추었다. 제2차 국민체육진흥5개년계획은 '스포츠산업'이라는 용어가 처음 사용됨으로써 스포츠를 산업적 시각에서 다루었다. 제2차 국민체육진흥5개년계획은 민간체육시설을 적극적으로 지원하여 민간영역에서의 서비스 공급을 촉진함과 동시에 소비자를 보호하기 위한 제도적 장치 마련을 목표로 하였다. 스포츠산업을 육성하기 위하여 체육시설업·용품업체에 대한 지원, 우수 생활체육용구 생산업체에 대한 산업적 지원, 경륜·경정 등 여가스포츠산업 육성, 스포츠소비자의 서비스 개선 등을 정책으로 포함하였다.

2000년대 스포츠산업 정책은 스포츠산업 육성대책(2001), 스포츠산업 비전 2010(2005), 2009~2013 스포츠산업 중장기계획(2008)이며, 2000년대 정책은 1990년대보다 지원내용이 더욱 구체화 되었다. 우선 스포츠산업 육성대책은 스포츠산업을 21세기 핵심 산업으로 육성하여 고부가가치를 창출한다는 목표 아래 2001년 8월 발표되었다. 이 대책은 현재 정부가 추진하고 있는 스포츠산업 육성의 기본방향과 과제를 종합적으로 제시하고 있다는 점에서 의미를 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 스포츠산



업 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. 문화체육관광부는 2018년에 2019-2023 제3차 스포츠산업 중장기 발전 계획을 발표했다. '경제 성장을 이끄는 스포츠산업'이라는 비전 아래 혁신성장, 균형일자리, 지속가능성의 세 가지 핵심가치를 추구한다. 첫째, '혁신성장' 가치아래 스포츠산업과 첨단기술 융합으로 4차 산업혁명이라는 외부적 변화에 대응해 스포츠기업 체계적 육성을 통한 혁신성장 동력을 창출하고자 한다. 둘째, '균형일자리'를 목표로 스포츠산업의 지역별·업종별 균형 발전과 새로운 시장 수요에 대응하는 일자리 공급 체계를 구축하려고 한다. 셋째, 지속가능성 측면에서 지속가능한 스포츠산업 진흥기반 확립을 위한 지원 전담체계 구축 및 법제도 개선을 목표로 한다. 이를 통해 스포츠산업의 규모가 2017년 75조원에서 2023년 95조원까지의 규모로 성장할 것으로 예상된다. 기업의 경우 '작지만 강한' 기업 육성을 목표로 매출액 10억 원 이상의 기업을 2017년 6200개에서 2023년 7000개로 늘여날 것으로 목표로 한다. 기업 영세성 완화를 위해 10인 미만기업 비중의 기업을 2017년 96%에서 2023년 93%로 낮추는 것을 목표로 한다.

문화체육관광부의 2019 스포츠산업실태조사에 따르면 2018년 국내 스포츠산업 시장규모는 약 76조로 전년대비 3.1%가 증가하였고, 스포츠산업에 종사하고 있는 종사자 수는 약 42만 명으로 전년대비 6.3%가 증가한 것으로 집계되었다. 이에 정부는 '스포츠산업의 융·복합화를 통한 미래성장 동력 창출'을 비전으로 추진전략 및 추진과제를 마련하고 문화체육관광부는 문화융성을 통한 국민행복·창조경제를 실현가시화를 목표로, 생활 속 문화 체감 확대, 콘텐츠·관광·스포츠 산업 집중 육성, 문화융성 가치의 사회·경제적 확산을 통해 문화융성이 국민행복·창조경제의 해답을 제시할 수 있도록 정책적 역량을 집중하였다.

2 스포츠산업 경쟁력 강화 지원

1) 스포츠용품 시험 및 인증 사업

(1) 스포츠용품 시험 및 인증 사업의 개념 및 필요성

최근 들어 국가 간 자유무역(FTA: Free Trade Agreement)협정 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 철폐되어가고 있다.

〈표 4-1〉 FTA 추진 현황

구분	대상수 (건)	국가명
발효된 FTA	16건	칠레, 싱가포르, EFTA(4개국), ASEAN(10개국), 인도, EU(28개국), 페루, 미국, 터키, 호주, 캐나다, 중국, 뉴질랜드, 베트남, 콜롬비아, 중미(타결)
협상중인 FTA	11건	한·중·일, RCEP, 에콰도르 SECA, 이스라엘, MERCOSUR(아르헨티나, 브라질, 파라과이, 우루과이, 베네수엘라 중 베네수엘라 제외 4개국), 인도네시아 CEPA, 필리핀, 한·ASEAN(추가자유화), 한·인도 CEPA (업그레이드), 한·칠레 FTA(업그레이드), 한·중 FTA(서비스, 투자후속 협상)
검토 중인 FTA (재개, 개시, 여건조성)	3건	멕시코, GCC(6개국): 사우디아라비아/쿠웨이트/아랍에미레이트/카타르/오만/바레인, EAEU(5개국): 러시아/카자흐스탄/벨라루스/아르메니아/키르기스스탄

※ 출처 : 산업통상자원부(2018)

이러한 세계 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 운용하는 것이다. 그리고 표준·인증 제도를 활용하여 기술개발을 장려하기 위한 방법으로 다양한 지원제도를 도입하는 유인정책을 구사하고 있다. 이에 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 있으며, 스포츠용품에 특화된 품질 성능 시험·인증 인프라 구축으로 영세한 중소기업 및 국내 스포츠산업 육성을 제고하고 해외인증 획득지원을 통한 무역기술 장벽 해소 및 수출경쟁력을 강화하기 위함이다.



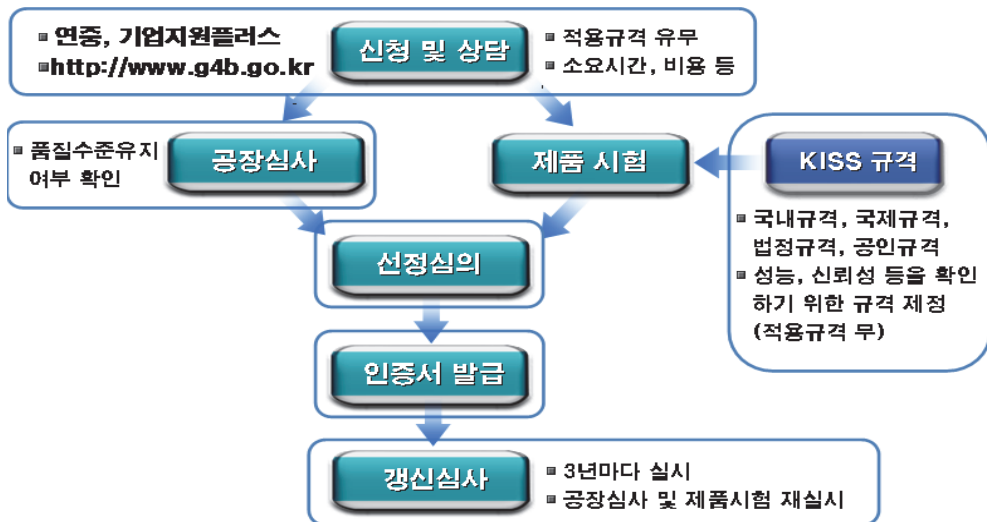
〈표 4-2〉 '18년 스포츠용품 시험 및 인증사업의 구성

구분	내용
스포츠용품 시험 및 규격개발	찾아가는 시험인증 서비스 수행역량 강화, 표준규격에 적합한 스포츠용품 시험검사 시행, 시험규격에서의 선택과 집중, 신규장비 도입
스포츠용품 품질 인증제 운영	「스포츠용품 품질인증제도」 시행지침 개정('18.1/4분기), 스포츠용품에 대한 성능시험 인프라 확대에 따른 인증서 발급
스포츠용품 해외인증 획득 지원 사업	인증획득에 소요되는 시험, 평가, 기술지도 및 인증비용의 일부 지원, 해외인증 외에 국제경기연맹 공인분야 지원, 내수시장 개척을 위한 KISS인증, K인증, 법정의무인증, 법정임의 인증 지원(해외인증 1건당 국내인증 1건 지원), 업체별 지원한도 내 해외배송비 등 부대비용 지원
인증사업 성과조사	3대 세부사업(해외인증, 국내인증, 시험평가)으로 구분된 각각의 사업에 대한 지표 유효성 점검 및 성과 조사
우수체육용품 생산업체 지정	우수체육용품 지정 제도 보완 정착화, 통합 전산관리시스템 구축

(2) 스포츠용품 시험 및 인증사업의 추진과정

정부는 국내 스포츠용품업체의 기술력 향상 및 국제경쟁력 확보를 위해 2007년부터 2018년까지 총 128억 원을 투자하여 스포츠용품 인증사업을 추진하고 있으며, 2018년 1월부터 12월의 사업비용은 2017년과 동일한 1,219백만 원(국내인증 719백만 원, 해외인증 500백만 원)이다.

〈그림 4-1〉 KISS 인증절차



〈표 4-3〉 스포츠 인증 제도를 위한 투자현황

(단위 : 백만 원)

구 분		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	계
품질 인증	경상보조	440	340	340	1,014	659	605	719	719	719	719	6,928
	자본보조 (장비구입)	100	100	100	100	100	154					
해외인증		360	460	460	460	460	460	500	500	500	500	4,660
합 계		900	900	900	1,574	1,219	1,219	1,219	1,219	1,219	1,219	11,588

※12년은 시험소 이전 비용 포함

※15년부터 기금회계로 변경되었으며 민간경상보조금으로 해외인증 490천 원이 지원됨.

이에 정부는 2006년부터 2018년까지 총 38종의 인증규격을 개발하였으며, 시험·검사를 위한 장비(총 108종, 2018년 말 기준)를 도입하여 2018년까지 총 20,302건의 스포츠용품을 시험했다.

〈표 4-4〉 '18년 KISS 품질인증 실적

번호	업체명	품목명	모델명
1	1 (주) 한솔클래스	실내체육관바닥재	에어쿠션 시스템 마루틀
2	2 주식회사 엘림산업	실내체육관바닥재	세이프링크시스템 마루틀
3	3 서문팀버	실내체육관바닥재	방음방진시스템
4	4 코리아팀버	실내체육관바닥재	방음방진시스템
		실내체육관바닥재	오공방진시스템
5	6 원일제이엠	실내체육관바닥재	KSF 시스템 마루틀
6	7 (주)지우건축	실내체육관바닥재	지오철재장선시스템
7	8 주식회사 호연디앤씨	실내체육관바닥재	이중바닥마루틀
8	9 (주)더블유티씨	실내체육관바닥재	이중바닥마루틀
9	10 (주)정우시빌엔지니어링	실내체육관바닥재	탄성루버마루시스템
10	11 진사이클	자전거관련용품	경륜용차체
		자전거관련용품	경륜용포크
11	13 (주)코리아팀버	실내체육관바닥재	방음방진장선시스템(Sports-S02)
12	14 에코코리아	실내체육관바닥재	그린플로어시스템(GFS-200-1)
13	15 에버그린필드	인조잔디	BGF-XM55
		인조잔디	BGF-FM35
14	17 (주)대건씨엔엘	인조잔디	wellgreen supreme55
		육상트랙(탄성포장재)	astertrack MB15
15	19 (주)대원그린	인조잔디	DGTEU55
		인조잔디	DGE55
		인조잔디	DGEA35



번호		업체명	품목명	모델명
16	22	(주)진글라이더	패러글라이더	BONANZA-2
	23		패러글라이더	ATLAS-2
17	24	(주)블빅	골프공	VIVID
	25		골프공	VIVID XT
18	26	(주)인바디	터미널	IB-T1
	27	주식회사 유라이크	Golf Range Finder (Smart Marker)	SM200
19	28	(주)무토	Uniform	
	29		Head	
20	30	(주)냏소	테니스볼	Patriot
	31		테니스볼	CHAMPIONSHIP PRO
	32		테니스볼	CZAR PLUS
21	33	주식회사 제스트	자동배팅기	AUTO BAT - ZB1
	34		자동배팅기	AUTP BAT-Z1
22	35	주식회사티엘인더스트리	셔틀콧발사기(다날려)	TL-153A
23	36	주식회사 룬픽	피트바이저(FITVISOR)	CT-HSPGEN
24	37	(주)알톤스포츠	이륜자전거(전기자전거)	SPADE LIGHT
	38		이륜자전거(전기자전거)	NIMO
	39		이륜자전거(전기자전거)	INNOZEN
25	40	주식회사 올림피아	SyntheticTrackSurface Product	Super Elas Olympia
26	41	주식회사 알피온	PUTTING LASE	AP-N-01
27	42	주식회사 다빈치프로덕츠	패러글라이더 텐덤	DUET
28	43	주식회사 시울프마린	팽창식 구명조끼	DF-2608
29	44	탑클래스	실내체육관바닥재	탄성그리드마루시스템
30	45	(주)성록	실내체육관바닥재	쿠션레벨조절볼트시스템
31	46	주식회사 코리아우드	실내체육관바닥재	스마트마루시스템(SM-SPK)
32	47	주식회사 필드글로벌	인조잔디	HG-45
33	48	유신에코그린(주)	인조잔디	YEG55
	49		인조잔디	YEG20
34	50	(주)베노	인조잔디	LD TFV 255
	51		인조잔디	LD TFV 235
	52		인조잔디	LD TFV 245
	53		인조잔디	LD TG 19
	54		육상트랙	UGR-15
	55		육상트랙	RT-15
35	56		육상트랙	SAECS-15
35	57	기간산업(주)	파크골프용품	홀컵
36	58	(주)폴리그라스코리아	인조잔디	PGU-AT55
	59		인조잔디	PGU-SI35

〈표 4-5〉 '18년 인증 시험·검사장비 현황

(단위 : 개)

구분	계	주요 품목		
2005	15	· 사피충격시험기	· 인라인스케이트내구성시험기	· 마찰시험기
		· 비접촉식변위측정기	· 스윙분석기	· 인라인스케이트 측정기
		· 복싱용품 충격시험기	· 인체두부모형	· 충격시험 기온도 조절 챔버
		· 전자형 마찰시험기	· 머리모형충격흡수시험기	· 전자저울
		· 자전거에르고미터내구성시험기	· 속도 측정장치 제어보드	· 정밀측정 및 가공기기
2007	18	· 골프클럽 내구성시험기	· 공압용 콤프레서	· 음향식 반발높이 계측장치
		· 골프클럽 성능측정시스템	· 스포츠바닥재 시험기	· 표면형상 측정기
		· 자전거부품 시험모듈	· 체중분포분석기	· 경사형 축구공 발사시험기
		· 퍼팅 시뮬레이터	· 기상관측기	· 하중편차측정기
		· 흡수하중 측정장치	· 이동형 인조잔디 충격시험기	· 소프트토크측정기
		· 축구공구름길이측정기	· 인조잔디회전저항측정기	· 골프스윙분석기
2008	9	· 휴대형 다기능 측정기	· 자전거구동저항측정기	· 자전거프레임배열측정기
		· 인조잔디감속모듈	· 골프공 역학측정시스템	· 스포츠 다기능 측정기
		· 육상트랙 성능측정기	· 자전거부품 충격시험기	· 축구공속도측정기
2006	17	· 사이클 운동량측정기	· 자전거 시험모듈	· Golf Projectile Dynamic
		· 헤드관성측정기	· 클럽관성측정기	· 무게중심측정기
		· 로프트·라이벤딩기구	· 벨트센더	· 스윙 웨이트 측정기
		· 클럽헤드각측정기	· 헤드-소프트분리기	· 그립조립기구
		· 진동수측정기	· 충격전달용 고강성 스프링	· 자전거 측정장비
		· 런치모니터(골프관련)	· 스포츠화 피로시험기	
2009	2	· 공랭식 스크루 공기압축기	· 자전거제동주행시험기	
2010	7	· 환경측정기	· 3d 구조해석용 컴퓨터	· 가속도측정기
		· MEMS 시그널컨디셔너	· 파워측정기	· 공도시험기쇼어경도측정기
		· 축구공 수분흡수율 측정기		
2011	4	· 사이클링 시뮬레이터	· 사이클 피팅시스템 시험기	· 골프 퍼팅동작 분석기
		· 바닥재 내구성 시험기		
2012	4	· 동작분석시스템	· 도막두께측정기	· 체육관미끄럼시험기
		· 야구장안전펜스충격시험기		
2013	3	· 투사체역학량측정기	· 신체형상측정기	· 디지털인디케이터
2014	6	· 골프스윙머신	· 고속카메라 조명	· 회전관성측정기
		· 워크스테이션	· 시험용 컴퓨터	· 소형시험장비
2015	4	· 골프공내구성시험기	· 변위측정카메라	· 공도물성시험기
2016	6	· 전자저울	· 동하중측정기	· 비냉각 IR-NDT 시스템
		· 고속카메라	· FIFA CSM 시험기	· 야구공반발탄성시험기
2017	7	· 스포츠바닥재시험기	· 다목적스포츠용품피로시험기	· 축구공 내구성 시험기
		· 디지털캘리퍼스	· 전자저울	· 자동데이터입력시스템
		· 디지털 토크렌치		
2018	6	· 고속카메라	· 소음진동계측시스템	· 정밀영상분석시스템
		· 자전거페달 시험기	· 자전거타이어내압시험기	· 야구공 돌레길이 측정기



(3) 스포츠용품 시험 및 인증사업의 추진실적 및 성과

2018년 정부는 스포츠용품 시험 및 인증 사업을 추진하여 스포츠용품 59개 모델의 품질인증을 지원하였으며, 2017년 대비 35% 증가한 4,083건의 스포츠용품을 시험·검사하였고, 국내 스포츠용품업체의 해외인증 획득을 36건 지원하였다.

〈표 4-6〉 스포츠용품 시험 및 인증현황

(단위 : 건)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	계
시험실적	287	313	368	580	732	772	1,669	2,734	3,334	2,425	3,005	4,083	20,302
품질인증	10	17	24	44	44	32	50	33	91	71	65	59	540
해외인증	-	-	13	22	27	24	24	17	27	25	25	36	240

※ 해외인증은 해당 해에 선정된 업체로 다음해에 최종 해외인증을 취득 못할 수도 있음

〈표 4-7〉 '18년 스포츠용품 시험 및 인증사업의 추진실적

(단위 : 건)

구분	실적 수	실적내용
스포츠용품 품질인증 지원	59	· 36개 기업의 59개 용품 인증 지원
스포츠용품 시험·검사이원	4,083	· 전년대비 시험지원 실적 - 35% 증가
스포츠용품 인증기준 개발	-	-

〈표 4-8〉 '18년 스포츠용품 해외인증 지원현황

No	업체명	품목명	모델명	인증명
1	(주)불빅	골프공	VIVID	R&A
		골프공	VIVID LITE	R&A
2	주식회사 제스트	자동배팅기	AUTO BAT-Z2	NRTL
		자동배팅기	AUTO BAT_-Z2	CE
		자동배팅기	AUTO BAT-ZB2	NRTL
3	(주)시선	스마트선글라스	B:CON 10	CE
		스마트선글라스	B:CON 10	TELEC
		스마트선글라스	B:CON 10	IC
4	주식회사 제트웨이크	전통 서프보드	B200	CE
		전통 서프보드	B200	FCC
5	(주)아티스앤오션	다이브 컴퓨터	다이브로이드 미니	CE
		다이브 컴퓨터	다이브로이드 미니	NCC
		다이브 컴퓨터	다이브로이드 미니	IMDA
6	주식회사 제미타	ZESS 스마트 보호구	ZCG-01	CE
7	(주)홍진에이치제이씨	오토바이 경주용 헬멧	RPHA 01R	FIM FRHPe-01

No	업 체 명	품 목 명	모 델 명	인증명
8	(주)진글라이더	패러글라이더	LEOPARO	EN
9	(주)무토	Uniform(Kyorugi&Poomsee)	-	WFT
10	(주)케이에스아이테크	음파동수직진동운동기기	KSI-01	NRTL
		음파동수직진동운동기기	KSI-02	CE
		음파동수직진동운동기기	KSI-02	NRTL
11	(주)신일스포츠	척추, 등 보호대	MPACT CORE B PRO	CE
12	(주)넛소	농구공	PATRIOT	FIBA
		축구공	뉴투지(New Tuji)	FIFA
		테니스공	CZAR TOUR	ITF
13	주식회사 유라이크	홈골프시뮬레이터(X-play)	TG100-LED	FCC
		홈골프시뮬레이터(X-play)	TG100-LED	TELEC
		홈골프시뮬레이터(X-play)	TG100-LED	CE
14	주식회사 다빈치프로덕츠	패러글라이더 텐덤	DUET (34,44)	EN926-1/2
		비상낙하산	COMMA	EN12491
		하네스	HARMONY	EN1651
15	주식회사 대원포티스	승마시뮬레이터(Fortis)	Fortis P3	CE
		승마시뮬레이터(Fortis)	Fortis Soul	CE
		승마시뮬레이터(Fortis)	Fortis p1	CE
16	주식회사 바른자세연구소	B3F SEATPOST	FORMEGA 01	TUV
17	OP(Obey&Praise)	전광스코어보드	Score524mp3	TELEC
		전광스코어보드	Score524mp3	CE

2) 스포츠산업융자 사업

(1) 스포츠산업체 자금 융자사업의 개념 및 필요성

국내 스포츠산업 구조는 스포츠산업 총 사업체수 10만 1,207개로 이중 개인사업체가 전 산업체 중 54.1%(2018년)을 차지하고 종사자 수 별 사업체 수가 전체의 88.2%(89,224개)가 4인 이하에 종사하고 있는 영세한 산업구조이다(문화체육관광부, 2019스포츠산업실태조사). 민간체육시설에 대한 시설관련 자금지원으로 국내 생활체육 기반을 확충하고 체육용구생산업체 및 스포츠서비스업체의 생산설비연구개발 등을 지원함으로써 산업경쟁력 강화와 안정적 경영기반 조성이 필요하다. 산업체의 영세성은 사업투자능력 및 생산제품의 품질 저하에 영향을 미칠 수 있으며, 무역수지 적자 확대 및 외국브랜드의 국내 시장 점유율을 높이는 데도 영향을 미칠 수 있다. 문화체육관광부와 관세청에 따르면 '18년 1~8월 문화체육관광 분야 주요 11개 품목의 수출은 전년동기비 52.8% 감소한 1,309.2백만 달러, 수입은 9.4% 증가한 4,221.7백만 달러, 수지는 2,912.5백만 달러 적자로 집계되었다(2017년 1~10월 수출은 전년동기대비 76.5% 증가한 3,099.3백만 달러, 수입은 6.0% 증가한 4,740.5백만 달러, 수지는 1,641.2백만 달러). 이 중 '18년 1~8월 스포츠용품 수출은 전년동기비 3.3% 증가한 115.8백만 달러, 수입은 18% 증가한 1324.4백만 달러, 수지는 1208.6백만 달러 적자로 집계되었다. 이런 상황속에서 국내 스포츠산업체의 내수 시장



경쟁력은 점점 저하되고 있으며 국내 산업체들은 사업투자자금 부족으로 현 상황을 극복하지 못하고 있는 실정이다. 국내스포츠 산업체들은 지속적으로 정부의 자금지원을 요구하고 있으며, 자금지원에 대한 수요는 정부의 지원 요청 항목 중 가장 높은 비중을 차지하고 있다.

〈표 4-9〉 국내 스포츠산업체들의 자금지원에 대한 수요(전체 100%)

(단위 : %)

지원요구사항	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
자금지원 확대	50.6	42.1	47.4	48.1	52.9	58.1	40.1	52.0

※ 2015년까지는 구분류 기준이며, 2016년부터 신분류에 따른다.
 ※ 출처 : 2018년 스포츠산업 융자 수혜업체 실태조사 및 만족도조사

이에 정부는 국내 스포츠산업체의 생산 장려 및 경쟁력 확보를 지원하기 위하여 국민체육진흥법 제17조(체육용구의 생산 장려 등)에 따라 생산 장려 품목에 지정된 업체와 우수체육용구 생산 지정업체에 국민체육진흥기금을 융자하고 있으며, 체육시설의 설치·이용에 관한 법률에서 정한 모든 종목 시설과 스포츠 경기장, 스포츠 마케팅, 스포츠 정보업(스포츠 이벤트업 포함)에 설비 및 연구개발 자금을 융자하고 있다.

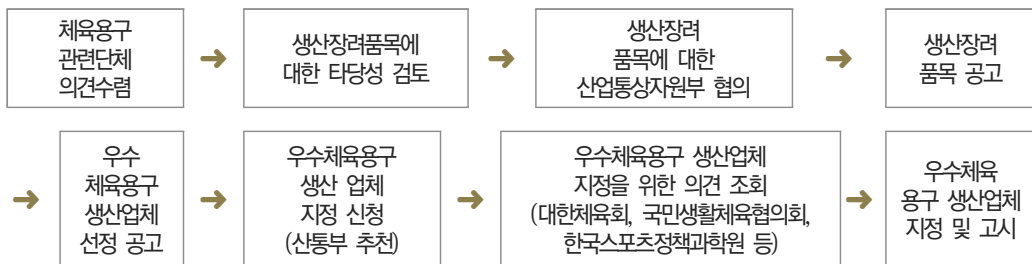
〈표 4-10〉 '18년 융자집행현황

(단위 : 백만원, %)

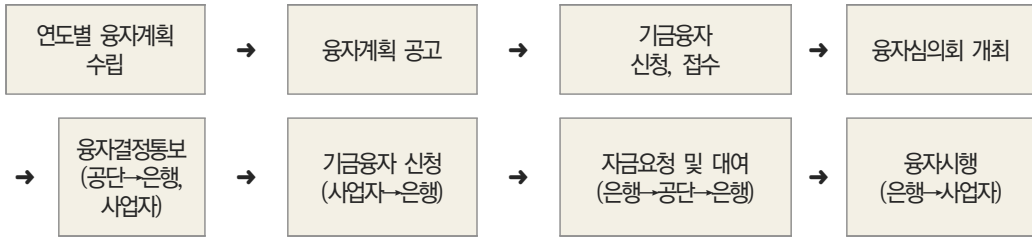
구 분	사업예산	집행금액	잔액	집행률
계	42,000	41,576	424	99
일반융자	28,000	27,449	551	98
회원제-대중체 전환골프장	14,000	14,000	0	100

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

〈그림 4-2〉 생산장려품목 및 우수체육용구 생산업체 지정 절차



〈그림 4-3〉 기금 융자 시행절차



2018년 상반기 기준 문화체육관광부 장관이 지정한 우수체육용품 생산업체는 119개 업체 300개 품목이다.

〈표 4-11〉 '18년 스포츠용품 우수체육용품 새산업체

업체명	품목명	지정기간	
		시작일	종료일
(주)넛소	축구공	2015-07-01	2019-06-30
	테니스공	2015-07-01	2019-06-30
(주)넛소골프	골프공	2015-07-01	2019-06-30
용운체육산업(주)	허들	2015-07-01	2019-06-30
	스타팅블록	2015-07-01	2019-06-30
	뽀뽀	2015-07-01	2019-06-30
	체조매트	2015-07-01	2019-06-30
원앤원(주)	양궁활	2015-07-01	2019-06-30
주식회사 참피온	탁구대	2015-07-01	2019-06-30
풍국레포츠	허들	2015-07-01	2019-06-30
	축구골대	2016-01-01	2019-12-31
	축구임원선수벤치	2016-01-01	2019-12-31
	조합놀이대	2016-01-01	2019-12-31
	어린이놀이기구	2017-01-01	2020-12-31
	농구대	2017-01-01	2020-12-31
	철봉	2017-01-01	2020-12-31
한아스포츠	허들 스타팅블록	2015-07-01	2019-06-30
	포환	2017-01-01	2020-12-31
	해머	2017-01-01	2020-12-31
	원반	2017-01-01	2020-12-31
	높이뛰기 지주	2017-01-01	2020-12-31
	해머 그물망	2017-01-01	2020-12-31
	3000 SC 이동장애물	2017-01-01	2020-12-31
	멀리뛰기 구름판	2017-01-01	2020-12-31
	높이뛰기 고도계	2017-01-01	2020-12-31
	장대높이 뛰기 고도계	2017-01-01	2020-12-31
현대체육산업(주)	코스로프	2013-01-24	2017-01-23
	농구대	2015-01-01	2018-12-31
	야외용 체력단련기구	2015-01-01	2018-12-31
	체조착지매트	2014-01-09	2018-01-08



업체명	품목명	지정기간	
		시작일	종료일
	체조에어매트	2014-01-09	2018-01-08
	체조구름판	2014-01-09	2018-01-08
	체조프로텍터	2014-01-09	2018-01-08
	리듬체조매트	2014-01-09	2018-01-08
	덤블링매트	2014-01-09	2018-01-08
	안마	2014-01-09	2018-01-08
	도마	2014-01-09	2018-01-08
	이단평행봉	2014-01-09	2018-01-08
	평균대	2014-01-09	2018-01-08
	체조링	2014-01-09	2018-01-08
	레슬링매트	2014-01-09	2018-01-08
	레슬링인형	2014-01-09	2018-01-08
	레슬링로프	2014-01-09	2018-01-08
	배구지주	2014-01-09	2018-01-08
	배구지주금구	2014-01-09	2018-01-08
	배구심판대	2014-01-09	2018-01-08
	어린이용놀이기구	2014-01-09	2018-01-08
	우슈투로용구	2014-01-09	2018-01-08
	우슈산타용구	2014-01-09	2018-01-08
	매트(체조)	2015-07-01	2019-06-30
	매트(레슬링)	2015-07-01	2019-06-30
개선스포츠	기계식 체력단련기구	2015-07-01	2019-06-30
김해산업사	야구클럽	2015-07-01	2019-06-30
(주)신아스스포츠산업	농구대	2015-07-01	2019-06-30
	어린이놀이기구(조합놀이대)	2016-01-01	2019-12-31
	철봉	2017-01-01	2020-12-31
	야외용체력단련기구	2017-01-01	2020-12-31
오성체육산업주식회사	농구대	2015-07-01	2019-06-30
클라임코리아(주)	등받이패널	2014-01-09	2018-01-08
	인공홀드	2014-01-09	2018-01-08
한일스포르렉스	포환	2014-01-09	2018-01-08
	원반	2014-01-09	2018-01-08
	스타팅블록	2014-01-09	2018-01-08
	높이뛰기지주	2014-01-09	2018-01-08
(주)디자인파크개발	야외용체력단련기구	2014-01-09	2018-01-08
(주)다이나포스	기계식체력단련기구	2014-01-09	2018-01-08
대우스포츠산업(주)	농구대	2014-01-09	2018-01-08
	허들	2014-01-09	2018-01-08
	스타팅블록	2014-01-09	2018-01-08
	장대높이뛰기지주	2014-01-09	2018-01-08
	농구링	2014-01-09	2018-01-08
	배구지주금구	2014-01-09	2018-01-08
	배드민턴지주	2014-01-09	2018-01-08
	배드민턴심판대	2014-01-09	2018-01-08
	높이뛰기지주	2014-01-09	2018-01-08
	주회표시기	2014-01-09	2018-01-08



업체명	품목명	지정기간	
		시작일	종료일
	포환이동레일	2014-01-09	2018-01-08
	선수용벤치	2014-01-09	2018-01-08
	테니스지주	2014-01-09	2018-01-08
	풋살골대	2014-01-09	2018-01-08
	핸드볼골대	2016-01-01	2019-12-31
	배구지주	2017-01-01	2020-12-31
	배구심판대	2017-01-01	2020-12-31
	축구골대	2017-01-01	2020-12-31
(주)홍진HC	동력스포츠헤멧(모터사이클)	2014-01-09	2018-01-08
탑드림	댄스스포츠회화	2014-01-09	2018-01-08
(주)모투스	전동식리닝머신	2015-01-01	2018-12-31
	엘립티컬	2015-01-01	2018-12-31
삼익전자공업(주)	스코어보드전광판	2015-01-01	2018-12-31
(주)시즈글로벌	스키장갑	2015-01-01	2018-12-31
디스커버리씨에스(주)	인공패널	2015-01-01	2018-12-31
	인공홀드	2015-01-01	2018-12-31
승경세카(주)	기계식체력단련기구	2015-01-01	2018-12-31
	축구 골대	2017-01-01	2020-12-31
	농구대	2015-01-01	2018-12-31
	배구지주	2016-01-01	2019-12-31
	배구지주금구	2016-01-01	2019-12-31
	배구심판대	2016-01-01	2019-12-31
	배구지주보호대	2016-01-01	2019-12-31
	높이뛰기지주	2016-01-01	2019-12-31
	장대높이뛰기지주	2016-01-01	2019-12-31
	해머원반그물망	2016-01-01	2019-12-31
	장대높이뛰기매트	2016-01-01	2019-12-31
	높이뛰기용매트	2016-01-01	2019-12-31
	멀리뛰기용구름판	2016-01-01	2019-12-31
	포환이동레일	2016-01-01	2019-12-31
	배수그레이팅	2015-01-01	2018-12-31
	(주)이다에스엔티	배구지주	2016-01-01
배구심판대		2016-01-01	2019-12-31
축구골대		2016-01-01	2019-12-31
안전감시대		2016-01-01	2019-12-31
수위조절판		2017-01-01	2020-12-31
코스로프		2017-01-01	2020-12-31
농구대		2017-01-01	2020-12-31
야외용체력단련기구		2015-01-01	2018-12-31
(주)케이엘에스	전광스코어판	2016-01-01	2019-12-31
(주)대한전광	조립식아이스링크패널	2016-01-01	2019-12-31
이랜드체육조경(주)	아구배트(알루미늄)	2016-01-01	2019-12-31
에이뉴베트	골프연습용구	2016-01-01	2019-12-31
(주)에스엠골프기산업	등산화	2016-01-01	2019-12-31
(주)트렉스타	아구배트(나무)	2016-01-01	2019-12-31
(주)휴즈			

업체명	품목명	지정기간	
		시작일	종료일
(주)티모	구명조끼	2012-07-11	2016-07-10
(주)재영엠엔씨	의자(접이식관람석, 회전식관람석)	2015-01-01	2018-12-31
하나산업사	골프채	2015-01-01	2018-12-31
승리체육산업(주)	장대높이뛰기 매트	2015-01-01	2018-12-31
	높이뛰기용 매트	2015-01-01	2018-12-31
(주)컬처메이커	도복(태권도)	2015-01-01	2018-12-31
	보호대(태권도)	2015-01-01	2018-12-31
(주)대원포티스	헬스용승마용운동기구(유산소운동기구)	2016-01-01	2019-12-31
태영산업	런닝머신(유산소운동기구)	2016-01-01	2019-12-31
(주)자이로	바퀴(인라인롤러스케이트)	2016-01-01	2019-12-31
시원교구사	라인 마커	2016-01-01	2019-12-31
(주)중앙카스포	농구대	2016-01-01	2019-12-31
	배구지주,	2016-01-01	2019-12-31
	배구심판대,	2016-01-01	2019-12-31
	배구지주금구	2016-01-01	2019-12-31
	배구지주보호대	2016-01-01	2019-12-31
	배드민턴지주	2016-01-01	2019-12-31
	복싱링	2016-01-01	2019-12-31
	에어로빅매트	2016-01-01	2019-12-31
	허리돌리기	2016-01-01	2019-12-31
	윗몸일으키기	2016-01-01	2019-12-31
	허들	2016-01-01	2019-12-31
	높이뛰기지주	2016-01-01	2019-12-31
	장대높이뛰기지주	2016-01-01	2019-12-31
	높이뛰기용매트	2016-01-01	2019-12-31
	정구지주	2016-01-01	2019-12-31
	족구지주	2016-01-01	2019-12-31
	족구점수판	2016-01-01	2019-12-31
	매트	2016-01-01	2019-12-31
	뽀뽀	2016-01-01	2019-12-31
	철봉	2016-01-01	2019-12-31
	평행봉	2016-01-01	2019-12-31
	이단평행봉	2016-01-01	2019-12-31
	평균대	2016-01-01	2019-12-31
	구름판	2016-01-01	2019-12-31
	프로텍터	2016-01-01	2019-12-31
	축구골대	2016-01-01	2019-12-31
	선수벤취	2016-01-01	2019-12-31
	테니스지주	2016-01-01	2019-12-31
	풋살골대	2016-01-01	2019-12-31
	필드하키골대	2016-01-01	2019-12-31
	필드하키네트	2016-01-01	2019-12-31
	핸드볼골대	2016-01-01	2019-12-31
	하키골대	2016-01-01	2019-12-31
	가야스포츠	카본할	2016-01-01

업체명	품목명	지정기간	
		시작일	종료일
송무궁	활(개량활)	2014-01-09	2018-01-08
(주)제일체육공사	야외용체력단련기구	2016-01-01	2019-12-31
	농구대	2014-01-09	2018-01-08
	축구골대	2014-01-09	2018-01-08
	족구지주네트	2014-01-09	2018-01-08
동화체육(주)	농구대	2016-01-01	2019-12-31
	배구지주	2016-01-01	2019-12-31
	배구심판대	2016-01-01	2019-12-31
	복싱링	2016-01-01	2019-12-31
	축구골대	2016-01-01	2019-12-31
	스타팅블럭	2016-01-01	2019-12-31
	허들	2016-01-01	2019-12-31
	높이(장대)뛰기지주	2016-01-01	2019-12-31
	원반해머그물망	2016-01-01	2019-12-31
높이(장대)뛰기매트	2016-01-01	2019-12-31	
한별체육산업	어린이놀이기구	2017-01-01	2020-12-31
광신체육산업	축구골대	2017-01-01	2020-12-31
	풋살골대		
	배구지주		
	농구대		
(주)한밭	야외용 체력단련기구		
(주)카이로스	당구큐	2014-01-09	2018-01-08
(주)트랑고	기계식체력단련기구	2014-01-09	2018-01-08
	안전벨트	2014-01-09	2018-01-08
	프렌드	2014-01-09	2018-01-08
	카라비너	2014-01-09	2018-01-08
	슬링/테이프	2014-01-09	2018-01-08
	빙벽용아이젠	2014-01-09	2018-01-08
	아이스엑스	2014-01-09	2018-01-08
	안전모	2014-01-09	2018-01-08
(주)프리원	원반	2016-01-01	2019-12-31
	미니디스크	2016-01-01	2019-12-31
	번호판타켓	2016-01-01	2019-12-31
	디스캐처	2016-01-01	2019-12-31
	우산트레블러	2016-01-01	2019-12-31
	원형트레블러	2016-01-01	2019-12-31
(주)볼빅	골프공	2015-01-01	2018-12-31
대성체육산업	농구대	2015-01-01	2018-12-31
	배구지주	2015-01-01	2018-12-31
	축구골대	2015-01-01	2018-12-31
	테니스지주	2015-01-01	2018-12-31
	배드민턴지주	2015-01-01	2018-12-31
(주)베노	인조잔디	2017-01-01	2020-12-31
지하이웰	체형분석기	2014-01-09	2018-01-08
	족저합분석기	2014-01-09	2018-01-08



업체명	품목명	지정기간	
		시작일	종료일
(주)한국스포츠	역도비벨원판	2014-08-20	2018-08-19
	역도비벨	2014-08-20	2018-08-19
	역도연습대	2014-08-20	2018-08-19
(주)엑시움	탁구라켓목판	2014-08-20	2018-08-19
신산상사(주)	농구공	2014-08-20	2018-08-19
	배구공	2014-08-20	2018-08-19
	축구공	2014-08-20	2018-08-19
	테니스공	2014-08-20	2018-08-19
	풋살볼	2014-08-20	2018-08-19
	핸드볼공	2014-08-20	2018-08-19
	족구공	2014-08-20	2018-08-19
연무산업	활(개량국궁)	2014-08-20	2018-08-19
	화살(카본화살)	2014-08-20	2018-08-19
뉴스포츠산업	티볼배트	2014-08-20	2018-08-19
	티볼공	2014-08-20	2018-08-19
	티볼베딩티	2014-08-20	2018-08-19
	츄크볼네트	2014-08-20	2018-08-19
	핸들러라켓	2014-08-20	2018-08-19
화랑도검	전통검도(진검, 가검, 병장기)	2014-08-20	2018-08-19
ZD sports Inc	야구배트	2014-08-20	2018-08-19
월드스포츠산업주식회사	어린이놀이기구	2014-08-20	2018-08-19
(주)델타인더스트리	골프샤프트	2015-01-01	2018-12-31
(주)제미타	전자호구시스템	2015-01-01	2018-12-31
(주)유컴테크놀로지	거리측정기(보이스캐디)	2015-01-01	2018-12-31
(주)디앤지	골프연습용구(파워애니스틱, 밸런스위슬스틱임팩트파워스틱)	2015-01-01	2018-12-31
오리코스토타(주)	조합놀이대	2015-01-01	2018-12-31
피닉스스포츠	근력단련기구	2015-01-01	2018-12-31
대원그린	인조잔디	2015-01-01	2018-12-31
주식회사 키세스	줄넘기(디지털줄넘기)	2015-07-01	2019-06-30
유한회사 싸카	축구경기복(아스토레)	2015-07-01	2019-06-30
(주)한궁세계화연구소	한궁보드	2015-07-01	2019-06-30
	한궁핀	2015-07-01	2019-06-30
(주)코스모스산업	당구공	2015-07-01	2019-06-30
(주)할라인	력비활체어	2015-07-01	2019-06-30
	펜싱프레임	2015-07-01	2019-06-30
	배드민턴활체어	2015-07-01	2019-06-30
	테니스활체어	2015-07-01	2019-06-30
	농구활체어	2015-07-01	2019-06-30
	댄스스포츠활체어	2015-07-01	2019-06-30
	펜싱 활체어	2016-01-01	2019-12-31
주식회사 은성헬스빌	자전거 에르고미터(스피디, V-301)	2015-07-01	2019-06-30
(주)자이크로	축구경기복	2015-07-01	2019-06-30
(주)오리온햄프로	야외용 체력단련기구	2015-07-01	2019-06-30
디에스 트레이딩	요가복	2015-07-01	2019-06-30
(주)소닉월드	기계식체력단련기구	2015-07-01	2019-06-30

업체명	품목명	지정기간	
		시작일	종료일
(주)신티에스	사이클경기복	2015-07-01	2019-06-30
GT (Global Tech)	(자동)배팅티	2015-07-01	2019-06-30
(주)토리랩	스쿠어보드	2016-01-01	2019-12-31
(주)다오코리아	유도복, 유도매트	2016-01-01	2019-12-31
(주)두미나	골프샤프트	2016-01-01	2019-12-31
주식회사 메디레포	아이싱	2016-01-01	2019-12-31
(주)양투카에스엘	인조잔디	2016-01-01	2019-12-31
(주)대운그린매트	인조잔디	2016-01-01	2019-12-31
주식회사 비인더스트리	야구안전펜스	2016-01-01	2019-12-31
알트비	스케이트보드	2016-01-01	2019-12-31
(주)두비원	전동식러닝머신, 기계식체력단련기구	2016-01-01	2019-12-31
(주)디엠비에이치	퍼팅연습기	2016-01-01	2019-12-31
(주)한백아이디	바닥재	2016-07-01	2020-06-30
현진테크	야구 안전펜스	2016-07-01	2020-06-30
빌킹코리아	당구 큐	2016-07-01	2020-06-30
(주)신일스포츠	신체보호대	2016-07-01	2020-06-30
(주)티마운트	탁구대	2016-07-01	2020-06-30
(주)드림엔트리	바둑알	2016-07-01	2020-06-30
(주)코비스스포츠	골프티	2016-07-01	2020-06-30
라인포인트	라인마커	2016-07-01	2020-06-30
(주)마루다움	체육시설 바닥재(목재)	2017-01-01	2020-12-31
(주)퓨전스포츠코리아	피칭머신	2017-01-01	2020-12-31
(주)흥인터내셔널	전자다트보드	2017-01-01	2020-12-31
명진무역	궁도 활(기본활)	2017-01-01	2020-12-31
태하메카트로닉스(주)	전동식러닝머신	2017-01-01	2020-12-31
	자전거에르고미터	2017-01-01	2020-12-31
	엘립티컬	2017-01-01	2020-12-31
신광바둑	바둑알	2017-01-01	2020-12-31
(주) 베스트필드	인조잔디	2017-07-01	2021-06-30
(주)삼익아처리	양궁활, 날개, 핸들	2017-07-01	2021-06-30
티엘인더스트리	배드민턴 연습장치	2017-07-01	2021-06-30
하늘스포츠	카본 활, 카본 화살	2017-07-01	2021-06-30
월드스포츠산업 주식회사	농구대	2018-07-01	2022-06-30
코스코디에스 주식회사	바닥재	2018-07-01	2022-06-30
(주)티모	구명조끼	2018-07-01	2022-06-30
(주)본스포츠	목재야구배트	2018-07-01	2022-06-30
주식회사 대원그린	인조잔디	2018-07-01	2022-06-30
신신상사(주)	농구공	2018-07-01	2022-06-30
	배구공	2018-07-01	2022-06-30
	축구공	2018-07-01	2022-06-30
	테니스공	2018-07-01	2022-06-30
	풋살볼	2018-07-01	2022-06-30
	핸드볼공	2018-07-01	2022-06-30
	경기용족구공	2018-07-01	2022-06-30



(2) 스포츠산업체 자금 융자사업의 추진과정

① 우수체육용구 생산업체 대상 자금 융자사업

우수체육용구 생산업체에 대한 자금 융자 사업은 1991년에 처음으로 실시하였으며 2018년 기준 총 388억 원을 지원하였다. 이는 2015년도 예산 180억 대비 200% 이상 증액된 금액이다. 융자 대상 업체는 2018년 12월 말 기준 문화체육관광부장관이 지정한 우수체육용구 생산업체의 스포츠용품이며, 생산업체의 신청을 받아 융자심의회를 개최하여 설비자금, 연구개발자금, 운전자금을 지원하고 있다. 설비자금은 10억 원, 연구개발자금은 3억 원, 운전자금은 2억 원을 한도로 융자하고 있으며, 2018년 기준 분기별 변동금리는 1/4분기, 2.27%, 4/4분기 2.27%이다.

〈표 4-12〉 '18년 우수체육용구 생산업체 자금융자 기준

융자 대상	융자 분야	융자 한도액	융자 기간	융자 이율
문화체육관광부 지정 우수체육용구 생산업체	설비투자	10억 원	10년 (거치기간 4년)	분기별 변동금리 2.27%
	연구개발	3억 원	5년 (거치기간 2년)	
	운전자금	2억 원	5년 (거치기간 2년)	

② 체육시설업 대상 자금 융자사업

체육시설업체에 대한 융자는 체육시설의 설치·이용에 관한 법률 제10조의 등록 체육시설(단, 회원제 체육시설은 제외), 신고 체육시설 및 체육시설의 설치·이용에 관한 법률 시행령의 체육시설에 대한 시설설치자금과 개·보수자금을 대상으로 하고 있다. 이에 “국민체육진흥법 제17조”에 의거, 체육시설업체의 시설설치자금 및 개보수자금을 지원하였다. 체육시설업체 융자제도는 연간 100억 원 규모의 예산을 편성하여 운영하고 있다. 제도시행 초기에는 부가금 대상 시설이었던 수영장(시설설치 및 개·보수), 볼링장, 골프연습장(시설 개·보수)으로 제한하였으나 1997년 종합체육시설, 1998년 골프장, 스키장에 대한 개·보수 융자를 확대하였으며, 2004년 체력단련장까지 추가하였다. 그러나 회원제 체육시설, 무도장 및 무도학원은 융자의 대상에서 제외하고 있다. 융자이율은 우수체육용구 생산업체에 대한 융자와 같이 2018년도에 분기별 변동금리 4% 한도(2018년 1분기, 2.27%)로 인하하였다. 시설설치자금은 등록체육시설의 경우 30억 원(융자기간 10년), 신고체육시설은 2017년 10억에서 2018년 20억 원(융자기간 10년)으로 확대하였으며, 개·보수자금은 등록체육시설과 신고체육시설 모두 10억 원(융자기간 5년)을 한도로 융자하고 있다. 2018년에는 2017년에 상한 한도를 상향 한 것에 더해 일부 한도액을 늘리면서 융자 규모를 확대하였다.

〈표 4-13〉 체육시설업체 기금용자

용자 대상		용자분야	용자한도액	상환기간
체육 시설 업체	등록체육시설 등	시설설치자금	30억 원	10년 (거치기간 4년 포함)
		개·보수자금	10억 원	5년 (거치기간 2년)
		운전자금	2억 원	5년 (거치기간 2년)
	신고체육시설 등	시설설치자금	20억 원	10년 (거치기간 4년 포함)
		개·보수자금	10억 원	5년 (거치기간 2년)
		운전자금	1억 원	5년 (거치기간 2년)
	회원제에서 대중제 전환 골프장	시설설치자금 및 개보수자금	85억 원	10년 (거치기간 4년 포함)
		운전자금	10억 원	5년 (거치기간 2년 포함)
	스포츠산업진흥시설 지정 프로스포츠단 연고 경기장	개·보수자금	50억 원	10년 (거치기간 4년 포함)
운전자금		10억 원	5년 (거치기간 2년 포함)	

③ 스포츠서비스업 대상 기금 용자사업

2000년대 이후 스포츠가 중요한 비즈니스 콘텐츠로 부각됨에 따라 스포츠 관련 직·간접적인 소비증대로 문화·관광 등 스포츠 연관 산업과 스포츠 서비스업의 빠른 발전이 예상되어 스포츠서비스업에 대한 적극적인 육성 및 지원으로 스포츠산업 전반에 걸친 균형적인 발전이 필요하다는 인식이 확산되어 국민체육진흥법 제17조 제3항에 의거, 스포츠서비스업 대상 기금 용자사업을 시행하게 되었다. 스포츠 서비스업체 용자사업의 용자대상은 개인 또는 법인으로서 스포츠서비스업 관련 회사를 설립 후 만 1년 경과하였으며, 설립 이래 스포츠서비스업 관련 실적이 있는 업체, 공고일 현재 스포츠 단체에 대한 마케팅 권리를 획득한 업체, 공고일 현재 대회조직에 대한 마케팅 권리를 획득한 기업, 공고일 현재 대회 자체에 대한 마케팅 권리를 획득한 업체, 기타 스포츠 단체 및 대회에 대한 권리를 획득한 업체 및 스포츠출판업, 스포츠방송업, 스포츠인터넷업, 스포츠소프트웨어 개발업 등 스포츠정보업을 운영하고 있는 자를 대상으로 하고 있다. 2018년 설비자금 용자의 경우 10억 원 이내의 용자한도 내에서 10년(4년 거치)로 하고 용자이율은 분기별 변동금리 4% 한도에서 '18.1분기 이율은 2.27%였다.

〈표 4-14〉 '18년 스포츠 서비스업체 기금용자 기준

용자 대상	용자 분야	용자 한도액	용자기간	용자이율
스포츠 마케팅 및 정보 업체	설비 자금	10억 원	10년 (거치기간 4년)	공공자금관리 기금용자계정 변동금리 ('17.1분기 2.27%)
	연구개발 자금	3억 원	5년 (거치기간 2년)	
	운전자금	2억 원	5년 (거치기간 2년)	



〈표 4-15〉 '18년 스포츠 서비스 업종별 세부조건

구 분	세 부 조 건
스포츠 경기업	□ 공고일 현재 회사 설립 후 만 1년 경과하고, 스포츠 경기업을 운영하고 있는 자
스포츠 마케팅업	<ul style="list-style-type: none"> □ 개인 또는 법인이 스포츠서비스업 관련 회사를 설립 후 만 1년 경과하였으며 설립 이래 스포츠 마케팅 관련 실적이 있는 업체 □ 공고일 현재 스포츠 단체에 대한 마케팅 권리획득 업체 <ul style="list-style-type: none"> ※ 대한체육회, 대한체육회 산하단체, 대한체육회 및 관련 조직의 인가 단체에 대한 연간 마케팅 대행 권한을 획득한 기업 □ 프로종목(축구, 배구, 농구, 야구, 씨름, 볼링 등)의 주최 단체에 대한 연간 마케팅 대행 권한을 획득한 기업 □ 공고일 현재 대회조직에 대한 마케팅 권리를 획득한 기업 <ul style="list-style-type: none"> ※ 대한체육회, 대한체육회 산하단체, 대한체육회 및 관련 조직의 인가 단체가 주최하는 정규대회(종합대회, 종목별대회, 전국대회, 국제대회)의 준비위원회, 조직위원회, 운영사무국 등에 대한 마케팅 권리를 획득한 기업 □ 공고일 현재 대회 마케팅 권리 획득 업체 <ul style="list-style-type: none"> ※ 대한체육회, 대한체육회 산하단체, 대한체육회 및 관련조직의 인가 단체가 주최하는 종목별 또는 지역별 스포츠대회에 대한 마케팅 권리를 획득한 기업 ※ 프로종목별 개최 대회에 대한 마케팅 권리를 획득한 기업 □ 기타 스포츠 단체 및 대회에 대한 권리 획득 업체 <ul style="list-style-type: none"> ※ 사회적으로 규모와 가치가 이미 인정된 대회의 마케팅 권한을 획득한 기업 (예: Peace Cup Korea, K-1 등 국내·외 해당 종목 단체의 대회 진행에 대한 공인여부에 상관없이 대회규모, 경제적 가치, 국민적 호응도 등 고려)
스포츠 정보업	□ 공고일 현재 회사를 설립 후 만 1년이 경과하였으며, 스포츠 출판업, 스포츠방송업, 스포츠 인터넷업, 스포츠소프트웨어 개발업 등 스포츠 정보업을 운영하는 자

(3) 스포츠산업체 자금 융자사업의 추진실적 및 성과

정부는 우수체육용구 생산업체 대상으로 1991년 6개 업체에 설비투자 6억 원, 연구개발 3억 7,900만 원 등 총 9억 7,900만 원을 처음으로 융자했다. 2018년에는 총 사업비 420억원 중 체육용구 생산업체에 약 4억 2천만원, 체육시설설치업체에 약 405억원, 스포츠서비스업체에 6억 5천만원을 융자했다.

〈표 4-16〉 스포츠산업체 자금 융자사업 현황

(단위 : 백만 원, %)

구 분	2016			2017			2018		
	계획	집행	비율	계획	집행	비율	계획	집행	비율
총사업비	54,000	31,525	58.4	38,300	38,300	100	42,000	41,576	99
체육용구생산업체	-	1,403	4.5	-	1,626	4.3	-	419	1
체육시설설치업체	-	29,582	93.8	-	36,354	94.9	-	40,507	96.4
스포츠서비스업체	-	540	1.7	-	320	0.8	-	650	1.5

〈표 4-17〉 대중제 전환 골프장 사업예산

(단위 : 백만 원, %)

구분	2017년				2018년			
	사업예산	집행금액	잔액	집행률	사업예산	집행금액	잔액	집행률
계	38,300	38,300	0	100	42,000	41,576	424	99
일반용자	21,300	29,723	△8,423	139.5	28,000	27,449	551	98
회원제-대중제 전환 골프장	17,000	8,577	8,423	50.5	14,000	14,000	0	100

〈표 4-18〉 '18년 용자 신청금액, 결정금액, 집행금액 현황

(단위 : 백만 원, 괄호 안 신청건수)

구분	계	1차	2차
신청금액	93,477.9 (108)	69,492 (67)	23,985.9 (41)
결정금액	84,803.9 (99)	63,900 (62)	20,903.9 (37)
집행금액	41,576 (67)	31,511 (41)	10,065 (26)

〈표 4-19〉 '18년 국민체육진흥기금 스포츠산업 용자 현황

(단위 : 백만 원, 괄호 안 신청건수)

구분	금액	신청건수	비고
우수체육 용구생산	419	2	운전자금(1) 200, 설비(1) 219
체육시설	40,507	61	대중제전환 골프장(5) 14,000, 대중제골프장(5) 3,392, 골프연습장(10) 8,300, 당구장(1) 60, 복상장(2) 50, 볼링장(7) 6,910, 수영장(6) 1,418.9, 승마장(1) 260, 자동차경주장(2) 1,000, 종합체육시설(1) 100, 체력단련장(9) 1,346, 테니스장(4) 768, 풋살장(4) 2,202, 방상장(2) 200, 롤러스케이팅장(2) 500
스포츠 서비스	650	4	운전자금(4) 650
계	41,576	52	



3) 스포츠산업 모태펀드 조성사업

(1) 모태펀드 개념 및 필요성

국내 스포츠산업체는 2016년까지 5년 이하의 비중이 감소하는 추세이었으나 2017년에 다시 53.6%로 증가하였고, 2018년에 49.8%로 다소 감소하였다. 2018년 기준 5년 이하의 초기산업체가 49.8%로 가장 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났고, 6~10년 차인 중간단계인 산업체가 전 산업체 중 23.6%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 5년 이하의 초기산업체와 6~10년 차인 중간산업체의 발전환경 조사결과(2018년 기준), 자금부족(22.5%) 및 사업체 영세성(20.8%) 이 가장 큰 장애요인인 것으로 나타났다. 또한 제도규제 과다가 15.9%로 2017년(11.0%)대비 큰 폭으로 증가한 것으로 조사되었으며, 정부지원미흡(12.6%)과 외국업체 시장잠식(3.5%)도 전년대비 상승하였다.

〈표 4-20〉 스포츠산업체 설립연도 비율

(단위 : 천개, %)

구분		5년 이하	6~10년	11~15년	16~20년	21년 이상
2016	사업체수	35.4	24.8	11.5	8.4	8.3
	비중	40.1	28.1	13.0	9.4	9.4
2017	사업체수	54.2	24.9	10.7	5.7	5.6
	비중	53.6	24.6	10.6	5.6	5.5
2018	사업체수	51.4	24.3	11.4	7.9	8.1
	비중	49.8	23.6	11.1	7.6	7.9

※ 출처 : 문화체육관광부(2019) 스포츠산업실태조사(2018기준)

〈표 4-21〉 스포츠산업 육성발전 장애요인

(단위 : %)

구분	전문인력부족	사업체영세성	자금부족	기술정보부족	제도규제과다	외국업체시장잠식	정부지원미흡	기타
2014	7.4	21.5	18.2	3.8	15.9	8.8	15.5	8.8
2015	7.9	19.0	22.7	5.3	16.4	4.6	12.7	11.4
2016	7.5	21.1	22.6	4.0	23.1	4.3	14.4	3.1
2017	14.5	23.8	21.9	9.6	11.0	2.8	10.3	6.2
2018	12.9	20.8	22.5	9.8	15.9	3.5	12.6	2.1

※ 출처 : 문화체육관광부(2019) 스포츠산업실태조사(2018기준)

국내 스포츠산업체는 초기 도입기에 머물러있는 산업체가 대부분이며, 산업체의 영세성 및 자금부족으로 투자 여력이 부족한 산업체가 많다. 투자 여력 부족은 단기적으로 스포츠 시장의 소비 수요 감소에 영향을 미칠 수 있으며, 장기적으로는 스포츠산업 성장에 부정적인 영향을 미칠 수 있는 요인이다. 이에 정부는 스포츠시장 활성화 및 스포츠산업의 지속적인 성장을 위해 자금 조달능력이 부족한 초기 스포츠사업체를

대상으로 정부 주도형 모태펀드를 2015년 조성에 이어 2018년에도 시행하고 있다. 문화체육관광부가 출자하여 결정된 기존 모태조합(펀드)의 문화계정 및 영화계정은 매년 수백억 원이 문화산업일반을 대상으로 투자되고 있지만, 문화계정 및 영화계정은 투자대상이 문화산업진흥기본법에 의한 문화산업 및 한국영화에 만 투자할 수 있어, 스포츠산업 분야의 투자가 불가능하였다. 정부는 스포츠산업 내 성장가능성을 발견하고 수익 창출이 가능한 다양한 사업 및 콘텐츠를 발굴할 수 있을 것으로 기대하여, 타 부처 및 타 계정과 독립적으로 출자사업을 추진하였다. 그리고 스포츠 분야 모태펀드는 「스포츠산업 진흥법」 상 스포츠산업, 스포츠산업(특수 분류 상) 연관 산업에 해당하는 기업 및 스포츠 용품, 스포츠 시설, 스포츠 서비스, 스포츠 용·복합 분야 및 스포츠 이벤트로 투자대상을 한정하였다.

〈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 중소기업(법인)투자 및 투자기간 내 결성액의 60% 이상을 스포츠산업 분야에 투자하는 것을 기본조건으로 하였다. 또한, 선정된 운용사는 최종 선정일로부터 3개월 이내 조합을 결성해야 함을 기본조건으로 하였지만 부득이한 사유 발생 시 3개월 이내에서 연장이 가능한 예외 조건을 명시하였다.



〈표 4-22〉 '18년 스포츠산업분야 모태펀드 출자규모 및 출자자 선정기준

항 목		세 부 내 용	
출자 규모		스포츠산업 170억 원	
기본 조건		스포츠산업진흥법상 스포츠산업, 스포츠산업 특수 분류상 연관 산업에 해당하는 기업 및 프로젝트에 결성액의 70%이상 투자	
출자 대상 및 신청 자격	창업투자조합	비상장 창업기업(업력 7년 이내 중소기업)·벤처기업에 전문적으로 투자	창업투자회사
	한국벤처투자조합	LLC형 투자조합	상법상 유한회사
		중소기업전용투자 및 프로젝트 투자 등	창업투자회사, 신기술사업금융사 등
신기술사업 투자조합	「여성전문금융업법」 제41조제3항에 따른 신기술사업투자조합으로서 중소기업에 대한 투자를 주목적으로 하는 조합		신기술사업금융사

출자자 신청대상은 타 계정이 창업투자조합, 한국벤처투자조합으로 한정하는데 반해 스포츠 분야는 창업투자조합, 신기술사업투자조합, 한국벤처투자조합 모두를 대상으로 하여 다양한 투자조합의 출자를 유도하였다. 또한, 출자자 선정 시 외국자본 10% 이상 출자, 초과수익률달성 여부, 투자의 일관성이 높은 출자자, 기업평가 “A”등급 이상인 출자자를 우대하여 선정하였다.

〈표 4-23〉 '18년 출자자 우대선정기준

내 용
1. 창업 초기 등 중점지원분야인 경우
2. 신청자조합 특성에 따라 일정기준 이상 동일한 분야 투자한 경우
3. 창업투자회사 평가에서 A등급 이상 받은 경우
4. 결성총액의 10% 이상 외국자본 출자 참여
5. 결성목표액을 초과하여 출자자 모집을 제안하는 경우
6. 자조합 운용사가 접수 마감일 기준으로 1년 이내에 모태조합이 출자한 자조합을 해산하고, 자조합 수익률이 기준수익률을 초과한 경우

〈표 4-24〉 '18년 모태펀드 출자사업 공통 출자 주요조건

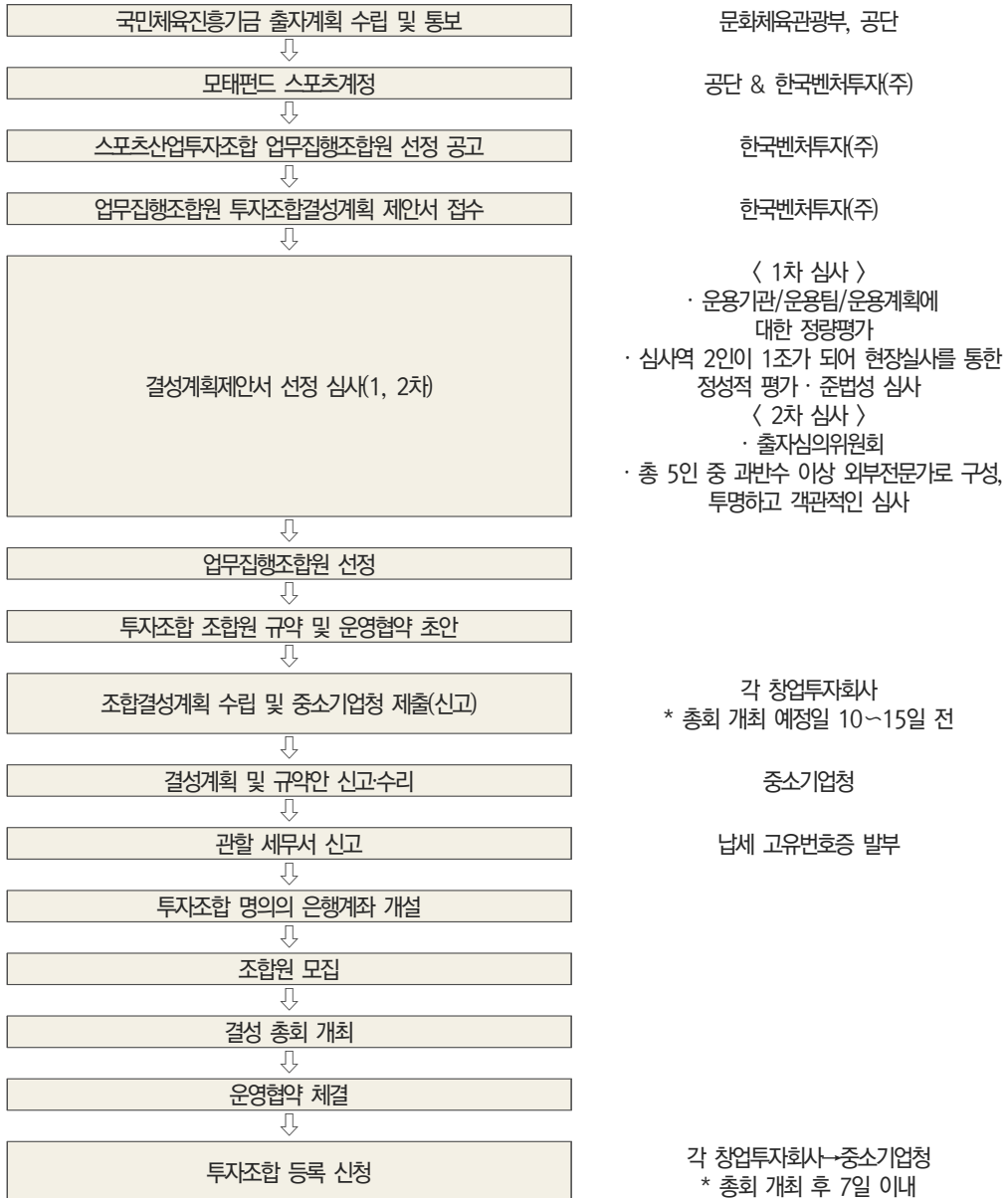
항 목	내 용
업무집행조합원 의무출자비율	• 조합 약정총액의 1% 이상
한국모태펀드 우선손실충당	• 모태펀드는 조합의 운용결과 손실 발생 시 우선손실충당을 요구하지 않으며, 우선손실충당을 하지 않음
자조합의 투자 의무	• 조합 결성액의 일정 비율* 이상을 주목적 투자 대상에 투자 * '일정비율'이라 함은 해당 조합에 부여된 최소 투자 의무비율(70%)
증액방식조합 (Multiple Closing) 출자 조건	• 한국모태펀드 출자금 운용계획 공고에 따라 최초 조합결성일로부터 6개월 이내에 신규 선정 절차와 동일하게 진행
출자금 납입방식	• 일시납, 분할납(draw-down), 수시납(capital call) 중 선택 가능
조합 존속기간	• 존속기간 8년, 투자기간 4년
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 600억원 초과시: 2.1% 이내
기준수익률	• 5% 이상
성과보수	• 기준수익률 초과하는 수익의 20% 이내
수탁회사	• 한국벤처투자(주)가 수탁업무 협약을 체결하여 지정하는 금융기관을 수탁회사로 선정하여 조합자금 관리 • 조합의 미투자자산 중 일부는 수탁계약에 따라 은행 증권회사의 확정금리부 금융상품에 운용 가능 • 조합자산의 관리는 수탁회사와 업무지시서를 통해서만 가능
회계감사인	• 한국벤처투자(주)에서 지정요건을 만족하는 회계감사인을 업무집행조합원이 선정
ERP	• ERP(기업전체의 효율적 통합정보시스템) 사용 의무화

출자자 주요조건으로는 업무집행조합원 의무투자비율을 출자 약정총액의 1% 이상으로 하였으며, 펀드운영 결과 손실금에 대해서는 우선손실충당을 하지 않는 것으로 하였다. 투자 의무에 대해서는 스포츠산업 분야에 총액의 70% 이상을 투자하는 것으로 조건화하였지만, 모태펀드에서 결정한 조합 규모보다 실제 결성 금액이 증가하여 상기 비율을 적용한 금액이 모태펀드 출자액의 2배를 초과하는 경우, 모태펀드 출자액의 2배에 해당하는 금액과 최초 모태펀드에서 선정 시 결정한 조합 규모에 상기 비율을 적용한 금액 중 큰 금액의 투자를 의무로 부여하였다. 출자금은 출자자가 선택할 수 있도록 출자 납입방식을 일시납, 분할납, 수시납으로 다양화하였다. 스포츠계정의 투자조합의 존속기간은 8년, 투자기간은 4년 이내로 한정하여 스포츠산업분야의 투자여건을 확대하였다. 관리보수는 타 계정과 유사한 조건으로 정하였으며, 기준수익률은 5% 이상을 적용하였다. 이외의 출자자 주요조건은 타 계정과 유사한 범위 내에서 결정하였다.



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

〈그림 4-5〉 투자조합 결성 절차



2018년 모태조합 운용 스포츠계정은 총 1개, 총 결성액 170억 원으로 조성되었다. 이 중 모태출자액은 100억 원이다. 2015년부터 2018년까지 4년간의 총 결성액은 1,015억 원, 모태출자 금액은 570억 원이 운용되었다.

〈표 4-25〉 스포츠계정 모태조합 운용 중 조합 현황

(단위 : 개, 억 원)

	조합 수	총 결성액	모태출자
2015	2	385	200
2016	1	170	100
2017	2	290	170
2018	1	170	100
합계	6	1,015	570

〈표 4-26〉 조합원 연도별 출자내역

(‘18년말 납입기준, 단위 : 억 원)

조합원	출자금 약정 내역														계
	‘05	‘06	‘07	‘08	‘09	‘10	‘11	‘12	‘13	‘14	‘15	‘16	‘17	‘18	
한국벤처 투자(주)	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
중소기업 진흥공단	1,700	1,100	900	800	2,850	1,000	320	700	800	1,000	2,020	1,000	8,300	4,500	26,990
문화체육 관광부	-	500	1,000	-	1,200	-	120	-	-	200	670*	460*	680*	710*	5,541
특허청	-	550	550	-	330	-	-	-	-	-	170	-	-	200	1,800
영화진흥 위원회	-	-	-	-	-	110	460**	450**	400**	100	100	100	180	100	2,000
과학기술 정보 통신부	-	-	-	-	-	100	-	-	-	500	500	370	200	150	1,820
고용 노동부	-	-	-	-	-	-	25***	25***	25***	25***	-	-	-	75***	175
보건 복지부	-	-	-	-	-	-	-	-	200	300	300	-	-	-	800
국민체육 진흥공단	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	200	200	70	100	570
환경부	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	200	130	330
교육부	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120	150	270
합계	1,701	2,150	2,450	800	4,380	1,210	925	1,175	1,425	2,125	3,961	2,130	9,750	6,115	40,297



〈표 4-27〉 '18년 모태펀드 자펀드 누적 결성액 및 투자실적

('18년말 기준, 단위 : 개,억 원)

구분	중진	지방	엔젤	문화	관광	특허	영화	과기 정통	보건	스포츠	중진/ 특허	청년	교육	환경	혁신 모형	계
자펀드 결성	조합 수	31	1	-	10	1	3	1	2	1	1	6	6	-	21	85
	결성 액	16,011	100	-	2,036	270	718	170	350	170	180	1,550	257	-	8,209	26,915
	출자 안정액	3,265	60	-	1,268	150	270	120	220	180	100	835	150	-	3,260	10,611
자펀드 투자실적	금액	2,299	41	12	1,085	-	292	50	73	130	-	-	232	-	-	4,215

(3) 모태펀드 추진실적 및 성과

2018년 정부는 모태펀드 스포츠계정에 총 170억 원을 조성하였다. 이 중 정부출자액은 100억 원, 민간 출자액은 70억 원이다. 2015년부터 2018년까지 스포츠계정에 조성된 총 금액은 1,015억 원이며, 전체 투자율은 54.7%, 그 중 스포츠계정 주 목적에 따른 투자는 73.9%가 이뤄졌다.

〈표 4-28〉 모태펀드 스포츠계정 출자 및 결성현황

(단위 : 백만 원)

구분	조합명	결성액 (정부출자/민간출자)	투자액 (주목적투자)	투자율 (주목적투자)
'15년 출자	유티씨 스포츠1호 펀드 ('15.7.14)	21,500 (10,000/11,500)	16,758 (12,919)	77.9% (77.1%)
	보광 22호 펀드 ('15.6.18)	17,000 (10,000/7,000)	16,444 (10,200)	96.7% (62%)
	소계	38,500 (20,000/18,500)	33,202 (23,119)	86.2% (69.6%)
'16년 출자	유티씨 스포츠2호 펀드 ('16.9.30)	17,000 (10,000/7,000)	11,599 (8,975)	68.2% (77.4%)
'17년 출자	보광 25호 펀드 ('17.9.29)	12,000 (7,000/5,000)	3,500 (3,000)	29.2% (85.7%)
	센트럴스포츠 펀드 ('17.12.19)	17,000 (10,000/7,000)	4,704 (3,398)	27.7% (72.2%)
	소계	29,000 (17,000/12,000)	8,204 (6,398)	28.3% (78.0%)
'18년 출자	ISU-AJ 스포츠투자펀드 ('18.11.7)	17,000 (10,000/7,000)	2,499 (2,499)	14.7% (100%)
합계		101,500 (57,000/44,500)	55,503 (40,991)	54.7% (73.9%)

4) 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업

(1) 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업의 개념 및 필요성

국내 스포츠산업은 2018년 기준 종사자 4인 이하의 소규모 사업체가 전체 사업체 중 87.2%를 차지하고 있으며 5~9인 사업체가 7.9%이며, 10~19인 미만 사업체가 2.6%로 나타났다. 특히, 20~49인 이상 사업체는 단 1.4%에 불과해 대부분의 스포츠사업체가 소규모로 구성되어 있는 것으로 조사되었다. 조직형태별 사업체 수는 개인사업체가 86.5%를 차지하고 있으며 다음으로는 회사법인이 10.8%를 점유하고 있는 것을 조사되었다. 이처럼 국내 스포츠산업의 구조가 영세한 산업체 중심으로 구성되다 보니 내수시장 내의 경쟁력 강화를 위한 산업체의 조직 경영 및 사업 마케팅 관리가 부족한 실정이다. 2019년 스포츠산업 실태조사 결과 보고서(2018년 기준)에 따르면 국내 스포츠산업체의 매출증대를 위한 필요요인으로 홍보 및 마케팅 강화(56.2%)와 내수시장확대(19.9%)가 전체의 76.1%를 차지하고 있지만 영세한 국내 스포츠 산업체들은 제품생산 이외에 조직 관리 및 마케팅 등 서비스 연구개발에 투자할 수 있는 여력이 부족한 실정이다. 이와 같은 맥락으로, 기업들이 생각하는 스포츠산업육성발전 장애요인 중 1위가 자금부족(22.5%)이었다.

〈표 4-29〉 '18년 조직형태별 사업체 수

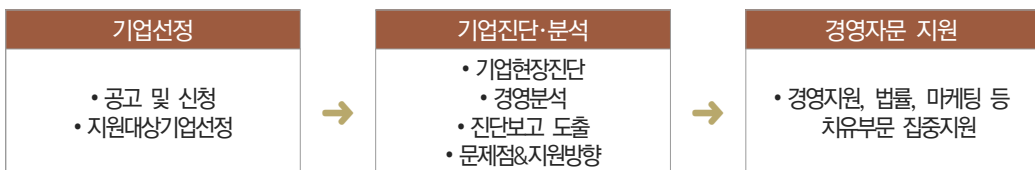
(단위 : 개, %)

구 분	사업체 수	비중
개인사업체	89,231	86.5
회사법인	111,86	10.8
회사외 법인	1,574	1.5
비법인단체	1,155	1.1
합 계	103,145	100.0

* 출처 : 문화체육관광부(2019) 스포츠산업실태조사(2018 기준)

이에 정부는 2018년 국내 스포츠 용품제조, 서비스 중소기업대상 경영진단 및 컨설팅 지원을 통해 경영체질을 개선하고 산업체의 내수시장 경쟁력 제고를 목적으로 사업 리모델링 프로세스를 지원하는 사업을 추진하였다. 한국스포츠정책과학원 홈페이지 등에 지원기업 모집공고를 실시하였으며, 공고문 및 신청서류 작성을 지원하였다. 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업은 총 3단계의 절차에 따라 추진하였다. 첫 번째 단계는 경영체질 개선이 필요한 산업체를 선정하고 두 번째 단계에서 기업의 경영 및 마케팅 역량을 분석 후 마지막 단계에서 실제 경영 관련 컨설팅 업체와의 매칭을 통해 산업체의 비즈니스 모델개발을 지원하였다.

〈그림 4-6〉 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업 추진 절차



(2) 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업의 추진과정

정부는 2015년 3월 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업 추진을 위해 우선 기본 추진계획을 수립하였다. 기본계획을 통해 정부는 사업 지원 대상 및 영역을 분류하였다. 지원대상은 중소 스포츠기업 중 스포츠용품업과 스포츠서비스업으로 한정하였으며, 지원영역은 영업마케팅, 제품경쟁력, 원가생산성, 경영지원, IPO으로 구분하였다. 지원 대상을 스포츠용품업과 스포츠서비스업으로 한정된 이유는 국내 스포츠용품 시장이 나이기, 아디다스와 같은 외국계 기업이 주도함에 따라 국내 스포츠기업의 무역수지 적자규모가 지속 확대되고 있으며, 새로운 제품개발보다는 글로벌 기업 제품을 모방·답습함에 따라 시장 주도권 선점기회를 상실하고 있는 국내 현실을 반영하였기 때문이다. 또한 국내 스포츠서비스업체들은 대부분이 영세하기 때문에 자체 추동력 생성능력이 미흡하다고 판단했기 때문이다.

〈표 4-30〉 스포츠용품업 무역수지 현황(품목코드 9506)

(단위 : 천 달러)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
수출(A)	125,448	123,031	116,759	103,609	107,175	135,055	127,180
수입(B)	596,572	611,849	655,739	637,846	656,368	732,497	836,654
무역수지(A-B)	△471,124	△488,818	△538,980	△534,237	△549,193	△597,442	△709,474

※ 출처 : 관세청(2018)

컨설팅업체는 신청한 39개 가운데 24개 업체를 선정하였다. 선발된 24개 산업체에 대하여는 기업당 최대 4천만 원(IPO지원은 6천만 원)을 지원하였다. 사업지원 기간은 5개월 이내로 하였으며, 기업의 특성에 따라 지원 기간을 연장하였다.

〈표 4-31〉 '18년 스포츠기업 비즈니스 지원 사업 지원 사업체 및 내용

선정기업 수	지원분야	지원금	지원 비율		수행기간
24개	영업마케팅, 제품경쟁력, 원가생산성, 경영지원	최대 4천만원	1회차	총 사업비의 80%	5개월 이내
			2회차	총 사업비의 70%	
			3회차	총 사업비의 60%	
			4,5회차	총 사업비의 50%	
	IPO	최대 6천만원	총 사업비의 90%		

※ IP(Intellectual Property) : 지식재산권

※ IPO(Initial Public Offering) : 기업이 일정 목적을 가지고 자사의 주식과 경영내용을 공개

〈표 4-32〉 '18년 스포츠기업 비즈니스 지원 사업 최종 선정기업

연번	기업명	연번	기업명	연번	기업명	연번	기업명
1	SG스포츠	7	(주)나라소프트	13	아티스앤오션(주)	19	클라임코리아(주)
2	건강더하기	8	(주)뉴스포츠산업	14	에어원골프	20	(주)탁스스포츠웨어
3	(주)구미어패럴	9	(주)디알지코리아	15	(주)엠팩플러스	21	(주)트렉스타
4	(주)국가대표	10	마린블리스	16	(주)올댓코퍼레이션	22	(주)파이네트웍스
5	(주)그린헬스케어	11	바디맵	17	(주)지하이웰	23	포일
6	(주)금강피씨씨	12	스케이이트	18	콕스다이어트	24	헬스웨이

2018년 정부는 선정된 24개 기업에 대해 기업 경영진단 및 분석을 실시하였다. 진단 및 분석 내용은 진단업체의 요구 공유 및 파악, 경영 전문가 진단에 의한 경영현황 파악, 산업체 경영현장 진단, 산업체 성장잠재력 분석, 강소기업으로 성장하기 위한 기업별 과제 발굴, 기업별 성장전략 로드맵 작성, 기업별 장·단기 해결 과제 도출 등 경영체질 개선을 위한 내용으로 실시하였다. 경영 진단 및 분석 후 정부는 진단결과 도출된 개별기업의 단기해결과제에 대해 컨설팅을 실시하였으며, 성과 창출이 가능한 사업에 대한 컨설팅을 우선 시행하였다. 영역별 컨설팅 내용은 경영전략 및 경영관리(비즈니스 모델제시 및 인사, 노무, 회계 등), 생산성 향상 컨설팅(품질, 원가관리 등), 영업마케팅 전략 컨설팅, 디자인·홍보 컨설팅, 법률 및 지적재산권 관련 컨설팅이었다. 이후 사업의 효과를 확인하기 위해 사업계획의 적정성 및 유효성, 선정기업별 성과지표, 수혜기업 고객만족도 등 사업 관련 지표를 수립, 2018년 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업을 평가, 분석하였다.

(3) 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업 추진실적 및 성과

2018년 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업 공모결과 스포츠용품 및 스포츠서비스업 39개 기업이 신청하였으며, 심의위원회 평가 결과 최종 24개 산업체가 선정되었고 컨설팅 업체는 25개 사가 지원하여 최종 24개 컨설팅 기업을 선정하였다. 산업체의 컨설팅 수요를 고려, 산업체와 컨설팅 업체가 1대1로 연결되었다.

〈표 4-33〉 중소 스포츠기업 비즈니스 지원사업체 선정실적

(단위 : 개)

구분	신청기업 수			선정기업 수		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
지원 산업체	32	37	39	20	47	24
컨설팅 업체	32	24	25	19	24	24

정부는 비즈니스 지원 사업의 효과를 극대화하기 위해 컨설팅 지도관리 및 품질 완성도 제고를 위한 품질평가단을 운영하였다. 품질평가단은 품질관리에 관한 서면평가 및 대면평가를 시행하였으며, 산업체 및 경영컨설팅 업체를 대상으로 만족도 조사를 실시하였다. 정부가 2018년까지 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업을 지속 관리한 결과 총 지적재산권 출원(특허) 14건, 디자인권 16건, 상표권 16건 등 가시적인 사업효과가 달성되었다. 24개사의 KPI(단기성과) 달성률이 95.7%로 전년대비 0.5p 하락한 모습을 보였다. 컨설팅 품질평가 점수는 86.8점으로 전년대비 1.0p 하락했고, 고객만족도 평가는 92.7점으로 2.4p 상승했다.

2018년 중소 스포츠기업 비즈니스 사업 공모결과 스포츠용품 및 스포츠서비스업 39개 기업이 지원해 5개사가 부적격 판정을 받아 총 34개 기업이(계속 9개, 신규25개) 선정되었다. 지원사업 시행에 따른 예상 경제 효과(향후 3년)는 약 289.4억 원으로 예측되었다. 이는 세부적으로 지원기업에서 2019년 약 49.6억 원, 2020년 약 90.7억 원, 2021년 약 149.1억 원이다.



〈표 4-34〉 중소스포츠기업 비즈니스 지원 실적 경제적 효과

(단위: 백 만 원, %)

연도	구분	2016	2017	2018	2019	2020	합계	달성율
2015	예상	8,198	12,788	19,014			40,000	140
	실적	11,016	22,257	22,924			56,197	
2016	예상		10,320	18,090	27,100		55,510	70
	실적		5,102	6,537	27,100		38,739	
2017	예상			3,040	5,990	9,290	18,320	116
	실적			5,933	5,990	9,290	21,213	
평균 달성율								115

2015~2017년 지원기업 경제적 성과 조사 결과 3개년도 예측액 1,138억 원 대비 달성실적 1,161원으로 3개년 평균 115%의 달성율을 기록했다.

〈표 4-35〉 지원 기업 실적 비경제적효과

(단위: 건)

구분	2015년 지원기업 (‘16-’18년)	2016년 지원기업 (‘17-’18년)	2017년 지원기업 (‘18년)
디자인권	0	7	9
특허권	3	1	10
상표권	7	7	2
고용창출	-	-	9
합계	10	15	30

5) 스포츠산업 일자리 지원 사업

(1) 스포츠산업 일자리 지원센터

① 스포츠산업 일자리 지원센터 운영사업의 개념 및 필요성

한국고용정보원(2009)의 「산업·직군별 고요구조조사(OES)」에 따르면, 스포츠분야는 상대적으로 임금수준이 낮고 근속연수가 짧으며, 수도권 편중현상이 심한 분야이다. 이러한 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. 2009~2019 스포츠산업 실태조사 결과에 따르면 스포츠산업체의 발전 장애요인으로 전문 인력부족 요인이 지속적으로 나타나고 있다.

특히, 2018년 기준 국내 스포츠산업은 종사자 4인 이하의 소규모 사업체가 전체 사업체 중 87.2%를 차지하고 있고 9인 이하의 사업체까지는 95.1%를 차지하고 있는 영세한 산업구조이기에 인력난은 타 분야에 비해 더욱 심할 것으로 예상할 수 있다. 이상을 종합하면 국내 스포츠산업 분야는 청년층 고학력자의 비중이 상대적으로 높으나 구직자들은 프로스포츠 구단이나 대한체육회, 축구협회 등과 같은 상대적으로 규모가 큰 조직을 원하고 있고 스포츠산업 분야의 일반적인 임금 수준과 근로 조건이 상대적으로 타 산업에 비해 좋지 않아 이직률이 높고, 이로 인해 스포츠산업체는 전문 인력난의 어려움을 겪고 있는 것으로 해석할 수 있다.

〈표 4-36〉 스포츠산업체 전문 인력에 대한 필요성

(단위 : %, 전체 100% 기준)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
전문인력부족(신분류)	11.8	7.0	9.2	7.4	7.9	7.5	14.5	12.9

※ 출처 : 문화체육관광부(2019) 스포츠산업실태조사(2018 기준)

이에 정부는 구직자에게는 고용안정성을 높일 수 있는 일자리 정보를 제공하고 구인기업에는 기업특성에 맞는 인력정보를 제공하기 위한 목적으로 2014년부터 스포츠산업 일자리 지원센터를 운영하고 있다. 스포츠산업 일자리 지원센터를 통해 정부는 수요자(구직자)와 공급자(구인자) 사이 정보의 비대칭으로 인해 취업이 원활하게 이루어지지 않는 수급 불균형 문제를 해결할 수 있을 것으로 기대하였다. 스포츠산업 일자리 지원센터 운영사업은 온·오프라인 매칭시스템으로 구인기업과 구직자 간의 일자리 정보를 공유할 수 있도록 지원, 상호 간에 필요한 인력과 일자리를 찾을 수 있도록 지원하여, 창업 교육 및 보육하는 사업이다.

〈그림 4-7〉 일자리 지원센터 운영체계



② 스포츠산업 일자리 지원센터 추진과정

2014년 정부는 스포츠산업 일자리 지원센터 운영을 위해 공공부문 일자리 정보(지역고용센터, 중소기업청 등) 및 민간부문 일자리 정보(잡 코리아, 알바몬 등 기존 채용사이트 등)와 협력 네트워크를 우선 구축하였으며, 2014년 7월~11월 스포츠산업 일자리 지원 온라인 정보시스템을 구축하였다.

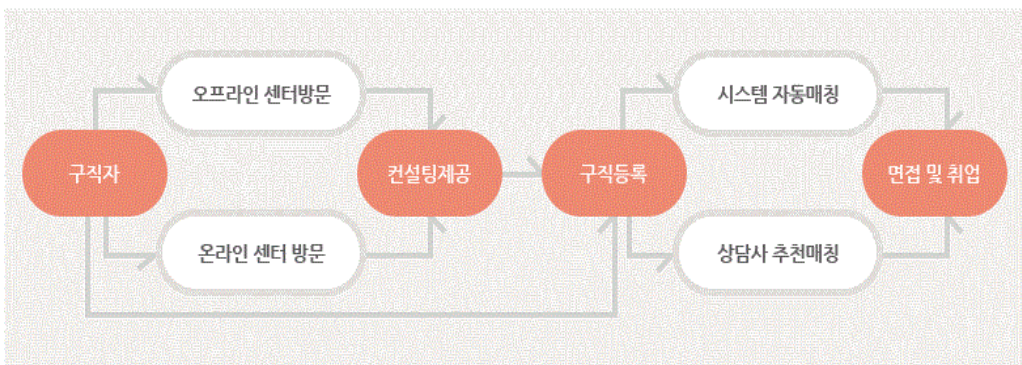


〈그림 4-8〉 온라인 자동매칭 일자리 시스템 운영체계

진행단계 >	DB구축 >	구인정보 제공 >	구직자정보 제공 >	구직자 선발 >	결과 입력
내용	구인기업 및 구직자 회원가입	구직자가 기업에게 정보제공	구직자에게 기업 정보제공	기업이 구직자에게 정보제공	구인기업 채용결과 입력
세부 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 구인정보 - 업종, 직종, 직무, 직급, 지역, 급여 등 • 구직정보 - 희망직무, 직무경험, 지역, 급여 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 구직자에게 문자메칭서비스 전송 • 채용 발생 시 까지 꾸준한 구인 정보제공 	<ul style="list-style-type: none"> • 구직자가 선택한 기업에 구직자정보전송 	<ul style="list-style-type: none"> • 기업이 선택한 구직자에게 입사제안하기 • 기업이 지원한 구직자에게 면접제안하기 	<ul style="list-style-type: none"> • 기업의 최종 채용결과 전산 입력

또한, 2014년 10월 정부는 스포츠산업 일자리 지원사업의 오프라인 역량을 강화하기 위해 스포츠산업분야 일자리 상담실을 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원 내의 별관에 설치하였으며(2019년 2월부터는 서울시 송파구 국민체육진흥공단 본부 내로 이전), 2015년 일자리 정보시스템(<http://job.spois.or.kr>)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 있으며, 2015년 스포츠산업체 일자리 관련 문제점 파악 및 개선 요구사항을 조사하기 위해 산업체를 방문, 수요조사를 실시하였다. 이어 2018년에도 스포츠산업 잡매칭을 통한 우수인재 채용으로 기업 경쟁력 확보하여, 구직자와 구인기업의 직접 의사소통을 위한 플랫폼 기능을 수행하고 스포츠 분야 특화 잡 프로파일링을 구축한 뒤, 전문상담인력을 활용 맞춤형 취업중개활동을 지원하였다.

〈그림 4-9〉 온·오프라인 일자리 지원센터 운영도



③ 스포츠산업 일자리 지원센터 추진실적 및 성과

2018년 스포츠산업 일자리 지원센터 운영사업을 통해 총 11,308명의 일자리를 매칭하였으며, 746명의 채용이 성사되었다. 2017년의 일자리 매칭 10,930건, 채용성사 709명에 비해 각각 상승했다.

〈표 4-37〉 일자리 상담실과 일자리 정보 시스템(잡스포이즈) 운영 실적

(단위 : 명, 건)

구분	방문자(명)	회원(명)			일자리매칭(건)	채용성사(명)
		개인	기업	합계		
2015	137,073	7,545	1,294	8,839	7,047	443
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	746
합계	827,275	18,957	2,465	21,422	39,796	2,563

〈표 4-38〉 스포츠산업 잡 페어 개최 운영 실적

(단위 : 명)

구분	참여기업(개사)	참가인원	상담인원	채용성사
2016	118	12,058	7,111	73
2017	124	9,777	7,959	81
2018	138	9,853	6,416	84
합계	380	31,688	21,486	238

스포츠산업 잡 페어는 대학과 연계하여 구직자를 대상으로 직업의식을 고취하고 일자리 붐을 조성하였다. 지방지역 잡 페어와 학술대회 및 행사 등 현장 부스 운영을 통한 사업홍보 및 진로상담 등으로 구성되었다. 취업지원멘토링 및 컨설팅은 238명, 찾아가는 멘토링은 380명, 체육전공자 취업준비순회교육은 1,502명이 참여하였다.

〈표 4-39〉 '18년 스포츠산업 잡 페어 프로그램 운영 실적

구분	횟수	장소	기간	참여인원
취업지원멘토링, 컨설팅	4	국민체육진흥공단(서울올림픽파크텔)	7월 ~ 10월	238
찾아가는 멘토링	5	백석대, 충남대, 위덕대, 영남대, 을지대	9월 ~ 10월	380
체육전공자 취업준비순회교육	16	제주대, 전주대, 세종대, 국민대, 연세대, 상명대, 성균관대, 울산대, 동아대, 우송대, 차의과학대, 명지전문대, 대전대, 우석대, 강원대	9월 ~ 12월	1,502
합계				2,120



〈표 4-40〉 '18년 스포츠산업 일자리지원센터 홍보실적

구분	운영목적	운영성과
지역 대학생 대상 일자리 멘토링 ·컨설팅·취 업 상담 지원	스포츠산업분야 구직 희망자에게 스포츠산업 일자리 멘토링 지원 및 취업지원서비스 제공으로 취업역량 강화	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대상 : 전국의 4년제 스포츠관련학과 중 신청대학교 21개 선정 (백석대, 충남대, 위덕대, 영남대, 을지대, 제주대, 전주대, 세종대, 국민대, 연세대, 상명대, 성균관대, 울산대, 동아대, 우송대, 차의과학대, 명지전문대, 대전대, 우석대, 강원대, 고려대, 동덕여대) ○ 주요내용 <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠산업의 진로 및 취업전략(컨설팅) 멘토링 등 - 체육분야 인턴제 설명 및 홍보

(2) 창업 활성화 지원 영역 사업

① 스포츠산업 창업지원센터 운영사업의 개념 및 필요성

2018년 기준 통계청 고용동향조사 결과 고용률은 2018년 연간 66.6%로 전년과 동일하였고, 취업자는 26,822천 명으로 전년대비 97천명(0.4%) 증가하였다. 또한, 실업률이 3.8%로 전년 대비 0.1%p 증가하였으며, 실업자는 1,073천명으로 전년대비 50천명(4.9%) 증가하였다. 이에 정부는 스포츠융합기업의 창업 및 공공스포츠서비스 수요에 대응할 공익지향 스포츠기업을 육성하기 위해 스포츠 산업 창업 지원센터를 운영하는 사업을 추진하였다.

〈표 4-41〉 통계청 고용동향조사 결과

(단위 : %, %p)

구분	2016. 12	2017. 12	2018. 12	전년대비
고용률	60.4	66.6	66.6	-
실업률	3.7	3.7	3.8	△0.1
청년실업률	9.8	9.9	9.5	▽0.3

2013년 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 중요하게 담았다. 문화체육관광부는 스포츠 분야의 영세성이 청년실업률을 더욱 높일 수 있다는 판단 하에 타 부처보다 먼저 일자리 창출정책을 추진했다. 문화체육관광부의 일자리 창출정책은 일자리 지원센터 운영사업과 창업지원센터 운영사업이며, 창업지원 사업이 청년 실업률을 낮출 수 있음을 기대하여, 집중적으로 지원하고 있다.

〈표 4-42〉 중앙창업 거점센터와 지역창업 거점센터의 사업내용

구분	사업내용
중앙거점센터	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 센터 실무자 교육 및 역량지원 • 컨설팅 전문가 그룹 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠사업 전문가, 창업 및 보육 관련 비상임 컨설팅 전문가 그룹 운영 - 컨설팅 및 인사 노무, 회계, 홍보, 마케팅 등 각 분야에 컨설팅 지원 • 지역 창업지원센터 관계자 교육 시행 • 스포츠기업 창업 올림피아드 개최 • 스포츠산업 창업 및 잡 콘서트 개최 • 찾아가는 스포츠산업 소상공인·경영컨설팅 로드쇼 개최 • 창업센터지원 사업 연도별 사업 관리 • 스포츠산업 잡페어 개최 • 네트워크 구축 및 활용 <ul style="list-style-type: none"> - 총괄센터와 지역 센터의 협력 네트워크 구축 - 일자리 및 창업관련 실시간 정보 제공 - 보육사업 선정, 보육센터 입주절차 및 지원내용 - 일자리 매칭 서비스, 온라인 창업, 지역 센터의 교육정보 제공 - 입주기업 및 창업자 현황 정보
지역거점센터	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 창업대상자 모집 및 교육 실시 • 보육사업 지원자 선정 및 지원계획 수립 • 창업 및 Start-up 지원

스포츠산업 창업지원센터 사업은 스포츠산업 관련 창업을 준비하고 있는 예비창업자를 지원하는 사업으로 중앙창업 거점센터와 지역창업 거점센터를 운영하고 있다. 중앙거점센터는 국민체육진흥공단과 스포츠개발원이 지정하여 운영하고 있으며, 지역창업거점센터는 2017년 2개소에서 6개소로 확대를 하여 운영하고 있다.

② 스포츠산업 창업지원센터 운영사업 추진과정

스포츠산업 일자리(창업) 지원센터는 문화체육관광부와 국민체육진흥공단, 한국스포츠정책과학원 주관 지원 사업으로 2018년에도 작년과 동일하게 국민대, 한남대, 인천대, 대구대, 조선대, (주)헤브론스타벤처스 6개소를 선정하였다. 각 지역거점센터에서는 창업교육지원과 보육지원, 및 일자리지원(잡스포이즈)으로 편성하여 지원하였다.

〈표 4-43〉 '18년 스포츠산업 창업지원센터 운영사업 추진과정

구분	내용	비고
지역센터	국민대, 한남대, 인천대, 대구대, 조선대, (주)헤브론스타벤처스	6곳
	보육지원, 교육지원, 일자리지원의 1차, 2차 교육	

2018년 6월~12월, 정부는 스포츠시장 내 창업 활성화를 도모하기 위한 목적으로 스포츠산업 창업 올림피아드(1회), 스포츠산업 창업 & 잡 콘서트(6회), 창업 데모데이(국내/외)를 개최하여 총 1,281명이 참여하였다.



〈표 4-44〉 '18년 스포츠산업 창업지원센터 창업활성화 사업 운영현황

구분	내용	일자	참여인원
창업올림피아드 (1회)	6명 시상(최우수상 1명, 우수상 2명, 장려상 3명) 및 보육지원대상자 선정(3명)	6월~7월	216개팀 (명)
창업 & 집콰서트 (6회)	6개 대학 (건국대, 인천대, 조선대, 대구대, 한남대, 한양대)	9월~11월	922명
스포츠산업 창업 데모데이(국내/외)	<ul style="list-style-type: none"> 스포츠산업 창업 지원 사업 참여 기업의 수행 성과 공유 및 KPI 달성도 점검 우수 창업기업(5개사)을 선정하여 해외 데모데이 참여 기회 제공(미국 샌프란시스코, 12.3~12.7) 	국내: 10.2 국외: 12. 2~7	국내: 132명 국외: 11명
스포츠산업 액셀러레이터 운영	스포츠 산업 융복합 분야 3년 미만 스타트업 발굴 및 보육, 투자지원 등	협약체결일로부터 '19. 2	
합계			1,281명

2018 스포츠관련 창업교육 및 보육사업 지원 절차는 다음과 같다.

〈그림 4-10〉 스포츠 창업교육 및 보육사업 지원 절차



③ 스포츠산업 창업지원센터 운영사업 추진실적 및 성과

2018년 스포츠산업 창업지원센터를 운영한 결과 창업 지원과 붐 조성을 통한 스타트업 육성 및 산업 경쟁력이 강화되었다.

〈표 4-45〉 스포츠산업 지역거점센터 운영 실적

(단위 : 명, 팀)

지역센터	교육인원			보육팀 수	
	2014	2015	2016	2015	2016
경희대	40	50	50	6	8
조선대	50	50	48	2	5
부경대	-	54	0	-	4
계명대	40	-	-	2	-
지역센터	교육인원		보육팀수		
	2017	2018	2017	2018	
국민대	53	55	4	12	
인천대	47	43	-	11	
헤브론스타벤처스	42	40	4	3	
한남대	40	56	-	10	
조선대	46	40	6	10	
대구대	53	44	1	12	
계	281	278	15	58	

〈표 4-46〉 2018년 스포츠산업 창업보육 실적

연도	신규 창업	지식재산권	일자리 창출
국민대	12	7	2
인천대	6	13	1
헤브론스타벤처스	4	5	8
한남대	8	10	8
조선대	10	22	4
대구대	12	17	26
계	52	74	49

2018년 스포츠산업 창업보육 실적은 신규창업 52건으로 보육지원 대상자의 창업율은 100%를 보였고, 지식재산권 74권, 일자리 창출 49건 등으로 스포츠산업의 지평을 넓히는 데 기여하였다.

(3) 초기 스타트업지원

① 스포츠산업 액셀러레이터 운영사업의 개념 및 필요성

스포츠산업 액셀러레이터 사업은 스포츠산업 융복합 분야 우수 초기 스타트업 발굴 및 성장촉진을 통한 투자유치로 창업 성공률 제고와 미래성장 동력 확보를 목적으로 2017년에 신설되었다. 성공벤처기업인이 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 내외 짧은 기간 투자자 고객지향형 성공 제품을 만들도록 '실전 창업교육과 전문 멘토링'을 지원한다.

〈표 4-47〉 '18년 액셀러레이터 사업규모

구분	비율	지원금	사용분야
액셀러레이터	운영비(20%) 이내	10백만 원 이내	인건비, 수당, 여비, 평가비 등
	서비스지원비(20%) 이상	10백만 원 이상	창업기업 멘토링, 투자연계 서비스 (멘토링, 교육, 자금지원 관리, 데모데이 개최 등)
스타트업	자금지원(60%) 이내	30백만 원 이내	사업화지원 경비

② 스포츠산업 액셀러레이터 운영사업 추진과정

〈표 4-48〉 '18년 액셀러레이터 지원사업의 운영 및 추진과정

구분	주요내용
사업목적	• 스포츠산업분야 초기 스타트업에 대한 액셀러레이터의 투자연계형 전문보육 지원으로 자금난 해소 및 성장촉진을 통한 사업모델 혁신과 기업경쟁력을 강화하여 스포츠산업 분야의 발전 도모
사업기간	• 신청기간: 2018.4.6.(금) ~ 4. 26(목) 18:00 • 지원기간: 협약체결일 ~ 2019년 2월



구 분	주요내용				
특 징 <ul style="list-style-type: none"> • 1차년도 지원 후 평가를 통해 차기연도 지원여부 결정(1+1) • 세부운영일정 					
프로그램 운영	프로그램	세부사업의 추진 내용			
	초기투자	보조금의 최소 20%이상을 직접 투자			
	홍보 및 선발	대중매체 등 홍보채널을 활용하여 사업홍보(액셀러레이터 및 스타트업 홍보), 스타트업 선발은 자체 시행			
	시설/기자재 지원	선발기업을 위한 입주 공간, 협업공간, 강의장 등 지원			
	사업화 자금지원	사업화 지원금으로 기업 당 30백만원 이내 지원 및 관리			
	창업교육	역량강화 교육			
	멘토링	선발기업의 특징, 요구사항, 성장단계를 고려한 맞춤형 멘토링			
	후속투자	데모데이 개최 등 후속투자 유치 지원			
	네트워크	선발기업의 국내외 시장창출을 지원하기 위한 투자자, 고객, 파트너사, 졸업기업, 스타트업 지원기관과의 네트워킹 지원			
	사후관리	졸업기업 및 선발기업 등 동문기업에 대한 후속투자 유치, 상호협력 등 후속지원			
	성과관리	성과목표 달성을 위한 관리(매출액, 고용창출, 투자유치, 지식재산권 확보 등)			
인력 및 조직	프로그램	세부사업의 추진 내용			
	운영책임자	○ 1기수 이상 액셀러레이팅 프로그램을 운영한 자 및 국내외 벤처기업 창업자 또는 임원급으로 3년 이상 재직한 자			
	상근 전담인력	○ 최소 2명 이상의 참여인력			
	멘토단 확보	○ 현장 실무경험을 보유한 성공 창업자, 투자자, 기술·경영분야 전문가 등			
	협력체계	○ 투자·멘토링·네트워킹 지원이 가능한 해외의 액셀러레이터, 벤처캐피탈·엔젤투자자·벤처기업 창업자 등과 상시 협력체계 구축			

③ 스포츠산업 액셀러레이터 운영사업 추진실적 및 성과

스포츠산업 액셀러레이터 운영사업은 총 6개 창업지원센터와 유기적 협력관계를 구축으로 투자연계형 액셀러레이터(중소 벤처 기업 부 등록 액셀러레이터 중 선발)를 3개 기관 내외로 선정하여 18개 기업을 지원(기업 당 50백만 원 규모로 산정)하였다.

〈표 4-49〉 '18년 액셀러레이터 실적 및 현황

액셀러레이터	소재지	스타트업 수	비고
상상이비즈	수도권	6개사	중소벤처기업부 등록 셀러레이터로 선발
와이앤아처(주)		7개사	
컴퍼니비(주)		5개사	

6) 스포츠산업 선도기업 육성 사업

(1) 스포츠산업 선도기업 육성 사업의 개념 및 필요성

국내 전체 산업 평균 매출액 증가율(2013~2014)은 1.67%이며, 그 중 제조업은 -0.54%, 서비스업은 3.63%인 반면 스포츠산업은 4.86%로 지속적인 성장을 하고 있으며, 스포츠산업의 평균(2013~2014) 영업이익률은 10.6%로 전체산업 평균인 4.1%의 2배 이상으로 성장가능성이 높은 분야이다. 현재 중소스포츠기업에 대한 지원 프로그램은 일정규모 이상의 우수 스포츠기업들을 제한하는 한계가 있어 국내 스포츠산업체가 경쟁력을 갖추는 데 그치지 않고 글로벌 대표 브랜드가 될 수 있도록 단계적인 지원이 필요하다.

이에 정부는 2018년 글로벌 기업으로의 성장의지와 잠재력이 높은 스포츠기업을 발굴하여, 맞춤형 집중 지원을 통해 스포츠산업 선도기업으로 육성하고자 스포츠산업 선도기업 육성 사업을 추진하였다. 이를 통해 국내 스포츠산업의 성장동력을 지속적으로 확충하고 해외에서 글로벌 경쟁력을 갖추며 지속적인 시장 확대와 이윤 창출을 달성하고, 스포츠 대표 브랜드 기업으로 성장하도록 지원하여 취약한 국내 스포츠산업 저변을 확대하는 것이 목적이다.

(2) 스포츠산업 선도기업 육성 사업의 추진과정

스포츠산업 선도기업 육성 사업은 단일 사업형태 지원이 아닌 통합 집중 지원사업 체계를 구축하고 있으며, 기업의 다양한 현장수요를 반영한 수요자 중심의 육성지원 사업이다. 사업 일정 및 추진절차, 운영 및 추진과정, 지원절차는 아래 표와 같다. 중소스포츠기업 10개사 내외를 선정하여 3년동안 단계별 지원을 하며, 지원내용 또한 수행계획서에 따라 필요로 하는 분야를 선정할 수 있다.

〈표 4-50〉 '18년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 일정 및 추진절차

구 분	일정	추진내용
사업계획 수립	2월	• 문체부 승인
운영위원회 구성	2월	• PMO(운영관리기관) 선정
사업공고 (홈페이지 등)	3월	• 지원내용, 신청자격, 선정절차, 평가항목 등 공고 • 사업설명회 개최
신청서 접수 (요건 심사)	4월	• 업종, 기업규모, 기업특성 등 신청자격 심사 • 지원대상 부적격 기업 선별



구 분	일정	추진내용
종합평가 (분야평가, 현장실사)	5월	<ul style="list-style-type: none"> 비전 및 전략목표의 선도기업 수준 부합여부, 성장전략간 정합성, 비전 달성 가능성, 기대효과 등 평가 선도기업 도약전략서에 제시된 내용의 확인 및 검증
지원기업 선정	5월	<ul style="list-style-type: none"> 1차 및 예비기업 선정(필요시)
수행사 선정	6월	<ul style="list-style-type: none"> 수행계획서 작성 수행계획서 평가(과업내용 적정성, 범위, 예산, 목적, 방향 등)
협약 체결	7월	<ul style="list-style-type: none"> 공단-지원기업-PMO 3자 협약
사업 수행 (중간/최종품질평가)	~'19년 2월	<ul style="list-style-type: none"> 선정된 기업이 필요로 하는 분야에 대하여 맞춤형 지원
사후관리	'19년 3월	<ul style="list-style-type: none"> 완료보고, 성과평가, 만족도 조사 등

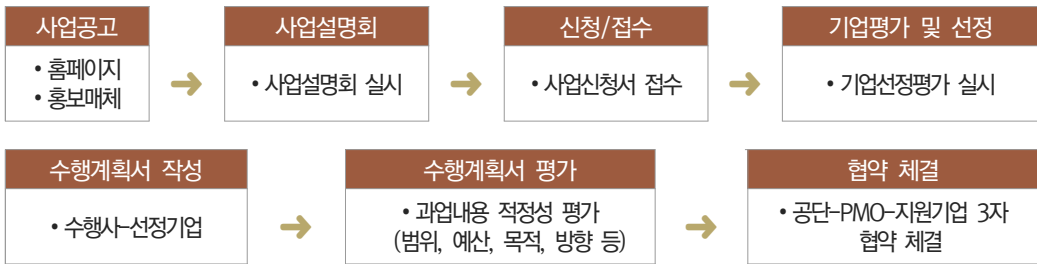
〈표 4-51〉 '18년 선도기업 육성 사업 운영 및 추진과정

구 분	주요내용								
지원대상	<ul style="list-style-type: none"> 국내 스포츠용품 제조업, 스포츠서비스업, 스포츠시설업을 영위하고, 전체 매출액 중 스포츠산업 재화 또는 서비스 비중이 50% 이상인 스포츠기업 「중소기업기본법」 제2조 규정에 의한 중기업 최근 3년간 평균 매출액 120억원 초과 1,500억원 이하인 기업(평균 매출액 등의 산정은 중소기업 기본법 시행령 제7조에 따름), 단, 스포츠서비스업, 스포츠시설업은 30억원 초과 600억원 이하 								
지원기업 선정	<ul style="list-style-type: none"> 모집규모: 중소스포츠기업 10개사 내외(예산 소진 상황에 따라 유동적) 지원기간: 본 사업 지원대상으로 선정된 기업은 3년간 자격 부여 								
지원내용	<table border="1"> <thead> <tr> <th>사업명</th> <th>지원내용</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>사업고도화 지원 (지원한도 1억원/년)</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 기업진단 및 역량 강화 - 신제품 개발 및 제품 개선, 지식재산권(IP) 취득 및 관리, 영업마케팅 전략 및 실행, 원가생산성 및 품질 향상, 신규사업 개발 전략, 고유 브랜드 및 디자인 개발, 경영지원 등 국내외 경영컨설팅 지원 </td> </tr> <tr> <td>해외판로개척 지원 (지원한도 1억원/년)</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 해외시장 진출 기반 조성 - 해외 진출전략 수립 및 신시장 경영전략 등 해외시장 진출 전략 지원 - 바이어 발굴 및 해외 전시회 참가 지원 등 수출기반 조성 </td> </tr> <tr> <td>해외마케팅 지원 (지원한도 8천만원/년)</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 글로벌 브랜드 성장 - 해외 홍보광고 영상 제작, 해외 매체 홍보활동 지원 - 해외 온오프라인 입점 지원 등 </td> </tr> </tbody> </table>	사업명	지원내용	사업고도화 지원 (지원한도 1억원/년)	<ul style="list-style-type: none"> 기업진단 및 역량 강화 - 신제품 개발 및 제품 개선, 지식재산권(IP) 취득 및 관리, 영업마케팅 전략 및 실행, 원가생산성 및 품질 향상, 신규사업 개발 전략, 고유 브랜드 및 디자인 개발, 경영지원 등 국내외 경영컨설팅 지원 	해외판로개척 지원 (지원한도 1억원/년)	<ul style="list-style-type: none"> 해외시장 진출 기반 조성 - 해외 진출전략 수립 및 신시장 경영전략 등 해외시장 진출 전략 지원 - 바이어 발굴 및 해외 전시회 참가 지원 등 수출기반 조성 	해외마케팅 지원 (지원한도 8천만원/년)	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 브랜드 성장 - 해외 홍보광고 영상 제작, 해외 매체 홍보활동 지원 - 해외 온오프라인 입점 지원 등
	사업명	지원내용							
	사업고도화 지원 (지원한도 1억원/년)	<ul style="list-style-type: none"> 기업진단 및 역량 강화 - 신제품 개발 및 제품 개선, 지식재산권(IP) 취득 및 관리, 영업마케팅 전략 및 실행, 원가생산성 및 품질 향상, 신규사업 개발 전략, 고유 브랜드 및 디자인 개발, 경영지원 등 국내외 경영컨설팅 지원 							
해외판로개척 지원 (지원한도 1억원/년)	<ul style="list-style-type: none"> 해외시장 진출 기반 조성 - 해외 진출전략 수립 및 신시장 경영전략 등 해외시장 진출 전략 지원 - 바이어 발굴 및 해외 전시회 참가 지원 등 수출기반 조성 								
해외마케팅 지원 (지원한도 8천만원/년)	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 브랜드 성장 - 해외 홍보광고 영상 제작, 해외 매체 홍보활동 지원 - 해외 온오프라인 입점 지원 등 								

구분	주요내용			
	구분	지원사업	지원비율	비고
연차별 지원내용	1차년도 (역량 강화)	사업고도화 지원(필수) 해외판로개척 지원 해외마케팅 지원	총 사업비의 70%	- 지원기업은 연도별 필수 사업 포함 2개 사업분야 이상 지원 신청해야 하며, 기업당 지원액은 연간 최대 2.8억원을 초과하지못함 * 해외전시 참가 지원은 3년 연속 지원 가능
	2차년도 (수출기반 조성)	사업고도화 지원 해외판로개척 지원(필수) 해외마케팅 지원	총 사업비의 65%	
	3차년도 (글로벌 성장)	사업고도화 지원 해외판로개척 지원 해외마케팅 지원	총 사업비의 60%	

※ 연도별 동일 분야, 동일 주제로는 지원 불가(단, 해외전시는 가능)

〈그림 4-11〉 스포츠산업 선도기업 육성사업 지원절차



(3) 스포츠산업 선도기업 육성 사업 추진실적 및 성과

2018년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 공모결과 총 15개 기업(제조업 13개사, 서비스업 1개사, 시설업 1개사)이 신청하였으며, 심의위원회 평가 결과 최종 10개 산업체가 선정되었고 수행기관은 자율매칭과 입찰매칭으로 나뉘는데, 자율매칭 수행기관의 경우 25개 과업에 대해 22개 사를 최종 선정하였다. 입찰매칭 수행기관은 총 21개 과업에 대해 19개사를 최종 선정하였다.

〈표 4-52〉 '18년 스포츠사업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업 및 과업수

연번	기업명	과업수	연번	기업명	과업수
1	개선스포츠	6	6	원앤원	3
2	나옴케어	9	7	유검테크놀로지	3
3	디렉스	4	8	코베아	3
4	원창머티리얼	3	9	학산	5
5	위파크	7	10	홍진 에이치제이씨	3
합계					46



수행된 과업에 대하여 품질평가(40점), 만족도 평가(30점), 성과물평가(30점)가 실시되었는데, 46개 과업 모두 성과평가 결과 기준인 70점 이상으로 승인되었으며, 1차년도 연차평가 결과, 계량과 비계량 지표를 더한 평가점수가 기준인 70점을 모두 상회하여 승인되었다.

3 스포츠산업 신시장 개척지원

1) 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원 사업

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

2018년 기준(신분류 기준) 국내 스포츠산업은 내수중심의 시장구조로 수출보다 내수가 약 48배 높다. 2010년 수출 1,855십억 원 이후 점차 스포츠산업 수출 비중이 감소하였으나 2017년부터 반등하여 2018년 매출액 중 내수가 76조 4,660억 원, 수출이 1조 6,010억 원으로 각각 나타났다. 수출비중 감소는 국내산업체의 시장 내 경쟁심화 및 수입의존도 증대로 이루어져 장기적으로는 국내산업체의 글로벌 경쟁력 저하와 직결될 수 있는데 최근 수출이 회복세를 보이는 것은 매우 고무적이다.

〈표 4-53〉 스포츠산업 전체 요약

년도	업체 수(개)	종사자(천명)	매출액(십억원)	내수(십억원)	수출(십억원)	영업이익(십억원)
2018	신분류 103,145	435	78,067	76,466	1,601	6,582
2017	신분류 101,207	423	74,696	73,350	1,346	6,131
2016	신분류 95,387	398	68,432	44,081	938	3,549
	구분류 77,561	303	45,019	67,142	1,290	6,214
2015	신분류 93,350	383	65,145	63,831	1,314	5,832
	구분류 76,001	290	42,911	42,126	785	3,426
2014	신분류 92,293	373	63,149	61,654	1,494	5,845
	구분류 71,140	274	41,370	40,637	733	3,455
2013	신분류 90,493	355	61,853	59,978	1,875	7,382
	구분류 70,617	265	40,769	39,765	1,003	4,587
2012	신분류 84,246	342	57,479	56,309	1,170	4,203
	구분류 68,826	242	38,691	37,688	1,003	3,493
2011	69,027	236	36,513	35,234	1,279	2,958

※출처 : 문화체육관광부(2019) 스포츠산업실태조사(2018 기준)

대외경쟁력 강화와 관련하여 산업체는 작년에 비해 전문인력 양성, 정책부처 지원, 산학연협력강화가 필요한 것으로 나타났다. 작년에 비해 수치가 다소 줄어들기는 했지만 산업체들은 여전히 수출경쟁력 강화와 연관이 높은 국산제품 품질제고, 자체브랜드 개발, 홍보 등을 중요시 여기고 있어 관련된 정부 정책 지원요구가 여전히 많다.

〈표 4-54〉 대외경쟁력 강화부문 산업체 수요조사

(단위 : %)

구분	전문 인력 양성	국산제품 품질제고	자체 브랜드 개발	홍보 강화	대형화 전문화	정책부처 지원	산학연 협력강화	기타
2012	13.3	11.5	11.8	25.4	7.6	23.1	4.4	2.9
2013	12.6	6.6	7.1	31.9	6.8	29.4	1.7	3.9
2014	12.8	6.9	7.6	32.5	6.6	30.9	1.0	1.7
2015	14.8	8.9	8.4	29.6	8.5	26.5	1.1	2.4
2016	12.5	9.9	5.5	38.7	6.7	23.8	1.3	1.6
2017	14.3	12.2	8.4	36.7	8.9	15.0	0.7	3.7
2018	15.0	10.1	8.2	35.3	8.9	20.1	1.6	0.7

※출처 : 문화체육관광부(2019) 스포츠산업실태조사(2018 기준)

이에 정부는 국내 스포츠산업체의 해외수출 경쟁력 강화 제고를 목적으로 스포츠산업체의 글로벌화를 지원하고 있다. 스포츠산업 글로벌화 지원 사업은 SPOEX 2018 개최지원사업, SPOEX 수출상담회 개최, 글로벌화지원, 해외전시참가지원, 중소 스포츠기업비즈니스 지원 사업이 추진되었다. 이렇듯 글로벌 기업으로의 자생적 성장유도를 위한 단계별 지원 사업 세분화로 운영하여, 지원사업간 연계성 강화를 통해 시너지효과 창출하고 해외시장 동향 및 수혜자 의견 반영을 통한 지속적인 사업개선으로 실효성 있는 지원제도를 구축하였다.

(2) 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원사업의 추진과정

2018년 문화체육관광부는 제3차 스포츠산업 진흥 중장기계획을 수립하였다. 이에 따라 전문 운영관리기관 (PMO)을 활용한 사업 실효성 및 전문성을 확대하고, 성과에 따른 사업간 조정으로 사업자원 집중 및 효율성을 제고하였다.

〈표 4-55〉 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원사업의 추진과정

구분	주요내용
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 스포츠산업체의 해외진출 기반 조성 및 글로벌 브랜드 성장 지원 • 국내외 마케팅 지원 및 정보 교류의 장 제공을 통한 스포츠 산업 활성화 기여
사업기간	• 2018. 01~ 2018. 12
특징	<p>• 수요자 중심 의견수렴절차</p> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">참가기업설명회 (워크숍) -사업진행전-</div> ⇒ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">현장간담회 및 해외진출 관련 전문가 교육지원 -사업수행중-</div> ⇒ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">성과·만족도조사 (대면), 통합성과 간담회 - 사업종료후-</div> </div>
사업예산	• 1,988 (백만 원)



구 분	주요내용																						
세부사업 내용	사업명	예산 (백만원)	세부사업의 추진 내용																				
	SPOEX 2018 개최 지원	695	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국내 스포츠산업전 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 일시/장소 : 2018. 2. 22-2. 25 / 코엑스 A~D홀 - 유치목표 : 480개사, 2,050부스 규모 - 홍보, 부대행사 개최 등 																				
	SPOEX 수출 상담회	2,020	<ul style="list-style-type: none"> ○ SPOEX 수출상담회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 일시/장소 : '18. 2. 22-23 / COEX B홀 - 내 용 : 국내기업, 해외바이어 유치 및 수출상담회개최 																				
	글로벌화 지원	842	<ul style="list-style-type: none"> ○ 해외진출 컨설팅 및 마케팅 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 대상 : 국내 스포츠 중소기업 - 지원기업: 총19개사 내(공모) - 모집기간: '18. 5. 24~6.6. (수행기간 5개월 이내) - 지원 : 해외시장 진출 컨설팅(40백만원 한도) 및 마케팅 비용(38백만 원 한도), 각 기업 부담비율 (20~30%내외) 																				
	해외 전시 참가 지원	873	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국관(단체관) 참가 지원(연5회) / 743백만원 <ul style="list-style-type: none"> - 대상 : 국내 스포츠용품 생산·제조기업, 서비스기업 - 선정 : 전시회별 10개 기업 내외(공모) - 지원 : 전시부스 임차료 및 장치비, 운송비(편도), 공동통역 등 ○ 개별참가 지원(사후정산) / 130백만 원 <ul style="list-style-type: none"> - 대상 : 국내 스포츠용품 생산·제조기업 - 선정 : 20개 기업 내외(공모) - 지원 : 부스임차료, 장치비, 운송비(편도) (최대 7백만원 한도) 																				
중소 스포츠기업 비즈니스 지원	1,190	<ul style="list-style-type: none"> ○ 중소기업 지원기업 모집 <ul style="list-style-type: none"> - 지원분야(5개) : 영업마케팅, 제품경쟁력, 원가생산성, 경영지원, IPO전략 지원 - 지원기업 : 중소기업 24개 기업 내외 - 지원내용 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>컨설팅 지원분야</th> <th>지원금</th> <th>신청 회차</th> <th>지원 비율</th> <th>수행 기간</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">경영컨설팅(영업마케팅, 제품경쟁력, 경영지원, 원가생산성)</td> <td rowspan="3">최대 40백만원</td> <td>1회차</td> <td>총사업비의 80%</td> <td rowspan="4">최대 6개월</td> </tr> <tr> <td>2회차</td> <td>총사업비의 70%</td> </tr> <tr> <td>3회차</td> <td>총사업비의 60%</td> </tr> <tr> <td>4·5회차</td> <td>총사업비의 50%</td> </tr> <tr> <td>IPO지원(주식상장)</td> <td>최대 60백만원</td> <td>1회차</td> <td>총사업비의 90%</td> </tr> </tbody> </table> 		컨설팅 지원분야	지원금	신청 회차	지원 비율	수행 기간	경영컨설팅(영업마케팅, 제품경쟁력, 경영지원, 원가생산성)	최대 40백만원	1회차	총사업비의 80%	최대 6개월	2회차	총사업비의 70%	3회차	총사업비의 60%	4·5회차	총사업비의 50%	IPO지원(주식상장)	최대 60백만원	1회차	총사업비의 90%
컨설팅 지원분야	지원금	신청 회차	지원 비율	수행 기간																			
경영컨설팅(영업마케팅, 제품경쟁력, 경영지원, 원가생산성)	최대 40백만원	1회차	총사업비의 80%	최대 6개월																			
		2회차	총사업비의 70%																				
		3회차	총사업비의 60%																				
4·5회차	총사업비의 50%																						
IPO지원(주식상장)	최대 60백만원	1회차	총사업비의 90%																				

또한, 참가기업에 추가 가점을 부여하여 세부사업별 사업 확대를 도모하였다. 한편, 서울국제스포츠레저산업전 지속참가 기업의 참가비 할인 또한 참가기업들의 요청에 따라 제공하였다.

〈표 4-56〉 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원 사업 세부사업 간 우대 프로그램

구 분	우대사항	적용기준
서울국제 스포츠레저산업전 (SPOEX)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 글로벌화 전략수립·마케팅, 해외전시, 로드쇼 참여 시 가점 부여 	최근 2년 이내 참가기업 대상
서울국제스포츠레저산업전 (SPOEX) 지역 수출상담회		
글로벌화 지원	<ul style="list-style-type: none"> ■ 해외전시, 로드쇼 참여 시 가점 부여 ■ 해외전시, 로드쇼 참여 시 기업 소요경비 마케팅비 인정 (초과운송비, 항공료 등) 	프로그램 참가 후 다음 해에 한함
해외전시 참가	<ul style="list-style-type: none"> ■ 글로벌화 전략수립·마케팅, 로드쇼 참여 시 가점 부여 	전시 참가 후 다음 해에 한함

해외진출 기업대상 글로벌화 전략수립 및 마케팅 지원 사업은 1단계 수출 첫걸음 지원, 2단계 글로벌 기업육성, 3단계 글로벌 역량강화의 3단계로 나누어 기업들을 지원하고 있다. 또한, 단계에 따라 연차별 지원 한도를 필수사업과 선택사업으로 구분하여 참가기업의 역량 및 여건에 따라 세부사업별 지원 한도 내에서 자유롭게 참여할 수 있도록 하였다. 단, 각 단계 1년 차 산업체는 대한무역투자진흥공사(Korea Trade-Investment Promotion Agency: KOTRA) 필수사업인 해외시장 진출 마케팅 전략수립, 역량진단 및 전략수립에 반드시 참여하게 하여 마케팅 전략수립 기본역량을 갖출 수 있도록 유도하였다.

〈표 4-57〉 해외시장 진출기업 대상 글로벌화 전략수립 및 마케팅활동 지원

구 분		세부내용	모집 규모	비 고
1단계 수출첫걸음지원		<ul style="list-style-type: none"> 타깃시장(1개국) 세부 시장현황 분석, 마케팅 전략수립 시장구조 및 유통구조 분석, 경쟁현황 분석, 바이어 발굴조사 등 	6개사	필수 (KOTRA 수행)
		<ul style="list-style-type: none"> 해외전시회 참관(1회) 		자유 선택
2단계 글로벌 기업육 성	1년차 전략수립	<ul style="list-style-type: none"> 타깃시장(1개국) 세부 시장현황 분석, 마케팅 전략수립 시장구조 및 유통구조 분석, 경쟁현황 분석, 바이어 발굴조사 등 	3개사	필수 (KOTRA 수행)
	1~2년차 해외마케 팅 활동	<ul style="list-style-type: none"> 타깃 해외시장 조사, 바이어 발굴 및 조사 KOTRA 정형화 사업 참가(지사화 사업 등) 해외 출장비(항공료, 체재비), 해외 마케팅관련 교육 홈페이지 구축 및 카탈로그 제작(외국어에 한함) 해외 매체광고, 온라인 마케팅(e-카탈로그, 동영상 제작 등) 브랜드 개발(네이밍, BI 등), 제품 디자인 개발 기타 해외마케팅으로 인정하는 사업 		자유 선택
3단계 글로벌 역량강 화	1년차 역량진단 및 전략수립	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 역량진단 및 타깃시장(1~3개국) 세부 시장현황 분석 시장·유통구조 분석, 경쟁현황 분석, 바이어 발굴조사, 마케팅 전략 수립 등 	4개사	필수 (KOTRA 수행)
	1~2년차 해외마케 팅 활동	<ul style="list-style-type: none"> 해외시장 심층조사 KOTRA 정형화 사업 참가(지사화 사업 등) 해외 출장비(항공료, 체재비) 지식재산권 확보 및 보호, 해외 매체광고(TV, 전문지 등) 환변동 보험, 해외신용조사, 조달사업, 포장 디자인 개발 온라인 마케팅(검색엔진 등), 수출물류 진행비(운송비 등) 기타 해외마케팅으로 인정하는 사업 		자유 선택

(3) 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원사업의 성과

① 서울 국제스포츠레저산업전(SPOEX)

2001년 5월 올림픽공원 한얼광장에서 국내·외 28개국 139개 스포츠용품업체가 참가한 제1회 서울 국제 올림픽(스포츠산업) 박람회(International Olympic Fair Seoul 2001) 개최 이후 국제스포츠레저산업전은 지속해서 성장하여 2018년(Seoul International Sports & Leisure Industry Show 2018)에 총 참관객 수는 60,536명으로 전년대비 9.4% 증가했다.



〈표 4-58〉 서울국제스포츠박람회 전시규모 현황

구 분	국 내		해 외		계	참관객
	업 체	부 스	업 체	부 스		
2016	381개사	1,608부스	45개사	92부스	426개사/1,608부스	61,885명
2017	433개사	1,628부스	38개사	41부스	471개사/1,669부스	55,328명
2018	452개사	2,017부스	28개사	33부스	480개사/2,050부스	60,536명

2018년에는 총 480개사(국내 433개 업체, 해외 38개 업체)가 참여했다. 품목별로는 헬스/피트니스가 118개사(25%)로 가장 많이 참가했고, 스포츠용품이 90개사(19%)로 그 뒤를 이었다.

〈표 4-59〉 서울국제스포츠박람회 품목별 참가비율

(단위 %)

구 분	아웃 도어/캠핑/ 캠핑카	수중/ 수상 레포츠	자전거	헬스/ 피트 니스	스포츠 용품	운동장 생활체육 시설	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	아웃 도어/캠 핑	수중/ 수상 레포츠	자전거	헬스/ 피트 니스	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	

2018년 총 참관객 60,536명으로 전년 55,328명 대비 9.4% 증가했으나 해외바이어는 476명으로 전년 527명 대비 7% 감소했다. 참가업체는 총 480개사 중 해외 참가 업체는 28개로 아시아 33.1%, 유럽 6%, 북미 3.6%, 아프리카 1.4%, 중동 1.1%, 오세아니아 0.3%, 기타 54.6% 비율로 참여했다.

〈표 4-60〉 서울국제스포츠박람회 대륙별 참관객 현황

(단위 %)

구분	아시아	유럽	북미	오세아니아	중동	아프리카	기타
2018	33.1	6	3.6	0.3	1.1	1.4	54.6

2018년 서울 국제스포츠레저산업전에서는 기간 동안 부대행사로 SPOEX 2018 해외 빅 바이어 수출상담회를 개최하였다. 총 7천 1백만 불(상담액 5천 2백만 불, 계약예상액 1천 9백만 불)로 2017년 5천 1백만불 보다 성과가 향상되었다. 참가 바이어는 8개국(러시아, 남아공, 스웨덴, 대만, 인도네시아, 베트남, 일본,

중국)으로 28개사였으며, Seller로 주요 국내 업체 127개사가 참여하였으며, 총 상담건수는 295건으로 집계되었다. 또한 4개사가 총 22만 9,200불 규모의 현장 MOU를 체결하였다.

〈표 4-61〉 SPOEX 2018 해외 빅바이어 수출상담회 참가바이어

구분	본사 (참가국)	바이어 社명	분류	상세
1	남아공	K사	자전거, 익스트림	·온라인 유통 전문기업
2	대만	H사	스포츠용품	·사이클, 골프 전문 OEM/ODM 기업
3	러시아	B사	자전거, 익스트림	·스포츠 리테일 및 온라인 쇼핑몰 ·복합 스포츠 전문 매장 보유
4	러시아	E사	헬스, 피트니스	·오프라인 매장 및 E-commerce 운영
5	미국	C사	스포츠용품	·안전용품, 스포츠용품 등 공산품 도매 및 유통기업
6	베트남	F사	수중, 수상 스포츠	·종합 유통기업으로 최대 피트니스 체인 메인 유통사
7	베트남	R사	스포츠용품	·스포츠용품 및 의류 제조기업 ·OEM/ODM
8	스웨덴	B사	스포츠용품	·중국 유명 아웃도어/레저 브랜드 TOP20
9	싱가포르	I사	헬스, 피트니스	·피트니스 및 건강제품 전문 유통기업 ·동남아시아 전 지역 및 브루나이, 중국, 호주 내 세일즈 오피스 운영
10	인도네시아	G사	헬스, 피트니스	·인도네시아 16개 도시에 38개 아울렛 매장 내 실내놀이터 운영
11	인도네시아	S사	헬스, 피트니스	·동남아시아 및 한국 합작기업
12	인도네시아	F사	헬스, 피트니스	·건강, 피트니스 장비 전문 수입/유통기업
13	인도네시아	U사	헬스, 피트니스	·피트니스 및 건강제품 전문 유통기업
14	인도네시아	L사	헬스, 피트니스	·피트니스 가구 유통 및 17개 매장 및 쇼룸 보유
15	중국	H사	캠핑, 아웃도어	·중국 아웃도어 시장 6년 연속 매출 1위
16	중국	P사	캠핑, 아웃도어	·글로벌 스포츠 아웃도어 회사의 독립된 중국 법인
17	중국	H사	헬스, 피트니스	·쓰촨성 최대 홈쇼핑 업체, 온라인 쇼핑몰
18	중국	S사	헬스, 피트니스	·중국 3대 TV홈쇼핑 기업
19	중국	T사	수중, 수상스포츠	·중국 북경 대표 스포츠 프랜차이즈 기업
20	중국	W사	캠핑카	·종합 무역기업으로 재활용 헬스기기 및 실내스포츠기구 소싱
21	중국	O사	캠핑, 아웃도어	·중국 프랜차이즈 스타기업 50 선정



구분	본사 (참가국)	바이어 사명	분류	상세
22	중국	I사	헬스, 피트니스	·체육용품 전문 O2O 플랫폼
23	중국	A사	헬스, 피트니스	·120만명의 회원을 보유하고 있는 중국 대형 헬스 체인
24	중국	D사	스포츠용품	·스포츠용품 전문기업 (배드민턴, 테니스, 보호용품 등)
25	중국	Y사	헬스, 피트니스	·아웃도어 스포츠 상품브랜드로 중국 대형 E-Commerce에 입점 ·연 600만 위안 매출 기록
26	중국	R사	헬스, 피트니스	·중국 내 60개 이상 지점을 두고 있는 백화점
27	중국	M사	헬스, 피트니스	·스포츠용품 판매기업
28	중국	H사	캠핑, 아웃도어	·미국 최대 전자상거래 기업 중국지사
29	중국	A사	헬스, 피트니스	·스포츠 건강 산업 관련 기업 재활 훈련 및 물리치료 헬스 장비 수입
30	중국	T사	헬스, 피트니스	·스포츠 재활 및 훈련 장비 공급업체
31	중국	A사	캠핑, 아웃도어	·스포츠용품 전자상거래 기업
32	중국	R사	캠핑, 아웃도어	·중국 최대의 스포츠의류 소매업체 대표 공급상
33	중국	D사	캠핑, 아웃도어	·중국 캠핑의류 제조기업
34	중국	X사	스포츠용품	·골프용품 및 스포츠 안전망 생산기업
35	체코	P사	자전거, 익스트림	·스포츠/피트니스 용품 전문 E-Commerce ·매년 아시아지역 스포츠용품 980 컨테이너 수입
36	태국	J사	캠핑, 아웃도어	·태국 3대 홈쇼핑기업으로서 한국, 태국 합작 법인
37	태국	I사	헬스, 피트니스	·한국제품 전문 수입기업으로 홈쇼핑, 백화점, 면세점, 드럭스토어 등을 통해 태국 전역 유통 ·태국 TV 홈쇼핑 다수 런칭
38	태국	K사	스포츠용품	·스포츠 의류 전문 E-Commerce
39	터키	Y사	스포츠용품	·스포츠, 피트니스 전문 유통기업
40	터키	S사	자전거, 익스트림	·터키 내 스포츠용품 관련 전자상거래 기업

SPOEX 2018 해외 바이어 수출상담회는 사전매칭 252건, 현장매칭 10건, 부스방문미팅(Walk-in) 33건을 통해 2일간 총 127개사를 통해 약 52백만 불의 상담 실적을 달성하였다. 또한 현장에서 4개사가 총 229,200불 규모의 MOU를 체결하였다.

〈표 4-62〉 SPOEX 2018 해외 빅바이어 수출상담회 상담실적(총괄)

(단위: USD)

날짜	상담건수	상담실적		
	사전매칭(현장)	상담액(A)	계약예상액(B)	총액(A+B)
22(목)	150	28,400,000	11,000,000	39,400,000
23(금)	145	23,600,000	8,000,000	31,600,000
합계	295	52,000,000	19,000,000	71,000,000

② SPOEX FALL 지역수출상담회

스포츠산업의 지역균형발전 도모와 지방기업체의 실질적인 성과창출 및 기회제공을 통한 해외시장 진출 지원을 목적으로 SPOEX FALL 지역수출상담회를 2018년 10월 30일부터 31일 까지 부산에서 개최하였다. 해외바이어(14개국 30개사)를 초청하여 1:1 수출상담회를 통하여 해외 SPOEX 참가업체 및 지방 기업체(국내 참가 61개사)에서 생산하는 품질이 우수하고 경쟁력을 갖춘 미래 성장성이 뛰어난 우수상품의 해외 판로 개척을 지원하였다.

〈표 4-63〉 '18년 SPOEX FALL 지역 수출상담회 현황

구분	국가 수	업체 수
국내	경기 16개사, 서울 16개사, 인천 2개사, 대구 4개사, 충북 1개사, 충남 1개사, 광주 2개사, 부산 8개사, 경북 2개사, 강원 2개사, 경남 1개사, 대전 5개사, 전북 2개사	62개사
해외	중국(6), 베트남(5), 인도(3), 일본(3), 미국(2), 러시아(2), 홍콩(2), 쿠웨이트/사우디/말레이시아/요르단/스페인/대만/인도네시아 각 1개사	30개사
합계	해외 14개 국가	92개사

2018 SPOEX FALL 지역 수출 상담회는 국내기업체 62개 업체가 참가하였고 해외바이어는 14개국 30개 업체가 참가하였다. 62개사의 품목별 현황은 헬스/피트니스/볼 관련 업체가 15개사, 골프 관련 업체 10개사, 스포츠용품/기타 업체 17개사, 바이크/스포츠웨어/아웃도어 관련 업체 20개사로 바이크/스포츠웨어/아웃도어 관련 업체가 가장 많이 참가하였다.

〈표 4-64〉 '18년 SPOEX FALL 지역 수출상담회 국내기업 품목별 참가 현황

품목	업체 수
헬스/피트니스/볼	15
바이크/스포츠웨어/아웃도어	20
골프	10
스포츠용품/기타	17
합계	62

우리나라 제1의 항구도시인 부산 지역 개최로 인해 전년보다 상담 실적이 상승한 것으로 나타났다.



〈표 4-65〉 SPOEX FALL 지역 수출상담회 실적

구분	개최 지역	참가규모	상담실적		계약(예상)실적	
			건수	금액(천달러)	건수	금액(천달러)
2016	대전	국내기업 66개사 해외바이어 13개국 29개사	324건	23,015 (한화 약 262억)	35건	7,198 (한화 약 82억)
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	366	35,478 (한화 약 461억)	84건	7,096 (한화 약 92억)

③ 글로벌화 지원 사업

국내 스포츠 분야 중소기업의 글로벌 경쟁력을 강화하고 전략적 해외시장 진출을 지원하기 위하여 차별화된 사업역량을 갖춘 국내기업을 대상으로 해외시장 진출 컨설팅 및 마케팅을 지원하였다.

〈표 4-66〉 '18년 글로벌화 지원 사업 지원

사업명	분야	주요 내용	
스포츠 산업 글로벌 화 지원	해외 진출 컨설팅	해외시장 진출 전략 수립, 해외타깃시장 조사, 해외 바이어 발굴(조사) 및 연결	
		지원금 : 최대 4천만 원	1회차 - 총 사업비의 80% 2회차 - 총 사업비의 70%
	해외 시장 마케팅	기업 및 제품 홍보 홈페이지 제작(해외 마케팅용), 기업 및 제품 홍보 카탈로그 제작(해외 마케팅용), 광고물(온라인, 인쇄, 영상매체) 제작(해외 마케팅용), 쇼핑몰 홈페이지 제작(해외 마케팅용)	
		지원금 : 최대 3천 8백만 원	1회차 - 총 사업비의 80% 2회차 - 총 사업비의 70%

글로벌화 지원 사업은 2018년 참가기업 19개사(해외진출 컨설팅 4개사, 해외시장 마케팅 15개사)를 대상으로 카탈로그를 제작하고, 홈페이지를 구축하는 등 마케팅 홈페이지 제작(4건), 쇼핑몰 제작(3건), 광고 제작(11건), 카탈로그 제작(4건)으로 지원을 진행하였다.

〈표 4-67〉 '18년 글로벌화 지원 사업 지원실적

(단위: 건)

구분	홈페이지 제작	쇼핑몰 제작	광고 제작	카탈로그 제작
건수	4	3	11	4

2018년 스포츠산업 글로벌화 지원사업의 예상 경제적 성과는 향후 3년간 약 472.9억원이다(2019년 약 93억 원, 2020년 약 151.9억 원, 2021년 약 228억 원)로 나타났으며 고객만족도 평가는 92.4점으로 나타났다.

〈표 4-68〉 스포츠산업 글로벌화 지원 사업 수혜기업 만족도

구분	2016	2017	2018
글로벌화(컨설팅·마케팅) 수혜기업 만족도	95.1점	85.8점	92.4

④ 해외전시회 참가 지원 사업

2018년 해외전시 참가지원 사업은 미국 PGA Merchandise Show, 독일 국제헬스클럽 레저박람회(FIBO), 중국 국제체육용품박람회(CISGS), 미국 Outdoor Retailer Summer Market, 미국 Interbike Show 총 5개 전시회에 46개 업체, 84개 부스 참가를 지원하였다.

〈표 4-69〉 해외전시 참가 지원 사업 참가개요

구 분	2016년	2017년	2018년	비 고
수출 상담건수	3,903건	6,311건	68,214건	·16년도 35개사 ·17년도 47개사 ·18년도 46개사
수출 상담금액	133,615천 달러 (한화 약 1,470억)	179,797천 달러 (한화 약 1,978억)	180,509천 달러 (한화 약 1,986억원)	
계약(예상)실적	26,356천 달러 (한화 약 290억)	33,196천 달러 (한화 약 365억)	24,007천 달러 (한화 약 264억원)	

2018년 해외전시 업체당 평균 상담건수는 약 150건, 해외전시 업체당 평균 계약건수는 약 21건이었다. 18년 5개 해외전시 한국관 참가기업 총 수출 상담금액은 약 180,509천 달러, 상담 건수당 수출 평균 실적액은 26,081달러, 계약실적 건수 당 평균 25,405달러였다.

〈표 4-70〉 '18년 해외전시 참가 지원 사업 참가실적

참가 전시회	참가일시	업체 수	수출 상담실적		계약실적	
			건수	금액(USD)	건수	금액(USD)
미국 PGA Merchandise Show	2018.01.24.(수) ~01.26(금)	9개 업체 14부스	1,364	22,104,000	165	2,706,500
독일 국제헬스 클럽레저박람회(FIBO)	2018.04.12.(목) ~04.15(일)	12개 업체 22부스	1,824	61,210,900	211	5,547,600
중국 국제체육용품박람회 (China Sport Show)	2018.05.25.(화) ~05.28(목)	9개 업체 18부스	1,524	20,893,180	322	6,355,000
미국 Outdoor Retailer Summer Market	2018.07.23.(수) ~07.26(토)	6개 업체 10부스	978	38,725,000	112	6,380,000
미국 Interbike Show	2018.09.18.(수) ~09.20(금)	10개 업체 20부스	1,231	37,576,000	135	3,018,200

⑤ 중소스포츠기업 비즈니스 지원사업

글로벌화 지원 사업은 2018년 24개 기업을 선정하여 영업마케팅, 제품경쟁력, 경영지원, 원가생산성 등 각 기업의 필요에 맞춘 컨설팅을 지원하였다.

2018년 중소스포츠기업 비즈니스 지원사업의 예상 경제적 성과는 향후 3년간 약 472.9억원이다(2019년 약 49.6억 원, 2020년 약 90.7억 원, 2021년 약 149.1억 원으로 나타났으며 KPI(단기성과)는 95.7%로 2017년보다 0.5p 하락하였으며, 컨설팅 품질평가 도한 2017년보다 소폭 하락(0.1p)하였다. 이에 반해 고객만족도는 92.7점으로 2017년보다 2.4점 상승하였다.



〈표 4-71〉 중소스포츠기업 비즈니스 지원사업 성과

구분	2017	2018
KPI(단기성과) 달성율	96.2%	95.7%
컨설팅 품질평가	87.8점	86.8점
중소스포츠기업 비즈니스 지원사업 수혜기업 만족도	90.3점	92.7점

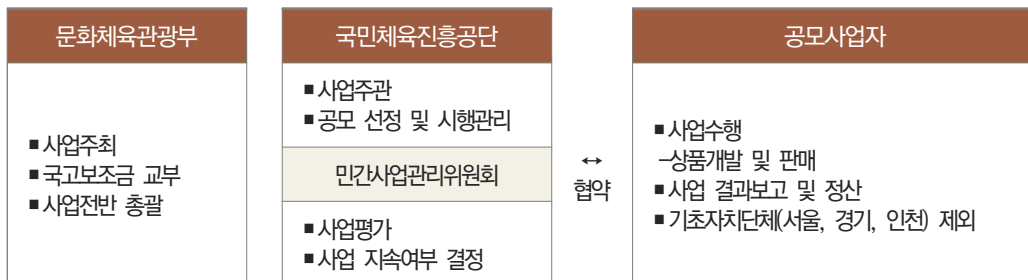
2) 지역 융·복합 스포츠산업 기반 확충 사업

(1) 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업

① 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업의 개념 및 필요성

정부는 그동안 지역의 스포츠산업 성장과 지역 간 발전격차 완화를 위해 다양한 형태의 지역스포츠산업 육성정책을 추진해 왔다. 2005년 7월 스포츠산업 비전 2010내 지역 스포츠산업 육성을 위한 조직체계 구축정책을 수립하여 지역 스포츠산업 진흥을 위한 정책 의지를 표출하였다. 그리고 2007년 스포츠산업 진흥법을 제정하여 지역 스포츠산업육성을 위한 법적 근거를 마련하였다. 스포츠산업 진흥법 내 지역스포츠산업육성을 위한 정책은 스포츠산업 진흥 센터 설치 및 시설 지정을 통한 육성기반 구축을 목적으로 하고 있다. 같은 해 11월 정부는 스포츠산업 진흥 5개년 계획을 발표, 지역특성을 고려한 스포츠 이벤트 발굴 및 육성을 도모하고자 하였다. 본 계획의 특징은 기존 기반구축을 위한 정책에서 지역 특성에 맞는 스포츠 콘텐츠 산업으로 정책 방향을 전환하였다는 데에서 그 의미가 크다고 할 수 있다. 그리고 2013년 12월 2014~2018 스포츠산업 중장기 계획을 발표, 기존 정책을 현실화하여 지역 내 특화 상품을 개발할 수 있는 지원근거를 마련하였고, 2014년 지역 스포츠자원 상품화하기 위한 지역 융·복합 스포츠산업 발굴사업, 2015년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업을 추진하였다. 2016년 중앙정부의 제 9차 무역투자 진흥회의(2016. 2. 17.)와 스포츠 문화·산업 비전보고대회(2016. 3. 10)에 따라 국내 스포츠 중소기업의 산업구조(지역 스포츠산업 사업체 수는 전국대비 약 10%, 매출액은 약 4%)를 지역 혁신기술의 융복합화를 통한 우수한 융복합 강소기업으로 육성하고, ICT융복합을 통한 스포츠산업 육성을 지원하여 지역의 신성장 동력 창출과 신시장 선점 및 새로운 일자리 창출을 목적으로 하였다.

〈그림 4-12〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 추진 사업구조



2018년에는 대구테크노파크 스포츠융·복합산업지원센터(4팀 23명) 및 사용성 평가 장비와 창업아이디어 구체화 공간인 Makers-Lab(설계 SW, 3D 프린터 등)을 구축하고, 영남권 스포츠 융·복합 산업 육성의 거점기능 확립 및 시장경쟁력 확보를 통한 스포츠 융·복합 클러스터 구축을 위한 스포츠융복합산업지원센터의 건립을 추진하였다. 이어 대전테크노파크 스포츠융·복합산업육성사업단의 운영 및 충남대, 대덕이노폴리스벤처협회 등 협력기관 장비 활용, 지역 스포츠산업 CEO협의회, 비즈클럽, 자문단 등의 클러스터를 구축하였다. 첨단 스포츠 기술과 패션섬유, 의료, ICT 등을 융합하여 지역연계 스포츠산업 진흥과 글로벌스포츠융합 산업 주도권 확보 및 경쟁력 강화를 하고 국내 스포츠산업의 고도화 및 시장경쟁력 확보를 위해 노력하였다.

〈표 4-72〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 기관 추진 사업 내용

구 분	전략별 사업 내용
거점구축	. 지역거점센터 건립 및 운영, 고용(사용성평가) 장비 및 Makers-Lab 구축
기반조성 (산업 성장 자원 확보)	. 창업 지원, 일자리 창출 지원, 산학연관 협력 네트워크 구축운영 . 창업액셀러레이터(창업기업 발굴 ⇒ 멘토링 ⇒ 시장진출지원 ⇒ 후속투자유치)운영
기업지원 (산업 고도화)	. 스포츠융·복합 중소기업의 성장 및 상품화 지원 . 제품화 지원: 전략제품화, 시제품제작, 실생활테스트베드, 스포츠융·복합 스타트업 지원 . 지식서비스지원: 지식재산권, 인증 및 시험분석 컨설팅 지원 . 시장진출 지원: 국내외 전시회, 공동관, 수출상담회, 시장개척단 등
성과확산 (산업 지원 시스템 구축)	. 실태조사 및 성과분석 . 시장조사 및 정보제공, 제품시연회 및 컨퍼런스 . 지역스포츠산업 거점 활성화 방안 연구 등

② 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업의 추진과정

정부는 2015년 7월 지역 산업진흥기관, 대학, 연구소, 산업체, 공공기관 등 단체를 대상으로 지역 융·복합 스포츠산업 육성 발굴 사업을 공모하였다. 기 선정거점 연차평가를 통한 지속지원 여부 결정하였다. 2018년 지역 융·복합 스포츠산업 육성 발굴 사업은 지난해와 연계되어 2018년 4월부터 2019년 2월까지 시행되었다.

〈표 4-73〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 추진과정

구 분	주요내용
사업목적	. 첨단 스포츠 기술과 패션섬유, 의료, ICT 등을 융합하여 지역 연계 스포츠산업 진흥과 글로벌 스포츠융합산업 주도권 확보 및 경쟁력 강화 . 국내 스포츠산업의 고도화 및 시장경쟁력 확보를 위한 지역 핵심 거점 구축
사업기간	. 2018. 사업승인일 ~ 2019. 06. 30
사업예산	. 8,817백만 원



구 분	주요내용			
사업 추진과정	① 사업설명회 공모기관 대상 사업설명회 실시	➔	② 사업계획서 접수 사업계획서 접수 (광역자치단체장 협력확인서 필)	
	④ 발표평가 발표평가(PT) 실시	➔	⑥ 종합심의 현장·서면평가 및 발표평가 결과 종합	
		➔	③ 서면평가 응모기관 대상 서면평가 실시	
			⑥ 사업자 선정 최고득점기관(1개) 최종사업자 선정	
전략별 대표 추진사업	4대 구분	주요사업	사업내용	
	거점 구축	스포츠융복합산 업 지원센터 운영	1식	<ul style="list-style-type: none"> · 센터운영(4팀 23명, 센터장 포함) · 장비실(지식서비스센터 1F, 128㎡) · Makers-Lab(칼라스퀘어, 166㎡) 구축 · 사무공간(대구TP 12F, 760㎡) 운영
		공공 및 사업화장비 구축	1식	<ul style="list-style-type: none"> · 공공 및 사용성평가 장비 19종 55대 운영 · 공용장비 활용률: 전체평균 41.7%
		Makers-Lab 운영	1식	<ul style="list-style-type: none"> 창의적인 아이디어를 구체화하기 위한 장비 · 3D프린터 등 9종 37대 구축/운영 · 메이커스양성교육(체험교육(268명, 446MHs) 입문/심화교육(466명, 2,636MHrs)실시 · 스포츠융복합 시제품제작 지원 233건 · 스포츠 창의 아이디어 경진대회 1건
	기반 조성	창업교육, 멘토링, 현장실습, 창업캠프, 네트워킹, 아이디어발표회, 인큐베이팅	53건	<ul style="list-style-type: none"> - 예비창업자 교육지원(일반/대학생) · 창업 교육(30강), 멘토링(17회), 현장실습(6명), 창업캠프(18명), 창업네트워킹(9명), 아이디어발표회(4팀), 스포츠산업 창업인큐베이팅(상표등록출원 5건, 광고홍보물제작 2건)
		역량강화교육, 취업특강, 기업 및 이벤트 탐방, 취업콘서트, 취업세미나, 잡페어	39건	<ul style="list-style-type: none"> - 일자리 발굴 및 역량강화 교육지원 · 취업특강(5회, 25시간, 346명), 취업콘서트(66명), 취업세미나(157명), 기업 및 이벤트 탐방 27명, 잡페어(5개기업, 2개기관) 참여(273명 방문) 등
		스포츠 창업 엑셀러레이터 지원	1식	<ul style="list-style-type: none"> - 창업엑셀러레이터 선정(6개사) · 창업기업의 자금지원, 멘토링, 투자연계에 이르기까지 사업화 과정을 지원
		산학연관 협력 네트워크 운영 (지역 연구회, CEO 포럼, 청년 협의체)	11건	<ul style="list-style-type: none"> 산학연관 협력 네트워크 운영 · CEO 및 일자리 포럼(4회), 패션포럼(1회), IR데모데이(1회), 스포츠연구회(5회) 운영
		전략제품화 지원	21건	<ul style="list-style-type: none"> 시장수요 맞춤형 상품화 지원 · 상품기획부터 시제품제작 및 마케팅까지 지원
	기업 지원	실생활테스트 베드 지원	3건	<ul style="list-style-type: none"> 초중고/생활체육의 경기력 향상 제품제작 · 사용성평가안전예방 시스템 제작지원 등
		지식서비스	11건	<ul style="list-style-type: none"> 특허 및 컨설팅 지원 · 특허출원/등록 등
		개별 전시회 참가	10건	<ul style="list-style-type: none"> 공동관, 수출상담회, 시장개척단 등 · 전시회 참가, 홍보 마케팅지원, 수출상담회/시장개척단 및 공동관 운영을 통한 시장진출 지원
		공동관 구축	7건	
시장개척단 파견		1건		

구분	주요내용		
성과 확산	스포츠 혁신제품 디자인개발	4건	스포츠 디자인 상품개발 · 디자인개발 및 디자인 어워드 출품 지원
	디자인 원포인트 지원	7건	
	기술동향조사 분석 및 스포츠발전 전략연구 등	7건	· 생활밀착형 피트니스케어 서비스 산업 육성 전략연구, 첨단기술 융합 기반 태권도 세계화 전략 연구 2건 · 거점육성사업 우수사례집 1건 · 전시회 참관/최신기술 및 시장동향조사 4건
	성과분석 및 만족도 조사	3건	- 지역산업 사업 성과 및 만족도 분석 · 사업만족도, 사업 성과 조사분석 · 성과관리시스템, 등
	성과확산 및 관리 시스템 운영(홈페이지)	1식	- 성과확산 및 관리 시스템 운영(홈페이지)
	합 계	182건	국비, 시비, 민자

③ 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업의 성과

지역 융·복합 스포츠산업 거점육성 사업으로 2018년에 회원사 총 308개사, 수혜기업 66개사를 지원하였다. 수혜기업의 매출 및 고용 증가율은 매년 상승하여 2015년부터 2018년까지 각각 연평균 11.8%(목표 15%), 14.9%(목표 10%)를 기록했다. 세부적으로는 대구 지역의 경우, 대구테크노파크 스포츠융·복합산업지원센터(4팀 23명)를 운영하고, 공용 및 사용성 평가 장비를 운영하고, Makers-Lab을 구축·운영하고, 산학연관 연계 클러스터를 구축·운영했다. 대전지역 역시 대전테크노파크, 대덕이노폴리스벤처협회, 충남대학교, 한국산업기술시험원의 수행기관을 두고 거점조성, 기반조성, 기업지원, 성과확산 영역의 사업을 수행하였다.

〈표 4-74〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 연차별 중점육성방향

구분	2016년	2017년	2018년
핵심키워드	전략제품 제작 및 확산	시장진출 보급과 확산	거점성공 모델 확립
회원사	221개사	279개사	308사
제품화건수	40건	47건	185개사
성과지표	고용증가 10.1% 매출증가 11.0%	고용증가 10.1% 매출증가 15.7%	고용증가 17.3% 매출증가 9.1%



〈표 4-75〉 '18년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 거점조성 분야 실적

(단위: 식, %)

추진내용	목표	실적	달성률	세부내용
센터 운영(4팀 23명)	1	1	100	- 센터조직(4개팀, 23명) 운영 - 사무공간(대구TP 12F 760㎡) - 장비실(지식서비스센터 1F, 128㎡) - Makers-Lab(칼라스퀘어, 166㎡) 구축
공용 및 사업화 장비 구축	1	1	100	- 공용 및 사용성평가 장비 19종 55대 운영 - 공용장비 활용률: 전체평균 41.7%
Makers-Lab 구축·운영	1	1	100	- 3D프린터 등 9종 37대 구축/운영 - 메이커스양성교육(체험교육(268명, 446MHs) 입문/심화교육(466명, 2,636MHrs)실시 - 스포츠융복합 시제품제작 지원 233건 - 스포츠 창의 아이디어 경진대회 1건
합계	3	3	100	

〈표 4-76〉 '18년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기업지원 분야 실적

(단위: 건, %)

추진내용	목표	실적	달성률	세부 내용
전략제품화 지원	10	11	110.0	(주)아피스 등 11개사
실생활테스트베드	3	3	100.0	젬텍 등 3개사
지식서비스(특허출원 및 등록) 지원	10	11	110.0	(주)에이치엔이 등 11개사
개별 전시회 참가	10	10	100.0	아우터라이프 등 10개사
공동관 구축	7	7	100.0	2018 CES ASIA 등 7건
시장개척단 파견	1	1	100.0	아시아 수출 드림 리그
스포츠 혁신제품 디자인개발	4	4	100.0	(주)한영 등 4개사
디자인 원포인트 지원	6	7	116.7	(주)알파그린 등 7개사
합 계	51	54	105.9	

〈표 4-77〉 '18년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기반조성 분야 실적

(단위: 건(식), %)

추진내용	목표	실적	달성률	세부 내용
창업교육, 멘토링, 현장실습, 창업캠프, 네트워킹, 아이디어발표회, 인큐베이팅	70	53	72.9	- 창업교육 30강, 30명 - 맞춤형 멘토링 17회 - 현장실습 6명 - 창업캠프 18명 - 창업 네트워킹 9명 - 창업아이디어 발표회 4팀 - 창업인큐베이팅 4팀(상표등록출원 5건, 광고홍보물제작 2건)
역량강화교육, 취업특강, 기업 및 이벤트 탐방, 취업콘서트, 취업세미나, 잡페어	38	39	102.6	- 역량강화교육 196명(25회, 75시간) - 취업특강 346명 (5회, 25시간) - 취업콘서트 66명 - 취업세미나 157명 - 기업 및 이벤트탐방 27명 - 잡페어(5개기업, 2개기관) 참여, 273명 방문, 2명 채용
창업 액셀러레이터 지원	1	1	100.0	- 창업 활성화를 위한 액셀러레이터 운영 (지원기업 6개사)
산학연관 협력 네트워크 운영 (지역 연구회, CEO, 포럼, 청년 협의체)	7	11	157.1	- CEO 및 일자리 포럼 4회, 패션포럼 1회, IR데모데이 1회, 스포츠연구회 운영 5회
합 계	116	104	89.7	

〈표 4-78〉 '18년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 성과확산 분야 실적

(단위: 건(식), %)

추진내용	목표	실적	달성률	세부 내용
성과분석 및 만족도 조사	1	3	300.0	- 지역산업 사업 성과 및 만족도 분석
기술동향 조사 분석 및 스포츠발전 전략 연구 등	6	7	116.7	- 생활밀착형 피트니스케어 서비스 산업 육성 전략연구, 첨단기술 융합 기반 태권도 세계화 전략 연구 2건 - 거점육성사업 우수사례집 1건 - 전시회 참관/최신기술 및 시장동향조사 4건
성과확산 및 관리 시스템 운영(홈페이지)	1	1	100.0	- 성과확산 및 관리 시스템 운영(홈페이지)
합 계	8	10	137.5	



(2) 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업

① 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업의 개념 및 필요성

2013년 문화체육관광부의 “스포츠산업의 국제경쟁력 제고와 융복합화를 통한 스포츠산업의 경쟁력 제고”와 스포츠산업진흥 중장기계획 “스포츠산업 중장기계획 비전 수립(스포츠 융·복합 서비스개발)”을 근거로, 스포츠와 지역별 비교우위 산업을 융·복합한 새로운 스포츠 융·복합 사업을 개발 및 수행하였다. 이는 기초자치단체가 주관기관으로 참여하고 지역 발전계획과 연계를 통한 지속가능한 발전기반 구축하는 것으로 지역 특화 스포츠융·복합산업의 발굴과 사업화를 통한 지역경제 활성화의 기여를 목적으로 사업추진 효율성 제고를 위해 중기(3개년) 지원을 통해 지역별 스포츠 융·복합산업의 육성 등을 통한 균형적 스포츠산업 발전의 기반을 마련하였다. 지역스포츠산업 특성화정책이 지역 내에서 성공하기 위해서는 지역 내 경쟁력이 확보된 비교우위 스포츠자원을 상품화하는 것이 중요하므로 우선 정부는 지역 융복합 스포츠산업 발굴사업 추진을 위해 추진 대상을 지역 내 비교우위 스포츠자원과 관련된 스포츠상품으로 한정하였으며, 지역 내 스포츠자원과 타 산업자원이 융·복합된 상품개발을 지원하였다.

② 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업의 추진과정

2018년 3월부터 12월까지 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업의 3개년 간 사업비 지원을 통해 스포츠자원과 지역별 비교 우위산업 등이 융복합된 지역 연계 산업을 진행하였다. 이를 통해 수익창출 기반이 마련된 지자체의 자립화를 도모하였다.

〈표 4-79〉 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업 추진과정

구 분	주요내용
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> 지역 특화 스포츠융·복합 산업 발굴 및 사업화를 통한 지역경제 활성화 기여 지역별 스포츠융·복합산업 육성 등을 통한 균형적 스포츠산업 발전 기반 마련
사업기간	<ul style="list-style-type: none"> 2018. 03 ~ 2018. 12(신규사업), 2018. 01 ~ 2018. 12(기존사업)
사업예산	<ul style="list-style-type: none"> 2,349백 만원
사업 추진과정	<p style="text-align: center;">지역 융·복합 스포츠산업육성 발굴사업 공모분야</p> <p style="text-align: center;">① 스포츠산업+교육 ② 스포츠산업+ IT, 섬유 ③ 스포츠산업+문화 ④ 스포츠산업+관광 ⑤ 스포츠산업자원+의료 ⑥ 스포츠산업+기타</p>
	<p>최종 6개 선정 ▼ 1, 2차 심사 (1차 서면평가, 2차 대면평가)</p>
	<p>사업추진</p> <p>▼ 사업관리(민간 사업관리위원회 구성)</p>
	<p>사업결과평가(결과 및 회계 평가)</p> <p>▼ 사업실적평가 후 지속여부결정</p>
	<p>2018년 결과 총 6개 지자체(기존 5개 지자체: 고성군, 전주시, 청송군(이상 3년차), 삼척시, 예천군(이상 2년차)와 신규 4개 지자체: 기장군, 밀양시, 보은군, 의성군)를 지원</p>

구 분	주요내용																																										
공모 선정절차	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 100px; margin: 5px auto;">사업계획 접수</div>	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 100px; margin: 5px auto;">서면평가</div>	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 100px; margin: 5px auto;">발표평가</div>	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 100px; margin: 5px auto;">사업자 선정</div>																																							
	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 100px; margin: 5px auto;">사업계획서 접수</div>	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 100px; margin: 5px auto;">발표평가 대상 기관 선정</div>	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 100px; margin: 5px auto;">발표평가 대상 기관 PT</div>	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 100px; margin: 5px auto;">최종사업자 선정</div>																																							
세부사업 내용 및 현황	<ul style="list-style-type: none"> 연차별 매칭조건 및 지원 한도금액 																																										
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <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> </thead> <tbody> <tr> <td>1년차</td> <td>70%</td> <td>30%</td> <td>2.5억 원</td> <td>1.07억 원</td> <td rowspan="3" style="text-align: center;">약 3.57억 원</td> <td rowspan="3" style="text-align: center;">총사업비의 70%(한도 2.5억 원)</td> </tr> <tr> <td>2년차</td> <td>50%</td> <td>50%</td> <td>1.25억 원</td> <td>1.25억 원</td> </tr> <tr> <td>3년차</td> <td>30%</td> <td>70%</td> <td>0.75억 원</td> <td>1.75억 원</td> </tr> </tbody> </table>						연차	매칭조건(%)		사업비(억 원)		사업비 합계액	비 고	국비	지방비	국비	지방비	1년차	70%	30%	2.5억 원	1.07억 원	약 3.57억 원	총사업비의 70%(한도 2.5억 원)	2년차	50%	50%	1.25억 원	1.25억 원	3년차	30%	70%	0.75억 원	1.75억 원									
	연차	매칭조건(%)		사업비(억 원)		사업비 합계액		비 고																																			
		국비	지방비	국비	지방비																																						
	1년차	70%	30%	2.5억 원	1.07억 원	약 3.57억 원	총사업비의 70%(한도 2.5억 원)																																				
2년차	50%	50%	1.25억 원	1.25억 원																																							
3년차	30%	70%	0.75억 원	1.75억 원																																							
<ul style="list-style-type: none"> 신규지원 사업 매칭조건 및 지원 한도 안내 																																											
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <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> </thead> <tbody> <tr> <td>1년차</td> <td>50%</td> <td>50%</td> <td>3억 원</td> <td>3억 원</td> <td rowspan="3" style="text-align: center;">6억 원</td> <td rowspan="3" style="text-align: center;">총사업비의 50%(한도 3억 원)</td> </tr> <tr> <td>2년차</td> <td>50%</td> <td>50%</td> <td>3억 원</td> <td>3억 원</td> </tr> <tr> <td>3년차</td> <td>50%</td> <td>50%</td> <td>3억 원</td> <td>3억 원</td> </tr> </tbody> </table>						연차	매칭조건(%)		사업비(억 원)		사업비 합계액	비 고	국비	지방비	국비	지방비	1년차	50%	50%	3억 원	3억 원	6억 원	총사업비의 50%(한도 3억 원)	2년차	50%	50%	3억 원	3억 원	3년차	50%	50%	3억 원	3억 원										
연차	매칭조건(%)		사업비(억 원)		사업비 합계액		비 고																																				
	국비	지방비	국비	지방비																																							
1년차	50%	50%	3억 원	3억 원	6억 원	총사업비의 50%(한도 3억 원)																																					
2년차	50%	50%	3억 원	3억 원																																							
3년차	50%	50%	3억 원	3억 원																																							
<ul style="list-style-type: none"> '18 지속지원 사업현황(2,3년차) 																																											
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">주관기관</th> <th colspan="3">사업예산(백만원)</th> <th rowspan="2">비고</th> </tr> <tr> <th>보조금</th> <th>지자체부담금</th> <th>총 사업액</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>고성군</td> <td>30</td> <td>70</td> <td>100</td> <td>3 : 7 ('18년 3년차)</td> </tr> <tr> <td>청송군</td> <td>69</td> <td>161</td> <td>230</td> <td>3 : 7 ('18년 3년차)</td> </tr> <tr> <td>전주시</td> <td>75</td> <td>175</td> <td>250</td> <td>3 : 7 ('18년 3년차)</td> </tr> <tr> <td>삼척시</td> <td>300</td> <td>300</td> <td>600</td> <td>5 : 5 ('18년 2년차)</td> </tr> <tr> <td>예천군</td> <td>300</td> <td>300</td> <td>600</td> <td>5 : 5 ('18년 2년차)</td> </tr> <tr> <td>합계</td> <td>474</td> <td>706</td> <td>1,180</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table>						주관기관	사업예산(백만원)			비고	보조금	지자체부담금	총 사업액	고성군	30	70	100	3 : 7 ('18년 3년차)	청송군	69	161	230	3 : 7 ('18년 3년차)	전주시	75	175	250	3 : 7 ('18년 3년차)	삼척시	300	300	600	5 : 5 ('18년 2년차)	예천군	300	300	600	5 : 5 ('18년 2년차)	합계	474	706	1,180	-
주관기관	사업예산(백만원)			비고																																							
	보조금	지자체부담금	총 사업액																																								
고성군	30	70	100	3 : 7 ('18년 3년차)																																							
청송군	69	161	230	3 : 7 ('18년 3년차)																																							
전주시	75	175	250	3 : 7 ('18년 3년차)																																							
삼척시	300	300	600	5 : 5 ('18년 2년차)																																							
예천군	300	300	600	5 : 5 ('18년 2년차)																																							
합계	474	706	1,180	-																																							
<p>※ '18년 사업계획서 기준 지자체별 보조금 및 지자체부담금 비율 미달시 연차별 매칭비율을 적용하여 지원 보조금 감액</p>																																											
<ul style="list-style-type: none"> 스포츠융복합 산업 예시 																																											
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 스포츠+교육 <ul style="list-style-type: none"> - 해양(수상)스포츠가 발달한 지역에서 관련 시설 등을 활용하여 수상안전 자격취득 프로그램, 관련학과 수업진행, 기업(단체) 대상 워크숍 개최 등을 통한 스포츠산업 진흥 및 지역경제 활성화 방안 제시 ▶ 스포츠+IT, 섬유 등 <ul style="list-style-type: none"> - 개발 완료된 스포츠융복합 상품을 활용한 이벤트(대회, 행사)개최, 상시프로그램 운영 등의 사업 수행을 통한 지역경제 활성화 및 스포츠용품 산업 진흥 방안 제시 ▶ 스포츠+문화 <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠를 주제로 연극, 애니메이션 등을 기획 제작하여 공연 등을 통해 수입창출 방안 제시 (마케팅 및 홍보비등 지원) ▶ 스포츠+관광 <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠자원과 관광자원을 연계한 스포츠관광 콘텐츠 발굴 및 사업계획 제시 · 지역별로 보유한 스포츠이벤트 및 스포츠시설의 기본 콘텐츠 강화를 통한 사업방안 제시 · 관람 및 참여 등을 통한 관광객 유입으로 지역경제 활성화 방안 제시 등 																																											



구분	주요내용
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 스포츠+의료 <ul style="list-style-type: none"> - 전지훈련 특화지역의 엘리트 및 생활체육인 대상 운동프로그램 및 재활서비스 제공을 통한 지역경제 활성화 방안 제시 ▶ 스포츠+기타 <ul style="list-style-type: none"> - 기타 스포츠와 타산업이 융·복합된 콘텐츠를 발굴하여 사업화 방안을 제시

③ 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업의 성과

2018년 지역 특화 스포츠관광 프로그램 산업 육성 사업은 2017년 대비 참가인원 517.9%가 증가하였고, 경제유발효과 277.1%, 일자리창출 261.8% 증가하였다. 9개 지자체의 총 참가인원은 80,329명이었으며 일자리 창출로 1,131명의 일자리가 발생되었다.

〈표 4-80〉 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업 성과

구분	'15년 (5개소)	'16년 (6개소)	'17년 (6개소)	'18년 (9개소)
참가인원(명)	7,214 (-)	18,989 (▲163.2%)	15,511 (▼18.3%)	80,329 (▲517.9%)
경제유발효과(백만 원)	-	1,385 (-)	2,060 (▲48.7%)	5,708.888 (▲277.1%)
일자리창출(명)	84 (-)	195 (▲132.1%)	432 (▲121.5%)	1,131 (▲261.8%)

※ 경제유발효과(참가인원수에 따른 1인당 경제소비 비용)는 '16년부터 해당 지자체를 통해 조사

〈표 4-81〉 '18년 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업의 성과

지자체	연차	사업내용	총사업비 (지원금)	참가인원 (명)	경제유발 (백만원)	일자리 창출 (명)
고성군	3 년차	고성 바이크 어드벤처	100백만원 (30백만원)	1,064	249	180
전주시		탄소복합재를 이용한 드론축구용품 개발 및 드론축구 협의회 발족	250백만원 (75백만원)	3,672	939	40
청송군		4D Ice Climbing	230백만원 (69백만원)	736	250	36
삼척시	2 년차	치어업 삼척 스포츠문화 관광산업육성 프로젝트	600백만원 (300백만원)	10,308	1,435	87
예천군		할 테마 클러스터 조성사업	600백만원 (300백만원)	6,398	11	15
기장군	1 년차	야구 테마 스포츠관광 클러스터 조성사업	1,000백만원 (500백만원)	11,880	858	156
밀양시		MY(Miryang Yoga) 웰니스스포츠 MICE Tour (밀양요가 웰니스스포츠 융·복합 관광산업 육성)	500백만원 (250백만원)	3,037	756	141
보은군		지역특화 육상도탈 매니지먼트 사업 (육상훈련 관광체험)	1,000백만원 (500백만원)	41,436	1,135	421
의성군		의성 컬링테마 스포츠관광타운 조성	921백만원 (325백만원)	1,798	75.888	55
합 계		-	5,201백만원 (2,349백만원)	22,178	2,884.888	358

※ 예천군은 2017년 12월 선정(*달성군 사업포기)되었으므로 2018년 1월부터 사업 추진
 의성군은 '18년 추진사업에 대한 연차평가결과 부진으로 사업기간 중 중단

(3) 스포노믹스 육성 사업

① 스포노믹스 육성 사업의 개념 및 필요성

세계 여러 도시들은 새로운 이미지와 차별성을 부여하는 도시 브랜드화 같은 능동적 도시 재건과 경쟁력 강화를 위한 방법으로 스포츠에 대한 공적자금의 투자 비중을 높여가고 있는 실정이다. 해외사례의 경우, 미국 자동차산업의 대표적인 도시인 인디애나폴리스가 자동차산업에서 스포츠도시로 전환하였으며, 산업도시인 셰필드, 버밍엄, 맨체스터 등이 국제적 스포츠 이벤트 유치와 시설의 투자를 통해 스포츠 도시로의 전환을 하였다. 국내에서도 스포츠를 도시 경제성장으로 동력화하고 스포츠도시브랜드화를 지향하는 지방자치단체의 자발적 노력의 사례(대구가 육상도시로 충북보은이 여자축구도시, 경기가평은 생활체육도시, 경북상주가 승마도시로, 강릉은 빙상도시, 남해는 전지훈련도시 등)들이 등장하고 있다. 우리나라는 수도권 을 중심으로 자본, 인구, 교육, 정보 등이 편중되어 있어 수도권 이외의 중소도시의 도시재건 및 경쟁력 강화를 위해 스포츠에 대한 공적 자금 투자를 통하여 스포츠와 도시가 동반 성장하는 스포츠도시를 통해 스포노믹스 육성이 필요하다. 도시가 특화된 스포츠로 명확히 이미지화·브랜드화 할 수 있도록 체계적·지속적·전 방위적 지원으로 경쟁력을 갖춘 스포츠도시를 통해 스포노믹스를 육성하는 것을 목적으로 총 3년(실행기간 2년과 지속가능사업 지원 1년) 사업을 시행한다. 스포노믹스 육성 사업 목적에 부합하는 지정기준을 마련하여, 지정기준(단계별)을 모두 충족하는 지정 후보도시를 대상으로 평가를 통해 최종 2개 도시 선정하고, 부가가치가 창출되는 신규 사업의 발굴과 지역 기업 및 주민이 참여하는 추진체계 구축을 통해 스포츠도시를 통한 스포노믹스 육성사업 종료 후에도 지속가능 발전이 가능하도록 지역 클럽활성화, 전문 인력 양성 및 일자리 창출, 추진 네트워크 구축 등을 유도하였다.

② 스포노믹스 육성 사업의 추진과정

스포츠 도시마케팅을 활용한 중소도시의 도시재건과 경쟁력 강화를 위해 스포츠와 도시가 동반성장하는 스포츠도시 모델을 발굴하여 스포노믹스를 육성함과 동시에 스포츠도시를 지향하는 지방자치단체 간의 불필요한 인적·물적 자원의 소모와 유치경쟁 과열로 인한 갈등을 사전에 차단하고자하는 지정기준을 마련하여 단계별 기준을 모두 충족하는 지정 후보도시를 대상으로 공문의 시행 및 사업계획 접수와 평가를 통하여 지정후보도시를 선별하여 2개 지자체(강릉시, 서귀포시)가 선정되었다.

〈표 4-82〉 스포노믹스 육성 사업 추진과정

구분	주요내용
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> 도시경쟁력 및 지역스포츠 기반을 강화하고자 노력하는 지자체를 선정하여 사업계획 컨설팅, 스포츠전문 추진기관 구성 및 체육 인프라 지원 등을 통한 스포츠 중심적 도시브랜드 구축 스포츠 도시마케팅을 통해 부가가치를 창출하고 유관 스포츠산업 개발을 촉진하는 중소도시의 지속가능발전 시스템 구축을 통하여 도시재건 및 경쟁력 강화를 위해 스포츠와 도시가 동반성장하는 스포노믹스 모델 개발 및 육성 차별화된 스포츠 분야를 발굴하고 클럽 활성화 및 다양한 전문가 활용 등 지역사회의 스포츠 참여 활성화로 시민의 건강향상 및 지역 스포츠기반 육성
사업기간	<ul style="list-style-type: none"> 총 사업기간 : 지정도시 당 3년(2년+1년) 2차년도 사업기간 : 2018. 1월 ~ 2018. 10월
시행도시	<ul style="list-style-type: none"> 2개 도시



구 분	주요내용														
사업예산	<ul style="list-style-type: none"> 총 120억 원(2개 도시 × 60억 원): 도시 당 3년간 최대 60억 원 지원 - 2차년도 사업비 : 19.50억 원(9.75억 원 * 2개 도시) 														
선정기준	<ul style="list-style-type: none"> 스포츠도시를 통한 스포노믹스 육성의 가능 활성화를 위해 3단계로 선별하여 지정 <table border="1" data-bbox="397 399 1262 495"> <tr> <td style="text-align: center;">1단계</td> <td style="text-align: center;">2단계</td> <td style="text-align: center;">3단계</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">인구 수 기준</td> <td style="text-align: center;">국제 규모 스포츠 이벤트 개최 유무</td> <td style="text-align: center;">스포츠 인프라 구축 및 보급률</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> - [1단계 : 도시규모] 인구 5만 이상 ~ 50만 미만 거주 중소도시 - [2단계 : 국제 스포츠이벤트개최] 최근 5년 이내, 「국제 경기대회 지원법 제2조」 범위의 국제 스포츠 이벤트 혹은 「동·하계올림픽 정식종목」의 세계선수권대회를 개최 하였거나 향후 개최 예정인 도시 - [3단계 : 스포츠인프라 구축 및 보급률] <ul style="list-style-type: none"> · 도시 내 공공체육시설 면적 13만㎡이상 보유하고 있고 1인당 공공체육시설 면적 0.6㎡ 이상 충족하는 도시를 후보로 선정 	1단계	2단계	3단계	인구 수 기준	국제 규모 스포츠 이벤트 개최 유무	스포츠 인프라 구축 및 보급률								
1단계	2단계	3단계													
인구 수 기준	국제 규모 스포츠 이벤트 개최 유무	스포츠 인프라 구축 및 보급률													
지정 대상	<ul style="list-style-type: none"> 162개 시·군·구(서울, 인천, 경기 제외 / 제주포함) - 광역시(39개), 광역도(123개) 														
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 필수추진사업(정부지원금)과 선택추진사업(지방비)으로 구분 ▶ (필수추진사업) 사업의 목표달성 및 추진사항 평가를 위하여 연차별로 반드시 진행 또는 완료해야 하는 사업 ▶ (선택추진사업) 시·군·구 별 여건이 상이하므로 자체적인 계획에 따라 선택적으로 요구되는 사업 ▶ (스포츠노믹스 육성 사업추진) : 부문 및 범주화(예시) <table border="1" data-bbox="397 943 1262 1770"> <thead> <tr> <th data-bbox="397 943 654 977">부문별(대분류)</th> <th data-bbox="654 943 1262 977">범주화(중분류)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="397 977 654 1110">스포츠도시 정체성 및 운영기능 강화</td> <td data-bbox="654 977 1262 1110"> <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠도시 사업계획 수립 및 건설당* - 스포츠협의회 조직 및 운영* - 스포츠도시 안전관리체계 방안 수립 - 스포츠 이벤트 유치전담 조직화 및 유치 활동 지원 - 기업 유치활동 지원 및 인센티브 제공 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="397 1110 654 1292">스포츠도시 방문 및 주민 참여 강화</td> <td data-bbox="654 1110 1262 1292"> <ul style="list-style-type: none"> - 정보제공 인프라 구축* - 지역주민 스포츠 참여 활성화 프로그램 개발* - 외부 방문객 방문 촉진 프로그램 개발* - 지역 스포츠클럽 육성 및 운영 지원 - 스포츠체험관 및 체험교실 설립 및 운영 - 스포츠산업 국제 컨퍼런스 기획 및 개최 - 지역 사업종사자 인센티브 제공 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="397 1292 654 1403">스포츠도시 지역 환경 개선</td> <td data-bbox="654 1292 1262 1403"> <ul style="list-style-type: none"> - 관광 관련 인프라 개선 및 확충 - 보유 스포츠시설 개·보수 확충 - 전지훈련지 가능 확립을 위한 인프라 구축 - 공중접객시설 등 도시 기반시설 개선 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="397 1403 654 1564">스포츠도시 브랜드 제고 활동</td> <td data-bbox="654 1403 1262 1564"> <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠도시 브랜드 정립 통합마케팅 활동* - 스포츠도시 통합마케팅 활동 전개 - 지역특화 자체 이벤트 기획 및 실행 - 기자단 설명회 및 관련업계 초청 팸 투어 - 유관기관 연계 공동 프로모션 기획 및 실행 - 전지훈련 방문촉진 국내·외 홍보 활동 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="397 1564 654 1685">스포츠도시 사업 지속가능 역량 제고</td> <td data-bbox="654 1564 1262 1685"> <ul style="list-style-type: none"> - 지역 스포츠 융·복합 상품 개발 및 상품화* - 스포츠도시 브랜드 활용 신규 수익사업 개발* - 스포츠 지정 기능별 전문 인재 양성기관 운영 - 스포츠융합 콘텐츠 개발 및 지역화 사업 - 지역 스포츠상품 유통 및 해외진출 사업 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="397 1685 654 1770">스포츠도시 통합기능 수행능력 강화</td> <td data-bbox="654 1685 1262 1770"> <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠 이벤트 개최 및 정례화 추진* - 혁신형 스포츠 인프라 신규 구축 사업 - 해외 스포츠도시 자매결연 협약체결 및 교류사업 </td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: right;">* Bold : 필수추진사업</p>	부문별(대분류)	범주화(중분류)	스포츠도시 정체성 및 운영기능 강화	<ul style="list-style-type: none"> - 스포츠도시 사업계획 수립 및 건설당* - 스포츠협의회 조직 및 운영* - 스포츠도시 안전관리체계 방안 수립 - 스포츠 이벤트 유치전담 조직화 및 유치 활동 지원 - 기업 유치활동 지원 및 인센티브 제공 	스포츠도시 방문 및 주민 참여 강화	<ul style="list-style-type: none"> - 정보제공 인프라 구축* - 지역주민 스포츠 참여 활성화 프로그램 개발* - 외부 방문객 방문 촉진 프로그램 개발* - 지역 스포츠클럽 육성 및 운영 지원 - 스포츠체험관 및 체험교실 설립 및 운영 - 스포츠산업 국제 컨퍼런스 기획 및 개최 - 지역 사업종사자 인센티브 제공 	스포츠도시 지역 환경 개선	<ul style="list-style-type: none"> - 관광 관련 인프라 개선 및 확충 - 보유 스포츠시설 개·보수 확충 - 전지훈련지 가능 확립을 위한 인프라 구축 - 공중접객시설 등 도시 기반시설 개선 	스포츠도시 브랜드 제고 활동	<ul style="list-style-type: none"> - 스포츠도시 브랜드 정립 통합마케팅 활동* - 스포츠도시 통합마케팅 활동 전개 - 지역특화 자체 이벤트 기획 및 실행 - 기자단 설명회 및 관련업계 초청 팸 투어 - 유관기관 연계 공동 프로모션 기획 및 실행 - 전지훈련 방문촉진 국내·외 홍보 활동 	스포츠도시 사업 지속가능 역량 제고	<ul style="list-style-type: none"> - 지역 스포츠 융·복합 상품 개발 및 상품화* - 스포츠도시 브랜드 활용 신규 수익사업 개발* - 스포츠 지정 기능별 전문 인재 양성기관 운영 - 스포츠융합 콘텐츠 개발 및 지역화 사업 - 지역 스포츠상품 유통 및 해외진출 사업 	스포츠도시 통합기능 수행능력 강화	<ul style="list-style-type: none"> - 스포츠 이벤트 개최 및 정례화 추진* - 혁신형 스포츠 인프라 신규 구축 사업 - 해외 스포츠도시 자매결연 협약체결 및 교류사업
부문별(대분류)	범주화(중분류)														
스포츠도시 정체성 및 운영기능 강화	<ul style="list-style-type: none"> - 스포츠도시 사업계획 수립 및 건설당* - 스포츠협의회 조직 및 운영* - 스포츠도시 안전관리체계 방안 수립 - 스포츠 이벤트 유치전담 조직화 및 유치 활동 지원 - 기업 유치활동 지원 및 인센티브 제공 														
스포츠도시 방문 및 주민 참여 강화	<ul style="list-style-type: none"> - 정보제공 인프라 구축* - 지역주민 스포츠 참여 활성화 프로그램 개발* - 외부 방문객 방문 촉진 프로그램 개발* - 지역 스포츠클럽 육성 및 운영 지원 - 스포츠체험관 및 체험교실 설립 및 운영 - 스포츠산업 국제 컨퍼런스 기획 및 개최 - 지역 사업종사자 인센티브 제공 														
스포츠도시 지역 환경 개선	<ul style="list-style-type: none"> - 관광 관련 인프라 개선 및 확충 - 보유 스포츠시설 개·보수 확충 - 전지훈련지 가능 확립을 위한 인프라 구축 - 공중접객시설 등 도시 기반시설 개선 														
스포츠도시 브랜드 제고 활동	<ul style="list-style-type: none"> - 스포츠도시 브랜드 정립 통합마케팅 활동* - 스포츠도시 통합마케팅 활동 전개 - 지역특화 자체 이벤트 기획 및 실행 - 기자단 설명회 및 관련업계 초청 팸 투어 - 유관기관 연계 공동 프로모션 기획 및 실행 - 전지훈련 방문촉진 국내·외 홍보 활동 														
스포츠도시 사업 지속가능 역량 제고	<ul style="list-style-type: none"> - 지역 스포츠 융·복합 상품 개발 및 상품화* - 스포츠도시 브랜드 활용 신규 수익사업 개발* - 스포츠 지정 기능별 전문 인재 양성기관 운영 - 스포츠융합 콘텐츠 개발 및 지역화 사업 - 지역 스포츠상품 유통 및 해외진출 사업 														
스포츠도시 통합기능 수행능력 강화	<ul style="list-style-type: none"> - 스포츠 이벤트 개최 및 정례화 추진* - 혁신형 스포츠 인프라 신규 구축 사업 - 해외 스포츠도시 자매결연 협약체결 및 교류사업 														

구 분		주요내용		
지정 도시	구 분	사업명	세부내용	
	강원 강릉	빙상스포르츠도시 조성 및 육성사업	-빙상스포르츠도시 메카조성 컨설팅 용역추진 -유치원초중학생 방과후 수업과 연계빙상종목체험 -일반 시민들 대상, 컬링종목 활성화 추진 -빙상스포르츠 대회 및 이벤트 개최	
제주 서귀포	서귀포시 글로벌 축구도시 조성사업	-영어축구캠프사업 -제주 국제 유스 축구대회 -한중일 축구대회 -찾아가는 축구교실		

③ 스포노믹스 육성 사업의 성과

〈표 4-83〉 스포노믹스 육성 사업의 성과

지자체 (연차)	추진내용	총사업비 (지원금)	평가 결과
강릉시 (2년차)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업명 : 빙상스포르츠도시 메카 강릉 조성을 위한 스포노믹스 육성사업 ○ 사업내용 <ul style="list-style-type: none"> - 1교1빙상 특기적성사업, 시민 빙상 강습, 빙상캠프 등, 국내외 빙상대회 개최, 스포츠클럽 운영, 전지훈련팀 유치 등, 빙상페스티벌, 영미컬링체험 등) 	1,950백만 원 (975백만 원)	적격 (지속 지원)
서귀포시 (2년차)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업명 : 서귀포시 글로벌 축구도시 조성 사업 ○ 사업내용 <ul style="list-style-type: none"> - 수익사업(축구육성센터 조성, 유소년 축구클럽 활성화 등), 도시브랜드사업(국제 유스축구대회, 한중일 축구대회 등), 공익사업(찾아가는 축구특강 등) 	1,950백만 원 (975백만 원)	적격 (지속 지원)

3) 스포츠산업기술 연구개발지원사업(R&D)

(1) 스포츠산업기술 연구개발지원사업의 개념 및 필요성

스포츠 활동의 가치 재조명에 따라 스포츠산업의 중요성이 더욱 증대되어 가고 있지만 스포츠산업 연구·개발(Research & Development)에 대한 직접적인 지원은 2018년 기준 전체 연구·개발사업(196,681억원) 중에서 문화체육관광 포함 761억원(0.38%)에 불과하여 매우 부족한 실정이다.

〈표 4-84〉 스포츠산업기술 연구개발지원사업 예산 현황

구 분	'11년	'12년	'13년	'14년	'15년	'16년	'17년	'18년
예산 (억원)	70	72	77	87	130	141	97	78



〈표 4-85〉 부처별 연구·개발사업 예산 현황

구분	2016	2017	2018
과학기술정보통신부	65,571	67,484	67,357
방위사업청	25,571	27,838	29,017
산업통상자원부	34,073	32,057	31,623
교육부	17,397	17,481	17,488
중소벤처기업부	9,563	11,172	10,917
농촌진흥청	6,305	6,356	6,533
해양수산부	5,723	5,935	6,145
보건복지부	5,323	5,243	5,479
국무조정실·국무총리비서실	4,659	4,546	4,784
국토교통부	4,458	4,738	5,058
환경부	3,054	3,026	3,010
농림축산식품부	2,184	2,095	2,198
산림청	1,040	1,038	1,093
기상청	1,641	1,286	1,328
식품의약품안전처	819	844	857
문화체육관광부	858	753	761
원자력안전위원회	612	645	692
행정안전부	686	430	576
국방부	410	383	456
문화재청	383	403	451
특허청	388	372	368
기타	222	491	491
총합(억 원)	190,942	194,615	196,681

주: 1. 각 연도 본예산 기준

2. 기타는 경찰청, 해양경찰청, 소방방재청, 기획재정부, 고용노동부, 통일부, 외교부, 여성가족부, 인사혁신처, 공정거래위원회, 법제처, 대검찰청 등

자료: 국회예산정책처, “국가연구개발사업 분석”(2019)

정부는 스포츠과학 기반기술의 연구개발을 통해 스포츠산업의 경쟁력을 제고하고 스포츠산업을 고부가가치 산업으로 육성하기 위해 2007년부터 추진하고 있는 스포츠산업 기술개발사업의 사업규모를 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 종료되었고 신규사업인 스포츠서비스 사업화지원이 2018년부터 시작되었다. 2018년 78억원 중 기존사업인 스포츠산업기술기반조성에 55억 9,400만원, 스포츠서비스 사업화지원에 21억 5,600만원을 배정하였다. 스포츠산업기술 연구개발지원사업은 고부가가치 용품개발, 중소기업 애로 기술 개발 지원, 서비스 R&D 지원을 통한 스포츠산업 경쟁력 강화, 훈련(경기)장비 개발을 통한 전문스포츠 경기력 향상, 스포츠 참여 활성화 기술 개발을 그 목적에 두고 있다.

정부는 부족한 재원을 효과적으로 활용하기 위해 스포츠 융·복합 기술 분야 투자 확대, 스포츠산업체 기술 경쟁력 강화를 위한 지원기반 확충, R&D 성과제고를 위한 사업관리 프로세스 개선, 효과적 R&D 지원을 위한 전문기관 역량 강화를 사업추진방향으로 설정하였다. 이에, 스포츠산업기술 연구개발지원사업은 스포츠산업 경쟁력 강화를 위한 고부가가치 기술개발 지원과, 지역 기반의 스포츠산업 연구개발 지원기반 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.

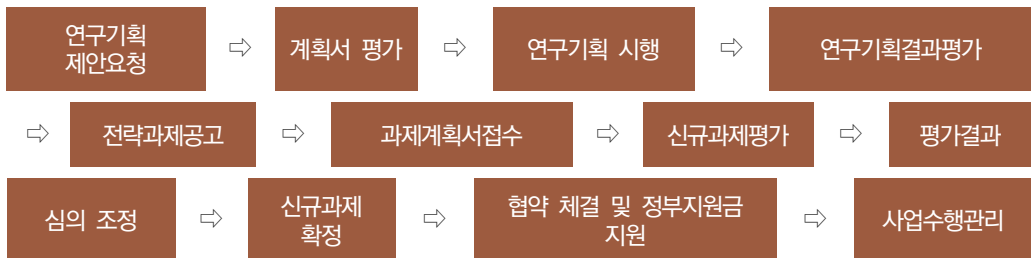
〈그림 4-13〉 스포츠산업기술 연구개발지원 사업 추진 체계



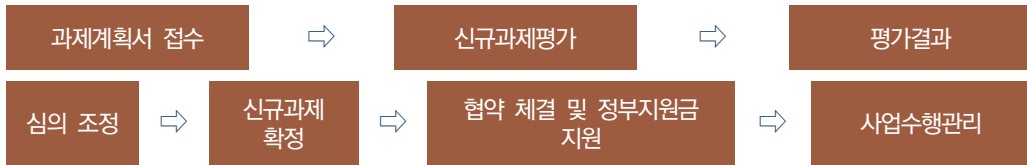
(2) 스포츠산업기술 연구개발지원 사업의 추진과정

정부는 자유공모과제, 지정공모과제, 정책과제로 구분하여 공모하였으며 자유공모과제는 스포츠산업 종사 기관에서 자체적으로 기술개발이 필요하다고 파악된 과제를 스스로 제안하여 과제를 수행하는 것이고, 지정공모과제는 정부가 기술수요조사를 통해 수렴된 장·단기적으로 연구·개발이 필요한 기술의 제안서를 제시하여 이를 수행할 기관, 업체를 선정·지원하고, 정책과제는 정부가 정책적으로 필요하다고 판단한 과제를 공모를 통해 적정한 기관 혹은 업체를 선정하여 지원하게 된다. 지정과제의 선정은 연구기획 제안요청서에서부터 사업수행관리까지 총 13단계의 절차를 거쳐 추진하였으며, 자유공모과제는 계획서 접수에서 사업수행관리까지 총 7단계의 절차를 거쳐 추진하였다.

〈그림 4-14〉 지정과제 선정절차



〈그림 4-15〉 자유공모 과제 선정절차



(3) 스포츠산업기술 연구개발지원사업의 성과

정부는 2018년 총 11개의 스포츠산업기술 연구개발지원사업의 과제지원은 정책과제 총 1개, 지정공모과제 총 10개로 구성되어있다.

〈표 4-86〉 스포츠산업기술개발사업(R&D) 과제지원 실적

연도	합계 (단위: 백만 원)		정책과제		지정공모				자유공모 (사업화 포함)		지역거점	
	과제수	지원액	과제수	지원액	전략		일반		과제수	지원액	과제수	지원액
					과제수	지원액	과제수	지원액				
'07~'13년	121	37,442	18	3,600	24	22,723	12	2,355	67	8,764	-	-
'14년	24	8,100	-	-	8	5,000	3	600	13	2,500	-	-
'15년	33	10,470	1	1,500	-	-	9	4,070	14	2,420	9	2,480
'16년	30	13,611	3	3,215	-	-	12	5,026	5	890	10	4,480
'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	-	-	-	-
합계	239	85,850	25	11,590	32	27,723	55	22,427	103	15,150	24	8,960

주: 스포츠산업기술기반조성('07~'18), 스포츠서비스 사업화지원('18)

〈표 4-87〉 스포츠산업기술 연구개발지원 사업 추진과제 현황

연도	과제명	기관명
2018	스포츠 멀티 인공환경 구현시스템 기반 다중압력(음/대기/양) 일체형 챔버 개발	(주)인터오션
	4D 실감형 설상 시뮬레이터 개발	(주)위저드
	능동형 서스펜션기반 장애인 선수용 모노스키 개발	(주)한국컴포짓
	무선기반 다채널 근적외선 분광장치 개발 및 개인 맞춤형 훈련 제공을 위한 근육활성도 모니터링 훈련시스템 개발	(주)오비리랩
	스포츠 방송 콘텐츠 개발을 위한 다시점 다채널 중계시스템 기술 개발	포항공과대학교 산학협력단
	하지장애인 잔존기능 강화용 전신 운동기구의 IoT기반 안전 운동 관리 서비스	(주)소닉월드
	물밖에서 하는 인체 실감형 차세대 수영 트레이닝 운동기구	(주)바로텍시너지
	스케이트날의 미세패턴 공정기술 및 광섬유 레이저 가공 시스템 개발	(주)준성이엔알

연도	과제명	기관명
	해양 안전을 위한 다이빙 컴퓨터 내장형 스마트 슈트 개발	(주)유컴테크놀러지
	프레임강성에 따른 선수의 최대 파워의 상관관계 연구와 이를 활용한 선수 맞춤형 프레임 제작 지원 서비스	윈앤윈(주)
	빅데이터와 머신러닝 기반 개인 맞춤형 생활체육 추천 플랫폼 개발	(주)스위트케이
	실내 체육시설 바닥재의 시공성 향상 및 계층적 충격흡수를 적용을 위한 다목적 마루틀 모듈개발	(주)마루다움
	청소년용 실감체험형 스포츠통합 플랫폼 기술 개발	한국전자통신연구원
	드론스포츠 경기운영 및 중계용 서비스 기술 개발	포항공과대학교 산학협력단
	스포츠 평가기반 맞춤형 시니어 피트니스 서비스 기술 개발	동아대학교 산학협력단
	생활스포츠 활성화를 위한 스마트 디바이스 기반 경기지원 서비스 기술 개발	(주)아이온커뮤니케이션즈

2018년 스포츠산업 기술개발사업을 추진한 결과 국외 논문(SCI) 12편, 국외 논문(비SCI) 9편을 발간하였으며, 국내외 특허 출원(36건) 및 등록(21건)을 달성하였고, 9건이 사업화되었다.

〈표 4-88〉 스포츠산업 기술개발사업의 추진실적

(단위 : 건)

구분	논문		학술대회 (해외, 기타)	특허		기술료	사업화
	SCI(국외)	비SCI(국외)		출원(국외)	등록(국외)		
2011	4	17	4	25	-	3	8
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
계	36	135	315	248	94	45	54

*출처 : 2011~2017 - 국가과학기술정보서비스(2017)
2018 - 스포츠산업기술개발사업 성과추적 조사 결과보고서(2019)



4 스포츠산업 전문 인력 양성 사업

1) 스포츠산업 전문 인력 양성기관 지원 사업

(1) 스포츠산업 전문 인력 양성기관 지원 사업 개념 및 필요성

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 한국스포츠정책과학원)을 통해 ‘스포츠산업 전문 인력 양성사업’을 추진해왔으며 스포츠마케터, 스포츠시설 경영 관리자 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. 따라서 정부는 2009년부터 지역별 특성을 고려한 ‘스포츠산업 전문 인력 양성기관 지원 사업’(09~13)을 신설하여 전국 5개 양성기관을 선정, 지원해왔다. '09년부터 13년까지(5년) 시행된 스포츠산업 전문 인력 양성기관 지원사업의 주요 실적은 다음과 같다. 매년 5개 기관에서 총 10개 교육과정(10~13)이 운영되어 연평균 교육시간이 895.2시간이며, 5년간 총 2,332명의 지역 스포츠산업 전문 인력이 양성되었다.

〈표 4-89〉 '09~'13년 스포츠산업 전문 인력 양성기관 지원 사업 추진 실적

(단위 : 시간, 명)

기관명 (지자체)	교육과정	교육 시간					양성 인원				
		2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
단국대 (충남)	스포츠마케팅 전문 인력 과정	-	91	124	106	97	-	42	42	40	40
	스포츠관광 전문 인력 과정	-	91	124	106	97	-	41	36	40	40
대구대 (경북)	골프장경영 및 마케터과정	100	94	90	90	72	81	48	49	55	32
	골프클럽 피팅 전문가 과정	-	94	90	90	72	-	65	44	56	32
동명대 (부산)	골프장 코스관리자 과정	100	-	-	-	-	23	-	-	-	-
	스포츠 이벤트 기획 및 마케팅 전문가 과정	-	90	90	90	72	-	37	53	59	52
	해양스포츠 비즈니스 전문가 과정	75	90	93	90	90	26	40	53	39	47
목포대 (전남)	프로스포츠 산업 및 용품 교육과정	60	-	-	-	-	28	-	-	-	-
	모터스포츠 시설과 모터스포츠 이벤트 경기운영 전문가 프로그램	-	-	-	-	76	-	-	-	44	
	레저스포츠시설을 활용한 스포츠 이벤트 관공· 마케팅 전문가 과정	-	-	-	-	96	-	-	-	43	
	스포츠이벤트 마케팅 전문가 과정	75	102	94	90	-	68	40	53	56	-
	레저스포츠시설을 통한 지역스포츠관광 전문가 과정	-	102	92	94	-	-	40	52	54	-
호남대 (광주)	스포츠시설을 통한 참여스포츠 관광 마케팅 전문가 과정	75	-	-	-	-	59	-	-	-	-
	스포츠 이벤트 및 관광 마케팅 전문가 과정	72	90	99	90	90	27	60	70	56	48
	스포츠 시설 및 승마 산업 전문 인력과정	-	-	-	90	90	-	-	-	69	50
	스포츠시설 관리 전문가 과정	72	90	97	-	-	20	50	51	-	-
남서울대 (충남)	골프 전문 인력(캐디) 과정	72	-	-	-	-	53	-	-	-	-
	스포츠 마케터 과정	60	-	-	-	-	29	-	-	-	-
	스포츠 시설경영 관리자 과정	60	-	-	-	-	28	-	-	-	-
	스포츠 비디오 분석 전문가 과정	62	-	-	-	-	40	-	-	-	-
총 계		761	934	993	936	852	414	463	503	524	428

※ 2009년 남서울대가 1년간 교육과정을 운영하였고, 2010년도부터는 단국대가 참여하였음.

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 강화하였고, 지원기관의 수(5→4) 축소를 통해 기관별 지원 규모를 확대하여 교육과정의 실효성을 제고하였으며 일자리 연계, 직무능력 향상 등 실제 성과중심 평가를 강화하였다.

(2) 스포츠산업 전문 인력 양성기관 지원 사업 추진과정

스포츠산업 전문 인력 양성기관 지원 사업은 스포츠산업 현장의 인력난과 인력수급 불일치를 해소하기 위해 지역 스포츠산업 전문 인력을 양성함으로써 지역별 우위 및 유망한 스포츠산업의 육성을 목적으로 하였다. 이를 통해 추진과정은 2014년 선정된 4개 기관(단국대, 동명대, 순천대, 호남대)의 1차년도 결과보고서 평가를 통해 2015년 2차년도 사업승인 및 시행 여부가 결정되었고, 2015년 연차평가순위에 따라 기관별 차등지원이 이루어졌다. 2016년 운영기관인 단국대가 사업을 반납(2016년 12월 13일)함에 따라 스포츠산업 전문 인력 양성기관지원 사업의 제 4차년도 (2017.06.01. ~ 2017.12.31.)에 백석대(충청남도)가 추가로 지원 확정되었다. 2018년은 지원 마지막 해로 총 4개 기관(동명대, 호남대, 백석대, 순천대)이 지원되었다.

〈표 4-90〉 스포츠산업 전문 인력 양성기관 지원 사업 추진과정

구분	주요내용										
목적	<ul style="list-style-type: none"> 스포츠산업 현장의 인력난과 인력수급 불일치를 해소하기 위해 지역 스포츠산업 전문 인력을 양성함으로써 지역별 우위 및 유망한 스포츠산업 육성 										
추진과정											
지원내용	<ul style="list-style-type: none"> 스포츠산업 전문 인력 양성기관 개설 및 운영 보조금 지원 <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>교육운영</th> <th>운영지원</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>대상</td> <td>지자체 운영 양성기관</td> <td>한국스포츠정책과학원</td> </tr> <tr> <td>역할</td> <td>교육커리큘럼 구성 및 운영, 홍보 등</td> <td>사업계획 승인, 사업비 지원, 평가 등</td> </tr> </tbody> </table>		구분	교육운영	운영지원	대상	지자체 운영 양성기관	한국스포츠정책과학원	역할	교육커리큘럼 구성 및 운영, 홍보 등	사업계획 승인, 사업비 지원, 평가 등
구분	교육운영	운영지원									
대상	지자체 운영 양성기관	한국스포츠정책과학원									
역할	교육커리큘럼 구성 및 운영, 홍보 등	사업계획 승인, 사업비 지원, 평가 등									
지원기간	<ul style="list-style-type: none"> 5년 지원 원칙 (성과 평가를 매년 실시하여 계속 지원 여부 결정) 										
지원대상	<ul style="list-style-type: none"> 4개 기관 부산, 충남, 광주, 전남 지자체별 양성기관 (호남대, 동명대, 순천대, 백석대) 										
사업기간	<ul style="list-style-type: none"> 2014년~2018년 2018. 1월 ~ 12월 										



사업비	• 300백만 원					
교육과정	<ul style="list-style-type: none"> 지역별 스포츠산업 수요와 기반을 충분히 고려, 이론 중심이 아니라 현장 실습 등 실무 중심으로 교육과정 설계 교육과정에 대한 운영시간, 교과목, 교육 형식 등에 대한 제한 없음 					
	지자체	양성 기관	과정명	교육 기간	교육 시간	교육 인원
	부산광역시	동명대	·스포츠 마케팅 전문가 ·피트니스산업 전문가	승인일 ~ 12월	과 정 당 90 시간 이상	80명
	광주광역시	호남대	·스포츠레저이벤트개발 전문 인력 ·스포츠시설경영 전문 인력			80명
	전라남도	순천대	·지역 스포츠산업 창업 전문가 ·지역 특화 스포츠관광 전문가			80명
충청남도	백석대	·스포츠 마케팅 전문가 ·스포츠 관광 이벤트 전문가	80명			
교육대상	<ul style="list-style-type: none"> 스포츠산업체 및 스포츠시설업 취업창업 희망자, 대학(원) 재학생, 스포츠산업 관련 종사자 등 체육 계열에 한정하지 않음. 다만, 대학(원)에서 운영하는 학과과정과의 차별을 위해 본교 학생비율은 30% 미만으로 제한 					
선정 평가기준	• 사업전략 및 체계, 교육과정의 설계 및 내용, 수행기관 역량 등					

(3) 스포츠산업 전문 인력 양성기관 지원 사업 추진실적 및 성과

'13년까지 시행된 지자체별 스포츠산업 전문 인력 양성기관 지원사업의 성과 및 문제점 분석을 통해 지역별 경쟁우위 유망 스포츠산업 육성과 스포츠산업 현장의 인력수급 불일치를 해소하기 위해 '14년부터는 지역별 스포츠산업 수요와 기반을 충분히 고려하여 이론 중심의 교육과정이 아니라 현장 실습 등 실무 중심으로 교육과정 설계를 강화하여 기존 사업의 내실화를 도모하였다. 전국 4개 양성기관의 주요 교육과정 및 추진실적은 다음과 같다.

호남대의 경우 자격증 취득은 37건, 스포츠산업 10년 지역발전 심포지움, 아이디어공모전을 진행하였고, 스포츠산업아이템공모전 발표자료16개를 개발하였다. 2009~2018년 누적 수료생 930명을 달성하였다. 취업은 11명, 창업은 5명 달성하였다. 백석대의 경우 자격증 취득 14건, 스포츠경영관리사 획득 6건, 취업 11명, 창업 2명, 인턴 4명을 달성하였고, MOU는 해외 2건을 포함하여 총 8건을 달성하였다. 동명대는 스포츠마케팅전문가 과정에서 수료율 87.5%를 달성하였으며, 피트니스 전문가 과정의 수료율은 95.0%였다. 충남 태안 해양스포츠 국내연수를 진행하였고, 우수교육생 12명의 일본 해외연수, 제3회 스포츠산업인력양성 사업단 보디빌딩&휘트니스 대회를 개최하였다. 순천대는 총 10회의 현장견학을 실시하였고, 역량강화 컨퍼런스를 진행하고, 4곳의 스포츠단체와 MOU를 체결하여 총 38곳과 MOU를 체결하였다. 총 5명이 취업하여 누적 취업생은 22명이며, 5명이 자격증을 취득하였고 수강생 DB자료를 제작하여 100여개 단체에 발송하였다.

〈표 4-91〉 스포츠산업 전문 인력 양성기관 교육과정 운영 현황

(단위 : 시간, 명)

구분	교육과정	교육기간	교육시간	교육생(명)	
				선발	수료
동명대 (부산)	스포츠마케팅 전문가 과정	2018.07.07. ~2018.11.11.	84	40	35
	피트니스산업 전문가 과정			40	38
순천대 (전남)	지역 에코 스포츠산업 창업전문가 과정	2018.03.01. ~2018.11.30.	96	40	73
	지역 특화산업과 접목한 스포츠관광전문가과정			40	
호남대 (광주)	스포츠·레저 이벤트 개발 전문 인력 과정	2018.04.02. ~2018.08.31.	90	104	94
	스포츠시설경영 전문 인력 과정	2018.08.01. ~2018.10.31.			
백석대 (천안)	스포츠마케팅 전문가 과정	2018.05.23. ~2018.11.05.	100	40	36
	스포츠관광 전문가과정	2018.05.23. ~2018.11.05.		40	36

2) 스포츠산업분야 인턴십 지원 사업

(1) 스포츠산업분야 인턴십 지원 사업 개념 및 필요성

스포츠산업분야의 보다 많은 고용 창출을 위해서는 현장 수요에 적합한 인력공급이 필요하며, 특히, 스포츠 산업 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 한국스포츠정책과학원) 주관으로 국가기술자격인 스포츠경영관리사 자격증 취득자 155 명을 대상으로 스포츠산업체에 인턴사원으로서 현장의 실무를 익힐 수 있는 현장중심 교육과정을 개발하여 창의적이고 실무역량을 갖춘 전문 인력 양성을 지원해왔다.

〈표 4-92〉 스포츠경영관리사 인턴십 지원 사업 실적 현황

(단위 : 명)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	계
스포츠경영관리사 인턴십	19	23	22	21	25	25	20	155

※출처: 국민체육진흥공단 한국체육과학연구원(현 한국스포츠정책과학원)

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

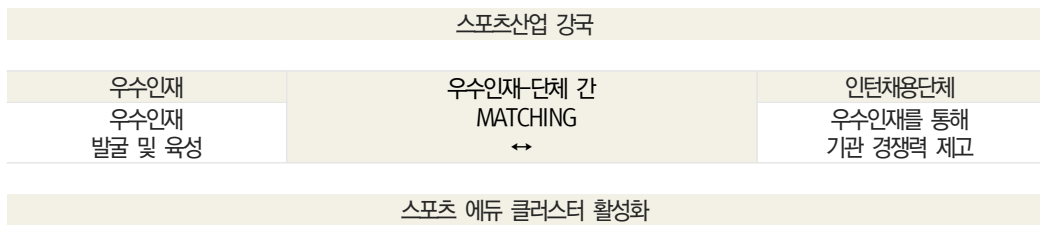


종료 후 인턴사원 미채용 시 패널티를 부여하는 제도를 도입하였고, 2년 연속 미 채용시에는 지원기업 선정 심사 시 감점(5점)처리하여 관리를 보다 강화하였다. 또한, 국민체육진흥공단과 한국경제신문 기관이 지원하는 2016년 체육분야 인턴지원 사업으로 역량 있는 국내 체육분야 우수인재를 발굴하여 육성하고, 다양한 직군과의 매칭을 통해 스포츠산업의 일자리 확장성을 제고하였다. 전문적이고 다양한 직군의 인턴채용단체를 통해 스포츠산업 직군의 스펙트럼 확대를 지원하여 이를 통해 우수인재의 지속적인 관리와 국내·해외취업 정보 공유를 위해 다각도의 콘텐츠를 활용한 스포츠 에듀 클러스터의 활성화를 도모하였다.

(2) 스포츠산업분야 인턴십 지원 사업 추진과정

스포츠산업분야 인턴십 지원 사업은 스포츠 산업분야의 인력수급 불균형 해소를 위하여 스포츠 및 타 분야에 있는 전공인력의 지속적인 공급체계를 구축으로 하여 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.

〈그림 4-16〉 스포츠 에듀 클러스터 활성화



〈표 4-93〉 스포츠산업분야 인턴십 지원 사업 추진과정

구 분	주요내용									
목 적	• 스포츠산업분야의 인력수급 불균형 해소 및 경쟁력 강화									
추진과정	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 33%;">채용기업 공모 및 선정 ↓ 운영기관↔기업</td> <td style="width: 33%;">인턴 모집 공고 및 채용계약체결 ↓ 인턴↔기업</td> <td style="width: 33%;">협약체결 ↓ 운영기관↔기업</td> </tr> <tr> <td>▷</td> <td>인턴 근무 및 급여지급 ↓ 인턴↔기업</td> <td>▷</td> </tr> <tr> <td></td> <td>지원금 지급 (매월) ↓ 운영기관↔기업</td> <td></td> </tr> </table>	채용기업 공모 및 선정 ↓ 운영기관↔기업	인턴 모집 공고 및 채용계약체결 ↓ 인턴↔기업	협약체결 ↓ 운영기관↔기업	▷	인턴 근무 및 급여지급 ↓ 인턴↔기업	▷		지원금 지급 (매월) ↓ 운영기관↔기업	
채용기업 공모 및 선정 ↓ 운영기관↔기업	인턴 모집 공고 및 채용계약체결 ↓ 인턴↔기업	협약체결 ↓ 운영기관↔기업								
▷	인턴 근무 및 급여지급 ↓ 인턴↔기업	▷								
	지원금 지급 (매월) ↓ 운영기관↔기업									
지원대상	• 인턴채용기관(공고)									

구 분	주요내용			
지원내용	• 스포츠산업분야 인턴채용 기업(기관) 보조금 지원			
	구 분	인턴사원	채용기업	운영지원
	대 상	스포츠산업 종사 희망자	스포츠 산업체 45개 기업	한국스포츠정책과학원
역 할	인턴근무 및 실무체험	인턴고용 및 복무관리	채용기관 선발, 인건비 지원	
지원조건	<ul style="list-style-type: none"> • 인턴근무자 월 20일 또는 160시간 이상 근무 시 지원금 전액 지급 • 상기 조건 미충족시 근무일 기준 일할 계산 • 채용기관은 지원금과 별도로 4대 보험 가입, 월 30만원 이상 자부담 			
지원기간	• 2018. 03월 ~ 2018. 12월(인턴 근무 : 3 ~ 8개월)			
사 업 비	• 1,297.5백만 원			
지원규모	<ul style="list-style-type: none"> ※ 국내인턴 • 자원인원 및 금액: 120명, 1인 110만원/월 • (기본사항)기본 4개월 + 정규직 전환시 4개월 추가지원(최대 8개월 지원) (전문분야) 교육+4개월 인턴 (추가선발) 3개월 • 월 20일 이상 또는 160시간 이상 근무시 전액 지급(월차, 정기휴가, 병가시 근무 인정) • 동 기준 미 충족시 일할계산 (5만원/1일) 및 1일 4시간 미만 근무시 지급 제외 ※ 해외인턴 • 자원인원: 45명 • 지원금액: 1인 체재비 대상국가에 따라 차등지급(108~200만원/월), 항공·비자·보험료 실비지원 • 지원기간: 3개월(취업비자 無)/ 6개월(취업비자 有) 			
참여대상	<ul style="list-style-type: none"> ※ 국내인턴 • 인턴사원 자격 조건 <ul style="list-style-type: none"> - 인턴신청일 현재 미취업 상태인 자(군필 또는 면제자) - 고졸자, 대학졸업 또는 졸업예정자, 사이버대 재학자 참여 가능 • 참여대상: 국내 스포츠산업체 및 체육관련 단체(스포츠 관련 영리법인, 기관, 단체, 협회, 연맹 등) • 필수조건: 4대 보험 가입 및 주 40시간 근무 가능 기업, 기금지원금 이외 기업대응자금 지원(최소 500천원 이상) ※ 해외인턴 • 인턴사원 자격 조건 <ul style="list-style-type: none"> - 인턴신청일 현재 미취업 상태인 자(군필 또는 면제자) - 고졸자, 대학졸업 또는 졸업예정자, 사이버대 재학자 참여 가능 • 참여대상: 해외 스포츠산업체 및 체육관련 단체(스포츠 관련 영리법인, 기관, 단체, 협회, 연맹, 연구소 등) • 선정기준: 사업연관도, 인지도, 향후 국내스포츠산업 부분 확장성, 인턴수행 관리 시스템, 채용가능성 등 평가 			

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 신청자의 선호도(3지망)에 따라 기업-인턴 간의 매칭결과를 해당 기관에 통보하여 지원기업이 자체 면접심사를 거쳐 업무수행에 필요한 역량과 자질을 갖춘 인턴사원을 채용한다. 2018년 사업에서는 인턴십 지원 4개월에 정규직 전환시 4개월 추가 지원을 통해 최대 8개월까지 지원이 늘어났다. 이는 인턴십 지원사업을 통해 장기적 채용 효과를 유도하고자 하였다.



〈표 4-94〉 체육분야 국내 인턴십 지원 사업 추진과정

구 분	주요내용																					
목 적	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 체육 분야 협·단체에 우수인재 채용기회를 제공하여 유관 사업 수행역량을 증진시키고, 고용연계를 통해 일자리 창출에 기여 - 국내 기관에서 인턴십 통해 경력설계를 돕고, 실무능력 갖춘 전문 재원양성 																					
사업기간	<ul style="list-style-type: none"> • 1차: 2018년 03월 ~ 2019년 02월 (4개월 + 정규직 전환시 4개월) • 2차: 2018년 11월 ~ 2019년 2월 (4개월) 																					
추진과정	기관공모	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 온라인 신청 (http://spoils.kspo.or.kr) ▶ JOB FAIR 신청 (이메일) 	3월 8일 (목) 7월 10일(화) ~8월 24일(금)																			
	↓																					
	기관선정	▶ 선정기관 최종발표	3월 21일 (수) 9월 7일 (금)																			
	↓																					
	인턴공모	▶ 온라인 신청 (http://spoils.kspo.or.kr)	4월 2일 (월) ~ 13일 (금) 9월 11일 (월) ~ 10월 4일 (목)																			
	↓																					
	인턴면접	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 선정기관별 자체 시행 ▶ 스포츠산업 JOB FAIR 행사장 	4월 16일 (월) ~ 19일 (목) 10월 26일 (금)																			
	↓																					
	최종발표	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 인턴수행자 최종선정 및 결과통보 ▶ 근로계약 체결 	4월 20일 (금) 11월 5일(월)~ 11월 6일(화)																			
	↓																					
	직무교육	▶ 사전 직무교육	5월 2일 (수) -																			
	↓																					
	인턴근무	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 인턴근무(4개월 +정규직 전환 4개월) ▶ 인턴근무(4개월) 	18년 5월 2일 ~ 12월 31일 11월 5일(월) ~ '19 2월 28일 (목)																			
지원대상	<ul style="list-style-type: none"> • 1차: 참여기관 87개사, 인턴수행자 100명 선정 • 2차: 참여기관 50개사, 인턴수행자 50명 선정 - 참여기관 : 국내 체육분야 유관 협·단체 (기관·협회·연맹 등) - 인턴수행자 : 미취업 상태의 만 34세 이하인 자 ※ 대학 졸업(예정)자나 이에 상응하는 자격을 가진 자로, 전공 무관																					
지원규모	<ul style="list-style-type: none"> • 인턴수행자 1인 당 월 1,000천원의 정부보조금 지원 • 기관대응자금 1인당 최소 500천원/월 이상 • 인턴수행자 4대 보험 필수 가입 및 주 40시간 근무 <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">구분</th> <th colspan="2">1차</th> <th>2차</th> </tr> <tr> <th>2018.5~8월(4개월)</th> <th>2018. 9. ~ 12월 (2개월 정규직 전환)</th> <th>2018년 11월 ~ 2019년 2월(4개월)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>○인턴총급여</td> <td>1,600천원</td> <td>1,600천원</td> <td>1,600천원</td> </tr> <tr> <td>-정부지원금</td> <td>1,100천원</td> <td>1,100천원</td> <td>1,100천원</td> </tr> <tr> <td>-기업대응자금</td> <td>500천원</td> <td>500천원</td> <td>500천원</td> </tr> </tbody> </table>			구분	1차		2차	2018.5~8월(4개월)	2018. 9. ~ 12월 (2개월 정규직 전환)	2018년 11월 ~ 2019년 2월(4개월)	○인턴총급여	1,600천원	1,600천원	1,600천원	-정부지원금	1,100천원	1,100천원	1,100천원	-기업대응자금	500천원	500천원	500천원
구분	1차		2차																			
	2018.5~8월(4개월)	2018. 9. ~ 12월 (2개월 정규직 전환)	2018년 11월 ~ 2019년 2월(4개월)																			
○인턴총급여	1,600천원	1,600천원	1,600천원																			
-정부지원금	1,100천원	1,100천원	1,100천원																			
-기업대응자금	500천원	500천원	500천원																			
기관모집	<ul style="list-style-type: none"> • 지원자격 • 신청방법 	국내 체육분야 유관 단체 (기관·협회·연맹 등) 잡스포이즈 (http://spoils.kspo.or.kr)																				

〈표 4-95〉 체육분야 해외 인턴십 지원 사업 추진과정

구분	주요내용				
목적	<ul style="list-style-type: none"> 국내 우수인재의 세계 스포츠산업 진출 지원을 통해 글로벌 실무 능력을 갖춘 전문 재원을 양성 <ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 스포츠분야 기업·기관에 우수인재 채용기회를 제공함으로써 양국 스포츠산업 동반성장과 협력관계를 모색 				
사업기간	<ul style="list-style-type: none"> 1차: 2018년 5월 ~ 2019년 2월 (3·6개월간, 기간별·국가별 상이) 2차: 2018년 11월 ~ 2019년 2월 (3개월간) 				
지원대상	<ul style="list-style-type: none"> 1차: 참여대상 11개국 18개 기관·인턴수행자 29명 2차: 참여대상 10개국 20개 기관·인턴수행자 24명 <ul style="list-style-type: none"> - 참여기관 : 글로벌 스포츠분야 유관 기업·기관 (협화·연명 등) - 인턴수행자 : 만 34세 이하의 대학졸업(예정)자 ※ 방송·통신대학교, 사이버대학교, 야간학교에 재·휴학 중인 자 참여 가능 				
지원범위	<ul style="list-style-type: none"> • 왕복항공권 제공 (국제선 이코노미석 기준) • 파견기간 동안 여행자, 장기체류 보험 가입 ※ 체제비는 인턴수행자의 매 월 근무일지 검토 후 지원금 지급 				
	등급	국가 및 도시	지원금/월		
	가	홍콩·싱가포르·런던(영국)·동경(일본)	2,000,000원		
	나	북경(중국)·일본 기타지역·독일·포르투갈	1,600,000원		
	다	중국 기타지역·태국·말레이시아·호주·체코·폴란드	1,240,000원		
라	베트남	1,080,000원			
추진과정	인턴공모	▶ 온라인 신청 (http://spois.kspo.or.kr/job)	4월 4일 (수) ~ 20일 (금) 9월 11일(월)~10월 11일(목)		
	↓	서류발표	▶ 채용기관 서류 심사 ▶ 면접대상자 선발	4월 23일 (월) 10월 15일(월) ~ 10월 19일(금)	
	↓	인턴면접	▶ 선정기관별 면접 전형 자체 시행 ▶ 스포츠산업 JOB FAIR 행사장	4월 30일 (월)~ 5월 7일 (목) 10월 26일 (금)	
	↓	최종발표	▶ 인턴수행자 최종선정 및 결과통보	5월 11일 (금) 10월 31일 (수)	
	↓	직무교육	▶ 사전 직무교육 (올림픽공원 스포츠비즈니스홀)	5월 28일(월) ~ 6월 1일 (금) -	
	↓	인턴근무	▶ 6~7월 중 출국 및 근무 ▶ 11~12월 중 출국 및 근무	비자재발급 상황에 따라 상이	
	사업비	인턴 지원금 교부현황			
		지원기관	지원인원	지원기간	총 체제비
1차		18	29	3·6개월	207,800,000원
2차	20	24	3개월	96,780,000원	



(3) 스포츠산업분야 인턴십 지원 사업 성과

2018년 스포츠산업분야 국내 인턴 지원 사업은 1, 2차 총 134개사, 150명을 지원하였다. 그 중 국내인턴 74명(1차 54명, 2차 20명)은 정규직 전환 등의 취업으로 이어졌다.

〈표 4-96〉 '18년 스포츠산업분야 인턴 지원 사업 모집공모 및 채용결과

구 분	인턴채용 희망기업 공모	인턴사원 모집 공모	인턴채용 및 협약체결
내 용	한국스포츠정책과학원에 인턴십 지원신청서 제출	잡스포이즈 사이트 활용	협약체결 한국스포츠정책과학원 ↔인턴채용기관
공모결과	134개 기업, 150명 지원, 74명 채용연계		

〈표 4-97〉 '18년 스포츠산업분야 국내인턴 지원 사업 1,2차 선정 기관 현황

사)한민족마상무예격구협회	(주)바이트커뮤니케이션즈	(주)씨애플에스	(사)한국스포츠관광마케팅협회
스포츠인재재단	사단법인 한국운동건강협회	주식회사 큐유이	아이엠티에이
(주)유니버즈컨설팅	스피크 재할의학과의원/퍼포먼스센터	(주)스포츠앤드비즈니스컴퍼니	(사)대한플로어볼협회
한국대학스포츠총장협의회	(사)대한정구협회	(사)대한테니스협회	사회적협동조합 플랜비스포츠
주식회사 핏투게더	(주)자앤에스코퍼레이션	문화기획창	(사)대한당구연맹
(사)대한봄슬레이스켈레톤 경기연맹	(주)무카스	온코	피터팬 유아체육
(사)대한스포츠아카데미협회	부산광역시승마협회	송강카누학교 서울분교	(주)힐라인
(주)링크데이터	더브릿지컨설팅	(주)컨시더씨	주식회사 항공세계화연구소
사단법인 한국풋살연맹	한국유소년축구연맹	(주)챔프뷰코리아	(사)대한핸드볼협회
국제e스포츠연맹	주식회사마애플	(주)제이앤제이미디어	(주)무토
(사)한국티볼협회	올핏 운동헬스케어 매니지먼트	사단법인 한국뉴스포츠협회	(주)브리온컴퍼니
주식회사 팀트웰브	사)스페셜올림픽코리아	(주) 스포츠 유니타이드	주식회사 스포츠패나틱
(사)대한기능재활운동협회	(주)아이공간	(주)비주얼스포츠	대한하키협회
(주)사이넷	대한민국배구협회	(사)대한근대 5종연맹	(주)스포티즌
(사)한국실업축구연맹	주식회사 스포츠웨이브	대한자전거연맹	재단법인 국민체력센터
(주)에스포텍	(주)오리온햄프로	대한스포츠경영관리사협회	(유)연천마라클아구단
더 레이어 커뮤니케이션	(주)에슬릿미디어	STN SPORTS	(주)아타스앤오션
(주)자이크로	주식회사 와이즈웰니스	위피크 주식회사	대한스포츠스태킹협회
평택시민축구단	주식회사 더폴스타	(사)대한럭비협회	해피라이징
(사)대한올림픽연맹	(주)아이플	주식회사 커무브	(주)세마스스포츠마케팅
(주)제이에스매니지먼트	(주)스포츠플러스	(주)크풋	디에스트레이딩
(주)티디지	닛소 스포츠과학연구소	IMG KOREA	
(사)대한하키협회	(사)대한럭비협회	(사)대한봄슬레이스켈레톤 경기연맹	(사)대한산악연맹
(사)대한스포츠아카데미협회	한국대학스포츠총장협의회	(사)대한펜싱협회	(유)연천마라클아구단
(주)위드라인	(주)그린헬스케어	(주)닛소	(주)세마스스포츠마케팅
(주)스포츠앤드비즈니스컴퍼니	(주)스포츠웨이브	(주)스포츠플러스	(주)에스포텍
(주)에스피에스코리아	(주)에어박스	(주)챔프뷰코리아	(주)헬스원

대한바이애슬론연맹	더 넘버스 커뮤니케이션즈	발광 엔터테인먼트	사단법인 경기도스페셜올림픽코리아
사단법인 대한근대5종연맹	사단법인 한국e스포츠협회	사단법인 한국뉴스포츠협회	사단법인 한국풋살연맹
사회적협동조합 플랜비스포츠	스포츠유나이티드	위피크 주식회사	주식회사 마이플레이컴퍼니
자이크로	주식회사 카무브	(주)아이폴	(주)해피라이징
큐엠아이티	광진구 시설관리공단	아우토반	

〈표 4-98〉 '18년 스포츠산업분야 국내 인턴 지원사업 채용 연계 실적

년도	인턴희망 기업모집	인턴근무 희망자모집	인턴지원		인턴 후 채용인원(B)	채용비율 (B/A)
			지원기업	지원인원(A)		
2015	68개	2,720명	34개	45명	19명	42.2%
2016	110개	1,357명	42개	46명	20명	43%
2017	105개	815명	38개	45명	24명	53.3%
2018	154개	1542명	87개	100명	54명	54%
	90개	990명	-	50명	20명	40%

〈그림 4-17〉 스포츠산업분야 인턴 지원 사업 만족도 조사

- 인턴근무 만족도 조사결과 (35명 인턴 사원 응답)
 - 인턴사업 만족도 : 매우만족(26%), 만족(54%), 보통(17%)
 - 가장 도움이 된 부분 : 현장직무능력 향상(77%)취업(20%)
 - 근무환경 만족도 : 매우만족(14%), 만족(63%), 보통(17%)
- 채용기업 만족도 조사결과 (27개 기업 응답)
 - 기업만족도 : 매우만족(70%), 만족(30%)

또한, 2018년에 체육분야 인턴 지원 사업을 통해서 사업 시행 4년차에 따른 인지도 향상으로 4년 연속 인턴 지원목표를 달성하였으며, 우수 채용기관 발굴로 인턴지원 기간 후 채용률 역시 높은 수준으로 유지되고 있다.

〈표 4-99〉 '18년 체육분야 인턴 지원 사업 인턴사원 성과

구 분	국내 인턴				국외 인턴			
	배치기관	목표인원	배치인원	채용률	배치기관	목표인원	배치인원	채용률
2016	40개	55명	55명	34.5%	18개 (10개국)	35명	35명	14.2%
2017	42개	55명	52명	38%	32개 (14개국)	52명	52명	19%
2018	137개	120명	198명	37.3%	38개 (11개국)	45명	51명	21.5%



〈표 4-100〉 '18년 체육분야 국내 인턴 지원 사업 인턴종료 후 취업현황

인턴근무 인원 수	인턴종료 후 채용현황				인턴계속 채용률	인턴채용 기관수	계속채용 기관 수	기관계속 채용률
	정규직	정밀매칭	인턴	합계				
198명	72명	6명	2명	80명	40.4%	137개	74개	54%

〈표 4-101〉 '18년 체육분야 1, 2차 국외인턴 지원 사업 모집기관 및 선정기관 현황

영국	Sports united	스포츠 매니지먼트/교육	슬로 베니아	NK Radomlie	스포츠 마케팅
미국	Indiana University	스포츠마케팅/교육-지도	태국	Bankok FC	스포츠 마케팅/매니저
	Bayside Pain Clinic	스포츠 의학/ 재활 스포츠		Sporticon	스포츠 마케팅/매니저
	Colosseum Athletic, Inc	스포츠의류 디자인		Mono Sport Entertainmaent	스포츠 마케팅
	IMG Academy	스포츠 매니지먼트/교육	포르투갈	Narrativa Tatica Lda	스포츠 마케팅
	Aquaracers Swim Club	수영강사			
	Icer Brands	Production			
	Matrix Shafts	제품 디자인			
	호주	Southpole	Production	러시아	Luch-Energia FC
BTC		홍보·마케팅			
KMA Academy		홍보·마케팅/교육-지도			
Sydney Blue Sox & Baseball NSW		마케팅/매니저			
Australian University Sport		홍보·마케팅			
Baseball Australia		스포츠 마케팅			
일본	Baseball Victoria	스포츠 마케팅	몬테네 그로	FK Rudar Pljevlja (FC)	스포츠 마케팅/매니저
	해피라이징	스포츠 마케팅			
	Runbridge Inc.	마케팅/매니저			
싱가포르	SaWada Sports Club	유아체육교육	아일랜드	ITU(Irish Taekwondo Union)	스포츠 마케팅/선수 트레이너
	Under Amor	MD		Sportscamp	스포츠 마케팅
	NTUC Club	시설 관리·운영	세르비아	FK "BORAC" - Čačak, Serbia	스포츠 마케팅
	Adidas	MD			
	New Balance	매장관리, 판매			
	Fitness First	트레이너			
	Geylang International F.C	스포츠 마케팅/트레이너			
	SINGAPORE ICE SKATING ASSOCIATION	스포츠 매니지먼트/코치			

〈표 4-102〉 '18 체육분야 해외 인턴 지원 사업 인턴종료 후 취업현황

인턴근무 인원 수	인턴종료 후 채용현황			인턴계속 채용률	인턴채용 기관수	계속채용 기관 수	기관계속 채용률
	정규직	비정규직	합계				
52명	4명	6명	10명	19%	32개	7개	21.8%

3) 스포츠산업 채용박람회(JOB FAIR) 개최 사업

(1) 스포츠산업 채용박람회 개최사업 개념 및 필요성

정부는 스포츠산업 관련 구직자 및 우수 인력의 취업정보 획득 및 관련 기업의 취업기회 제공을 위해 2011년도부터 스포츠산업 채용박람회(JOB FAIR) 개최를 지원하고 있다. 채용박람회는 스포츠산업계 간 교류강화, 정보교환, 인재 수급의 장을 제공하고, 스포츠산업계의 성장을 유도하는 의미 있는 행사로 매년 1만 명이 넘는 구직자가 참여하는 국내 유일 최대 규모의 스포츠산업 채용박람회로서 자리매김하고 있다. 2018년 스포츠산업 채용박람회 'JOB FAIR 2018'에는 138개 기업, 9,853명이 참가해 스포츠분야 진출 희망자에게 실질적인 정보를 제공하고, 채용연계로도 이어졌다.

〈표 4-103〉 스포츠산업 채용박람회 'JOB FAIR 2018' 개최 사업개요

구 분	주요 내용
목 적	<ul style="list-style-type: none"> • 스포츠산업 관련 전문 채용정보 박람회 개최를 통해 구인기업 및 구직자에게 다양한 취업정보와 기회를 제공하여 일자리 창출에 기여 • 구인기업에게는 우수인재 확보를 통한 기업 경쟁력 강화와 스포츠산업 분야 진출 희망자에게는 올바른 방법론 및 취업역량 강화의 장으로 활용 • 4차산업과의 접목을 통한 스포츠산업 비전 제시 및 미래일자리 정보 제공
사업기간	• 2018. 6월 7일 ~ 12월 31일
사업예산	• 141,000천원
사업시행주체	• 국민체육진흥공단
사업대상	• 국내외 스포츠산업 관련기업 및 스포츠산업 구직 희망자, 일반 관람객 등
사업 추진 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 행사명 : 스포츠산업 JOB FAIR 2018 • 일 시 : 2018년 10월 26일(금), 10시~17시 • 장 소 : KSPO DOME(올림픽체조경기장/송파구 방이동) • 참가규모 <ul style="list-style-type: none"> - 참가기업 수 : 138개사 - 행사 참가자 : 9,853명 - 전시부스 수 : 171개

스포츠산업 특화 채용(정보)박람회를 통하여 스포츠산업 관련 우수기업이 겪고 있는 구인난 해소와 더불어, 스포츠산업 관련 분야에 취업을 희망하는 구직자의 만남의 장을 제공하여 사회적 이슈가 되고 있는 청년실업률의 해소를 기대한다. 산업의 변화에 맞춰 4차 산업에 대한 스포츠산업 분야의 우수적용사례와 소개 및 홍보를 통한 사회적 관심을 유도하였다.



(2) 스포츠산업 채용박람회 개최사업 추진과정

서울에서 개최된 '제8회 스포츠산업 JOB FAIR 2018'은 스포츠산업 기업관과 테마관 1개 전시장으로 구성되었으며, 구직자와 구인자를 위한 다양한 부대행사 프로그램을 운영하였다.

〈표 4-104〉 '제7회 스포츠산업 JOB FAIR 2018' 전시장 구성

구 분	전시장 구성
기업관	• 채용관 • 정보관 • 해외취업관
테마관	• 4차 산업관 • 이벤트관
일자리 창업벤처관	• 스타트업관 • 창업지원관 • 일자리지원관
부대행사	• 컨설팅 • 이력서코칭 • 심리/적성검사 • 멘토링콘서트 • 면접코디 • 증명사진촬영
기타시설물	• 운영사무국 • 의무실 • 문서지원실 • 카페테리아 등

〈표 4-105〉 '제7회 스포츠산업 JOB FAIR 2018' 전시 규모

구 분	부스 수(3×3m)	비 고
채용관	62	3m*3/51개, 3m*6m/7개, 3m*9m/3개, 6m*6m/1개
정보관	35	3m*3m/30개, 3m*6m/4개, 3m*9m/1개
해외취업관	20	3m*3m
창업·벤처관	10	3m*3m
미래 일자리 정보	2	서울산업진흥원, 한국산업인력공단
이벤트(체험) 테마관	5	3m*3m/2개, 3m*1m/1개, 3m*9m/1개
일자리지원관	4	공단, 경기도, 서울시, 미래고용연구소
취업컨설팅관	12	3m*3m/12개
특강관	2	4m*9m
기타(DISC 성격유형검사)	1	5m*9m
부대행사관	2	이력서 사진촬영, 면접코디
종합안내	1	3m*9m
문서지원실	2	3m*6m/1개, 3m*4m/1개
채용계시대	1	10판(10M)
구직카드 작성대	10	노트북 10개
등록데스크	2	3m*3m/2개
합 계	171개	

(3) 스포츠산업 채용박람회 개최사업 성과

2018년 스포츠산업 채용박람회(서울 1회) 개최 사업은 총 9,853명의 구직자와 국내외 138개, 스포츠산업 관련 기업체가 참가했다. 행사당일 참가 구직자 6,183의 면접 및 상담이 진행되었고, 행사 이후 참가기업체에 채용인원 총 62명이 채용되는 성과를 거두었다. 특히 2018년에는 기존에 지적된 문제점을 개선해 보다 실효성 높은 운영방식으로 실수요자와의 매칭이 이루어져 만족도를 높였다. 또한 인턴지원사업과 연계되어 다양한 협회, 단체 및 기업이 다수 참가하였다.

〈표 4-106〉 '18년 스포츠산업 채용박람회 추진 실적

구분	제8회 스포츠산업 JOB FAIR 2018
일시	• '18. 10월 26일(금) 10:00 ~ 17:00
장소	• KSPO DOME
주최	• 문화체육관광부
주관	• 국민체육진흥공단
참가실적 최종실적	<ul style="list-style-type: none"> • 참가기업 : 138개사 • 채용인원: 62명 • 참가자수: 9,853명 • 상담 및 면접인원: 6,183명

〈표 4-107〉 '제7회 스포츠산업 JOB FAIR 2017' 참가 기업 현황

(단위 : 개)

분 류		기업 수	분 류		기업 수
채 용 관 (8)	공공기관 채용관	1	정 보 관 (35)	공공기관	9
	스포츠산업 미디어관	-		스포츠산업 미디어관	-
	스포츠산업 시설업관	2		스포츠산업 시설업관	-
	스포츠산업 용품, 제조업관	12		스포츠산업 용품, 제조업관	5
	스포츠산업 협, 단체관	15		스포츠산업 협, 단체관	9
	스포츠산업 융, 복합관	1		스포츠산업 융, 복합관	-
	스포츠산업 서비스업관	27		스포츠산업 서비스업관	8
	스포츠산업 마케팅관	4		스포츠산업 마케팅관	1
	스포츠산업 매니지먼트업관	-		스포츠산업 매니지먼트업관	2
	프로스포츠구단 채용관	-		프로스포츠구단 채용관	1
해외인턴관	20	해외인턴관	-		
기 타 (21)	이벤트관				5
	창업, 벤처관				10
	일자리지원관				4
	미래일자리 정보관				2
	참가기업수				138



〈표 4-108〉 제8회 스포츠산업 JOB FAIR 2018' 참가 구직자 현황

구 분		인 원	비 고
서버등록 출입자	사전등록	1,112	
	현장등록	-	
서버미등록 출입자	단체등록	1,388	
	일반출입자 및 미등록	825	
참가 구직자 수		9,853	

5 스포츠산업 기반 조성

1) 스포츠산업 인프라 구축 사업

(1) 스포츠산업 인프라 구축 사업 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 자체 조사를 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. 또한, 국내 스포츠산업 발전의 동력은 국내 스포츠관련 기업체의 지속적인 기술개발과 시장 확대 노력을 통한 대내외 경쟁력 강화이다. 따라서 정부는 2005년부터 대한민국 스포츠산업대상을 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) 스포츠산업 인프라 구축 사업 추진과정

① 스포츠산업 실태조사

스포츠산업 실태조사는 국가승인통계(제11321호)로 지정된 2009년 기준조사부터 2018년 기준조사까지 11회째 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(65개 세세분류)로 새로 개편된 「스포츠산업 특수 분류 V.3」(신분류)적용하여 조사가 수행되었고, 2018년 스포츠산업 특수부뉴 개편으로 2018년 기준조사부터는 66개 세세분류로

조사되었다. 특히, 스포츠산업 실태조사는 2018년 기준조사까지 총 11회가 진행되어 국가승인통계로서는 2009년 기준조사부터 9회째 실시된 사업으로 연도별, 부문별 전년도 조사와 비교 분석이 가능하도록 표준화된 구축 틀을 활용하여 2018년 기준조사를 실시하였다. 또한, 전년도 조사와 시계열 분석이 가능하도록 구성하여 스포츠산업이 대표 통계가 될 수 있도록 진행되었다.

〈표 4-109〉 스포츠산업 실태조사 주요 추진 현황

기준 년도	추진 기관	예산	추진 시기	모집단/ 표본크기	산업분류체계 (대분류)	특이사항
2007	민간업체	6천	3~12월	2차 자료 활용	주무부처 자체 분류체계 적용	
2008	민간업체	1억2천	3~12월	3,750개/ 3,005개	주무부처 자체 분류체계 적용	
2009	통계청	1억2천	3~12월	62,184개/ 1,999개	한국표준산업분류 특수분류	국가승인 통계지정 (제13021호)
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	5~11월	신분류 기준 103,145개/12,319개	한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0)	국가승인 통계유지



〈표 4-110〉 '19년 스포츠산업 실태조사 사업개요

구분	주요 내용														
목적	<ul style="list-style-type: none"> 한국표준산업분류 중 개편된 스포츠산업 특수분류(스포츠산업 v3.0) 적용을 통한 국가승인통계 유지 <ul style="list-style-type: none"> - 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 														
사업기간	• 2018. 5. ~ 2018. 11.														
소요예산 (보조금)	• 3억 원														
조사 설계	<table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>세부 내용</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>조사 지역</td> <td>• 17개 시도</td> </tr> <tr> <td>조사 범위</td> <td>• 스포츠 활동을 지원하는 시설업, 용품업, 서비스업</td> </tr> <tr> <td>표본 크기 (sample)</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • 총 12,319개 업체 - 스포츠 시설업: 4,798 개 - 스포츠 용품업: 3,014 개 - 스포츠 서비스업: 4,507 개 </td> </tr> <tr> <td>조사 내용</td> <td>• 사업체 일반현황, 종사자 수, 사업의 종류, 사업실적, 스포츠산업 비중, 특성 항목, 사업체 경영전망, 설문문항 등(16개 항목)</td> </tr> <tr> <td>조사 방법</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • 사업체를 방문하여 조사하는 면접조사를 원칙으로 하되 방문 조사가 어려운 경우 해당 사업체는 e-mail 조사를 병행 실시 • 응답자 최신 편의성을 고려한 전화, 이메일, Fax 조사 병행 </td> </tr> <tr> <td>조사 기간</td> <td>• 2019. 9. 19 ~ 11. 29</td> </tr> </tbody> </table>	구분	세부 내용	조사 지역	• 17개 시도	조사 범위	• 스포츠 활동을 지원하는 시설업, 용품업, 서비스업	표본 크기 (sample)	<ul style="list-style-type: none"> • 총 12,319개 업체 - 스포츠 시설업: 4,798 개 - 스포츠 용품업: 3,014 개 - 스포츠 서비스업: 4,507 개 	조사 내용	• 사업체 일반현황, 종사자 수, 사업의 종류, 사업실적, 스포츠산업 비중, 특성 항목, 사업체 경영전망, 설문문항 등(16개 항목)	조사 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 사업체를 방문하여 조사하는 면접조사를 원칙으로 하되 방문 조사가 어려운 경우 해당 사업체는 e-mail 조사를 병행 실시 • 응답자 최신 편의성을 고려한 전화, 이메일, Fax 조사 병행 	조사 기간	• 2019. 9. 19 ~ 11. 29
	구분	세부 내용													
	조사 지역	• 17개 시도													
	조사 범위	• 스포츠 활동을 지원하는 시설업, 용품업, 서비스업													
	표본 크기 (sample)	<ul style="list-style-type: none"> • 총 12,319개 업체 - 스포츠 시설업: 4,798 개 - 스포츠 용품업: 3,014 개 - 스포츠 서비스업: 4,507 개 													
	조사 내용	• 사업체 일반현황, 종사자 수, 사업의 종류, 사업실적, 스포츠산업 비중, 특성 항목, 사업체 경영전망, 설문문항 등(16개 항목)													
	조사 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 사업체를 방문하여 조사하는 면접조사를 원칙으로 하되 방문 조사가 어려운 경우 해당 사업체는 e-mail 조사를 병행 실시 • 응답자 최신 편의성을 고려한 전화, 이메일, Fax 조사 병행 													
조사 기간	• 2019. 9. 19 ~ 11. 29														
조사단위	<ul style="list-style-type: none"> • 사업체 단위: 단독사업체, 지사(지점) 등 • 개별 사업체 「(본사(지사 제외), 지사(점), 영업소 등) 별 조사표 작성 														

〈그림 4-18〉 스포츠산업 실태조사 절차



② 스포츠산업대상

스포츠산업대상 포상사업은 스포츠산업진흥법 제23조(포상) 및 동법 시행령(대통령령) 제22조, 제13회 대한민국 스포츠산업대상 포상 세부계획(문체부)에 의거하여 신성장동력 산업으로 주목받고 있는 스포츠산업 발전에 공헌한 우수 기업, 단체, 지자체, 개인을 발굴 및 시상을 목적으로 하며 국내 스포츠 산업의 경쟁력 제고 및 관련 종사자의 사기를 진작한다. 2018년에는 스포츠산업 대상과 S-IDEA 2018 공모전 두 가지로 나누어 표창하였다.

〈표 4-111〉 제14회 대한민국 스포츠산업대상 포상사업 추진과정

구분	주요내용										
목적	<ul style="list-style-type: none"> 스포츠산업 발전에 기여한 우수 기업을 발굴시상하여 새로운 성장 동력 산업으로 주목받고 있는 스포츠산업 분야 종사자들의 사기 진작과 국내 스포츠 산업의 경쟁력 제고 										
추진과정	<div style="text-align: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">‘대한민국 스포츠산업대상’ 시상 계획 공고</div> <div style="margin-bottom: 5px;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> 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 </div> <div style="margin-bottom: 5px;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">1차 심사: 신청 기업 중 우수 후보군(약 2~3배수) 선정</div> <div style="margin-bottom: 5px;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">2차 심사: 기업 소개(PT) 및 질의응답(필요시 현장실사 병행)</div> <div style="margin-bottom: 5px;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">결과발표: 개별 통보</div> <div style="margin-bottom: 5px;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">시상식</div> </div>										
포상대상	<ul style="list-style-type: none"> 스포츠용품 제조, 체육시설업, 서비스업, 유통임대업 등 스포츠산업 전 분야(프로스포츠, 지자체, 개인 포함) 										
신청분야	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 20%;">분야</th> <th>내용</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>기업·단체</td> <td>스포츠 용품 제조, 서비스업, 유통임대업 등 스포츠산업 전 분야에 서 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 스포츠 산업 발전 및 활성화에 기여한 지방자치단체</td> </tr> <tr> <td>개인</td> <td>스포츠산업 발전, 일자리 창출 등에 기여한 공로가 큰 자</td> </tr> </tbody> </table>	분야	내용	기업·단체	스포츠 용품 제조, 서비스업, 유통임대업 등 스포츠산업 전 분야에 서 스포츠산업 발전에 기여한 공로가 큰 기업·단체	프로스포츠단	창의적인 마케팅 활동을 통해 고객서비스 향상 및 수익 사업 창출 등 프로스포츠 활성화에 기여한 프로스포츠단	지방자치단체	스포츠이벤트, 스포츠관광, 지역 스포츠산업체 육성 등 지역 스포츠 산업 발전 및 활성화에 기여한 지방자치단체	개인	스포츠산업 발전, 일자리 창출 등에 기여한 공로가 큰 자
분야	내용										
기업·단체	스포츠 용품 제조, 서비스업, 유통임대업 등 스포츠산업 전 분야에 서 스포츠산업 발전에 기여한 공로가 큰 기업·단체										
프로스포츠단	창의적인 마케팅 활동을 통해 고객서비스 향상 및 수익 사업 창출 등 프로스포츠 활성화에 기여한 프로스포츠단										
지방자치단체	스포츠이벤트, 스포츠관광, 지역 스포츠산업체 육성 등 지역 스포츠 산업 발전 및 활성화에 기여한 지방자치단체										
개인	스포츠산업 발전, 일자리 창출 등에 기여한 공로가 큰 자										

포상규모	• 대통령 표창 1, 총리 표창 1, 장관 표창 7, 이사장 표창 9						
	분 야		훈 격	수 량	상 금	비 고	
	스포츠 산업 대상	본 상	대 상	대통령 표창	1	상금 10백만원과 상패	문체부 선정
			최우수상	총리 표창	1	상금 7백만원과 상패	
			우 수 상	장관 표창	1	상금 4백만원과 상패	
		우수프로스포츠단 상	1				
		우수지방자치단체 상	1				
	공 로 상(개인)	1					
	2018 S-ID EA 2018 공모전	대 상	장관 표창	1	상금 5백만원	공단 선정	
		최우수상	이사장 표창	1	상금 3백만원		
우수상		4		상금 각 1백만원			
장려상		4		상금 각 50만원			

심사방법	<ul style="list-style-type: none"> • 1차 서류심사, 2차 PT발표(15분) (필요시 현장실사 병행) • 신청분야별 계량(재무건전성), 비계량 지표(기업이미지 외) 평가
시상식	<ul style="list-style-type: none"> • 일시/장소: 2018년 12월 21일 / 서울 올림픽파크텔 1층 올림피아홀 • 참석인원: 200명 내외(수상자, 주요인사 및 참관객) • 행사내용: 시상 및 수상기업 소개, 축하공연, 다과회 등

(3) 스포츠산업 인프라 구축 사업 성과

① 스포츠산업 실태조사

2018년 기준 스포츠산업 실태조사는 2015년 기준조사에 이어 2012년 기준조사 시 개편된 스포츠산업 특수 분류체계(스포츠산업 특수 분류 v3.0)를 적용하여 스포츠산업을 총 66개 세세분류로 진행하였다. 2014년부터 기준조사에서 조사 모집단 보안을 위해 산업세세분류에 속하는 사업체를 전화조사 및 2013년 기준조사결과와 교차 검토, 행정자료 매칭을 통하여 보안 과정을 거쳤으며, 2015년 기준조사에서는 스포츠 산업 특수 분류를 체계적으로 정리하여 기존 표본 추출들을 재정비함으로써, 모집단의 대표성을 확보하였다. 2018년 기준조사 결과 신분류 기준 103,145개로 추정되었다. 2017년 기준조사와 비교 분석한 결과 신분류 기준 전체 사업체는 1,938개가 늘었으며 특히 스포츠시설업의 사업체가 전년 대비 50개사가 감소하였다.

〈표 4-112〉 '15년~'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 4-113〉 '15년~'18년 대분류별 모집단 비율(신분류 기준)

(단위 : 개, %)

구 분	2016 기준		2017 기준		2018 기준	
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
스포츠시설업	34,224	35.9	38,363	37.9	41,423	40.2
스포츠용품업	35,859	37.6	35,845	35.4	34,161	33.1
스포츠서비스업	25,304	26.5	26,999	26.7	27,561	26.7
합 계	95,387	100.0	101,207	100.0	103,145	100.0

2018년 기준조사는 2012년 기준조사와 동일하게 통계청의 나라통계시스템을 이용하여 자료처리를 실행하였으며, 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. 특히, 이전 통계 결과에 대한 시계열 연속성과 일관성 유지를 위해 신분류체계(스포츠산업 특수 분류 v3.0)에 의한 통계정보는 물론 기존 특수 분류(구 스포츠산업v2.0)에 맞게 재구성된 정보를 함께 제공함으로써 스포츠산업 시장의 규모와 변화 추이 파악이 가능하도록 하였다. 이러한 개선노력을 통해 국가승인통계 유지는 물론 스포츠산업 진흥 및 육성을 위한 공식적인 지표로서의 가치를 높이고, 스포츠산업 정책의사결정 활용도를 극대화하였다.

② 스포츠산업대상

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. 특히, 시상식을 통해 스포츠산업 발전을 위한 정부의 향후 비전 제시 및 관련 업계의 공감대 형성의 장을 마련하고, 정부와 산업계, 학계와의 유기적인 상호협력력을 통해 성공적인 사업으로 정착될 수 있도록 사업역량 강화를 추진하고 있다. 2018년(14회)에는 대통령 표창 1개, 총리 표창 1개, 장관 표창 4개, 이사장 표창 2개를 시상했다.

〈표 4-114〉 스포츠산업대상 역대 수상 현황

년도	상 장	훈 격	수상업체	업 종
2005 (제1회)	대 상	장관 표창	(주)모투스	런닝머신 제조
			(주)삼정인터내셔널	종합스포츠센터
			(주)GS스포츠	프로구단
	특별상	장관 표창	(주)다트피쉬코리아	스포츠 영상분석시스템
공로상	장관 표창	원앤원스포츠	양궁 제조	

년도	상 장	훈 격	수상업체	업 종
2006 (제2회)	대 상	대통령 표창	코오롱글로벌(주)	종합스포츠센터
	최우수상	장관 표창	원앤원스포츠 (주)이동수에프엔지	양궁활 제조 골프구단
	특별상	장관 표창	태하메카트로닉스(주)	런닝머신 제조
	프로경기단상	장관 표창	(주)한화이글스 (주)볼빅	프로구단 골프공 제조
	우수상	공단이사장 표창	수원월드컵경기장관리재단 (주)삼성라이온즈	경기장 운영 프로구단
	프로스포츠 스타상	공단이사장 표창	송진우	프로야구 선수
	2007 (제3회)	대 상	대통령 표창	신산상사(주)
최우수상		총리 표창	프로스펙스 (주)SK와이번스	풋살경기 프로구단
우수상		장관 표창	이글아이드 (주)현대시멘트레저사업본부	골프화 제조 대중골프장
프로경기단상		장관 표창	KTF매직윙스농구단	프로농구단
스포츠마케팅우수 지자체		장관 표창	대구광역시 대전광역시	지방자치단체
장려상		공단 이사장 표창	(주)알와이엔코리아 (재)에텐스포츠타운	기능성신발 제조 종합스포츠레저시설
2008 (제4회)		대 상	대통령 표창	(주)홍진에이치제이씨
	최우수상	총리 표창	(주)삼익스포츠 (주)오투런	양궁 제조 종합체육진흥시스템 제조
	우수상	장관 표창	(주)엠에프에스코리아 (주)아이비스포츠	골프클럽 제조 스포츠마케팅
	프로경기단상	장관 표창	(주)롯데자이언츠	프로구단
	지자체상	장관 표창	양산시 목포시	지방자치단체
	장려상	공단 이사장 표창	(주)휴먼넷 (주)세마스포츠마케팅	종합스포츠센터 스포츠마케팅
	2009 (제5회)	대 상	대통령 표창	(주)골프존
최우수상		총리 표창	KBS스포츠국 (주)스카이칠십이	스포츠방송업 골프장 운영
우수상		장관 표창	(주)학산 우진프라스틱	스포츠신발, 의류 제조 아웃도어용 버클 제조
프로경기단상		장관 표창	(주)강원도민축구단	프로구단
지자체상		장관 표창	제주특별자치도	지방자치단체
장려상		공단 이사장 표창	(주)싸카 (주)스포츠테레카	스포츠용품 도소매 야구장 선수 보호용
2010 (제6회)		대 상	대통령 표창	(주)디자인파크개발
	최우수상	총리 표창	코오롱FnC부문 군산레저산업(주)	아웃도어 제조 골프장 운영
	우수상	장관 표창	한솔개발(주) (주)블랙야크	종합레저스포츠시설 운영 등산용 아웃도어 제조
	프로경기단상	장관 표창	부산KT 프로농구단	프로구단
	지자체상	장관 표창	경남 통영시 전북 군산시	지방자치단체
	장려상	공단 이사장 표창	엔에이치엔(주) (주)일피니스트	인터넷 스포츠 중계 등산용품 제조



년도	상 장	훈 격	수상업체	업 종
2011 (제7회)	대 상	대통령 표창	(주)블빅	골프공 제조
	최우수상	총리 표창	(주)LS네트웍스	아웃도어 도소매
	우수상	장관 표창	(주)골프매니지먼트	골프용품 유통
			스포츠투아이(주)	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	대한아구캠프	아구장 시설 운영	
		(주)조이포스	스포츠라이센싱 대행	
2012 (제8회)	대 상	대통령 표창	원앤원	양궁 활 제조
	최우수상	총리 표창	MFS코리아	골프 샤프트 등 장비
	우수상	장관 표창	혁신정보시스템	스포츠 솔루션 개발
			알투스스포츠	자전거 제조
			태영산업	헬스기구 제조
	금룡	인조잔디 총진재	천안 현대캐피탈 배구단	프로구단
	프로경기단상	장관 표창	동부 프로미 농구단	프로구단
지자체상				
개인상	공단 이사장 표창	최종필	대구대 교수	
		임호순	스포츠 용품 개발	
2013 (제9회)	대 상	대통령 표창	코베아	캠핑 등산 용품
	최우수상	총리 표창	(주)블루윈	골프장 서비스
	우수상	장관 표창	(주)힐라인	스포츠용 휠체어 제조
			(주)신티에스	스포츠 의류 제조
			(주)대명레저산업	복합 스포츠시설 운영
			(주)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(주)	프로스포츠단(축구)
	최우수상	총리 표창	(주)컬처메이커	태권도 용품
	우수상	장관 표창	(주)케이엘에스	야외운동기구
			디스커버리씨에스(주)	인공암벽시설
	프로경기단상	장관 표창	창원LG세이커스	프로구단
	지자체상	장관 표창	충북 보은군	지방자치단체
			충남 아산시	
공로상	공단 이사장 표창	김양경	한국연식아구연맹 회장	
		박종부	한국체육시설공업협회 상임부회장	
2015 (제11회)	대 상	대통령 표창	경기도 고양시	지방자치단체
	최우수상	총리 표창	전북현대모터스 축구단	프로구단
	우수상	장관 표창	(주)대원그린	인조잔디 제조
			(주)헬스원	헬스기구 제조
			코레일관광개발(주)	여행형 레저상품 기획/운영
	프로경기단상	장관 표창	수원삼성블루윙즈 축구단	프로구단
	지자체상	장관 표창	경남 남해군	지방자치단체
공로상	장관 표창	김원길(바이네르 골프단)	바이네르(주) 대표이사	

년도	상 장	훈 격	수상업체	업 종
2016 (제12회)	대상	대통령 표창	(주)유클테크놀로지	스포츠용품(골프)
	최우수상	총리 표창	SK와이번스 프로야구단	프로구단
	우수상	장관 표창	임페리얼스푸츠	스포츠경기용품 제조
			(주)아이플	유소년 스포츠 교육기관
			에어포스	캠핑레저용품 업체
	지방자치단체상	장관 표창	서귀포시	지방자치단체
	공 로 상	장관 표창	(주)저니맨스푸츠 최악성 대표	(주)저니맨 스포츠 대표
	대 상	장관 표창	김경석	
	최우수상	이사장 표창	오인호	
	우수상	이사장 표창	정하림	
홍지요, 박효원				
인영주				
장려상	이사장 표창	이교진		
		이봉주		
2017 (제13회)	대상	대통령 표창	(주)우성이이비	스포츠용품 제조
	최우수상	총리 표창	(주)위피크	스포츠 네트워크 기업
	우수상	장관 표창	(주)컴아트시스템	카메라 개발 업체
	지방자치단체상	장관 표창	경북 김천시	지방자치단체
	프로스포츠단상	장관 표창	울산현대프로축구단	프로구단
	공 로 상	장관 표창		
	대 상	장관 표창	김구한	
	최우수상	이사장 표창	김희란	
	우수상	장관 표창	김용한, 한은혜, 김용재, 김성우	
			김술, 최민호, 김은현, 박형민	
2018 (제14회)	대상	대통령 표창	충남 천안시	지방자치단체
	최우수상	총리 표창	(재) 대구테크노파크	기타 공학 연구 개발업
	우수상	장관 표창	(주)티엘인더스트리	컴퓨터 제조업
	우수프로스포츠단상		부산 아이파크	프로축구단
	우수지방자치단체상		경기 안산시	지방자치단체
	공 로 상(개인)		이정학 교수	
	대 상	장관 표창	홍욱	
	최우수상	이사장 표창	권나현, 이승현	
			김자유	
	우수상	이사장 표창	김우형	
김주원, 정유진				
이재옥				
장려상	이사장 표창	신경연		
		진다정, 정성훈		
		김나영		
		성민재, 이소현		



2) 스포츠산업 정보 제공 및 저변 확대

(1) 스포츠산업 정보 제공 및 저변 확대 사업 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 트렌드, 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·종립적 정보를 제공하는 스포츠 컨슈머리포트(이하 스포슈머 리포트) 발간은 스포츠소비자의 권리 강화와 국산 스포츠제품의 성능과 품질의 우수성을 알려 해외시장 진출 및 소비자 인식 제고에 기여하고 있다. 2018년에는 2017 스포츠산업백서 발간을 비롯해 연간 8회의 SI포커스를 발행하고, 10회의 이슈페이퍼를 발행하며, 월 2회 총 24회의 스포츠산업 뉴스레터를 발행하는 등 스포츠산업에 대한 최신 및 양질의 정보를 제공하고자 힘썼다.

(2) 스포츠산업 정보 제공 및 저변 확대 사업 추진과정

① 스포츠산업 백서 발간

2014년 처음 발간된 스포츠산업백서는 스포츠의 산업적 가치를 높이기 위해 한 해 동안 추진된 국내 스포츠산업 현황과 정부 정책 성과를 정리, 소개하고 향후 발전 방향과 과제를 제시하는데 목적이 있다. 2019년 스포츠산업 백서는, 2018년 기준을 바탕으로 주요 자료 및 성과와 성과에 대한 최신 정보를 수록하였으며 업데이트가 이루어졌으며, 주요 사업개요는 다음과 같다.

〈표 4-115〉 스포츠산업 백서 발간 사업개요

구 분	주요 내용
발간목적	• 국내 스포츠산업 현황 및 정부정책 성과 등을 소개
사업기간	• 2019. 3. ~ 12
사업예산	• 32,000천 원
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> • 2018 스포츠산업 백서 개요 <ul style="list-style-type: none"> - 백서규격 : 국판, 500쪽 내외 - 백서활용 <ul style="list-style-type: none"> · 정부 및 지자체, 체육단체, 기업, 각 대학 및 도서관 등 배포 · 문체부, 한국스포츠정책과학원 홈페이지 게재 및 정부간행물 등록 • 수록 범위 <ul style="list-style-type: none"> - 전문가 회의 및 설문을 통해 구체적 수록 범위 및 내용 설정 - 스포츠산업정책 성과 정리 및 발전방향과제 제시 등 • 주요 내용 <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠산업 정의 및 이슈(개요, 정의 및 개념 정리) - 스포츠산업의 개관(대내외 시장환경, 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 4-116〉 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	2018. 1 ~ 12(총 8회)	2018. 1 ~ 12 (총 10회)
발행면수	A4 20 ~ 30쪽 내외	A4 15쪽 내외
사 업 비	27,500천 원	
발간방법	• 최근의 스포츠산업 관련 실태조사 원자료(Primary Data) 심층 분석 • 최근의 스포츠산업 현안을 선정하여 기초 조사, 해외 현황조사 및 통계 수집을 실시하고 현장 전문가 의견을 반영한 연구보고서 발간 • 산업기획팀 연구원, 학계 및 현장전문가와 협업의 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)	• 스포츠산업 분류별(용품업, 시설업, 서비스업) 인력 현황 분석 • 스포츠산업 분류별(용품업, 시설업, 서비스업) 성장 동향 분석 • 스포츠산업 소비 실태 분석	• 스포츠 신규시장 개척 • 프로스포츠구단 운영 개선 • 공공체육시설 민간위탁관리 방안

③ 스포츠산업 동향 정보 제공

◎ 스포츠산업 동향 뉴스레터 발간

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

〈표 4-117〉 스포츠산업 동향 뉴스레터 발간 사업개요

구 분	주요 내용
발간목적	• 국내외 스포츠시장 최신 정보제공으로 정책 및 경영수립 지원 • 스포츠산업 현안에 대한 심층 분석으로 이슈 제기 및 발전방안 모색 • 스포츠산업 시장 및 동향 분석을 통한 경제적 파급효과 분석
사업기간	• 2018. 3 ~ 2019. 2(총 24회, 월 2회 격주 금요일 발간)
발 송	• 월 2회 (총 24회)
발행형식	• 메일링 서비스 및 홈페이지 게시 (www.spois.or.kr)



구 분	주요 내용		
사 업 비	• 48,500천 원		
사업내용	항 목	내 용	비 고
	스포츠 동향	○국내외 스포츠산업 주요 동향 - 국내 융·복합 사례, 생활체육 산업 동향 - 해외 스포츠시장 동향	4 페이지
	스포츠 굿즈 & 컬처	○국내 스포츠 서비스 및 제품 동향 - 스포츠산업 관련 제도 등의 상식 소개 - SPOEX & SPOEX FALL 참여업체의 제품 소개	2 페이지
	해외인턴의 해외 스포츠산업 TalkTalk	○해외 스포츠산업의 업계/현장 등의 소개 - 해외인턴 자원사업을 통해 파견나간 인턴들의 업무소개 혹은 해당 나라의 스포츠 동향 소개	2 페이지
	스포츠산업 지식정보	○산업 현장 이슈 심층 분석 - 과학원 발행 SI포커스, 이슈페이퍼	2-4 페이지
스포츠산업 일정	○국내외 스포츠 컨퍼런스 및 박람회 일정 ○과학원 지원 사업 소개 및 홍보	1 페이지	

④ 스포츠산업 컨퍼런스 개최

글로벌 스포츠산업 컨퍼런스 사업은 스포츠산업 최신 이슈전파 및 고부가가치 스포츠산업에 대한 통합적인 방향 제시함으로써 스포츠산업의 현안사항을 중심으로 방향성을 탐색하고 미래를 조망할 수 있는 컨퍼런스를 운영하고자 하는 사업이다.

〈표 4-118〉 스포츠산업 컨퍼런스 개최 사업개요

구 분	주요 내용				
사업목적	• 스포츠산업 시장 현황분석 및 최신정보를 공유하여 미래시장을 예측하고 국내 산업체의 발전을 위한 기반 마련				
추진기간	2018. 3 ~ 2018. 12				
사업내용	① 스포츠산업 컨퍼런스 개최				
	국내 컨퍼런스	1회 (2018.08.30)	트렌드 변화에 따른 스포츠이벤트산업 미래 전망과 전략	약 230명	올림픽파크텔 올림픽야홀
	전문 가간 담회	1회 (2018.07.25)	스포츠산업 융복합 포럼	약 150명	포스텍 C5 컨퍼런스홀
		2회 (2018.11.16.)	스포츠산업 중장기계획 수립을 위한 공청회	약 90명	광고문화회관 컨퍼런스룸
		3회 (2018.12.7.)	글로벌 스포츠산업의 지속가능한 발전	약 150명	계명대학교 행소박물관 시청각실
글로벌 컨퍼런스	1회 (2018.11.28)	스포츠미디어의 새로운 시대	약 300명	올림픽파크텔 올림픽야홀	



구 분	주요 내용																						
	<p>② 스포츠산업 컨퍼런스 개최현황</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>2018년</p> <ul style="list-style-type: none"> ○전문 운영위원회를 구성하여 연사 및 주제 선정 1)스포츠산업컨퍼런스 주제: 스포츠산업의 현안사항을 중심으로 방향성을 탐색하고 미래를 조망할 수 있는 주제 선정 2)스포츠산업 글로벌 컨퍼런스 주제: 스포츠산업 간담회 및 포럼을 통해 도출된 의제들을 미래발전 방향을 중심으로 지식을 공유하고 정책적 시사점을 도출할 수 있는 주제 선정 3)스포츠산업 전문가 간담회 주제: 윙폼서비스시설 등 분야별 스포츠산업 현안 이슈를 중심으로 정책적 방향을 도출할 수 있는 주제 선정 </div> <p>③ 컨퍼런스 운영위원회 구축 및 운영</p> <ul style="list-style-type: none"> • 한국스포츠정책과학원, 학계, 업계 등으로 구성된 위원회 구성 <table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">계</th> <th style="width: 20%;">한국스포츠정책과학원</th> <th style="width: 15%;">학 계</th> <th style="width: 15%;">언론계</th> <th style="width: 15%;">산업계</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10명</td> <td>2명</td> <td>3명</td> <td>2명</td> <td>3명</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> • 운영위원회 역할 : 주제선정, 연사리스트 작성 및 초청, 홍보 등 <p>④ 컨퍼런스 주제 선정</p> <ul style="list-style-type: none"> • 국민적 관심 제고를 위해 프로스포츠 등 국민적 관심도 높은 주제 선정 • La Liga, 프리미어 리그, MLB 등 해외 경기단체 및 국내 경기단체, 전문가 단체, 동호회 등 다양한 그룹 연계 가능 <p>⑤ 홍보 전략</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 20%;">구 분</th> <th style="width: 80%;">내 용</th> </tr> </thead> <tbody> <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 컨퍼런스 연사 조기 확정 후 한국스포츠정책과학원 홈페이지, 페이스북, 인스타그램 등 소셜 미디어를 활용하여 홍보</td> </tr> </tbody> </table> <p>⑥ 행사진행 방안</p> <ul style="list-style-type: none"> • 행사운영 효율화를 위해 경쟁 입찰을 통한 행사대행사 선정 • 한국스포츠정책과학원과 대행시간 명확한 업무분장을 통한 운영효율성 제고 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">구 분</th> <th style="width: 45%;">한국스포츠정책과학원</th> <th style="width: 40%;">대 행사</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>업 무</td> <td>◦컨퍼런스 운영위원회 구성/운영 ◦컨퍼런스 개최 계획 수립 - 주제, 연사섭외 등 ◦TV 방송 및 신문 기획보도 콘텐트 및 방향 수립</td> <td>◦컨퍼런스 운영 세부사항 실행 - 컨퍼런스 진행 및 운영 - 연사 초청 및 행정처리 - 장소 대관 및 시스템 구축 - 결과보고 및 정산보고서 작성</td> </tr> </tbody> </table> <p>사업비</p> <ul style="list-style-type: none"> • 300,000천 원 	계	한국스포츠정책과학원	학 계	언론계	산업계	10명	2명	3명	2명	3명	구 분	내 용	신문 기획보도	◦종합일간지, 경제지 중 1개사 선정 기획보도 추진 ◦기획보도 및 주요인사 인터뷰 등 게재	SNS 홍보	◦글로벌 컨퍼런스 연사 조기 확정 후 한국스포츠정책과학원 홈페이지, 페이스북, 인스타그램 등 소셜 미디어를 활용하여 홍보	구 분	한국스포츠정책과학원	대 행사	업 무	◦컨퍼런스 운영위원회 구성/운영 ◦컨퍼런스 개최 계획 수립 - 주제, 연사섭외 등 ◦TV 방송 및 신문 기획보도 콘텐트 및 방향 수립	◦컨퍼런스 운영 세부사항 실행 - 컨퍼런스 진행 및 운영 - 연사 초청 및 행정처리 - 장소 대관 및 시스템 구축 - 결과보고 및 정산보고서 작성
계	한국스포츠정책과학원	학 계	언론계	산업계																			
10명	2명	3명	2명	3명																			
구 분	내 용																						
신문 기획보도	◦종합일간지, 경제지 중 1개사 선정 기획보도 추진 ◦기획보도 및 주요인사 인터뷰 등 게재																						
SNS 홍보	◦글로벌 컨퍼런스 연사 조기 확정 후 한국스포츠정책과학원 홈페이지, 페이스북, 인스타그램 등 소셜 미디어를 활용하여 홍보																						
구 분	한국스포츠정책과학원	대 행사																					
업 무	◦컨퍼런스 운영위원회 구성/운영 ◦컨퍼런스 개최 계획 수립 - 주제, 연사섭외 등 ◦TV 방송 및 신문 기획보도 콘텐트 및 방향 수립	◦컨퍼런스 운영 세부사항 실행 - 컨퍼런스 진행 및 운영 - 연사 초청 및 행정처리 - 장소 대관 및 시스템 구축 - 결과보고 및 정산보고서 작성																					

⑤ 스포츠산업 공모

스포츠산업 공모 사업은 스포츠 제품의 실사용자(동호인 등) 대상 아이디어 공모를 통해 시장의 수요를 파악하고 해당 종목에 관심이 많은 젊은(예비) 디자이너에게 디자인 사업화 기회를 제공할 뿐만 아니라 관련 전문가의 멘토링을 거쳐 상품화 또는 사업화를 추진하는 데에 그 목적이 있다. 선정 제품군 대상 신규 아이디어 발굴을 1차로 진행하고, 선정된 주제를 대상으로 대국민 디자인을 공모한다.

〈표 4-119〉 스포츠산업 공모 사업 개요

구 분	주요 내용												
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> 기술력에 비해 디자인 역량이 부족한 국내 스포츠 기업체 지원 새로운 아이디어 상품 개발을 통한 스포츠 산업 시장 확대 												
추진일정	<ul style="list-style-type: none"> 2018. 1 ~ 2018. 12 												
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> 공모주제: 중소 스포츠기업에 대한 디자인 분야 공모분야: 아이디어 기획/ 대국민 디자인 												
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>사업</th> <th>주 제</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1단계</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 국내 생산이 가능한 제품군 및 기업체 선정 젊은 층에게 어필할 수 있는 현실적 주제 설정 </td> </tr> <tr> <td>2단계</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 선정 제품군 대상 신규 아이디어 발굴 관련 종목 대표 커뮤니티를 활용한 아이디어 공모 시행 </td> </tr> <tr> <td>3단계</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 아이디어에 대한 디자인 공모전 시행 선정된 아이디어를 디자이너가 상품 디자인화하여 공모참여 </td> </tr> <tr> <td>4단계</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 디자인의 상품화 진행을 위한 고도화 및 권리화 지원 선정디자이너, 제품생산기업, 디자인 전문가의 협업 프로세스 마련 변리지원을 통한 권리화 추진 </td> </tr> <tr> <td>5단계</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 상품에 대한 홍보 지원 및 사후 활용 절차 마련 상품화 이후 관련 종목 대표 커뮤니티를 활용한 제품 홍보 추진 미상품화 디자인을 공개하여 추가적 활용 유도 </td> </tr> </tbody> </table>	사업	주 제	1단계	<ul style="list-style-type: none"> 국내 생산이 가능한 제품군 및 기업체 선정 젊은 층에게 어필할 수 있는 현실적 주제 설정 	2단계	<ul style="list-style-type: none"> 선정 제품군 대상 신규 아이디어 발굴 관련 종목 대표 커뮤니티를 활용한 아이디어 공모 시행 	3단계	<ul style="list-style-type: none"> 아이디어에 대한 디자인 공모전 시행 선정된 아이디어를 디자이너가 상품 디자인화하여 공모참여 	4단계	<ul style="list-style-type: none"> 디자인의 상품화 진행을 위한 고도화 및 권리화 지원 선정디자이너, 제품생산기업, 디자인 전문가의 협업 프로세스 마련 변리지원을 통한 권리화 추진 	5단계	<ul style="list-style-type: none"> 상품에 대한 홍보 지원 및 사후 활용 절차 마련 상품화 이후 관련 종목 대표 커뮤니티를 활용한 제품 홍보 추진 미상품화 디자인을 공개하여 추가적 활용 유도
	사업	주 제											
	1단계	<ul style="list-style-type: none"> 국내 생산이 가능한 제품군 및 기업체 선정 젊은 층에게 어필할 수 있는 현실적 주제 설정 											
	2단계	<ul style="list-style-type: none"> 선정 제품군 대상 신규 아이디어 발굴 관련 종목 대표 커뮤니티를 활용한 아이디어 공모 시행 											
	3단계	<ul style="list-style-type: none"> 아이디어에 대한 디자인 공모전 시행 선정된 아이디어를 디자이너가 상품 디자인화하여 공모참여 											
4단계	<ul style="list-style-type: none"> 디자인의 상품화 진행을 위한 고도화 및 권리화 지원 선정디자이너, 제품생산기업, 디자인 전문가의 협업 프로세스 마련 변리지원을 통한 권리화 추진 												
5단계	<ul style="list-style-type: none"> 상품에 대한 홍보 지원 및 사후 활용 절차 마련 상품화 이후 관련 종목 대표 커뮤니티를 활용한 제품 홍보 추진 미상품화 디자인을 공개하여 추가적 활용 유도 												
<ul style="list-style-type: none"> 심사기준: 아이디어 - 창의성 40%, 작품성 30%, 상징성 30% 시상규모: 총 상금 2,200만원 수상자 활용 <ul style="list-style-type: none"> 기업 및 디자이너의 협업으로 탄생한 아이디어를 관련 전문가의 멘토링을 거쳐 상품화(사업화) 추진 													
사업비	<ul style="list-style-type: none"> 100,000천 원 												

⑥ 생활체육분야 스포츠산업 실태조사

생활체육분야 종목별 실태조사를 통한 해당 산업규모 산출 및 현황분석과 시장 활성화를 위한 정책수립의 기초자료로 활용하는 것이 목적이다.

〈표 4-120〉 생활체육분야 스포츠산업 실태조사 개요

구 분	세부항목		
조사목적	<ul style="list-style-type: none"> 생활체육분야(수영, 요가, 탁구, 볼링) 산업규모 산출 및 현황분석 해당 종목의 시장 활성화를 위한 정책수립의 기초자료 		
조사기간	2018. 3 ~ 2018. 12		
조사대상	<ul style="list-style-type: none"> 전국 수영 관련 시설업, 용품업, 서비스업 441개 업체 전국 요가 관련 시설업, 용품업, 서비스업 614개 업체 전국 탁구 관련 시설업, 용품업, 서비스업 507개 업체 전국 볼링 관련 시설업, 용품업, 서비스업 368개 업체 		
조사방법	1대1 방문조사 및 이메일, 팩스 조사		
사업비	75,000 천원		
사업내용	구분	항목	세부항목
	공통 문항	사업체 일반현황	<ul style="list-style-type: none"> 업체규모, 업종분류 인력구성, 종사자수
		경영현황	매출액, 영업비용, 매출원가, 판매관리비, 영업이익, 연구비용
		국제 경쟁력	기술, 품질, 인적자원, 가격, 생산기반, 홍보마케팅, 정부지원 경쟁력 평가
		시장 전망	단기(2018년) 및 장기(향후 5년) 시장 전망
		경쟁력 강화 방안	<ul style="list-style-type: none"> 산업 발전 저해 요인 산업 경쟁력 강화 방안, 정부 및 지자체 지원 필요 부문 향후 매출 증대 방안
	업종별 특성화 문항	<ul style="list-style-type: none"> 운영시설 수 및 면적, 이용자수 및 영업일 비율 매출구성(내수·수출), 해외 수입액 원재료/부품 원산지, 품목별 유통 비중 	

⑦ 스포츠산업 홍보

다양한 홍보채널 활용하고, 언론사 대상 스포츠 산업 기사 확대 유도를 이끌어내어 시대의 흐름을 반영하고 국민들의 관심을 일으키는 이슈 선정을 바탕으로, 나아가 국내외 스포츠산업의 현안사항에 대한 심층 분석과 정보제공을 통한 경영전략 수립 및 사업개선을 지원하는 사업이다.

〈표 4-121〉 스포츠산업 홍보 사업개요

구 분	주요 내용
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> 스포츠산업에 대한 대국민 인식 개선을 위한 홍보 강화 스포츠산업의 전략적 육성을 위한 사회적 공감대 형성
추진기간	2018. 3 ~ 2018. 11
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> 보도매체 : 중앙 일간지(경제지), TV 방송국, 소셜미디어 등 보도내용 <ul style="list-style-type: none"> 정부의 스포츠산업 육성 정책에 따른 시장 개척 및 성공 사례 소개 스포츠 융·복합을 통한 시장 확대 및 사업 발굴 스포츠 분야별 핵심기술, 성공요인, 발전 가능성 등 사례 홍보 홍보제작 : 기획뉴스 및 다큐멘터리 제작 협찬 등
사업비	150,000천 원



(3) 스포츠산업 정보 제공 및 저변 확대 사업 성과

① 스포츠산업 백서 발간

2019년까지 스포츠 산업백서는 연간 1회, 총 5회 발간되었다. 주요 목차는 스포츠산업 개관, 스포츠산업 공급수요 현황, 스포츠산업 정책, 프로스포츠, 스포츠산업 관련 법제 등으로 구성되었으며, 2018년 한 해 동안 추진된 스포츠산업 정책의 현황과 성과를 포괄적으로 수록하였다.

〈표 4-122〉 스포츠산업 백서 사업 실적

스포츠산업 백서 사업 주요 성과			
대상년도	발행 시기	쪽수	발행부수
2014	2015년 12월	379페이지	880부
2015	2016년 12월	493페이지	1000부
2016	2017년 12월	463페이지	1000부
2017	2018년 12월	458페이지	1000부
2018	2019년 12월	441페이지	1000부

② SI 포커스 및 이슈페이퍼

2018년 한 해 동안 SI 포커스는 총 8회가 발행되었으며 이슈페이퍼는 연간 총 10회가 발행되었다. 호별 제목 및 저자는 다음과 같다.

〈표 4-123〉 '18년 SI 포커스 발행 실적

발행호	발행일	제 목	저 자
제3호	3.15.	우리나라 태권도의 명과 암: 실태조사로 본 국내 태권도산업 경영현황 분석	고경진
제4호	4.16.	국내 배드민턴산업 경영현황 분석: 실태조사를 중심으로	김민수
제5호	5.15.	국내 자전거산업 경영현황 분석: 실태조사를 중심으로	김상훈
제6호	6.15	국내 당구산업의 확장: 교육 서비스의 측면에서	정지명
제7호	7.16.	국내 태권도산업 경쟁력 분석: 실태조사를 중심으로	고경진, 마윤성
제8호	8.16.	국내 배드민턴산업 경쟁력 분석: 실태조사를 중심으로	김민수
제9호	9.17.	국내 자전거산업 경쟁력 분석: 실태조사를 중심으로	김상훈
제10호	10.15.	국내 당구산업 경쟁력 분석: 실태조사를 중심으로	정지명

〈표 4-124〉 '18년 이슈페이퍼 발행 실적

발행호	발행일	제 목	저 자
제2호	2.28.	효율적인 스포츠 시설물 안전관리를 위한 안전지침 고찰	홍건호
제3호	3.30.	평창 동계올림픽대회는 우리에게 무엇을 남겼나?	최형창
제4호	4.30.	위기에 몰린 남자 프로농구 산업, 원인과 대책은?	손대범
제5호	5.31.	스포츠와 미디어 플랫폼의 변화	권상현
제6호	6.29.	사회인 야구리그의 구성과 산업 구조	이환호
제7호	7.31.	월드컵의 수익구조 그리고 주목해야 할 축구시장	전용배
제8호	8.31.	한국 골프 위기인가? 기회인가?	이지연
제9호	9.30.	e스포츠는 스포츠의 미래가 될 것인가?	박성희
제10호	10.31.	미국 대학스포츠산업 현황과 국내 시사점	박주호
제11호	11.30.	미국 스포츠 도박 합법화: 포스트 2018년과 한국 스포츠 도박 시장이 전망	이동훈

③ 스포츠산업 동향정보 제공

2017년 한 해 동안 국내·외 스포츠산업의 현안사항에 대한 심층 분석과 정보제공을 통한 경영전략 수립 및 사업 개선 지원으로, 발간사업으로는 스포츠산업분야 동향정보(뉴스레터) 격주 제공, 산업동향 심층 분석 리포트 및 분석보고서(SI포커스, 이슈페이퍼), 스포츠산업백서를 발간하였으며 시의성을 고려한 스포츠산업 가계지출에 관한 연구조사를 실시하여 스포츠산업 정보의 내실화를 통한 실증적인 자료 생산으로 스포츠산업계 종사자(산·학·연) 대상 요약 정보제공으로 구독자가 2015년 7.6천명으로 전년대비 27% 증가했으며 2016년에는 13천명으로 전년대비 71% 증가율을 보였다. 2017년에는 15천명으로 전년대비 15%의 증가율을 보였다. 또한, 만족도에서 2015년 평가 94점에서 2016년 평가 96.4점으로 전년대비 3% 증가율을 보였으며 2017년에는 96.7점으로 0.3%의 증가율을 보였다.

〈표 4-125〉 스포츠산업 동향정보 제공 사업 실적

스포츠산업 동향정보 제공 사업 주요 성과			
	구독자	만족도	실적
2015	7.6천명	94점	경기장, 프로리그, 대학스포츠를 중심으로 스포츠산업의 구조변화 분석 실시 미 한중 FTA, 종목별(농구, 축구, 배구 등) 산업 수요분석
2016	13천명	96.4점	종목별(농구, 축구, 배구, 야구 등) 스포츠산업 실태조사 실시 및 e-스포츠, 스포츠와 IT 융합을 주제로 향후 과제와 영업실태 비교 분석
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



스포츠산업 동향 뉴스레터는 2018년 한 해 동안 총 24회(월 2회 격주) 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 4-126〉 '18년 스포츠산업 동향 뉴스레터 발행 실적

발행권	발행호	제 목
제83권	1월 1호	2018 스포츠산업을 이야기 할 수 있는 4가지 키워드
제84권	1월 2호	2017년 세계를 선도했던 스포츠 기술 혁신 A to Z
제85권	2월 1호	개막식 스케일은 덤! 올해 열리는 국제스포츠 이벤트 BIG6
제86권	2월 2호	2018 문화체육관광부 예산
제87권	3월 1호	피트니스산업 규모의 확장과 콘텐츠 개발의 중요성
제88권	3월 2호	전 세계 골프산업 전문가가 최다 참가하는 미국 PGA Merchandise Show
제89권	4월 1호	영국의 사회적 기업을 바탕으로 한 국내 스포츠 사회적 기업의 성공 조건
제90권	4월 2호	스포츠현장의 기록: 빅데이터의 활용과 전망
제91권	5월 1호	'싱글 포커스, 멀티 브랜드, 옴니채널' 전략으로 10년 새 5.5배 수익을 낸, ANTA Sports
제92권	5월 2호	주요국의 스포츠산업을 포함한 미래 글로벌 스타트업 유치 지원정책
제93권	6월 1호	제21회 2018 FIFA 러시아 월드컵을 뜨겁게 즐기는 10가지 팩트 체크!
제94권	6월 2호	안전확인신고가 된 전기자전거로 운전면허증 없이 자전거도로를 달리세요!
제95권	7월 1호	콘텐츠로 소비자를 사로잡는 레드불의 브랜드 마케팅 전략
제96권	7월 2호	2018 차이나 스포츠쇼와 서비스 육성 전략 체계화에 나선 중국 정부
제97권	8월 1호	'2018 독일 FIBO'를 통해 살펴본 세계 피트니스 시장 동향
제98권	8월 2호	R&D 특기기술동향1: 생활스포츠 활성화를 위한 사용자 중심형 시스템 기술개발
제99권	9월 1호	R&D 특기기술동향2: 드론스포츠 표준기술 및 중계기법 기술 개발
제100권	9월 2호	해외가 주목하고 있는 스포츠 신산업 경쟁력 분석
제101권	10월 1호	독일 자전거와 미국의 전기스쿠터 세어 서비스 시장
제102권	10월2호	미국과 영국의 웨어러블 기기 시장
제103권	11월 1호	R&D 특기기술동향3: 생활스포츠 기량 향상을 위한 스마트 컨디셔닝 서비스 기술 개발
제104권	11월 2호	R&D 특기기술동향4: 빅데이터 기반 유아·유소년 SAQ(Speed, Agility, Quickness) 트레이닝 및 안전 기술 개발
제105권	12월 1호	미국 내 스포츠산업 일자리 연봉 BEST TOP 12
제106권	12월 2호	2018 베스트 글로벌 100대 브랜드의 스포츠 스폰서

④ 스포츠산업 컨퍼런스 개최

2018년 한 해 동안 스포츠산업 시장 현황 분석 및 최신 정보를 공유하여 미래시장을 예측하고 국내 산업체의 발전을 위한 기반 마련하기 위한 사업으로, 스포츠산업 최신 이슈전파 및 고부가가치 스포츠산업에 대한 통합적인 방향을 제시했다. 국내·외 스포츠산업의 현안사항을 중심으로 방향성을 탐색하고 미래를 조망하여 미래시장을 선도할 수 있는 정보·지식 공유하여 4차 산업혁명과 관련하여 산업간 융합을 통한 고부가가치 사업으로 육성하기 위한 기반을 조성하였다. 올해는 총 5회(국내컨퍼런스 1회 개최, 전문가 간담회 3회 개최, 글로벌 컨퍼런스 1회 개최)를 개최하였다.

〈표 4-127〉 스포츠산업 컨퍼런스 개최 사업 실적

스포츠산업 컨퍼런스 개최 사업 주요 성과		
	참석인원	주제
2014	290명	<ul style="list-style-type: none"> 1차 - 스포츠와 IT융합이 가져오는 스포츠산업 미래 변화 2차 - 글로벌 스포츠기업의 미래성장 전략 3차 - 2015년 스포츠산업 전망
2015	300명 (3%증가)	<ul style="list-style-type: none"> 1차 - 스포츠·레저 환경변화에 따른 스포츠기업 미래전략 2차 - 스포츠기업, 해외시장 진출 어떻게 할 것인가
2016	410명 (36.6%증가)	<ul style="list-style-type: none"> 한국 스포츠산업의 길을 묻다 <ul style="list-style-type: none"> - 세션1) 세계스포츠리그의 변화 - 세션2) 동아시아스포츠교류를 통한 화합 - 세션3) 스포츠와 IT산업의 융합 - 세션4) 가상현실이 빛어낼 스포츠 산업의 미래
2017	1,211명	<ul style="list-style-type: none"> 국내 컨퍼런스 4회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 4차 산업혁명, 스포츠산업 금융 정책, 일자리 창출, 정책방향 도출 전문가 간담회 5회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 해외시장 진출, 지역산업 육성, 인재양성 체계, 정책 자문 글로벌 컨퍼런스 1회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 기술을 통한 스포츠산업의 확장
2018	920명	<ul style="list-style-type: none"> 국내 컨퍼런스 1회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 트렌드 변화에 따른 스포츠이벤트산업 미래 전망과 전략 전문가 간담회 3회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠산업 융·복합, 스포츠산업 중장기계획 수립을 위한 공청회, 글로벌 스포츠산업의 지속가능한 발전, 정책 자문 글로벌 컨퍼런스 1회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠미디어의 새로운 시대

⑤ 스포츠산업 공모

국내 스포츠용품기업의 히트아이템 발굴을 통한 경쟁력 강화를 위해 중소 스포츠기업에 대한 디자인 분야로 주제를 선정하였다. 스포츠관련 제품 생산자 모집에서부터 상품화지원까지 전과정을 대국민 아이디어 공모를 받아 최종 선정된 5개 주제를 대상으로 대국민 디자인을 공모하였다. 2018년 한 해 동안 5개 기업 대상 621건 아이디어 및 45건의 디자인 접수로 총 14팀을 시상하였으며 특허출원 2건, 제품화 3건(VR장갑, 로잉머신, 모바일 APP)으로 디자이너의 권리보호 및 실효성 강화가 이루어 졌다.

〈표 4-128〉 스포츠산업 공모 사업 주요 실적

스포츠산업 공모 사업 주요 성과				
	아이디어 공모	디자인공모	시상	실적
2018	621건	45건	14팀	<ul style="list-style-type: none"> 특허출원 2건 제품화 3건 (VR장갑, 로잉머신, 모바일APP)



제5장

프로스포츠

2018 Sport Industry White Paper



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 있으며 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 자전거 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 단순히 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 관심이 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 1부리그는 'K리그1', 2부리그는 'K리그2'로 변경하였고, 한국프로농구 선수 연고제 시행 및 합숙소 운영 제도를 폐지하였다(한국프로스포츠협회)

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 지역의 경제적효과, 국민의 여가선용 기회와 지역화합 도모, 아마추어 선수들의 진로 개척에 중추적 역할로서 프로스포츠는 지속적인 성장을 하고 있다.

프로스포츠산업이 지역경제 활성화를 위한 중요한 산업 중 하나로 자리매김하면서 프로스포츠는 지역발전의 주요 수단으로 인식되고 있으며 각 지방자치단체는 프로스포츠 산업을 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 경제적효과는 의미가 있다. 다만 현재까지는 국내 프로스포츠가 자립기반을 구축하기에는 아직 해결해야 할 여러 가지 난제들이 있는 것도 자명한 사실이다.

3) 프로스포츠 글로벌화

지구촌 프로스포츠는 미국 프로농구(NBA: National Basketball Association)의 마이클 조던의 등장과 함께 글로벌화 되었다. 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 인기로 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 축구리그들(영국, 스페인, 이탈리아, 독일 등), FIFA(Federation Internationale de Football Association), IOC(International Olympic Committee) 등이 스포츠 세계화에 뛰어들었다. 미국 NBC hollywood reporter에 따르면 2014년 소치 동계올림픽의 개막식 시청률은 17%, 시청자 수는 약 3천만 명(31,700,000명), 16년 리우 하계 올림픽의 개막식시청률은 13.9%, 시청자 수는 약 2천만 명(26,500,000명)으로 집계되었으며, 2016년 리우 올림픽의 세계 누적 시청 인구수는 약 3억 3,400만 명이었다. 또한 영국 프로축구(English Premier League: EPL)는 80개의 방송국에 의해 212개 국가에서 방송중계가 되고 있으며 리그 경기의 시청자 수는 약 47억 명으로 추산된다.

딜로이트에 따르면 '빅5' 유럽 리그는 2017/18시즌에 지난 시즌보다 2.3억 유로 상승한 15.3억 유로의 총 수익을 올렸는데, 이는 영국 프리미어 리그, 스페인 라 리가, 프랑스 리그의 방송중계권 가치의 상승 때문인 것으로 보이며 이러한 성장은 '빅5'가 아닌 나머지 유럽 리그에서도 나타나고 있다. 빅 리그와 UEFA 챔피언스리그는 전 세계적인 인기를 바탕으로 다른 리그와 비교할 수 없는 속도로 성장하고 있기 때문에 유럽 축구시장의 빅리그와 나머지 리그의 규모 측면에서 양극화 현상이 나타나고 있다.

국내의 경우 과거 프로레슬링과 프로권투 등에서 국제경기가 주로 이어지다가, 박찬호가 미국 메이저리그 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 박성현(KEB하나은행)은 미국 골프 전문 매체 골프 채널이 선정한 2017 미국여자프로골프(LPGA)투어에서 39년 만에 올해의 선수와 상금왕까지 차지하며 신인 3관왕에 올랐다. 1998년 박세리가 LPGA 챔피언십에서 정상에 등극하면서 LPGA 대회를 중심으로 본격적으로 국내에 방송중계가 되기 시작하였으며 위성TV, 공중파TV, 케이블TV 등을 통해 PGA 투어와 시니어 투어가 방송 중계되기 시작하였다. 한국 여자 프로골퍼들의 LPGA에서의 활약은 LPGA투어 경기(KEB·하나은행 챔피언십)의 한국개최로 이어졌는데, 이는 방송중계와 같은 미디어를 통한 접근을 넘어 더욱 확장된 차원으로 글로벌화의 좋은 예라고 할 수 있다. 30년간 한국여자프로골퍼는 교포 출신을 포함해 150여명의 선수들이 LPGA 투어 무대를 밟았고, 이들 중 한국선수 45명이 163승을, 교포선수 7명이 29승을 올려 총 52명의 선수가 192승을 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 중계방송



이 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, PGA 투어에는 최경주, 김시우, 안병훈, 송영한 등이 활약하고 있다. 특히 올해 김시우는 PGA 투어 플레이어스 챔피언십 우승 등의 활약을 보였다. 축구에서는 차범근이 서독, 허정무가 네덜란드 리그에서 활약한 이래 2002년 월드컵의 활약을 바탕으로 박지성, 이영표, 설기현, 송종국 등이 유럽리그에 진출하면서 네덜란드 프로축구와 영국 프리미어 리그가 국내에 중계방송 되었으며 현재는 손흥민, 기성용 등이 세계축구의 중심에서 활약하면서 스페인리그, 독일 분데스리가 등 대부분의 유럽리그 경기들이 국내에 중계방송 되고 있다. 특히 손흥민은 26경기에 나와 9골 5도움을 기록하며 그간 한 시즌 코리안리거 최다 득점 기록인 19골(차범근)을 경신하여 한국 축구사에 새롭게 기록되었다. 또한 이승우, 백승호 등의 유망주가 성장하면서 FC바르셀로나 2군에서 이승우는 이탈리아 세리에 A 헬라스 베로나로 입단하였다. 야구는 추신수(텍사스 레인저스), 류현진(LA 다저스), 오승환(토론토 블루제이스), 최지민(밀워키 브루어스, 탬파베이 레이스), 강정호(피츠버그 파이러츠) 등의 선수가 미국 메이저리그에서 활약하고 있다.

〈표 5-1〉 리그수입에 따른 전 세계 프로스포츠 순위(2018년 기준)

리그	종목	국가	팀수	총수익규모
1위 프로풋볼리그(NFL)	미식축구	미국	32	160억달러
2위 메이저리그(MLB)	야구	미국/ 캐나다	30	107억달러
4위 프리미어리그(EPL)	축구	영국	20	73억 달러
3위 프로농구(NBA)	농구	미국/ 캐나다	30	80억 1,000만달러
5위 라 리가(La Liga)	축구	스페인	20	50억달러

※출처: 미국 터치다운와이어(2019)

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 현재 K리그는 3명의 외국인선수와 1명의 아시아선수(AFC 가입국 선수)가 한 팀에서 뛴 수 있다. 1990년대부터 본격적으로 외국인 선수들이 K리그에서 뛰기 시작하였다. 1991년 성남 일화축구단에 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 쯔영을 베트남의 호앙 안 지아 라이 FC로부터 임대 영입하여 국내 베트남 근로자 및 동남아 마케팅에 나섰다. 쯔영은 피아퐁 이후 30년 만에 K리그에 진출한 아시아 선수로 2016년 강원 FC로 이적하였다. 2018년 K리그 클래식 선수는 437명(팀당 평균 36.4명), K리그 챌린지 등록 선수는 359명(팀당 평균 35.8명)이었다.

프로야구는 1998년 외국인 선수제도를 도입한 이래 꾸준히 숫자를 확대하여 현재 팀당 3명(타자 1명 포함)의 외국인 선수가 등록되어 있으며 신생팀인 kt wiz의 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)에 처음으로 열려 한국이 4강에 진출하였고 2009년 WBC에서는 준우승을 차지하였으나 2013년 WBC에서는 1라운드에 탈락하였다. 2015년 WBSC(World Baseball Softball Confederation)이 주최하여 세계 12개국이 참가한 국가대항 야구대회인 프리미어 12에서는 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 프로스포츠 산업

1) 프로스포츠 관람객

국내 프로스포츠 관람객은 야구, 축구, 농구, 배구의 4대 종목 관람객을 합하여 2009년부터 2014년까지 증감을 반복하다가 2015년 1,148만 명, 2016년 1,238만 명으로 증가추세를 보였다. 하지만 2017년 12,117만 명, 2018년은 1,155만 명으로 또다시 감소추세를 보이고 있다. 야구의 경우 2012년 750만 명의 관중수를 기록한 이후 2년간 670만 명 관중에 묶여있었으나 2016년 863만 명, 2017년 871만 명을 돌파하며 최다 관중을 기록했다. 올해 2018년도에는 840만 명으로 약간 감소추세를 보였다. 프로축구의 경우 2011년 이후 지속적으로 관람객이 감소하고 있다. 1998년 처음으로 프로축구 관람객 수가 200만 명(2,179,288명)을 돌파한 뒤로 2000년에 200만 명 미만(1,909,839명)으로 떨어졌고 2017년에는 1,913,164명으로 2000년 이후 처음으로 2백만 관중 돌파에 실패했으며 2018년도에는 1,570,628명을 기록하였다. 남자농구(KBL)의 경우 2014년 이후 꾸준히 관중수가 감소하다가 2018년도에는 87만명으로 반등하였다. 여자농구(WKBL)의 경우 2015년 16만 명의 관중을 동원한 이후 지속적으로 감소하여 2018년 87만명을 기록하였다. 프로배구(KOVO)의 경우 2018년 기준 남·여 경기를 합쳐서 총 580,448명의 관람객이 배구장을 찾은 것으로 나타났다. 2008년 이후로 야구, 축구, 농구, 배구 등 4개 프로스포츠의 총 관람인원은 매년 1,000만 명을 넘고 있다. 2018년 주요 프로스포츠 경기 당 평균 관중수는 야구 11,398명, 축구 3,812명, 남자농구 2,992명, 여자농구 1,098명, 그리고 배구 2,546명으로 나타났다.



〈표 5-2〉 프로스포츠 전체관람객 추이

(단위 : 명)

구 분	야 구	축 구	농 구(남)	농 구(여)	배 구(남·여)	합 계
2009	6,347,547	2,507,533	1,129,905	156,788	322,220	10,463,993
2010	6,236,626	2,432,127	1,146,932	91,584	345,549	10,252,818
2011	7,154,441	2,862,179	1,326,641	166,227	395,853	11,905,341
2012	7,533,408	2,419,225	1,206,260	150,752	358,518	11,668,163
2013	6,744,030	2,293,957	1,303,988	144,789	416,288	10,903,052
2014	6,754,619	2,084,768	1,163,557	159,201	498,421	10,660,566
2015	7,622,495	2,150,416	1,030,846	167,606	507,479	11,478,842
2016	8,631,829	2,139,826	927,844	158,607	520,768	12,378,874
2017	8,713,420	1,913,164	848,395	124,306	517,674	12,116,959
2018	8,400,502	1,570,628	873,782	123,000	580,448	11,548,360

※출처: 문화체육관광부(2018 프로스포츠 경기단체 자료)

〈표 5-3〉 주요 프로스포츠 경기 수 및 경기당 평균 관중 수

(단위 : 회, 명)

구 분	야 구		축 구		농 구(남)		농 구(여)		배 구	
	경기수	평균관중	경기수	평균관중	경기수	평균관중	경기수	평균관중	경기수	평균관중
2009	549	11,562	217	11,555	292	3,870	130	1,206	216	1,492
2010	547	11,402	216	11,260	291	3,941	130	704	187	1,848
2011	547	13,079	246	11,635	292	4,543	115	1,445	232	1,706
2012	548	13,747	353	6,853	290	4,160	131	1,151	192	1,867
2013	593	11,373	409	5,609	293	4,450	114	1,270	196	2,124
2014	591	11,429	413	5,048	293	3,971	112	1,421	226	2,205
2015	736	10,357	453	4,747	291	3,542	112	1,496	228	2,226
2016	735	11,744	452	4,734	293	3,167	112	1,416	230	2,264
2017	736	11,839	412	4,644	293	2,896	111	1,120	229	2,261
2018	737	11,398	412	3,812	292	2,992	112	1,098	228	2,546

※경기수=정규리그+포스트시즌+올스타전(축구는 컵대회 포함)

※출처: 문화체육관광부(2018 프로스포츠 경기단체 자료)

일반적으로 미국, 영국 등의 해외 스포츠 선진국의 사례를 살펴보면 스포츠산업의 발전은 프로스포츠리그를 중심으로 하여 여러 가지 연관 산업이 성장하기 때문에 팬과 선수층이 두터운 종목의 프로화가 전체 스포츠 산업의 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 스포츠경기업은 스폰서십, 라이선싱, 선수관리 및 계약, 스포츠이벤트, 스포츠마케팅 기획 등의 활동을 통해 크게 성장할 것으로 전망하고 있다.

〈표 5-4〉 주요 프로스포츠 수용규모 및 좌석점유율

(단위 : 명, %)

구분	야 구		축 구		농 구(남)		농 구(여)		배 구	
	수 용 규 모	좌 석 점유율	수 용 규 모	좌 석 점유율	수 용 규 모	좌 석 점유율	수 용 규 모	좌 석 점유율	수 용 규 모	좌 석 점유율
2009	16,956	68.2	37,865	30.5	5,558	69.6	2,756	43.8	4,422	33.7
2010	16,656	68.5	36,592	30.8	5,558	70.9	2,066	34.1	4,602	40.2
2011	16,733	78.2	33,314	34.9	5,558	81.7	2,732	52.9	4,629	36.9
2012	16,844	81.6	33,120	20.7	5,558	74.8	2,980	38.6	4,588	40.7
2013	16,160	70.4	34,614	16.2	5,558	80.1	2,980	42.6	3,907	54.4
2014	16,985	67.3	31,513	16.0	5,558	71.4	2,982	47.7	4,077	54.1
2015	16,837	61.5	35,090	13.5	5,558	63.7	3,372	44.4	4,106	54.2
2016	18,195	64.5	32,074	14.8	5,558	57.0	2,998	47.2	4,067	55.7
2017	18,178	65.1	32,074	14.5	5,558	52.1	3,322	33.7	3,946	57.3
2018	17,945	63.5	32,074	11.9	5,558	53.8	3,164	34.7	3,959	64.3

※구장 매진인원 총계/구장 수

※출처: 문화체육관광부(2018 프로스포츠 경기단체 자료)

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 5대 메이저 프로스포츠(미식축구(NFL), 야구(MLB), 농구(NBA), 아이스하키(NHL), 프로축구(MLS))가 수익창출의 중심이다. 포브스(Forbes)에 따르면 5대 메이저 프로스포츠(미식축구(NFL), 야구(MLB), 농구(NBA), 아이스하키(NHL), 프로축구(MLS))가 미국 스포츠산업 수익창출의 중심이며, 2017년 연간 수익은 각각 NFL 160억 달러(약 18조 4,960억 원), MLB 103억 달러(약 11조 5,154억 원), NBA 80억 1,000만 달러(약 9조 2,595억 원), NHL 37억 달러(약 4조 2,228억 원)이며, 미국 노동청 통계(U.S. Bureau of Labor Statistics, 2018)에 따르면, 10,800명의 스포츠선수, 276,100명의 코치 및 스카우트, 그리고 19,090명의 스포츠심판 및 임원이 스포츠산업에 종사하고 있다. 또한, 139,770명의 근로자가 관람스포츠산업에, 320,180명이 스포츠용품 소매업에 종사하고 있는 것으로 나타났다. 올해 포브스가 미국 4대 프로스포츠의 평균 구단가치를 조사한 결과 미국프로풋볼(NFL)구단이 23억 8,800만 달러(약 2조 7,300억 원)로 가장 높게 나타났다. MLB구단은 평균 15억 3,700만 달러(약 1조 7,575억 원)를 기록하였고, NFL구단 평균과 8억 달러(약 9,149억 원) 이상 차이를 보였다. 지난해 23억 4,000만 달러(약 2조 6,762억 원)였던 NFL 평균 구단가치는 올해 지난해 대비 약 2.05% 증가한 것으로 나타났으며 미국 4대 프로스포츠 전체 1위는 올해도 NFL의 델러스 카우보이스로 지난해에도 구단 가치 40억 달러(약 4조 5,784억 원)로 전체 프로스포츠 구단에서 가장 높은 가치평가를 기록하였다.

최근 들어 미국에도 축구의 인기가 높아지면서 미국 프로축구(Major League Soccer: MLS)에는 현재 스페인의 다비드 비야, 영국의 로비 킨, 애슐리 콜 같은 세계적으로 인기가 있는 선수들과 대부분의 미국



국가대표 선수들이 MLS에서 활약하고 있다. 이에 따라 MLS의 관람객 수와 시장 규모도 지속적으로 성장하고 있다. 유럽의 영국, 독일, 스페인, 프랑스, 이탈리아 등은 축구를 중심으로 농구, 핸드볼 등의 프로스포츠리가 운영되고 있다.

국내 프로스포츠는 축구, 야구, 농구, 배구의 4대 종목 총 관람인원은 2008년 이후 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 2018년 선수 평균 연봉은 1억 5,065만 원으로 110.8%가 늘었다. 반면 최저 연봉은 2004년 2,000만원에서 올해 2,700만원으로 증가율은 35%에 불과하였다. 일본 프로야구의 경우(신인 연봉은 선수마다 다르다)에는 최저 연봉은 420만 엔(약 4,200만원)인데 '괴물 타자'로 고교 시절 주목받은 니혼햄 파이터스 신인 기요미야 고타로의 연봉은 1,500만 엔(약 1억 5,000만 원 추정)으로 최저 연봉의 4배 정도 많은 액수로 조사되었다(한국프로야구 관전가이드&선수명단, 2018). 프로축구 구단과 프로야구 구단은 모기업에서 분리되어 독립구단 형식을 갖추었으나, 프로농구 구단 및 프로배구 구단은 대부분 모기업의 하부 부서로 운영되고 있는 구조이다. 대표적인 관람 스포츠인 프로스포츠리가는 스포츠산업의 한 축으로 성장 가능성이 크지만 현재 산업으로서의 성장이 정체되고 있는 양상이다.

〈표 5-5〉 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	6	-	-	61
등록선수(명)	609	811	198	80	102	79	1,092	1,008	3,979

※출처: 각 프로리그 협회 홈페이지(2018)

〈표 5-6〉 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	1	-	-	1	11
합계	20	8	1	6	26

※출처: 문화체육관광부(2018 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 스포츠클럽 가치 랭킹에서 지난해에 이어 미국 프로풋볼(NFL) 델러스 카우보이스가 1위에 올랐다. 포브스는 TV 중계권과 홈구장 가치와 수입, 스폰서 계약, 구단 용품 판매 등을 기준으로 매년 스포츠 구단들의 가치를 평가하고 발표해왔다. 2017 전세계 구단 가치 리스트에서 델러스 카우보이스가 지난해보다 5% 상승한 42억 달러(약 4조 2천억 원)이다. 지난 해까지는 맨체스터 유나이티드가 2011년부터 2년 연속, 스페인 레알 마드리드가 2013년부터 작년까지 3년 연속 1위에 올랐으며, 델러스 카우보이가 전 세계 프로스포츠구단 톱 50의 평균 가치 22억 달러(2조 5천억 원)의 2배에 육박하는 가치를 보유한 것으로 분석됐다. 특히, 델러스 카우보이스를 비롯한 NFL 구단들은 톱10 중 4개 팀, 톱50 중 절반이 넘는 29개 팀이 이름을 올렸다. 또한, 뉴욕양키스는 지난해보다 구단 가치가 9% 상승해 37억 달러(3조 7천억 원)로 2위를 기록했다. 영국 프리미어리그 맨체스터 유나이티드가 36억 9천만 달러(3조 6천 9백억 원)로 3위를 기록했다. 스페인 라리가 FC바르셀로나가 36억 4천만 달러(3조 6천 4백억 원)로 4위에, FC바르셀로나의 라이벌 구단 레알 마드리드는 35억 8천만 달러(3조 5천 8백억 원)로 5위에 올랐다. 이러한 사례들에 비추어 보면 국내 프로스포츠는 상대적으로 프로스포츠 선진국에 비해 경제적 가치 규모가 작다고 할 수 있다.

2018년 5개 프로스포츠(야구, 축구, 농구, 배구, 골프)의 입장수입 규모는 총 약 1,186억 원이었으며 이중 프로야구가 약 923 원으로 가장 큰 비중을 차지하였다. 프로축구가 약 126억 원으로 두 번째로 입장수입 규모가 큰 시장이었으며, 남자 프로농구가 약 64억 원으로 뒤를 이었다. 남자프로농구에 비해 여자프로농구의 입장수입 규모가 현저히 작은 데 반해, 프로골프의 경우는 여자프로골프 입장수입이 남자프로골프 입장수입 규모의 약 40배 이상 규모가 컸다. 이는 여자프로골프의 경우 대회 수(2018년 기준 30개)가 남자프로골프(2018년 기준 17개) 대회보다 많고, 세계무대에서 강세를 이어가는 한국 여자 골프 선수들의 영향으로 국내에서 남자프로골프에 비해 여자프로골프의 인기가 높은 것이 원인이라고 할 수 있다. 지난 4년간의 입장수입 변화를 살펴보면, 프로야구, 여자골프가 꾸준한 증가 추세를 보이고 있었다. 프로축구는 2016년 다소 감소하였으나 2017, 2018년에는 다시 증가한 것으로 나타났다. 남자프로농구는 2017년에 다소 증가하였다가 2018년에 감소하고 있는 것으로 조사되었다.

〈표 5-7〉 프로스포츠 입장수입 규모

(단위 : 억 원)

	2015	2016	2017	2018
프로야구	730.9	870.9	898	923
프로축구	110.71	103	123	126
프로농구(남)	63.2	57.5	74.6	64
프로농구(여)	1.5	2.0	3	2.6
프로배구(남, 여)	20.5	24.6	24.6	27.4
프로골프(남)	1.0	1.1	1.3	1.6
프로골프(여)	35.61	35.0	41.0	41.7
소계	963.42	1,094.10	1,165.5	1,186.3

※출처: 각 프로스포츠 연맹



프로스포츠의 중계권 시장을 살펴보면 프로야구의 중계료가 약 600억 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 60억 원 정도를 중계권 수익을 올리고 있다고 볼 수 있다. 프로축구는 2013년부터 2017년까지 매년 60억 원 규모의 중계권 수익을 올리고 있다. 프로배구는 2016년부터 2018년까지 매년 40억 원을 중계권료로 받고 있다. 여자프로농구의 경우 4.4억 원 규모의 중계권 수입을 올리는 것으로 나타났으며, 남자프로농구는 연간 약 33억 원 규모로 중계권 시장이 형성되어 있다고 조사되었다. 2018년 여자프로골프와 남자프로골프의 경우는 중계권 계약 규모가 알려져 있지 않다.

〈표 5-8〉 프로스포츠 중계권 시장규모

(단위 : 억 원)

	2016	2017	2018
프로야구	340	579	600
프로축구	60	60	60
프로농구(여)	3.0	3	4.4
프로농구(남)	-	33	33
프로배구(남, 여)	40	40	40

※출처: 각 프로스포츠 연맹

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.

2018년 4개 프로스포츠 머천다이징 시장규모는 약 95.4억 원이다. 이중 프로야구가 65억 원으로 머천다이징 시장에서 대부분의 비중을 차지하고 있으며, 프로축구가 24억 원으로 머천다이징 시장 매출 규모가 전년도 37억 원에서 크게 감소하였다. 반면 프로배구(남, 여)는 2017년 0.6억원에서 1.7억원으로 크게 증가하였으며, 남자프로골프는 지난해(2017년) 대비 4천만원 증가한 4.7억 원 규모로 성장하였다. 한편, 여자프로골프의 경우, 협회에 따르면 다른 종목들과 달리 머천다이징 사업을 하지 않은 것으로 보고되었다.

〈표 5-9〉 프로스포츠 머천다이징(라이선싱 포함) 시장규모

(단위 : 억 원)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
프로야구	50*	60	60	70	65	65
프로축구	19.7	20.251	33.684	27	37	24
프로농구(남)	2.1	2.1	1.9	4.2	2.2	-
프로농구(여)	-	0.3	0.9	0	-	-
프로배구(남, 여)	0.2	0.3	0.4	0.6	0.6	1.7
프로골프(남)	2.5	2.3	1.5	3.5	4.3	4.7
소계	74.5	85.251	98.384	105.3	109.1	95.4

※라이선싱 로열티 기준

※출처: 각 프로스포츠 연맹

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 있기 때문에 스폰서 시장규모 또한 대체로 크게 나타난다. 2018년 기준으로 모기업의 스폰서 금액을 제외한 프로야구 스폰서 시장규모는 약 1,100억 원으로, 구단 평균 110억 원이다. 한편, 프로축구의 스폰서 시장규모는 약 1,825억 원이었으며, 남자프로농구가 올해 공개한 자료에 따르면 남자프로농구의 스폰서 시장 규모는 약 282억 원으로 지난해에 비해 크게 감소하였다. 반면 여자프로농구 의 스폰서 금액은 지난해에 비해 1억원 감소하였으며, 프로배구(남, 여)는 16.4억원이 증가한 122.7억원이었다. 두 스포츠 모두 프로야구나 프로축구에 비해 상당히 적게 나타나는데 이는 종목의 특성상 팀을 구성하는 선수 수의 차이에서 비롯된다. 프로야구의 1군 등록선수는 구단별 27명이고 대부분 구단이 2군과 육성선수를 운영하기 때문에 구단별 선수 수는 60여명이 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(2018년 기준 30개 대회) 스폰서 시장이 남자 경기(2018년 기준 17개 대회) 스폰서 시장보다 크다. 여자프로골프의 스폰서 시장 규모는 완만히 증가하였다가 2017년에 조금 주춤하였는데, 2014년 남자프로골프의 스폰서 시장 규모는 여자프로골프 대비 1/10 수준이었지만 2017년에는 역전하여 2018년에는 약 110억 정도 차이가 발생하였다.



〈표 5-10〉 프로스포츠 스폰서 시장규모

(단위 : 억 원)

	2014	2015	2016	2017	2018
프로야구	1,100*	1,200*	1,100*	1,098	1,100
프로축구	1,341.37	1,305.51	1,689	1,876	1,825
프로농구(남)	-	-	294.7	412	282
프로농구(여)	25.2	25.4	20.0	20	19
프로배구(남, 여)	96.5	97.2	106.3	106.3	122.7
프로골프(남)	18.2	16.9	190	284	362.1
프로골프(여)	189.6	212.1	256.1	251.4	254.5
소계	2,770.87	2,857.11	3,656.1	4,047.7	3,965.3

※모기업 제외 스폰서 금액

※출처: 각 프로스포츠 연맹

3 종목별 프로스포츠 산업

국내 프로스포츠의 전체 현황은 1982년 프로야구리그가 출범한 이후 본격적으로 국내 스포츠리그의 프로화가 진행되었고 스포츠산업을 이끄는 기폭제가 되었다. 2017년 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 22개 구단, 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 개발 사업 등을 하고 있다.

〈표 5-11〉 프로스포츠단체 현황

(단위 : 개)

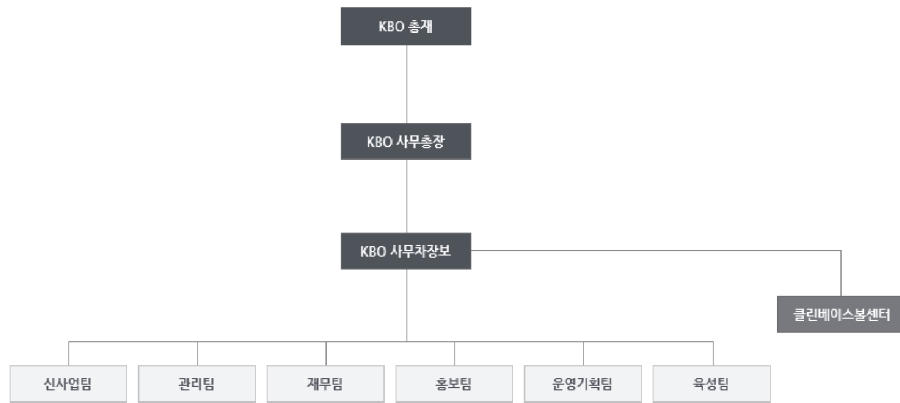
종목 구분	축구		야구	농구		배구	골프	
	단체명	(사)한국프로 축구연맹	(사)한국 야구위원회	(사)한국 농구연맹	(사)한국 여자농구연맹	(사)한국 배구연맹	(사)한국프로 골프협회	(사)한국여자 프로골프협회
대표	권오갑	정운찬	이정대	이병완	조원태	구자철	김상열	
구단수	12 10	10	10	6	7 6	-	-	

1) 프로야구

(1) 한국 야구위원회

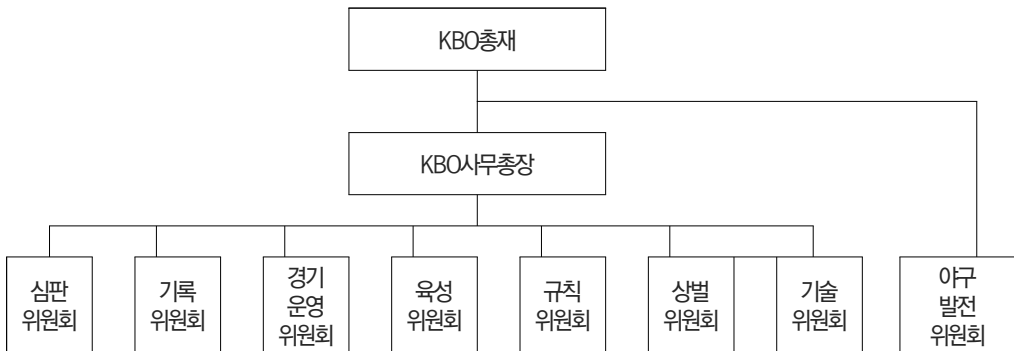
(사)한국 야구위원회(Korea Baseball Organization)는 야구를 통한 대한민국 프로스포츠 발전에 기여하는 것을 목적으로 1981년 12월 11일 창립되었다. 대한민국 문화체육관광부 소관의 사단법인으로 각종 국제대회 참가 및 KBO 리그(국내 프로야구 리그)를 총괄하는 기구이다. 한국 야구위원회의 주요 활동은 KBO 정규시즌, 올스타전, 포스트시즌, 한국시리즈 등의 리그 활동 관리, KBO 야구 경기의 기록 및 관련 자료의 수집과 조사 및 분석, 국제 야구 활동 교류추진, 아마추어 야구발전을 위한 제반 지원활동, TV 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.

〈그림 5-1〉 한국야구위원회 조직도



※출처: KBO 홈페이지

〈그림 5-2〉 KBO 전문위원회 조직도



※ 출처: KBO 홈페이지



주식회사 케이비오피((주) KBOP: Korea Baseball Organization Properties)는 2002년 2월에 설립된 (사)한국야구위원회의 자회사로서 KBO를 대신하여 통합 마케팅을 대행하는 회사이다. (주)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 첫째 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 5-12〉 과거 KBO리그 팀 변천사

팀명	팀명 변경 역사	창단일 / 변경일	해체일
쌍방울 레이더스		1990년 3월 15일	2000년 2월 12일
삼미 슈퍼스타즈	청보 핀토스	1982년 2월 5일	1985년 6월 21일
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(2018) 야구연감

〈표 5-13〉 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 1일
삼성 라이온즈	-	1982년 2월 3일
롯데 자이언츠	-	1982년 2월 22일
한화 이글스	빙그레 이글스	1986년 3월 8일
	한화 이글스	1993년 11월 1일
SK 와이번스	-	2000년 3월 31일
넥센 히어로즈	우리 히어로즈	2008년 3월 24일
	히어로즈	2008년 8월 26일
	서울 히어로즈	2009년 7월 5일
	넥센 히어로즈	2010년 2월 9일
NC 다이노스	-	2011년 2월 8일
kt 위즈	-	2013년 1월 17일

※출처: 한국야구위원회(2018) 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. 1994년에 빙그레 이글스가 한화 이글스로 바뀌었고 1999년 OB 베어스가 두산 베어스로 구단 명칭을 바꾸었다. 같은 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 넥센이 메인스폰서가 되면서 지금의 넥센 히어로즈가 탄생하였다. 2011년 엔씨소프트가 NC 다이노스를 창단하면서 9개 구단이 되었다. 그리고 2013년 kt 위즈가 탄생하면서 한국 프로야구는 10개 구단 시대를 맞이하였다. 2018년도 구단 순위는 SK가 총 144경기 중 78승 1무 65패로 1위를 차지하였으며 그 다음으로 두산, 한화, 넥센, KIA, 삼성, 롯데, LG, KT, NC구단 순으로 결과가 나타났다.



〈표 5-14〉 '18년 KBO리그 팀 개요

팀	연고지	홈 경기장	제2 홈구장	창단연도	리그참가	감독
KIA 타이거즈	광주	광주-기아 챔피언스필드 함평-기아 챌린저스필드	군산월명종합운동장야구장	2001년	1982년	맷 윌리엄스
kt 위즈	수원	수원 kt 위즈 파크	-	2013년	2015년	이강철
LG 트윈스	서울	서울종합운동장 야구장	-	1990년	1982년	류중일
NC 다이노스	창원	마산종합운동장 야구장	-	2011년	2013년	이동욱
SK 와이번스	인천	인천 SK 행복드림구장	-	2000년	2000년	염경엽
넥센 히어로즈	서울	고척 스카이돔	-	2008년	2008년	손혁
두산 베어스	서울	서울종합운동장 야구장	-	1982년	1982년	김태형
롯데 자이언츠	부산	사직야구장	울산문수야구장	1982년	1982년	허문회
삼성 라이온즈	대구	삼성 라이온즈파크	포항야구장	1982년	1982년	하삼영
한화 이글스	대전	한화생명 이글스 파크	청주야구장	1986년	1986년	한용덕

※출처: 한국야구위원회(2018) 야구연감

(3) 프로야구단 경기장 개요

현재 국내 프로야구는 두산과 LG가 잠실야구장을 공동으로 홈구장으로 사용하고 있고 넥센은 서울의 고척 스카이돔을 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 5-15〉 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	넥센 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	SK 와이번스	2002년	602억 원	27,877명
창원 마산 종합운동장 야구장	NC 다이노스	1982년 건립 2012년 리모델링	-	13,700명
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
화성하이로즈 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-KIA챌린저스필드	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 마산 종합운동장 야구장을 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 3년 2개월 만에 완공되어 2016년 3월 19일에 개장된 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 85년까지는 구덕 야구장을 사용했다가 85년 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, 2018년 현재 10개 구단이 KBO 리그에 참여하고 있다. 프로야구는 국내 타 종목에 비해서는 관람객이 많지만, 그마저도 17년 대비 18년 연간 관람객은 감소한 8,400천명을 기록했다. 평균 관중은 11,398명으로, 해외 주요리그 평균 관중(미국 MLB 15년 기준 30,517명, 일본 14년 기준 28,248명)에 비해서는 아직 격차가 크다. 주로 리그 성적에만 집중하며 마케팅 및 경영철학 부족으로 적자(각 구단은 모기업의 지원에 의존하며 50~200억 원 적자)를 극복하고 있지 못하다.

〈표 5-16〉 '18년 프로야구 관람객 및 좌석점유율

구분	경기 수	연간 관람객	평균관중	좌석점유율
2018	737	8,400천 명	11,398명	63.5%

한국 프로스포츠는 야구와 축구 농구 배구 등 4대 스포츠가 모두 흥행하며 세계적으로도 손꼽히는 규모를 갖추고 있으나 정착 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 kt를 제외한 구단들은 단기간 계약으로 경기장의 안정적인 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 산업으로서의 역할을 할 수 있도록 뒷받침하는 '스포츠산업 진흥법' 전면 개정안이 2016년 시행되면서 프로구단이 홈구장을 최대 25년까지 수익계약 방식으로 장기 임대하여 관중 친화적인 곳이 되도록 투자하고 보수할 수 있게 되었다. 지방자치단체 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 연구 경기장으로 사용·수익을 허가하거나 관리를 위탁할 때에는 프로스포츠단과 우선하여 수익계약을 할 수 있도록 하여 경기장의 안정적인 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. 2017년에는 프로야구 넥센 히어로즈가 프로구단 간 성과평가에서 최고 등급(S등급)을 받았다. 넥센 히어로즈는 마케팅 및 관리비용, 입장수익 증가율, 광고수익 증가율, 기타수익 등의 항목에서 높은 점수를 받았다. 고척 스카이돔으로 이전하며 부가효과를 거두고 있는 넥센은 2016년부터 2018년까지 3년 간 네이밍 스폰서십 재계약을 체결하고, 5개 등급으로 나눈 스폰서 62개사와 제휴해 수익을 올렸다. 이외에도 구단에 수석디자이너를 채용해 구단의 정체성이 투영된 일관된 이미지로 팬들과 소통했고, 연간 16만부의 구단 타블로이드를 발행하며 커뮤니케이션 채널을 확대했다. 국내 유일의 돔구장 이점을 활용해 경기 종료 후 암전 상태에서 ‘히어로즈 클럽파티’를 연간 3차례 실시했다.(한국프로스포츠협회). 야구 소비층을 넓히기 위해선 무엇보다 젊은 팬들의 유입이 절실하지만, 야구 소비층의 저변을 확대하기가 쉽지만은 않은 상황이다. 구단 차원에서 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.

2) 프로축구

(1) 한국프로축구연맹

한국프로축구연맹은 한국 프로축구를 통한 국민의 여가선용, 스포츠 활성화 및 저변확대를 통한 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 대한민국 문화체육관광부 소관의 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 5개팀으로 리그가 진행되었다. 1983년 12월 3일 대우가 대우 로얄즈라는 명칭으로 프로화하였고 3일 뒤 현대가 창단, 22일 럭키금성 구단이 탄생하였다. 1984년 포항제철이 프로로 전향하였다. 최초 5개팀으로 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. 2018년 K리그1(구 K리그 클래식) 최종 우승은 전북 현대 모터스가 승점 86점으로 차지하였고, 전남 드래곤즈가 12위를 차지하며 K리그2로 강등되었다. 2017 K리그 클래식에서 K리그 챌린지로 강등되었던 광주FC가 K리그2(구 K리그 챌린지)에서 1위를 차지하며 다시 K리그1로 승격되었다.

〈표 5-17〉 프로클럽 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. 외국인선수는 최대4명(4명일 경우, 1명은 AFC가맹국국적자로 함)으로 한다
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
8.	K리그1에 참가하는 클럽(이하 'K리그1')의 수는 이사회 결정에 의한다.

※출처: 한국프로축구연맹(2018)

〈표 5-18〉 프로축구 K리그1(클래식) '18년 참가팀

(단위 : 명)

구단	순위(2018)	위치	홈구장	수용 인원
전북 현대 모터스	K리그1 우승	전주	전주월드컵경기장	42,477
제주 유나이티드	K리그1 5위	제주	제주월드컵경기장	35,657
수원 삼성 블루윙즈	K리그1 6위	수원	수원월드컵경기장	44,031
울산 현대	K리그1 3위	울산	울산문수축구경기장	44,102
FC 서울	K리그1 11위	서울	서울월드컵경기장	66,806
강원 FC	K리그1 8위	강원	강릉종합운동장	21,171
			춘천종합운동장	18,370
			원주종합운동장	14,757
포항 스틸러스	K리그1 4위	포항	포항스틸야드	17,443
대구 FC	K리그1 7위	대구	대구스타디움	66,422
인천 유나이티드	K리그1 9위	인천	인천축구전용경기장	20,300
전남 드래곤즈	K리그1 12위	광양	광양축구전용구장	13,496
경남 FC	K리그1 2위 (2017 K리그 챌린지 우승)	경남	창원축구센터	15,116
상주 상무	K리그1 10위	상주	상주시민운동장	15,042

※출처: 프로축구연맹(2018) 프로축구연감

〈표 5-19〉 프로축구 K리그2 '18년 참가팀

(단위 : 명)

구단	순위(2018)	위치	홈구장	수용 인원
아산 무궁화	K리그2 1위	아산	이순신종합운동장	19,283
성남 FC	K리그2 2위	성남	탄천종합운동장	16,146
부천 FC 1995	K리그2 8위	부천	부천종합운동장	35,545
수원 FC	K리그2 7위	수원	수원종합운동장	11,808
FC 안양	K리그2 6위	안양	안양종합운동장	17,095
서울 이랜드 FC	K리그2 10위	서울	서울종합운동장	5,216
안산 그리너스 FC	K리그2 9위	안산	안산와-스타디움	35,000
대전 시티즌	K리그2 4위	대전	대전월드컵경기장	40,535
부산 아이파크	K리그2 3위	부산	구덕운동장	11,808
광주 FC	K리그2 5위	광주	광주월드컵경기장	40,245

※출처: 프로축구연맹(2018) 프로축구연감



(3) K리그 구단 명칭과 연고지 변천

〈표 5-20〉 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
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 현대	1984년 -현재	현대 호랑이	1983년 12월 6일 (창단식)
		울산 현대 호랑이	1996년 1월
		울산 현대	2008년 2월
FC 서울	1984년 -현재	력키금성 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 인수 확정) 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 삼성 블루윙즈	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)5 2003년 3월 19일(창단식)
인천 유나이티드	2004년 -현재	-	2003년 12월 12일(창단 승인일)5 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)
아산 무궁화	2017년 -현재	-	2017년 1월 16일(K리그 가입)

주: 고양 Hi FC와 충주 험멜FC는 1999년에 창단하였으나 2016년을 끝으로 해체되었음

※출처 : 프로축구연맹(2018) 프로축구연감



(4) 프로축구 현안 및 과제

가. 현황 및 문제점

1983년부터 프로축구 리그를 시작하여, 2017년 K리그 클래식 12팀, 챌린지 10팀이 리그에 참가하고 있다. 프로축구 좌석 점유율 11.9%로 국내 타 종목에 비해 최하위 수준이다. 평균 과중 도한 3,812명으로, 해외 주요리그 평균 관중(독일(분데스리가) 4만 3천명, 잉글랜드(프리미어리그) 3만 6천명, 스페인(프리메라리가) 2만 6천명, 이태리(세리에A) 2만 3천명, 미국 1만 8천명, 일본 1만 7천명)과 비교했을 때 차이가 크다. 홈구장의 수용 인원이 가장 많은 곳은 FC 서울의 '서울월드컵경기장(6만 6,080명)'이고 홈구장의 수용인원이 가장 적은 곳은 전남 드래곤즈의 '광양 축구전용구장(1만 3,496석)'으로 서울월드컵 경기장과는 5만 2,931명의 차이가 난다.

〈표 5-21〉 '18년 프로축구 관람객 및 좌석점유율

(단위 : 개, 명, %)

구 분	경기 수	연간 관람객	평균관중	좌석점유율
2018	412	1,570천명	3,812명	11.9%

※출처: 문화체육관광부(2018 프로스포츠 경기단체 자료)

K리그 클래식은 12개 팀(4개팀이 시민구단), K리그2 10개 팀(7개팀이 시민구단)이 있는데 시민구단을 제외하고는 프로구단 홈 경기장 임대 사용료 과다 납부로 프로축구단 경영부담이 심화되고 있다. FC 서울은 입장수익의 36%로 1경기 평균 4,000만 원 이상 사용료를 납부하고 있으며, 부산 아이파크는 경기당 약 4백만원의 적자를 내고 있다. 경기장 구단 소유를 위한 규제 개선과 시도민 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 존재 한다. 또한 엘리트와 생활축구의 행정 이원화, 생태계 단절, 프로축구 경쟁력 미흡 등이 문제점으로 지적되고 있다.

나. 개선방안

K리그 경기장은 수용인원 수보다 평균관중 수가 현저히 낮은 11.9%의 좌석점유율을 보이고 있다. 챌린지 구단의 경우 축구전용구장이 아닌 종합운동장을 홈구장으로 사용하고 있기 때문에 규모나 시설면에 있어서 축구에 적합하지 않고 좌석점유율이 낮은데 한몫을 하고 있다. 따라서 수용인원을 구단 상황에 맞게 최적화 시키는 축구장의 사이즈 조정(downsizing)이 필요하다. 의도적으로 경기장 수용 규모를 줄여 관중 점유율을 높이는 전력을 통해 티켓 희소성을 극대화하고 관중 및 시청자의 경기 몰입도를 향상시킬 수 있을 것으로 기대된다. 수원 삼성의 경우 2015 시즌부터 수원월드컵경기장 2층을 천막으로 가려 경기장의 빈곳을 줄여 관중 및 시청자의 몰입도를 향상시켰다. 수원 월드컵 경기장의 수용인원은 44,531명이며 2층을 개방하지 않을 경우 수용인원은 약 20,000명이다. 부산 아이파크는 월드컵경기장이었던 부산 아이파크 주경기장에서 규모가 작은 구덕운동장으로 이전하였다. 2017년에는 프로축구 K리그 클래식(1부 리그) FC서울, K리그2(2부 리그) 대구FC가 프로구단 간 성과평가에서 각각 최고 등급(S등급)을 받았다. 유소년·아

마소스포츠 분야(60%)와 프로스포츠 분야(40%)를 합산해 평가하는 야구, 축구, 농구, 배구 종목 간 평가에서는 2년 연속 축구가 최고 등급을 받았다. K리그 클래식 12개 구단 가운데 최고 등급을 받은 FC서울은 유료 평균관중과 입장수익, 마케팅 혁신 등에서 높은 점수를 받았으며 마케팅 혁신 활동으로 지하철 6호선 월드컵경기장역 앞에 약 130평 규모의 FC서울 전용 상설 용품숍과 전시관을 새롭게 열어 구단 용품 판매 금액을 전년대비 약 300% 끌어올렸다. FC서울 팬카페도 함께 운영하며 팬들을 맞이했고, 경기장 안에는 기존에 활용되지 않던 공간에 스카이덱과 스카이라운지를 마련해 가장 인기 있는 좌석으로 자리매김 시켰다. 이밖에 경기장 안팎에는 푸드 트럭존을 형성해 관람객들에게 새로운 먹거리를 제공하는 등 관람문화 형성에 일조했고, 팬 데이터를 확보하며 체계적인 관중 분석을 이어오고 있다. 또한 K리그2에서 S등급을 받은 대구FC는 입장수익, 마케팅 혁신 및 사회공헌활동 등의 항목에서 높은 점수를 얻었다. 대구는 홈경기장인 대구 스타디움에 입점해있는 영화관(CGV 대구 스타디움점)에 ‘대구FC 브랜드관’을 운영하고, 영화 시작 전에 경기 홍보영상을 상영하며 시너지를 높였다. 또한 경기장 좌석 일부를 테이블석으로 개조한 ‘CGV 좌석존’을 운영하며 쾌적한 관람석을 찾는 가족, 연인 관중 유치에 힘썼다. 경기 30분 전에는 대구스타디움 육상트랙에 어린이와 가족단위 관중들을 위한 인기 뮤지컬 번개맨을 공연하는 등 색다른 팬서비스로 호응을 얻었다. 개인과 단체가 릴레이 형식으로 100만원씩 구단을 후원하는 ‘대구FC 엔젤클럽’ 유치활동도 확대해 전년대비 276%가 넘는 후원금을 유치했다(한국프로스포츠협회).

스포츠산업진흥법의 개정 및 시행으로 시·도민 구단의 운영 등을 지방자치단체가 지원하고 경기장 장기 임대를 위한 법적 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 “알리안츠 아레나”, “토요타 파크” 등 경기장 명칭권(naming rights) 도입이 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 머천다이즈 상품의 개발 및 유통 활성화를 위해 프로축구연맹이 상품 개발 및 유통망 구축지원을 해야 한다. 세계 유수의 구단이 자체 Mega Store를 보유하고 있어 높은 수익성을 올리고 있는 반면 K리그는 동대문(KIKA 사옥)에 스토어를 하나 운영하고 있는 실정이다. 향후 한국축구의 미래는 결국 K리그 활성화 정도에 달려있다.

〈표 5-22〉 축구 시스템 구축 방안

구 분	현 행	개 선 (안)
성인 리그	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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	<ul style="list-style-type: none"> ■ 현행 77팀이 리그운영 중이나 대학간 경기력 격차가 큼 	<ul style="list-style-type: none"> ■ △최상위 16팀 △기타 61팀간 권역리그 △대학동아리리그 등 3단계로 개편



구 분	현 행	개 선 (안)
고등 리그	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 최상위 16팀(고등리그 및 K리그 산하 클럽팀) -기타 152팀간 권역리그-학교스포츠클럽 등 3단계로 개편
초중등 리그	<ul style="list-style-type: none"> ■ 초 : 43권역 366팀, 주말리그 운영 * 운동부 179팀, 클럽 187팀 ■ 중 : 28권역 243팀, 주말리그 운영 * 운동부 170팀, 클럽 73팀 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 개선하였고 2014년 D리그를 도입하였고 2015년 프로-아마 최강전 개최하였으며 2016년에는 아시아 프로농구 챔피언십 개최와 12월 31일에 고양시에서 새해맞이 경기를 개최하는 등 한국농구발전을 위한 기틀을 마련하였으며, 2017년에는 선수들의 군입대 관련 국제농구연맹(FIBA) 규정에 맞춰 언스포츠편라이크(U) 파울 시 기준 2개 퇴장에서 1개 퇴장으로 변경하는 등 제도를 시작으로 다양한 부분에 업그레이드를 시도하여 보다 쾌적하고 즐거운 관람 여건을 만들고 있다. 2018년에는 드로우인을 4Q 또는 연장 쿼터 2분 이내 드로우인 시 상대팀이 라인을 넘어 수비 시 T파울 부과하며 언스포츠편라이크 파울, 디스켈링 파울, 파이팅 파울로 인한 드로우 인은 팀의 프론트 코트에서 시행한다. 이와 같은 모든상황에서 샷클락은 14초로 되어지는 것으로 변경하였다. 또한 드리블 부분도 백보드에 볼을 던지는 것은 더 이상 드리블로 간주하지 않으며 드리블 이후 “백보드명크”는 허용한다.

〈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 5-23〉 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 ~ 2017.09
		울산 현대모비스 피버스	2017.09 ~ 현재

구단명	리그 참가 기간	구단명칭 변경	창단일 / 변경일
고양 오리온 오리온스	1997년 ~현재	대구 동양 오리온스	1997년 ~ 2003년
		대구 오리온스	2003년 ~ 2011년
		고양 오리온스	2011년 ~ 2015
		고양 오리온 오리온스	2015 ~ 현재
창원 LG 세이커스	1997년 ~현재	경남 LG 세이커스	1997년 ~ 1998년
		창원 LG 세이커스	1998년 ~ 현재
부산 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
전주 KCC 이지스	1997년 ~현재	대전 현대 다이넷	1997년 ~ 1999년
		대전 현대 걸리버스	1999년 ~ 2001년
		전주 KCC 이지스	2001년 ~ 현재
서울 SK 나이츠	1997년 ~현재	청주 진로 맥가스	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 엑세스	1999년 ~ 2002년
		원주 TG 엑세스	2002년 ~ 2003년
		원주 TG삼보 엑세스	2003년 ~ 2005년
		원주 동부 프로미	2005년 ~ 2017년
서울 삼성 썬더스	1997년 ~현재	수원 삼성 썬더스	1997년 ~ 2001년
		서울 삼성 썬더스	2001년 ~ 현재
인천 전자랜드 엘리펀츠	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 ~ 현재
안양 KGC 인삼공사	1997년 ~현재	안양 SBS 스타즈	1997년 ~ 2005년
		안양 KT&G 카이츠	2005년 ~ 2010년
		안양 한국인삼공사	2010년 ~ 2011년
		안양 KGC 인삼공사	2011년 ~ 현재

원주 DB 프로미(Wonju DB Promy)는 강원도 원주시를 연고지로 하는 대한민국의 프로 농구 팀이다. 상법상 주식회사이며 DB그룹의 계열사이며 2005년 10월 DB그룹이 TG 삼보 컴퓨터로부터 원주 TG삼보 엑서스 농구단을 인수하고 동부화재(지금의 DB손해보험)을 모기업으로 하여 창단하였다. 원주 DB 프로미는 통산 3회의 플레이오프 우승을 달성하여 5회 우승한 전주 KCC 이지스와 울산 현대 모비스 피버스에 이어 플레이오프 우승 횟수가 많으며, 또한 통산 4회의 정규리그 우승을 하여 5회 우승한 울산 모비스 피버스 다음으로 정규리그 우승 횟수가 많은 구단이다. 1996년 창단 이래 2012-13 시즌까지 강원도 원주시 명륜동에 위치한 원주치악체육관을 홈구장으로 사용하다가, 2013년 8월 10일 준공된 원주종합체육관으로 홈구장을 이전했다.

〈표 5-24〉 '18/'19년 프로농구 참가 구단 개요

구단명	연고지	경기장	제2경기장	참가시즌	감독	
고양 오리온 오리온스	고양	고양체육관		1997시즌	추일승	
부산 kt 소닉붐	부산	사직실내체육관			서동철	
서울 삼성 썬더스	서울	잠실실내체육관			이상민	
서울 SK 나이츠		잠실학생체육관		1997-1998시즌	문경은	
안양 KGC인삼공사	안양	안양체육관		1997시즌	김승기	
울산 현대모비스 피버스	울산	동천체육관			유재학	
원주 DB 프로미	원주	원주종합체육관			이상범	
인천 전자랜드 엘리펀츠	인천	인천삼산월드체육관			유도훈	
전주 KCC 이지스	전주	전주실내체육관	군산월명체육관		전창진	
창원 LG 세이커스	창원	창원실내체육관			1997-1998시즌	현주엽

※출처: 한국농구연맹(2018)

현재 한국남자 프로 농구는 서울 삼성 썬더스, 서울 SK 나이츠, 고양 오리온 오리온스, 창원 LG 세이커스, 인천 전자랜드 엘리펀츠, 울산 현대모비스 피버스, 전주 KCC 이지스, 부산 KT 소닉붐, 안양 KGC 인삼공사, 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 5개팀이 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 경기



실적에 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: 한국농구연맹 홈페이지

(4) 여자프로농구 역사

1998년 11월 11일 한국여자농구연맹이 출범하면서 여자프로농구의 막이 올랐고 당시 총 5개 구단이(삼성생명, 현대산업개발, 한빛은행, 국민은행, 신세계) 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 5-25〉 여자프로농구 구단 변천사

구단명	리그 참가 기간	구단명칭 변경	창단일 / 변경일
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
		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 옷샷	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 하이퍼리온	1998년 ~ 2004년
		안산 신한은행 에스버드	2004년 ~ 2014년
		인천 신한은행 에스버드	2014년 ~ 현재
아산 우리은행 위비	1998년~현재	상업은행 여자농구단	1958년 ~ 1998년
		한빛은행 한새	1998년 ~ 2001년
		춘천 한빛은행 한새	2001년 ~ 2002년
		춘천 우리은행 한새	2002년 ~ 2016년
		아산 우리은행 위비	2016년 ~ 현재
부천 KEB하나은행 여자농구단	1998년~현재	광주 신세계 쿨캣	1998년 ~ 2006년
		부천 신세계 쿨캣	2006년 ~ 2012년
		부천 하나외환	2012년 ~ 2015
		KEB하나은행여자농구단	2015 ~ 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 KB스타즈, 삼성생명블루밍스, 신한은행 에스버드, 우리은행 위비, KEB하나은행, 부산 BNK 썸 등 총 6개 구단이 등록되어있다.



〈표 5-26〉 '18/'19년 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		신기성
아산 우리은행 위비	아산	아산이순신체육관		위성우
부천 KEB하나은행	부천	부천실내체육관		이환우
OK저축은행 윗샷 (현 부산 BK Sum)	수원	서수원철보체육관	2000시즌	유영주

※출처: 여자농구연맹(2018)

(5) 프로농구 현안 및 개선방안

가. 현황 및 문제점

1997년부터 프로농구 리그를 시작하여, 현재 남자농구 10개 팀, 여자농구 6개팀이 리그에 참여하고 있다. 2014년 인천아시아게임 남자 및 여자 농구 동반우승으로 성장 가능성은 보였지만, 고질적인 경기력 문제는 여전하다. 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 연고지의 문제도 심각하다. 대다수의 팀들이 흥행을 기대하기 힘든 중소도시에 위치해 있다는 점과 아직까지도 WKBL 역사에서 서울특별시 연고팀은 단 1팀도 존재하지 않았기 때문이다.

〈표 5-27〉 '18년 프로농구 관람객 및 좌석점유율

(단위 : 개, 명, %)

구 분	농구(남)			농구(여)		
	경기 수	평균관중	좌석점유율	경기 수	평균관중	좌석점유율
2018	292	2,992명	53.8%	112	1,098명	34.7%

※출처: 문화체육관광부(2018 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 활용하는데 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 대한농구협회(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 5-28〉 연도별 KBA 등록선수 규모

(단위 : 명)

2013	2014	2015	2016	2017	2018
2,315명	2,248명	2,685명	2,446명	2,625명	2,479명

나. 개선방안

선진 국제경기 운영체계 도입으로 국제 경기력을 향상시켜야 한다. 이를 위해서는 적극적인 몸싸움과 공격중심의 경기를 위한 국제농구연맹(FIBA)규칙 도입이 요구된다. 동시에 심판 통합관리 및 라이선스 인증 도입 등 심판 역량 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 아시아 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 장기임대료 구단의 팬서비스 상품개발 및 시설투자를 유도하고 구단도 다양한 영리 상품개발 및 별도 법인화를 추진해야 한다. 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 업무정립 및 협업, 유소년 및 아마, 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 장충체육관에서 개최한 것은 연고지 문제 해결을 위한 노력으로 보여졌다. 장충에서의 올스타전을 성공적으로 개최하면서 연고지의 인구가 어느 정도 받쳐준다면 WKBL도 충분히 흥행할 수 있다는 것을 증명했으며 연고지 문제 해결방안에 대하여 계속해서 노력하고 있다.

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 6팀으로 양적 확장을 이루었다. 짧은 역사에도 불구하고 관중 수 증가를 위한 여러 사업을 추진한 결과 2005년 101,436명의 총 관중을 기록하였으나 12년 만에 2017시즌 555,283명의 관중수를 기록하며 꾸준한 성장세를 보이고 있다.



〈그림 5-7〉 한국배구연맹 조직도



※출처: 한국배구연맹 홈페이지

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.

(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 워크스와 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 LG화학 그레이터스가 LIG 그레이터스로 올해에는 KB 손해보험 스타스로 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 위치

에 있다. 2010년대 이후로는 케이블에서 해 주는 중계의 경우 대체로 KBL보다 시청률이 높게 나왔고, 연고지 중심으로 관중 동원도 잘 되는 편이다. 2013 오프시즌에 KOVO와 KBS가 3년에 100억이 넘는 중계권료를 기록했다.

〈표 5-29〉 '18/'19년 V-리그 경기 남자부 참가팀

팀명	연고지	홈경기장	감독
의정부 KB손해보험 스타즈	의정부	의정부체육관	권순찬
대전 삼성화재 블루팡스	대전	대전충무체육관	신진식
인천 대한항공 점보스	인천	인천계양체육관	박기원
천안 현대캐피탈 스카이워커스	천안	천안유관순체육관	최태웅
서울 우리카드 위비	서울	서울장충체육관	신영철
수원 한국전력 빅스톰	수원	수원실내체육관	장병철
안산 OK저축은행 리시엔캐시	안산	안산상록수체육관	석진욱

현재 남자부 7개 팀(안산 OK저축은행 리시엔캐시, 대전 삼성화재 블루팡스, 수원 한국전력 빅스톰, 인천 대한항공 점보스, 천안 현대캐피탈 스카이워커스, 의정부KB손해보험 스타즈, 서울 우리카드 위비)이 있다. 성남 상무 신협 팀은 1951년 창단 하였지만 현재는 해체된 상태이다. 여자부 6개 팀(IBK 기업은행 알토스, 한국도로공사 하이패스 배구단, 현대건설 힐스테이트, 흥국생명 핑크스파이더스, GS칼텍스 KIXX, KGC인삼공사 프로배구단)이 등록되어 있다.

〈표 5-30〉 '18/'19년 V-리그 경기 여자부 참가팀

팀명	연고지	홈 경기장	감독
경북 김천 하이패스	김천	김천실내체육관	김종민
대전 KGC인삼공사	대전	대전충무체육관	서남원
수원 현대건설 힐스테이트	수원	수원실내체육관	이도희
인천 흥국생명 핑크스파이더스	인천	인천계양체육관	박미희
GS칼텍스 서울 KIXX	서울	서울장충체육관	차상현
IBK기업은행 알토스	화성	화성종합실내체육관	김우재

(3) 프로배구 현안 및 개선방안

가. 현황 및 문제점

〈표 5-31〉 '18년 프로배구 관람객 및 좌석점유율

(단위 : 개, 명, %)

구 분	경기 수	연간 관람객	평균관중	좌석점유율
2018	228	580천명	2,546명	64.3%

※출처: 문화체육관광부(2018 프로스포츠 경기단체 자료)



2005년부터 프로배구 리그를 시작하여, 현재 남자 7개(대한항공 점보스, 삼성화재 블루팡스, 우리카드 위비, 한국전력 빅스톰, 현대캐피탈 스카이워커스, KB손해보험 스타즈, OK저축은행 러시앤캐시)팀, 여자 6개(경북 김천 하이패스, 현대 힐스테이트 배구단, 흥국생명 핑크 스파이더스, GS칼텍스 서울KIXX, KGC인삼공사 프로배구단, IBK기업은행 알토스)팀이 리그에 참여하고 있다. 프로배구 2012~13시즌 총지출 600억 원(연맹과 구단 지출합계) 중 모기업의 지원은 460억 원으로 77% 수준이다. 현재의 경기장 좌석 수, 경기 수, 운영주체 등)의 문제로 모기업이 지원을 줄이는 실정이다. 현재 경기 수, 경기장 좌석 수를 고려할 때 최대 수용 가능한 관중 수는 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 4위와 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 지난 시즌 남자부 경기의 시청률이 1.07%를 기록했고, 여자부 경기는 시청률은 0.77%로 나타났다.

하지만 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. 그러나, 2군리그도 없어 선수층이 얇은 V-리그가 저출산 등의 이유로 새로운 유망주들이 일정 수로 꾸준히 유입되는 것은 매우 어려운 시대임을 생각한다면, 구단 하나를 만든다는 건 어려운 실정이다.

나. 개선방안

프로배구의 활성화 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 남녀골

프(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 항목으로(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 관중 수, 유료 평균 관중수의 전년대비 증가율, 당해 연도 입장수익, 입장수익의 전년대비 증가율, 당해 연도 광고수익, 기타수익의 전년대비 증가율, 홈경기 승률, 리그 최종 순위 (포스트시즌 포함), 마케팅 혁신 및 사회공헌활동, 프로단체 정책사업)으로 실시하였다. 또한, 마케팅 및 관리비용, 매출수익 등 회계 관련 지표는 종목별로 통일된 표준손익계산서를 도입해 검증하였다.

프로배구 남자부 현대캐피탈은 TV시청률과 인터넷 중계 동시접속자 수, 유료 평균 관중 수, 입장수익, 마케팅 혁신 및 사회공헌활동 항목에서 모두 다른 구단보다 앞섰고, 활발한 팬서비스와 관람석 개선 등으로 프로구단 성과평가에서 최고 등급인 S등급을 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 연봉이 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 배구 보다는 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, 관중 수 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 치중하여야 한다. 그리고 대표팀 전임감독, 프로배구 로컬을 적용, 프로배구 용병제도, 대표선수 선발 방식 제고 등에 더욱 강화와 협조가 필요하다. 이러한 노력들을 시행하다보면 프로배구의 앞날에 큰 영향을 미치며 선수들과 관중들의 흥미를 더욱 고조화 하여 배구의 흥행도 기대해 볼 수 있을 것이다.

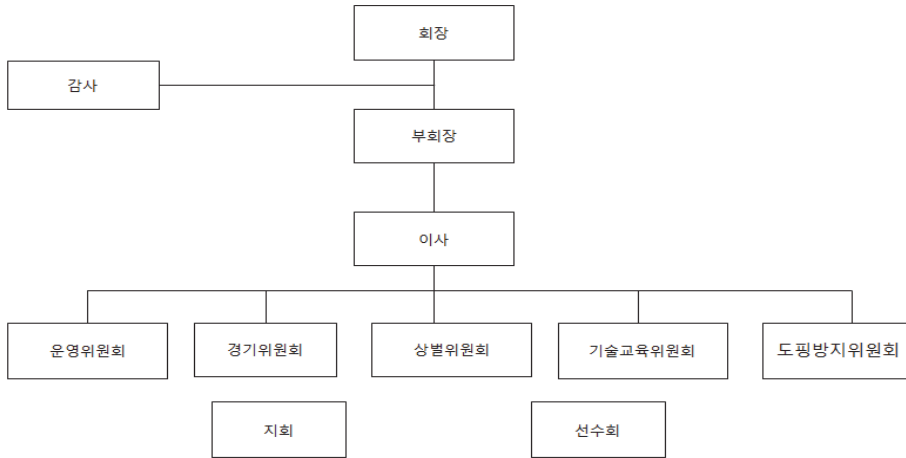
5) 프로골프

(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 창설 이후 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. 2018년은 총 18개의 남자프로골프(KPGA)대회가 열렸고 총 상금규모는 156억 원이었다.

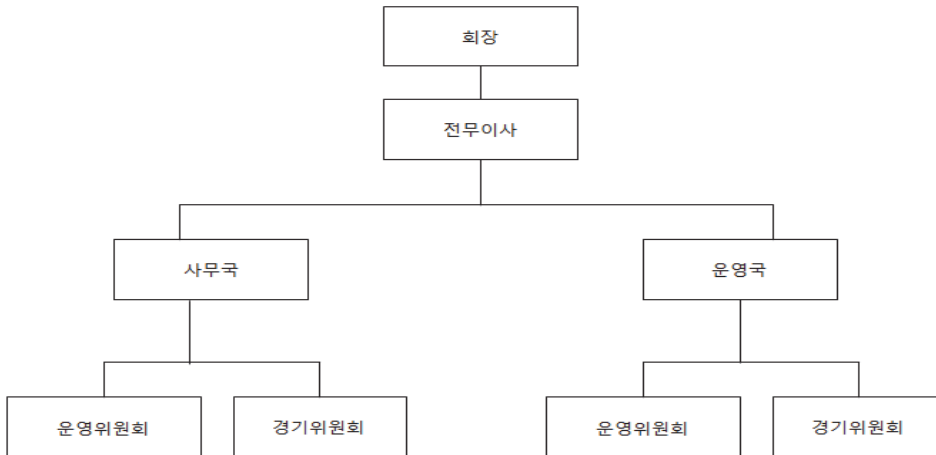


〈그림 5-8〉 한국프로골프협회 조직도(이사회 및 분과위원회)



※출처: 한국프로골프협회 홈페이지

〈그림 5-9〉 한국프로골프협회 조직도(사무국)



※출처: 한국프로골프협회 홈페이지

〈표 5-32〉 '18년 KPGA 대회 개요

(단위 : 원)

대회명	장소	대회기간	총상금
제14회 DB손해보험 프로미 오픈	대유 몽베르 CC	04.19-04.22	5억
제37회 GS칼텍스 매경오픈	남서울 CC	05.03-05.06	10억
SK telecom OPEN 2018	스카이72 골프 앤 리조트	05.17-05.20	12억
제네시스 챔피언십	잭 니클라우스 골프클럽 코리아	05.24-05.27	15억
KB금융 리브챔피언십	블랙스톤 이천GC	05.31-06.03	7억
대상트코리아 먼싱웨어 매치플레이	사우스케이프 오너스클럽	06.07-06.10	10억
KEB하나은행 인비테이션셔널	레이크사이드CC	06.14-06.17	8억
코오롱 제61회 한국오픈	우정힐스 CC	06.21-06.24	12억
제61회 KPGA 선수권대회 with A-ONE CC	에이원 CC	06.28-07.01	10억
NS홈쇼핑 군산CC 전북오픈	군산 CC	07.05-07.08	5억
동아회원권그룹 부산오픈	통도 파인리스트 CC	08.23-08.26	5억
2018 DGB금융그룹 대구경북오픈	파미힐스 CC	08.30-09.02	5억
제34회 신한동해오픈	베어즈 베스트 청라 GC	09.13-09.16	12억
휴온스 셀러브리티 프로암	솔라고 CC	09.20-09.23	5억
현대해상 최경주 인비테이션셔널	정산 CC	10.25-10.28	10억
A+라이프 효담 제주오픈 with MTN	세인트포 골프&리조트	11.01-11.04	5억
골프존·DYB교육 투어챔피언십	골프존카운티 안성H	11.08-11.11	5억
2018 KPGA 코리안투어 QT Final Stage	군산 CC	11.13-11.16	1천만원

※출처: (주)한국프로골프투어(KGT) 홈페이지(kpga.co.kr)

(2) 한국여자프로골프협회

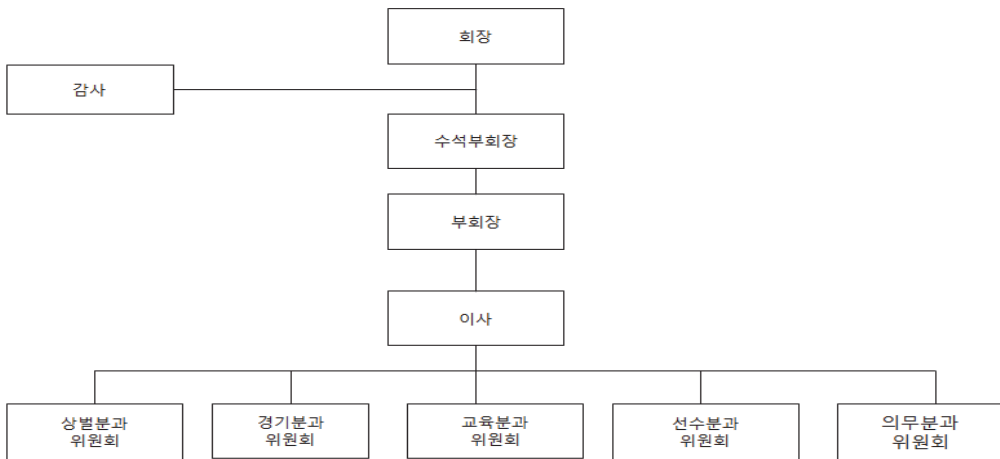
1978년 한국프로골프협회 산하에 여자프로부가 설치되어 한국여자 프로골퍼 8명을 배출하였고 여자프로골프대회가 국내에서 최초로 개최되었다. 1988년 한국프로골프협회에서 독립하여 한국여자프로골프협회로 공식 출범하였고 1991년 문화체육부 산하 (사)한국여자프로골프협회(Korea Ladies Professional Golf Association)로 등록되었다. 그 후로 경기분과위원회 창설(1991), 경기기록 전산화 도입(1992), 협회내규 제정(1993), 준회원 선발제 신설(1998), 프로입문 나이제한 철폐(1999) 등 다양한 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.



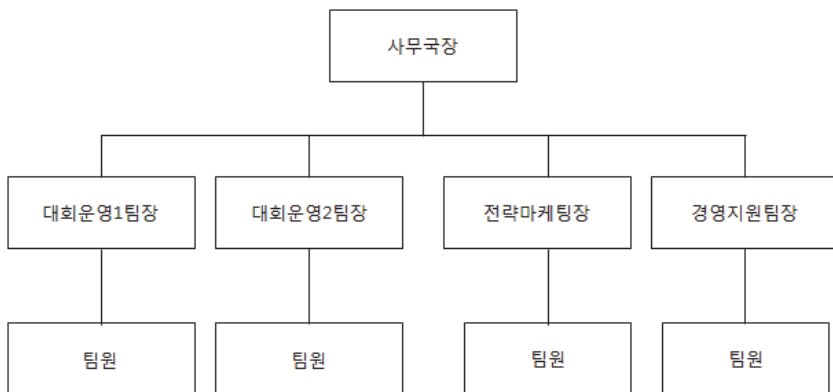
2003년 농심배 신인왕전이 최초로 개최되었으며 산후제도 시행 및 풀시드권 명수 규정을 40명에서 50명으로 변경하였다. 2006년에는 협회와 KB국민은행이 계약하여 KPGA 역사상 최초로 투어제도를 도입하였다. 2007년 MBC투어를 출범하였고 스포츠투토 기금으로 유소년 체육 활성화 사업을 시행하였다. 2010년 정회원 및 준회원 선발전을 절대평가에서 상대평가로 변경(연간 정회원 총 61명, 준회원 총 100명 선발)하였다. 2018년에 총 28개의 한국여자프로골프(KLPGA)대회가 열렸고 총상금규모는 210억 원이다.

〈그림 5-10〉 한국여자프로골프협회 조직도(이사회 및 분과위원회)



※출처: 한국여자프로골프협회 홈페이지

〈그림 5-11〉 한국여자프로골프협회 조직도(사무국)



※출처: 한국여자프로골프협회 홈페이지

〈표 5-33〉 '18년 KLPGA 대회 개요

(단위 : 원)

대회명	장소	대회기간	총상금
한국투자증권 챔피언십 with SBS Golf	트윈도보스 베트남	3.9-3.11	7억
브루나이 레이디스 오픈	The Empire Hotel CC Brunei	3.17-3.19	7억
롯데렌터카 여자오픈	롯데스카이힐 제주 CC	4.5-4.8	6억
넥센 · 세인트나인 마스터즈 2018	가야 CC	4.20-4.22	5억
제40회 CreaS F&C KLPGA 챔피언십	레이크우드 CC	4.26-4.29	10억
제5회 교촌 허니 레이디스 오픈	엘리시안 강촌 CC	5.4-5.6	5억
2018 NH투자증권 레이디스 챔피언십	수원CC	5.11-5.13	7억
2018 두산 매치플레이 챔피언십	라데나 CC	5.16-5.20	7억
제6회 E1 채리티 오픈	사우스스프링스	5.25-5.27	7억
제8회 롯데 칸타타 여자오픈	롯데스카이힐 제주	6.1-6.3	6억
제12회 S-Oil 챔피언십	엘리시안 제주 CC	6.8-6.10	7억
기아자동차 제32회 한국여자오픈 골프선수권대회	베어즈베스트 청라 CC	6.14-6.17	10억
비씨카드 · 한경 레이디스컵 2018	아일랜드 CC	6.21-6.24	7억
맥콜 · 용평리조트 오픈 with SBS	버치힐 CC	6.29-7.1	6억
아시아나항공 오픈	웨이하이 포인트 중국	7.6-7.8	5억
MY 문영 퀸즈파크 챔피언십 2018	서원밸리 CC	7.20-7.22	5억
제주 삼다수 마스터스	오라CC	8.10-8.12	6억
MBN 여자오픈	더스타휴 CC	8.17-8.19	5억
하이원리조트 여자오픈 2018	하이원 CC	8.23-8.26	8억
한화 클래식 2018	제이드팰리스 CC	8.30-9.2	14억
제8회 KG · 이데일리 레이디스 오픈 with KFC	써닝포인트 CC	9.7-9.9	5억
울포유 챔피언십 2018	사우스 스프링스 CC	9.13-9.16	10억
OK저축은행 박세리 INVITATIONAL	88CC	9.21-9.23	7억
제19회 하이트진로 챔피언십	블루해런 CC	10.4-10.7	8억
LPGA KEB Hana Bank Championship	스카이 72 CC 오션코스	10.11-10.14	약 20억
KB금융 스타챔피언십	블랙스톤 CC 이천	10.18-10.21	8억
SK네트웍스 · 서울경제 레이디스 클래식	핀코스 골프클럽 CC	10.26-10.28	6억
ADT캡스 챔피언십 2018	사우스스프링스 CC	11.9-11.11	6억

※출처: 한국여자골프협회(KLPGA) 홈페이지



4 프로스포츠 산업화를 위한 제도개혁

1) 프로스포츠 경기장 임대구조

국내 프로스포츠는 지방자치단체 중심의 단편적 경기장 운영이 프로스포츠 발전에 저해요인이 되고 있다. 일일사용허가(넥센 히어로즈-목동구장) 또는 단기간 계약 등으로 경기장의 안정적이고 지속적인 활용이 어렵기 때문에 프로경기의 운영에 따른 경기장 수입 중 광고권 등 시설 사용 수입이 프로구단의 수입으로 포함되지 못하는 상황이다. 프로야구의 경우 지방 구단은 전체 경기장에 대한 운영권을 확보하는 경우가 많지만, 서울 잠실야구장의 경우 경기장 광고권('14년 103억 원), 주차장 수익 등에 대해 전액 서울시 수익으로 귀속된다. 따라서 프로스포츠 경기장의 안정적·지속적 활용을 위한 장기운영시스템 정착이 필요하다. 2015년 12월 스포츠산업진흥법 개정안이 국회에서 통과되고, 2016년 8월 4일 부로 시행됨에 따라 프로스포츠 경기장의 안정적 사용과 장기적 활용이 가능하도록 법적인 토대가 마련되었다.

〈표 5-34〉 프로야구단 구장운영 계약형태

구 분	기본 계약형태	계약 기간	내 용
KT수원	위탁	25년 계약	경기장 전체 운영권 구단에서 소유
KIA광주 챔피언스필드	위탁	25년 계약	경기장 전체 운영권 구단에서 소유 * KIA 경기장 건설비용 300억원 부담
삼성 라이온즈 파크	위탁	*신설야구장 건립비용 삼성이 500억 원 부담, 25년 운영권 부여	경기장 전체 운영권 구단에서 소유 * 구장 광고권 지자체 입찰(14-15, SP코리아), 전광판광고권 구단 소유(연간 정액 납부)
SK 인천 문학	위탁	5년 계약(14-18) (최대 15년까지 가능)	경기장 전체 운영권 구단에서 소유
NC 마산	위탁	3년 계약(15-17) (신축시 25년 예정)	경기장 전체 운영권 구단에서 소유
한화 대전 한밭	위탁	3년 계약(14-17)	경기장 전체 운영권 구단에서 소유
롯데 부산 사직	위탁	3년 계약(15-17년) 10억 900만원	경기장 전체 운영권 구단에서 소유 * 부산시와 사직구장 리모델링 비용의 롯데 부담 조건으로 장기임대 협의 중
LG, 두산 잠실	위탁	3년 계약(14-17) 연간 약 26억원	- 경기장, 매점 운영권만 구단 소유 - 광고권 입찰(스타에드컴 14-16, 연 103억원 계약): '12년부터 서울시소유로 전환 - 주차장 운영권 서울시 소유.
넥센 히어로즈 고척	위탁	2년 계약(16-17)	- 2년 단계계약 후 재계약 조건 협의 - 광고권 2017년까지 구단소유 - VIP룸 및 스카이박스 1년 내내 구단이 전권 행사 (스카이박스의 경우 3개를 제외한 나머지는 서울시 요청 시 임대)

※서울시가 구단에게 가장 불리한 조건이며, 기타 구단의 경우에도 문제해결을 위해서는 지방 조례의 개정이 필요한 상황

미국 메이저리그와 일본 프로야구의 구장들의 임대료는 국내에 비해서는 저렴하게 형성(야구장을 대하는 시각의 차이)되어 있다. 미국은 야구장을 경기장이 아닌 여가를 즐기고 자신들의 지역을 대표하는 명소로 생각한다. 미국 뉴욕 양키스의 양키 스타디움의 임대 계약은 40년간 연 10달러이며, 일본 라쿠텐 골든 이글스는 연간 5,000만 엔으로 홈구장의 모든 운영권을 위임받아서 운영하고 있다. 이를 통해 지자체는 프로구단을 통한 수익창출 및 지자체 홍보의 효과를 얻고, 구단은 비용절감과 안정적인 운영이 가능해지는 윈윈(win-win) 효과가 있다. 미국과 일본의 지방자치단체들은 프로스포츠 경기를 시민과 스포츠팬들을 위한 하나의 공공재(public service)로 보기 때문에 프로스포츠 이벤트를 통해 벌어들이는 수익은 구단이 가져갈 수 있도록 보장해주고 있는 것이다. 또한 2010년부터 4년간 브루클린 넷츠의 단장을 지낸 밀튼 리 키모션 대표이사는 미국프로농구(NBA)의 예를 들면서 프로 구단 홈구장 보유의 중요성에 대하여 설명했다. NBA는 30개 구단 중에서 20여개 구단이 홈구장을 소유하거나 운영하고 있다. 리 대표는 “홈구장을 통해 수익을 창출할 수 있는 기회는 많다. 최근 NBA구장들은 네이밍 스폰서 유치에 의해 천문학적인 금액의 이익을 창출하고 있다”고 발표했다. NBA 구단들은 입장권, 상품 판매 등에서 매출의 큰 성장세를 보이지 못하고 있다. 그로 인해 홈 구장이 새로운 수익 모델로 떠오르고 있다.

2) 프로스포츠 에이전트 제도

스포츠 선수들의 권익을 보호하고 스포츠서비스 활성화와 스포츠산업 시장을 확대할 수 있는 제도적 장치인 대리인(에이전트)제도 도입의 필요성이 대두되고 있다. 국내 프로스포츠 에이전트 제도는 프로야구선수 처우 문제 및 개선방안 토론회(13.4, 김상민·이재영 의원) 및 여자프로배구 김연경 선수의 해외진출 관련 분쟁(12.10~13.09 판결) 등으로 표면화되었다. 에이전트 제도는 선수들의 권익 보호, 스포츠산업 성장기여 장점과 연봉 상승에 따른 구단의 경영 압박, 팀 전력 및 화합 저해 우려의 단점이 상존한다.

국내의 경우 축구 종목은 공식적으로 에이전트 제도가 시행 중이며 나머지 종목은 도입되지 않은 상황이다. 축구는 FIFA의 지침에 따른 대리인 제도가 일괄 적용되어 시행 중인 반면, 프로야구는 한국야구위원회 규약(제30조)에 명시하고 2018년 2월 1일부터 에이전트(선수 대리인) 제도를 도입한다. 이미 2001년에 에이전트 제도를 도입하기로 했었으나, 절차 규정이 미비하고 시행 시기가 합의되어있지 않다는 이유로 제도 시행이 미뤄졌다. 2017년 3차 이사회를 통해 한국야구위원회(KBO)는 에이전트 제도 도입(▲ 선수협 대리인 규정에 의한 자격 취득, 행위 제한, 분쟁해결방안으로 ①업무범위 : 선수계약 교섭 및 체결, 연봉조정 대리 ②자격취득 : 결격사유(범죄경력, 신용불량, 이해관계충돌 등)가 없으면 특별한 자격을 요하지 않고 자격시험 통과자가 대리인 공인받을 수 있음 ③자격시험 : KBO규약, 선수대리인규정, 타리그 및 아마추어 협약, 국가대표운영 규정, 반도핑규정, 국민체육진흥법(벌칙규정), 계약관련법률상식 ④대리인보수제한 : 선수계약규모의 5%를 초과할 수 없음 ⑤대리인계약기간 : 1년 이하 ⑥행위제한 : 대리인계약체결 관련 이익제공금지, 아마추어계약금지 등 ⑦제재 및 분쟁해결 : 행위제한 등 위반 시 자격취소, 업무정지, 분쟁 시 선수협 분쟁조정 ⑧기타 : 자격취득 후 2년간 선수와 계약이 없는 경우 자격취소)와 국가대표팀 운영규정 변경(▲ 국가대표 참가에 따른 포상 포인트 ①아시아 프로야구챔피언십 : 참가 10점, 우승 10점 ②아시안게임 : 참가 10점, 우승 15점 ③프리미어12 : 참가 10점, 4강 10점, 준우승 10점, 우승 20점 ④올림픽 : 참가 10점, 3위 20점, 준우승 10점, 우승 20점 ⑤WBC : 참가 10점, 8강 10점, 4강 10점, 준우승 10점, 우승 20점 ⑥아시아야구선수권 : 참가 5점, 우승 15점 ⑦U-23 야구월드컵 : 참가 5점, 준우승



5점, 우승 10점), 그리고 유소년 야구 지원(▲3년간 지원금 ①초등학교 : 6천만 원 ②중학교 : 2억 2천만 원 ③고등학교 3억 원 등)에 관한 심의가 이루어졌다. 특히 에이전트 도입에 따라 내년부터 몸값이 높은 선수들은 에이전트를 고용해 구단과 연봉 협상이 가능해졌다. 에이전트 자격은 프로야구선수협회의 자격시험을 통과해 공인 받은 사람에게 주어진다. KBO는 프로야구선수협회의 자격시험(▲ KBO리그 선수대리인 규정 ▲ KBO 규약(부속 선수계약서 포함) ▲ 협정서(한미·한일·한국 대만·프로·아마추어) ▲ KBO 리그규정 ▲ KBO 기타 규정(상벌위원회·야구 배트공인·국가대표운영 규정 등) ▲ 국민체육진흥법 중 벌칙규정 ▲ 한국도핑방지규정 중 선수협회가 지정하는 규정 ▲선수협회가 지정한 법률상식 등)을 통과해 공인을 받은 자로 자격을 제한하기로 했다. 12월 22일 시행된 제 1회 공인 선수대리인 자격시험에서 시험자격을 얻은 총 168명 중 149명이 응시하여 합격자는 총 94명이었다. KBO는 합격 시 에이전트 1명(법인포함)이 보유할 수 있는 선수는 총 15명(구단 당 3명) 이내로 제한했으며 또한 메이저리그처럼 연봉협상과 자유계약 (FA) 등 총액의 최대 5%까지를 에이전트 수수료로 책정하는 방식을 채택하였다. 에이전트 제도의 공인으로 KBO시장의 한계, 선수들의 선택 여부, 구단과 대리인간의 긴장관계, 불공정한 규약 등의 대리인제도 시행으로 공인선수대리인들이 선수의 경기력 향상과 선수가치의 제고, 선수의 자기관리에 긍정적인 영향을 줄 것으로 판단되며 이를 통해 프로야구발전에 인적 인프라로 이어질 수 있을 것으로 보인다.

남자 농구는 한국농구연맹 규약(제77조)에 근거 규정은 있으나, 구체적 시행을 위한 대리인 등록제도 등이 없다. 기타 여자농구, 배구는 현재까지는 근거 규정이 존재하지 않는다. 하지만 야구, 농구, 배구 모두 외국인 선수의 경우 구단이 선수의 에이전트와 계약을 하고 있기 때문에 한편으로는 국내 선수들에 대한 역차별이라고 볼 수도 있다.

해외의 경우 축구는 전 세계 공통 도입이며, 기타 종목은 제도화 또는 관행적으로 허용하거나 국가별로 활성화된 종목 중심으로 제도화되어 있다. 야구는 ① 미국의 경우 연방법 SPARTA 및 주법 UAAA에서 규정(11년 기준, 43개주 채택), ② 일본은 야구 규약에 근거 시행(근거법 부재)하고 있으며, 농구는 미국 (NBA), 유럽리그(스페인, 독일, 그리스 등)에서 배구는 이태리, 터키, 아제르바이젠, 러시아 등에서 관련 규정은 없으나, 선수계약서에 명기하는 방식으로 관행적으로 인정, 시행하고 있다. 에이전트의 기준은 미국 (NBA)은 FIBA 또는 NBA 발급 라이선스 취득자, 유럽 리그는 FIBA발급 라이선스 취득자로 제한하고 있다.

따라서 국내의 경우도 스포츠 서비스 상품의 다양화 및 선수의 권익보호를 위한 스포츠 에이전트(대리인) 제도 도입 및 육성이 필요하다. 또한, 스포츠 에이전트 활성화가 스포츠 이벤트업, 스포츠 중계권 시장 참여 등 업무역량 확대를 통해 스포츠산업 시장 성장을 유도할 수 있다는 점을 고려할 때, 대리인 자격요건, 표준계약서, 수수료 가이드라인, 프로·선수단체와 연계 등 이와 관련한 제도적 근거의 필요성이 더욱 강조된다. 2015년 개정된 스포츠산업진흥법은 제18조(선수 권익 보호 등)에 “문화체육관광부장관은 선수의 권익을 보호하고, 스포츠산업의 건전한 발전을 위하여 공정한 영업질서 등 필요한 시책을 강구하여야 한다”라고 명시하여, 에이전트 관련 제도적 장치를 마련할 것을 촉구하고 있다.

〈표 5-35〉 스포츠에이전트 장·단점

장 점	단 점
<ul style="list-style-type: none"> ○ 상대적 약자인 선수 보호 ○ 대리인에 계약 위임으로 선수는 훈련에 전념 ○ 구단의 합리적인 경영 유도 ○ 프로선수 대리인 시장 형성 및 스포츠 마케팅업 확대 등 → 스포츠산업 성장기여 장점 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 연봉 상승으로 모기업 의존도가 높은 구단의 경영 압박 우려 ○ 대리인이 개인 수의차원에서 과대 개입 ○ 선수 이동주기가 1~2년으로 짧아질 우려 → 팀 전력 및 화합 저해 우려의 단점

※출처: 프로스포츠발전방안, 문화체육관광부(2014)

3) 국내·외 에이전트 제도 현황

(1) 국내 에이전트 제도 현황 분석

현행 프로스포츠 종목 7개(프로야구(KBO), 프로축구(K리그), 프로농구(KBL), 프로배구(KOVO), 여자프로농구(WKBL), 남자프로골프(KPGA), 여자프로골프(KLPGA)) 단체의 규정 중 에이전트 제도와 관련하여 에이전트 규정으로 (내·외국인선수, 제재규정), 제도 시행 여부(내국인선수), 표준 에이전트 계약서 유무에 대한 현황은 다음과 같다.

〈표 5-36〉 프로스포츠 7개 단체 에이전트 관련 규정 분석

구 분	에이전트 규정 유무			제도 시행 여부 (내국인선수)	표준 에이전트 계약서 유무
	내국인선수	외국인선수	제재규정		
프로야구 (KBO)	○	○	×	×	×
프로축구 (K리그)	○	○	○	○	○
프로농구 (KBL)	○	○	△ (규정위반시 등 포괄적 명시)	△ (규정상 시행 가능하나 내국인선수 에이전트 없음)	×
프로배구 (KOVO)	○	○	△ (외국인선수 계약시로 한정)	△ (규정상 시행 가능하나 내국인선수 에이전트 없음)	×
여자프로 농구 (WKBL)	○ (변호사에 한함)	○	×	△ (규정상 시행 가능하나 내국인선수 에이전트 없음)	×
남자프로 골프 (KPGA)	×	×	×	△ (규정상 시행 가능하나 내국인선수 에이전트 없음)	×
여자프로 골프 (KLPGA)	×	×	×	△ (규정상 시행 가능하나 내국인선수 에이전트 없음)	×

※출처: 각 협회별 홈페이지



가) 프로야구(KBO) 규약

제42조에 따라 대리인 자격을 변호사로 한정하고, 2명 이상의 선수를 대리할 수 없도록 규정하고 있다. 부칙 제4조에 따라 대리인제도의 시행은 KBO 및 선수협회의 전체 합의에 따라 그 시행시기를 정하도록 규정하고 있다. 외국인 선수에 대하여는 「외국인 선수 계약서」 제10장에 따라 대리인을 인정하고 있다. 한국야구위원회(KBO) 또한 에이전트 제도를 도입 예정이다. 미국의 경우를 참고해 에이전트 공인심사 제도의 실시 또한 검토 중이다. 스포츠 에이전트 제도는 스포츠산업진흥법 개정안의 핵심 내용 중 하나로, 스포츠산업에서 새로운 부가가치를 창출하는 제도다. 프로 선수들의 이익 대변, 국외 리그 진출 지원 등 많은 이점을 갖는 제도로, KBO는 선수협과 에이전트 자격 조건과 관리, 구체적인 에이전트 제도 시행 시기와 협상 참여 범위, 수수료 등을 정하는 초안을 만들 예정이다. 외국인 선수 제도는 당분간 현행 제도를 유지한다.

〈표 5-37〉 프로야구(KBO) 규약

KBO 규약
<p>제42조 [대리인]</p> <p>① 선수가 대리인을 통하여 선수계약을 체결하고자 하는 경우에는 한국프로야구선수협회의 공인을 받은 자를 대리인으로 하여야 한다.</p> <p>② 대리인은 동시에 구단 당 선수 3명, 총 선수 15명을 초과 하여 대리할 수 없다.</p> <p>③ 대리인제도의 대리인제도의 운영은 KBO와 한국프로야구선수협회가 합의하여 시행한다.</p> <p>④ 대리인제도의 시행일은 부칙에 따로 정한다.</p> <p>부칙</p> <p>제4조 [대리인제도의 시행일] 제42조 소정의 대리인제도는 2018년 2월 1일부터 시행 한다.</p>
외국인 선수 계약서
<p>제10장 독점 교섭기간:보류권</p> <p>구단은 본 계약서상의 시즌에 이어 1년 동안 계약 연장 의사를 선수에게 통지할 권리를 갖는다. 구단은 계약연도 11월 25일(단, 포스트시즌 경기 중일 때는 한국시리즈 종료 익일)까지 재계약 의사를 서면으로 선수와 그의 지정된 대리인에게 통지해야 하며..</p>

나) 프로축구(K리그) 규약

제2조제1조에 따라 대한축구협회에 등록된 중개인을 대리인 자격으로 인정하고 있으며, 중개인에 대한 시행규정은 FIFA 및 협회 규정에 따라 적용한다. 2015년 FIFA의 에이전트 자격제도가 폐지되고 '중개인 제도' 신설. 중개인은 에이전트와 달리 시험을 통해 자격증을 취득할 필요가 없고 축구협회에 등록과 보험가입으로 활동 가능하다.

다) 프로농구(KBL) 규약

제76조에 따라 에이전트제도를 허용하고 있으며, KBL에 등록된 에이전트만을 허용하고 있다. 외국인 선수에 대하여는 「외국인 선수 관리 규정」 제14조에 따라 에이전트로 인정한다.

〈표 5-38〉 프로축구(K리그) 규약

프로축구(K리그) 규약

제2장 선수

제1조 프로계약

프로계약은 연맹에 등록하는 모든 선수를 대상으로 하며 국내선수의 해외 이적에 관한 사항과 외국인 선수에 대해 본 규정에서 별도로 정하지 않은 사항은 국제축구연맹(FIFA)의 규정을 준용한다.

- ① 클럽과 선수 간의 프로계약은 연맹이 정한 프로축구선수 계약서에 의해 체결한다.
- ② 클럽과 선수 간의 입단 계약 또는 연봉 계약을 체결할 때에는 해당 클럽 대표자(또는 위임받은 담당자)와 해당 선수가 계약을 체결하여야 한다. 다만, 해당 선수가 미성년자일 경우 법정대리인(또는 법정후견인)의 동의를 있어야 한다.
 - 1) 대한축구협회(이하 “협회”라 한다)에 등록된 중개인만이 대리인 자격으로 클럽, 선수와 협상 및 계약을 할 수 있다.
 - 2) 중개인에 대한 시행규정(규칙)은 FIFA 및 협회의 규정(규칙)에 의한다.
- ③ 클럽과 선수 간의 계약 체결 시 클럽은 공식 명칭과 클럽 대표자(또는 위임자)의 서명 또는 날인으로 하고, 선수 및 중개인은 본인의 서명(또는 날인)으로 한다.
- ④ 체결된 계약서는 정본 2부를 작성하여 연맹의 승인을 받으며, 선수와 해당 클럽이 각1부씩 보관한다.

제22조 사전 교섭에 대한 제재

- ① FA자격 취득 선수에 대해 교섭 기간을 위반하거나 사전 접촉 등을 하였을 경우, 물의를발생시킨 클럽 및 선수, 중개인은 상벌 규정 유형별 징계기준 제8조 가.항에 따른다.

제23조 선수 계약의 양도

- ① 각 클럽은 보유하고 있는 소속 선수를 타 클럽에 양도(임대 또는 이적)할 수 있다. 클럽 이 보유선수를 양도할 수 있는 기간은 제4조(선수등록)의 등록기간에 따른다.
- ② 선수는 원소속 클럽에서의 계약조건보다 더 좋은 조건(기본급 연액과 연봉 중 어느 한쪽이라도 더 좋은 조건)으로 이적될 경우, 선수는 이를 거부할 수 없다.
- ③ 상기 ②항과 관련하여 선수가 이적을 거부할 경우, 선수는 임의탈퇴 선수로 공시된다.
- ④ 선수 대리인의 서비스를 통해 양도가 이루어지고, 그에 따른 이적료가 발생할 경우, 관련클럽은 해당 선수대리인에게 수수료를 지급할 수 있다. 수수료는 협회 ‘선수중개인 관리 규정’에 의거해 지급하여야 한다
- ⑤ 선수를 양도, 양수하고자 할 경우, 양수 클럽은 이적(임대)확인서, 이적(임대)합의서, 계약서를 첨부하여 연맹에 이적(임대) 선수로 등록 공시를 신청하여야 한다.
- ⑥ 상기 5항의 규정에 의하여 신청을 접수한 연맹은 양도, 양수에 하자가 없는 것으로 판단될 경우, 양도 클럽의 등록을 말소하고 양수 클럽의 선수로 등록 공시한다.
- ⑦ 구단이 승부조작 및 사전담합에 관련된 선수를 타 구단으로 양도(임대)하였다가 사후에 적발될 경우, 양도구단은 관련비용(이적료, 임대료 또는 그에 해당하는 대가)전액을 양수 구단에 배상하여야 한다.



〈표 5-39〉 프로농구(KBL) 규약

KBL 규약
<p>제76조(에이전트)</p> <p>① 구단의 선수 계약에 관하여는 선수로부터 위임받은 에이전트 이외의 어떠한 사람도 대리인의 역할을 담당할 수 없으며 직간접적으로 선수계약 협의에 관여할 수 없다.</p> <p>② 전항의 에이전트는 총재가 정한 바에 따라 KBL에 등록된 자이어야 한다.</p>
외국인 선수 관리 규정
<p>제14조 (외국선수의 에이전트)</p> <p>선수는 개인 에이전트를 지명할 수 있으며 이때 선수는 KBL에서 인정하는 자격(FIBA 혹은 NBA에이전트 면허)에 준하는 에이전트와만 계약을 체결할 수 있다. 구단은 선수의 에이전트의 급여를 지불한다.</p> <p>에이전트의fee 계약 내용은 KBL에 신고하여야 한다. 에이전트 fee는 선수 연봉(최대 35만불)의 최대 10%까지 지급 가능하며, 지급방식은 고용추천서 발급 후 15일 이내 50%지급, 선수등록 후 10일 이내에 나머지 50%지급을 원칙으로 한다.</p>

라) 프로배구(KOVO) 규약

제65조에 따라 선수계약 시 대리인을 허용하고 있으며, 표준계약서에 따라 계약을 체결한다. 외국인 선수에 대하여는 「외국인 선수 관리 규칙」 따라 에이전트를 인정한다.

〈표 5-40〉 프로배구(KOVO) 규약

KOVO 규약
<p>제65조 (선수계약)</p> <p>① 구단과 선수는 이사회가 정한 연맹의 '표준계약서'를 바탕으로 계약을 체결한다.</p> <p>② 구단과 선수가 선수계약을 체결할 때는 해당 구단 대표자(또는 위임받은 구단 관계자)와 해당 선수 또는 연맹이 지정한 대리인이 직접계약을 체결하여야 한다.</p> <p>③ 선수가 계약 체결 시 미성년자(가족관계등록부 기준)일 경우에는 계약 체결에 있어 법정대리인의 동의를 받아야 한다.</p>
<p>제68조 (금지사항)</p> <p>선수는 다음 각 호의 행위를 하여서는 안 된다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 연맹 또는 구단을 비방하는 행위 2. 구단의 기술적 기밀에 속하는 사항의 외부누설 행위 3. 연맹 또는 구단과 문서로 사전 합의하지 않은 광고 활동 4. 연맹 또는 구단과 사전 합의하지 않은 에이전트 등 제3자와의 배구 또는 다른 스포츠와 관련된 계약의 체결 및 경기의 참가 5. 불법적인 약물의 사용과 도박 및 배구경기와 관련한 사행 행위 6. 경기 결과에 영향을 미칠 부정행위와 이에 대한 관여 행위 7. 연맹사업과 경쟁관계에 있는 업체의 상품이나 서비스를 위한 광고 출연 및 홍보활동 8. 기타 연맹 또는 구단의 설립목적 및 이익에 반하는 행위

외국인 선수 관리규칙

제5조 (보수 등)

① 외국인 선수의 보수 총액은 인센티브 및 보너스 등을 포함하여 남녀 모두 미화 \$280,000이내로 한다.

다만, 세금 및 에이전트 비용은 별도로 하며, 그 밖에 옵션은 구단의 자율로 한다.

- ② 제1항을 위반하여 보수를 과다 지급한 구단에는 미화 \$100,000이내의 제재금을 부과할 수 있다.
- ③ 외국인 선수는 연봉의 9%를 국민연금으로 납부하여야 하며, 구단이 원천 징수한다.
- ④ 보수 지급 통화는 국제통화로 한다.

마) 여자프로농구(WKBL) 규약

제76조에 따라 법정대리인 외 변호사만을 대리인으로 규정하고 있다. 외국인 선수에 대하여는 「외국인 선수 등록규정」 따라 에이전트 인정한다.

〈표 5-41〉 여자프로농구(WKBL) 규약

WKBL 규약

제76조(대리인 등) 구단의 선수 계약에 관하여는 변호사, 법정대리인 이외의 어떠한 사람도 대리인의 역할을 담당할 수 없으며 직·간접적으로 계약 협의에 관여할 수 없다.

외국인 선수 계약서

제 15 조 (에이전트의 보상 및 제재)

- ① 선수의 계약은 연맹에 등록된 에이전트를 통하여 체결하며 구단은 선수의 에이전트에 대한 보수를 지불한다. 에이전트의 보수는 선수의 급여 총액의 15% 이내에서 지급 가능하며, 1차 지급은 선수가 취업비자를 발급 받은 다음날로부터 10일 이내에 50%, 2차 지급은 선수가 연맹에 선수 등록된 다음날로부터 10일 이내에 나머지 50% 지급을 원칙으로 한다.
- ② 제4조 제3항 및 제14조 제2항의 위반 사항에 대하여 해당 에이전트는 향후 WKBL관련 업무를 금지한다.

※ 제 4 조 (선수의 선발)

- ① 외국인선수는 드래프트에 의하여 선발한다.
- ② 드래프트는 전년도 정규리그 순위의 역순으로 2개 군으로 분류하여 그룹별 확률 추첨을 통해 1라운드 선발 순위를 정하고, 2라운드는 1라운드 선발 순위의 역순 방식으로 진행한다.
- ③ 드래프트에 의하여 구단에 지명된 외국인선수가 구단과 계약을 거부할 경우 5년간 WKBL에서 선수가 될 자격을 상실한다.

제 14 조 (제재)

- ① 총재는 외국인선수 계약을 부정하게 체결한 구단에 대하여 차기시즌 국내선수 1라운드 선발권을 박탈할 수 있다.
- ② 외국인 선수 급여, 수당에 대하여 이면 계약 등을 통하여 초과 지급할 경우 전항의 제 재와 별도로 구단은 1억원의 한도 내에서 초과 지급액의 300%를 제재금으로 납부하고 해당 선수는 제명한다.
- ③ 제1항, 제2항의 제재는 총재가 재정위원회의 심의를 거쳐 결정한다.



바) 남자프로골프(KPGA) 및 여자프로골프(KLPGA)

대리인 및 에이전트에 관한 규정은 없으나, 허용하고 있다. 향후 대리인 및 에이전트에 관한 규정이 필요하다.

(2) 해외 에이전트 제도 현황 분석

가) 미국 4대 프로스포츠 리그 에이전트

미국 4대 프로스포츠 리그는 관련 사무국이나 협회에서 정한 필요조건에 따라 에이전트 자격에 대한 필요조건을 부여한다. 모든 리그는 에이전트 등록비 책정 및 신원 조사를 필수적으로 실시한다. 리그는 에이전트를 대상으로 시험을 실시하며, 에이전트의 기본 소양 위주로 연 1-2회에 걸쳐 진행된다. 선수의 이익에 관한 문제, 선수협약규정에 따른 계약 문제, 금지약물에 대한 문제 등을 묻는 시험을 진행한다. 에이전트를 유지하기 위한 조건은 연회비 납부, 이력서 업데이트, 세미나 참석, 3년 내 실적 보유 등을 충족해야 한다. NFL, NBA의 경우 에이전트가 관리하는 선수 숫자를 기준으로 연회비를 차등하고 있으며 MLB, NBA의 경우에는 3년 동안 선수 한 명 이상과 계약을 해야 한다.

나) 일본 4대 프로스포츠

일본 프로스포츠는 프로야구(NPB)와 프로축구(J리그)가 지속적으로 규모 성장을 하고 있다. 프로야구의 2017년 선수 평균 연봉은 3826만 엔(약 3억 9112만 원)이며, 프로축구 J리그는 2천만 엔(약 2억 1천만 원)이다. 이는 한국 프로리그의 각 3배, 1.3배에 해당한다. 일본 프로스포츠의 시장 규모와 선수 연봉 규모는 해마다 증가하여 에이전트 관련 요구가 높아지고 있으나 제도적으로 정착하지 못한 상황이다. 선수들은 대리인 선임을 통해 계약교섭을 원하고 있으나 업무 관련 규정 및 제도가 미비하고, 구단의 이해관계 등이 제도가 정착하지 못한 원인으로 파악된다.

일본야구기구(NPB) 및 구단은 2000년 이후 대리인에 의한 계약 갱신 교섭이 가능하도록 합의하였다. 그러나 NPB가 에이전트 제도 도입으로 정한 조건에는 에이전트 자격을 일본 변호사연합회 소속의 일본인 변호사에 한하며 1명의 에이전트가 대리할 수 있는 선수는 1명으로 제한하였다. 이에 대해 일본프로야구선수협의회는 NPB가 정한 에이전트 자격 및 조건에 다른 공인 선수대리인 규약을 제정하고, 일본 프로야구 선수회 공인 대리인제도를 추진하였다. 일본 프로야구 선수회가 추진한 공인 대리인제도에서는 에이전트 자격을 변호사뿐만 아니라 선수회가 시행하는 대리인시험에 합격한 자도 포함시키고자 하였으며, 대리인 제도의 등록 및 관리를 선수회에서 하도록 규정하였다. 그러나 NPB는 일본 선수 위원회에서 시행하고자 한 일본 프로야구 선수회 공인 선수대리인 규약을 승인하지 않고 있는 상태이다.

〈표 5-42〉 NPB-선수위원회 대리인 제도 주요사항 비교

NPB 대리인 제도(잠정조건)		선수협회의 대리인 제도 추진안	
대리인 자격	변호사	대리인 자격	변호사, 대리인 시험 합격자, 미국 아메리카 프로야구 선수회의 규약에 근거해 에이전트로 등록된 자
복대리	대리인의 대리를 불인정	보수	선수위원회에서 정한 보수 규정에 근거
복수 선수와의 계약금지	대리계약을 체결할 수 있는 선수를 1명으로 제한	보고 의무	대리인계약, 구단과 선수의 교섭, 계약의 내용 등에 대해 선수회에 보고
사전통지의무	대리인 교섭을 진행하기 1주일 전에 관련 사항 통지 의무	감독	대리인의 금지행위를 규정하고, 위반 행위를 한 대리인에 대해 등록 말소 등의 처분

※출처: 이규호, 가토 키미히토, 카타오카 토모유키, 허중혁(2011). 엔터테인먼트법의 최신 쟁점.

이 외에 축구의 경우 국제축구연맹 FIFA의 대리인 제도를 바탕으로 핵심사항을 규정하여 시행하고 있고, 배구의 경우 국제배구연맹(Federation Internationale de Volleyball), 농구의 경우 국제농구연맹 FIBA의 규칙 및 규정에 근거해 대리인 제도를 시행하고 있으나, 자국 내 리그에서 독자적인 제도는 정비되지 않았다.

4) 스포츠 에이전트 제도 도입에 따른 기대효과

전문역량을 갖춘 에이전트 배출을 통해 스포츠산업의 새로운 시장 개척을 통해 전체 시장규모는 3.3배 확대로 추정된다. 2018년 스포츠 에이전트 업체 수 44개, 매출액 340억 원, 종사자 수 2백 명을 기준으로 에이전트 도입에 따른 시장규모 산출하였다. (2019 스포츠산업 실태조사(2018년 기준조사)에 따른 정부승 인통계 참조)

〈표 5-43〉 '15~'18년 에이전트 관련 사업체 수 현황

(단위 : 개, %)

구 분	2015		2016		2017		2018	
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
스포츠 에이전트업	29	0.0	35	0.0	35	0.0	44	0.0
스포츠 마케팅 대행업	25	0.0	24	0.0	28	0.0	29	0.0
기타스포츠 마케팅업	728	0.8	724	0.8	825	0.8	744	0.7



〈표 5-44〉 '15~'18년 에이전트 관련 매출액 현황

(단위 : 십억 원, %)

구 분	2015		2016		2017		2018	
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
스포츠 에이전트업	20	0.0	23	0.0	28	0.0	34	0.0
스포츠 마케팅 대행업	8	0.0	9	0.0	11	0.0	21	0.0
기타스포츠 마케팅업	1,266	1.9	1,431	2.1	1,684	2.3	1,843	2.4

〈표 5-45〉 '15~'18년 에이전트 관련 종사자 현황

(단위 : 백명, %)

구 분	2015		2016		2017		2018	
	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중
스포츠 에이전트업	2	0.1	2	0.0	2	0.0	2	0.0
스포츠 마케팅 대행업	2	0.1	2	0.0	1	0.0	1	0.0
기타스포츠 마케팅업	70	1.8	75	1.9	85	2.0	83	1.9

에이전트 제도 도입은 최근 몇 년간 꾸준히 논의되어 왔고, 이미 다수의 선수가 에이전트 계약을 맺고 선수들의 연봉 협상이나 FA(자유계약선수) 계약 때 데이터 제공 등으로 도움을 주는 역할을 해 왔다. 그러나 2018년부터는 에이전트가 직접 계약 과정에 참여할 수 있게 되었다. 그동안 구단과 선수 간의 계약에서, 선수가 불이익을 보는 경우가 종종 있었다. 이제는 자격을 취득한 전문 에이전트가 이를 대신해, 선수들의 권익을 보호할 수 있게 된 것이다. 제도 도입에 따른 에이전트 인원수는 5년 간 향후 900명을 기준으로 기존의 에이전트 시장보다 4.2배 확대가 예상된다. 단순히 에이전트 업무영역이 현재와 같은 선수계약업무 위주의 경우를 가정하여 산출한 것으로 '스포츠 에이전트제도 도입'의 경우 선수계약업무 외 선수육성·관리, 스포츠 이벤트 대행업무 및 스포츠시설 운영관리 까지 확장할 경우 매출액이 추가 상승할 것으로 예상된다. 다만 제도 초기 시행인 만큼 선수권익보호와 협상력을 제한한 아쉬운 대리인제도의 시행, 대리인이 활동규약, FA제도 등 현재 KBO규약으로는 대리인이 제대로 활동할 수 있는 조건들이 충분하지 않아 미흡한 점은 차차 개선이 이루어질 것으로 보인다. 향후 전문역량을 갖춘 에이전트 배출에 따라 에이전트 업무영역을 유소년 및 은퇴선수를 망라한 선수 육성·관리, 스포츠이벤트 대행업무 및 스포츠시설 운영관리까지 확장할 경우 사회적·경제적 파급효과가 상승할 것으로 예상되며, 합리적인 연봉책정에 따른 선수들의 권익 보호와 전문화된 서비스 제공은 구단의 선수관리 비용감소와 구단의 리그 성적에 긍정적인 영향을 미치게 되어, 나아가 프로스포츠 리그 및 스포츠마케팅업 확장에 따른 스포츠산업 성장에 기여할 것으로 판단된다.

〈그림 5-12〉 스포츠 에이전트 제도 기대효과



제6장

스포츠산업 관련 법제

2018 Sport Industry White Paper



제6장 스포츠산업 관련 법제

1 개관

국내 법령 중에 스포츠산업과 가장 밀접한 관련이 있는 것은 스포츠산업 진흥을 위하여 2007년 법률 제8333호로 제정된 「스포츠산업진흥법」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 제정하여 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 「스포츠산업진흥법」 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 위한 특별법 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」, 「공유 재산 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」, 「저작권법」 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.

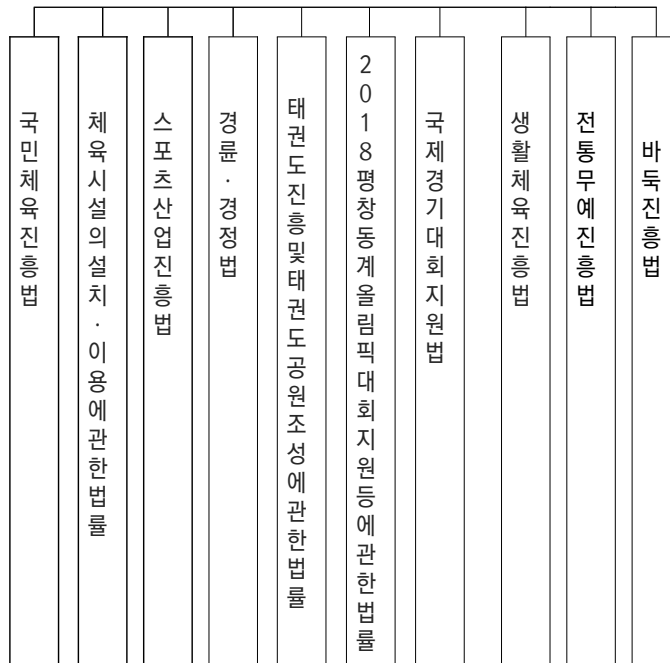
2 스포츠산업 관련 법제 현황

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 10편을 선별하였고 이러한 법령들의 제정년도와 개정회수는 아래 <표 6-1>과 같다.

<그림 6-1> 스포츠산업관련법령 제정현황



〈표 6-1〉 문화체육관광부 소관 스포츠산업 관련 법령 제개정 현황

순번	법률명	제정일	비고
1	스포츠산업진흥법	2007.04.06	개정 03회
2	국민체육진흥법	1962.09.17	개정 39회
3	체육시설의 설치·이용에 관한 법률	1989.03.31	개정 34회
4	경륜·경정법	1991.12.31	개정 21회
5	태권도진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률	2007.12.21	개정 18회
6	전통무예진흥법	2008.03.28	개정 02회
7	2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 지원 등에 관한 특별법	2012.01.26	개정 28회
8	국제경기대회지원법	2012.05.23	개정 16회
9	생활체육진흥법	2015.03.27	개정 01회
10	바둑진흥법	2018.04.17	개정 00회

※2018년 12월까지의 제개정 반영

가. 스포츠산업진흥법

「스포츠산업진흥법」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, 전문 인력을 양성하며, 창업지원, 스포츠산업진흥시설의 지정, 스포츠산업지원센터의 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 전문 인력 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 지정받자 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 지방자치단체와 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 연구 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 3차례 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 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 물품 관리법」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 「스포츠산업진흥법」 전부 개정을 시도하였다. 전부개정이 이루어지게 된 배경에는 2013년 12월 문화체육관광부의 ‘스포츠산업 중장기 발전계획(‘14~‘18년)’ 발표가 있었고, 스포츠산업 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 개정된 주요 내용은 아래 <표 6-2>와 같다.

<표 6-2> 스포츠산업진흥법 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 연구 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 연구 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

나. 국민체육진흥법

「국민체육진흥법」은 1962년 9월 17일 제정된 최초의 체육관련 법률이라고 할 수 있다. 이 법은 “국민체육을 진흥함으로써 국민의 체력을 증진하고 건전한 정신을 함양하여 명량한 국민 생활을 영위하게 하며, 나아가 체육을 통하여 국위선양에 이바지함”을 목적으로 한다.

이법은 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 권장보호 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 조성 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 38차례 걸쳐 개정이 이루어졌다. 이 중에서 1982년에 86아시아경기대회와 88올림픽대회에 능동적으로 대처하고 국민체육진흥을 효율적으로 도모하여 국민복지와 국위선양에 적극적으로 이바지하기 위하여 전부개정을 수행하였다. 2007년에도 전부개정이 이루어진 바 있는데, 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 등록된 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 지부지회에 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·운영함으로써 부담금 운용의 투명성과 국회의 재정 통제기능을 강화하도록 개정하였다.

다. 체육시설의 설치이용에 관한 법률

「체육시설의 설치이용에 관한 법률」은 1989년 3월 31일 제정·공포된 법률로서 2007년 4월 11일 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 배치시설기준 및 이용자 보호 등을 규정하고 있으며, 국가 또는 지방자치단체 및 직장의 장에게 전문체육시설, 생활체육시설의 설치운영 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 자원 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 보수보강 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, 변경신고 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.



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 법은 1991년 제정된 이후 21차례 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 경주장에서 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 개선보완하였다.

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, 적절한 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.

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 18차례 개정과정을 거쳐 현재 5장 24조로 구성하게 되었다. 주요 내용으로는 ‘태권도의 체계적인 보존 및 진흥을 위하여 태권도 진흥의 기본방향, 지도자의 교육·양성에 관한 사항 등 태권도진흥 기본계획 수립·시행과 효율적인 태권도공원의 조성·운영’ 등을 포함하고 있다.

2017년에는 국민생활 및 기업 활동과 밀접하게 관련되어 있는 인허가 민원의 처리절차를 법령에서 명확하

게 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 문화체육관광부 장관의 권한 일부를 위임하는 광역자치 단체장의 범위에서 누락된 부분을 보완하였다.

바. 전통무예진흥법

「전통무예진흥법」은 2008년 3월28일 제정된 법으로 “문화적 가치가 있는 전통무예를 진흥하여 국민의 건강 증진과 문화생활 향상 및 문화국가 지향에 기여함을 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.

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 도시건축 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 가능하도



록 '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.

「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 교원의사간호사와 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 제25의2를 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·마스쿠트 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.

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 재정요소를 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 신속히 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.

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 활성화 하기 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 사용 금지, 감독, 보고·검사 등, 그리고 과태료’ 등을 포함하고 있다.

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.

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 8편만을 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 3월 31일)으로 재설정 하고, 별지 제2호서식(관세 감면 물품 반입신고서)상의 '주민등록번호' 를 '생년월일' 로 변경하였다.
4	「국제체육대회 유치에 관한 규정」 문화체육관광부 훈령 제92호(2009.7.1.)	이 규정은 「국제체육대회의 체계적·심층적인 타당성 검토 및 심사를 통하여 합리적인 국제체육대회 유치를 도모하고 성공적인 대회개최를 지원함' 을 목적으로 한다. 이 규정은 2007년 11월 22일 제정되었고, 이후 2008년 11월 27일 1차 개정이 있었고 그리고 2009년 7월 1일에는 '부처명 및 조직명' 등과 관련하여 개정이 이루어진 바 있다.
5	「대한민국체육상 심사위원회 규정」 문화체육관광부 훈령 제221호(2014.3.18.)	이 규정은 「국민체육진흥법 시행규칙」 제7조에 따른 대한민국체육상 심사위원회의 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 6회의 개정 과정을 거쳤으며, 최근 2014년 3월 18일 개정에서는 심사 대상자의 결격사유에 관해 「국민체육진흥법 시행규칙」 제24조 제1항에서 정한 같은 종류의 '대한민국체육상' 을 이미 받은 자는 제외한다는 조항을 추가하였다.
6	「우수체육용품 생산업체 지정 및 관리요령」 문화체육관광부 고시 제2015-41호(2015.12.16.)	이 규정은 「국민체육진흥법 시행규칙」 제28조에 의하여 체육용품 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 '우수체육용품 생산업체 지정 신청 시 제출한 서류' 그리고 '우수체육용품 지정업체의 준수사항' 에 대하여 2016년 1월 1일을 기준으로 3년마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 해야 함을 명시하고 있다.

순번	훈령·예규·고시	내용
7	「체육시설 안전점검 지침」 문화체육관광부 고시 제2016-34호(2016.11.9.)	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.
8	「체육진흥투표권 주최단체 지원 등의 사업비 집행규정」 문화체육관광부 훈령 제287호(2016.3.18.)	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.

3) 스포츠산업 유관법령

스포츠산업과 관련된 법령은 스포츠산업과 간접적으로 관련이 있는 여러 유관법령을 통해서도 그 현황을 파악할 수 있다. 아래 <표 6-4>는 실정법 중에서 스포츠산업과 간접적으로 관련이 있다고 판단되는 유관법령 총 23편을 선별하여 정리한 것이다.

<표 6-4> 스포츠산업 유관법령 현황

순번	법령	내용
1	「공유재산 및 물품관리법」	이 법은 지방분권시대에 맞는 다양한 공유재산 및 물품의 행정수요에 대응하고, 공유재산 및 물품의 건전하고 효율적인 관리를 위하여 공유재산 및 물품을 보호하고 그 취득·유지·보존 및 운용과 처분의 적정을 도모함을 목적으로 한다. 프로스포츠의 경우 지역연고를 두고 있는 프로구단의 연고경기장과 지방자치단체의 공공체육시설 등이 이법의 적용대상이 된다.
2	「관광숙박시설 확충을 위한 특별법」	이 법은 '관광숙박시설의 건설과 확충을 촉진하기 위한 각종 지원에 관한 사항을 규정함으로써 외국관광객 유치 확대와 관광산업의 발전 및 경쟁력 강화에 이바지 하는 것' 을 목적으로 하고 있다. 이 법에서 '국제행사'란 국제회의 또는 문화·체육행사를 의미함으로써 해당 법을 근거로 체육행사를 위한 관광숙박시설 확충이 가능하다.
3	「관광진흥법」	이 법은 '관광 여건을 조성하고 관광자원을 개발하며 관광사업을 육성하여 관광 진흥에 이바지 하는 것' 을 목적으로 한다. 본 법에 따르면 관광사업을 등록한 경우에는 체육시설업을 등록 및 신고한 것으로 간주하며, 관광숙박시설과 관광숙박시설이 아닌 시설을 혼합 또는 연계하여 이를 분양하는 행위는 금지하고 있으나, 골프장의 사업계획을 승인받은 경우에는 관광숙박시설과 해당 골프장을 연계하여 분양하거나 회원을 모집할 수 있도록 하고 있다.



순번	법령	내용
4	「관세법」	이 법은 '관세의 부과·징수 및 수출입물품의 통관을 적정하게 하고 관세수입을 확보함으로써 국민경제의 발전에 이바지함' 을 목적으로 한다. 이 법 제93조(특정물품의 면세 등) 15항에 따르면 '국제올림픽, 장애인올림픽, 농아인올림픽, 아시아운동경기, 장애인아시아운동경기 종목에 해당하는 운동용구(부품 포함)들 중에서 기획재정부령으로 정하는 물품에 한해서 수입될 때 그 관세가 면제될 수 있다.
5	「국민여가활성화기본법」	이 법은 '여가 활성화에 관한 정책의 수립 및 시행 등에 관한 기본적인 사항을 규정함으로써 자유로운 여가활동 기반을 조성하고 국민들이 다양한 여가활동을 통하여 삶의 질을 향상시킬 수 있도록 하는 것' 을 목적으로 한다. 이 법의 제3조(정의)를 보면, 여가란 '자유 시간 동안 행하는 강제되지 아니한 활동' 을 말하며, 여기에는 「국민체육진흥법」에 따른 체육 및 생활체육 활동도 포함이 된다. 또한 '여가시설' 이란 실내와 야외 그리고 사이버공간 등에서 문화예술, 관광, 체육, 자기계발, 사교, 놀이, 휴양, 오락 등을 목적으로 국민들이 여가활동을 할 때 지속적으로 사용하는 시설과 공간을 의미한다. 따라서 체육활동이 곧 여가활동으로 간주가 되며, 즉 이 법에 적용을 받을 수 있음을 의미한다.
6	「낙시 관리 및 육성법」	이 법은 낙시의 관리 및 육성에 관한 사항을 규정함으로써 건전한 낙시 문화를 조성하고 수산자원을 보호하며, 낙시 관련 산업 및 농어촌의 발전과 국민의 삶의 질 향상에 이바지하는 것을 목적으로 한다. "낙시"란 낙시대와 낙시줄·낙시바늘 등 도구(이하 "낙시도구"라 한다)를 이용하여 어류·패류·갑각류, 그 밖에 대통령령으로 정하는 수산동물을 낚는 행위를 말한다. 제23조(폐쇄조치) ① 시장·군수·구청장은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에 대하여 관계 공무원에게 해당 낙시터를 폐쇄하도록 할 수 있다. 1. 제10조제1항 또는 제16조제1항을 위반하여 허가를 받지 아니하거나 등록을 하지 아니하고 영업을 하는 자 2. 제14조제1항이나 제19조제1항에 따라 허가가 취소되거나 등록이 취소된 후에 계속하여 영업을 하는 자 등이 규정되어 있다.
7	「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」	이 법은 사업자의 시장지배적지위의 남용과 과도한 경제력의 집중을 방지하고, 부당한 공동행위 및 불공정거래행위를 규제하여 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진함으로써 창의적인 기업활동을 조장하고 소비자를 보호함과 아울러 국민경제의 균형있는 발전을 도모함을 목적으로 한다. 이 법에서 '사업자단체' 의 불공정 행위 등을 방지하기 위한 사항을 규정하고 있으며, 프로그래밍이나 협회 등이 사업자단체에 대상이 될 수 있으며 이들의 부당하거나 불공정한 행위 등이 이 법의 적용을 받을 수 있다.
8	「마리나 항만의 조성 및 관리 등에 관한 법률」	이 법은 '마리나 항만 및 관련 시설의 개발·이용과 마리나 관련 산업의 육성에 관한 사항을 규정함으로써 해양스포츠의 보급 및 진흥을 촉진하고, 국민의 삶의 질 향상에 이바지' 를 목적으로 하고 있다. 그 주요 내용으로는 마리나 항만에 관한 개발계획 수립, 이와 관련된 산업의 육성 도모, 해양스포츠의 보급 및 진흥촉진 등에 대하여 규정하고 있다. 이 법은 2009년 6월9일 제정되었고, 2016년 12월 27일 16회 개정을 하였다. 그 개정 주요 내용으로는 '마리나항만시설의 범위를 제조시설을 명시, 사업시행자가 마리나항만 개발사업으로 조성되는 토지 등을 공급받거나 이용하려는 자로부터 대금의 전부 또는 일부를 미리 받을 수 있도록 선수금제도를 도입하고, 마리나항만시설에 대한 안전점검을 실시하지 않은 소유자에 대한 처벌(과태료 300만 원 이하) 규정을 신설하였으며, 마리나선박 대여법 대상선박 기준을 현행 5톤 이상에서 2톤 이상으로 완화 및 대상선박 확대에 따른 안전문제 해소를 위해 마리나선박 대여업 등록사업자 결격사유, 의무조항을 추가하였다.

순번	법령	내용
9	「말산업육성법」	이 법은 '말산업의 육성과 지원에 관한 사항을 정함으로써 말산업의 발전 기반을 조성하고 경쟁력을 강화하여 농어촌의 경제 활성화와 국민의 삶의 질 향상에 이바지함' 을 목적으로 한다. 이 법은 2011년 3월 9일 제정되었고, 7회 개정하였으며, 2016년 5월 29일 현재 제6장 제 31조로 구성되어 있다. 그 주요 내용으로는, 말산업육성 기반의 조성을 위하여 '국가 및 지방자치단체의 책무, 말산업종합정보시스템 구축 및 운영 그리고 전문인력 양성' 등을 규정하고 있다. 제3장에서는 말산업 육성을 위하여 '말의 수급, 가격안정 및 유통 활성화, 승마시설의 신 고, 승마시설에 대한 지원, 해외진출지원, 국내산 말의 육성' 등을 지원에 대해 규정하고 있다. 제4장은 말산업특구에 관한 내용으로 '말산업특구의 지정, 말산업특구에 대한 지원, 조세의 감면' 등을 규정하고 있다.
10	「방송법」	이 법은 '방송의 자유와 독립을 보장하고 방송의 공적 책임을 높임으로써 시청자의 권익보호와 민주적 여론형성 및 국민문화의 향상을 도모 하고 방송의 발전과 공공복리의 증진에 이바지함' 을 목적으로 한다. 이 법 제14조(외국자본의 출자 및 출연)에 따르면, 지상파방송사업자 또는 공동체라디오방송사업자는 외국의 정부나 단체 및 외국인으로부터 재산상의 출자 또는 출연을 받을 수 없도록 규정하고 있고 다만, 방송통신위원회의 승인을 얻은 체육 또는 국제적 친선을 목적으로 하는 외국의 단체로부터 재산상의 출연은 받을 수 있도록 하고 있다. 또한, 이 법 제2조(용어의 정의) 25에 따르면 '보편적 시청권' 이라 함은 국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회 그 밖의 주요행사 등에 관한 방송을 일반 국민이 시청할 수 있는 권리를 말한다. 따라서 방송사업자는 이 법 제76조(방송프로그램의 공급 및 보편적 시청권 등)에 따라 다른 방송사업자에게 '국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회' 프로그램을 공급할 때에는 공정하고 합리적인 시장가격으로 차별 없이 제공해야 하며, 방송통신위원회는 보편적시청권보장위원회의 심의를 거쳐 국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회 그 밖의 주요 행사를 고시해야 한다. 또한 방송사업자는 위의 규정을 위반하는 행위에 관하여 방송통신위원회에 서면으로 신고할 수 있고, 방송통신위원회는 접수된 사건을 방송분쟁조정위원회 심의를 거쳐 60일 이내에 해당 방송사업자에게 그 결과를 통보하여야 한다.
11	「사격 및 사격장 안전관리에 관한 법률」	이 법은 '사격과 사격장으로 인한 위험과 재해를 미리 방지하여 공공의 안전을 확보' 하는 것을 목적으로 한다. 이 법은 최초 1961년 12월 30일 「사격 및 사격장 단속법」으로 제정이 되었고, 이후 17회 개정을 하였으며, 2016년 1월 27일 현재 총 25조로 구성되어 있다. 그 주요 내용으로는 '적용 배제, 사격의 금지, 사격장의 종류, 사격장의 설치허가, 휴업 및 폐업의 신고, 결정사유, 사격장 설치의 제한, 보관 설비, 사격장 설치자의 안전점검 의무, 총기 등의 대여, 사격의 제한, 사고발생의 신고, 감독, 정기점검, 시정명령, 사격장 설치허가의 취소, 사격장 사용의 제한, 벌칙, 과태료' 등으로 구성되어 있다.
12	「산림문화·휴양에 관한 법률」	이 법은 '산림문화와 산림휴양자원의 보전·이용 및 관리에 관한 사항을 규정하여 국민에게 쾌적하고 안전한 산림문화·휴양서비스를 제공함으로써 국민의 삶의 질 향상에 이바지' 를 목적으로 하고 있다. 이 법은 최초 2005년 8월 4일 제정된 이후 13회 개정되었으며, 2016년 12월 27일 현재 총 38조로 구성되어 있다. 체육과 관련한 2011년 주요개정을 살펴보면 숲길의 정의를 레저·스포츠·탐방 또는 휴양·치유 등의 활동을 위하여 산림에 조성하거나 사용하는 길로 새롭게 신설하였으며, 숲길의 종류를 신설하여 이용하는 목적과 유형에 따라 등산로, 트레킹길, 레포츠길, 탐방로, 휴양치유숲길 등으로 분류하여 각각 정의하였다. 또한, 등산로에 한하여 지원하던 숲길의 조성 및 운영·관리에 대해 등산로를 포함하여 트레킹길(주요 산의 둘레길과 트레일을 포함), 전국



순번	법령	내용
		<p>또는 국제규모의 산악레포츠 대회에 필요한 산악레포츠길, 역사·문화적으로 복원할 가치가 있는 옛길과 2개 이상의 시·도에 걸쳐 있는 휴양·치유숲길에 까지 지원범위를 확대하도록 개정하였다. 2012년에는 ‘한국산림복지문화재단’을 설립할 수 있는 근거를 마련하여 산림을 휴양, 보건, 문화, 교육 등 복지적 측면에서 활용하려는 국민적 수요가 증대됨에 따라 산림문화의 발달 및 확산과 국민의 산림복지·교육활동 등을 지원하도록 규정하였다. 2016년에는 ‘자연휴양림 등으로 조성하려는 산림에 둘러싸인 비산림토지 중 대통령령으로 정하는 면적 이내의 토지를 자연휴양림 등에 포함하여 조성할 수 있도록 하고, 지정산림문화자산에 불을 놓아 소훼한 자에 대한 벌칙(유기징역)의 상한을 15년 이하로 한정하고, 벌금액을 징역 1년당 1천만 원의 비율로 조정하였다.</p>
13	「상표법」	<p>이 법은 ‘상표를 보호함으로써 상표 사용자의 업무상 신용 유지를 도모하여 산업발전에 이바지하고 수요자의 이익을 보호함’을 목적으로 한다. 이 법은 1949년 11월 28일 제정되었고, 총 38회 개정이 있었다. 2016년 2월 29일 현재 총 제12장 제237조로 구성되어 있다. 스포츠와 관련하여 가장 빈번히 발생하는 분쟁은 상표법 제33조와 제34조이다. 특징인이 상표법 제33조에 따라 상표등록의 요건을 다 갖추었다 하더라도 제34조에 해당 될 경우에는 상표등록을 받을 수 없다. 즉, ‘저명한 선수의 성명·명칭 또는 상호·초상·서명·인장·아호·예명·필명 또는 이들의 약칭을 포함하는 상표를 사용할 경우(다만, 그 타인의 승낙을 받은 경우에는 상표등록을 받을 수 있다), 선출원에 의한 타인의 등록상표와 동일·유사한 상표로서 그 지정상품과 동일·유사한 상품에 사용하는 상표, 타인의 상품을 표시하는 것이라고 수요자들에게 널리 인식되어 있는 상표와 동일·유사한 상표로서 그 타인의 상품과 동일·유사한 상품에 사용하는 상표, 수요자들에게 현저하게 인식되어 있는 타인의 상품이나 영업과 혼동을 일으키게 하거나 그 식별력 또는 명성을 손상시킬 염려가 있는 상표, 상품의 품질을 오인하게 하거나 수요자를 기만할 염려가 있는 상표, 국내 또는 외국의 수요자들에게 특정인의 상품을 표시하는 것이라고 인식되어 있는 상표와 동일·유사한 상표로서 부당한 이익을 얻으려 하거나 그 특정인에게 손해를 입히려는 등 부정한 목적으로 사용하는 상표’ 등은 상표등록을 받을 수 없다.</p>
14	「수상레저안전법」	<p>이 법은 ‘수상레저활동의 안전과 질서를 확보하고 수상레저사업의 건전한 발전을 도모함’을 목적으로 한다. 이 법은 최초 1999년 2월 8일 제정된 이후 19회 개정되었으며, 2016년 12월 27일 총 59조로 구성되어 있다. 주요 내용으로는 제2장(조종면허)에는 ‘조종면허, 면허시험, 부정행위자에 대한 제재, 수상안전교육, 면허증 휴대 및 제시 의무, 조종면허의 취소 및 정지, 과징금’ 등에 관하여 규정하고 있고, 제3장(안전준수의무)에는 ‘안전장비 착용, 운항규칙, 원거리 수상레저활동의 신고, 무면허조종의 금지, 야간 수상레저활동의 금지, 주취 중 조종 금지, 약물복용 등의 상태에서 조종 금지, 정원초과금지’ 등에 관하여 규정하고 있다. 제4장(안전관리)에는 ‘수상레저활동 금지구역의 지정, 안전관리계획의 수립’ 등에 관하여 그리고 제5장(수상레저기구 등록 및 검사)과 제6장(수상레저사업), 제7장(보칙) 그리고 제8장(벌칙)에 관하여 규정하고 있다. 최근 2016년에 개정된 이 법의 주요 내용으로는 ‘조정면허 지정 취소, 주취 중 조종금지 대상인 술에 취한 상태의 기준 명시, 안전검사에 불합격한 수상레저기구를 활동에 사용할 경우 형벌 부과, 고의 또는 중대한 과실로 사실과 다르게 안전검사를 한 경우, 이를 위반한 자 및 거짓으로 지정을 받은 자에게 과태료 부과, 수상레저사업의 등록 유효기간 10년으로 지정, 휴업·폐업 이외에 재개업 시에도 신고를 의무화하고, 휴업·폐업·재개업에 대한 신고를 하지 않는 경우 과태료를 부과, 수상레저사업자에게 보험 등의 가입여부를 대통령령으로 정하는 바에 따라 이용자에게 알리도록 하고, 이를 위반한 경우 과태료</p>



순번	법령	내용
		<p>를 부과, 수상레저기구의 우수사업장 인증 및 형식승인·검정 등에 대한 규정을 삭제, 수상레저사업자와 그 종사자에게 안전검사 및 안전점검을 받지 않은 수상레저기구 이외에도 안전검사에 불합격한 수상레저기구를 영업에 이용하지 않도록 함, 유류·화학물질 등의 유출 또는 녹조·적조 등으로 수질이 오염되거나 부유물질 등 장애물이나 유해생물이 발생한 경우 대통령령으로 정하는 수상레저기구를 이용한 영업행위를 대상으로 영업의 제한을 명할 수 있도록 함, 조종면허를 받지 않거나 술에 취한 상태이거나 또는 술에 취한 상태라고 인정할 만한 상당한 이유가 있는데 측정에 따르지 아니한 자, 등록·변경등록을 하지 않고 수상레저사업을 한 자에게 1년 이하의 징역 또는 500만 원 이하의 벌금에 처하도록 함, 등록을 하지 않고 수상레저기구를 수상레저활동에 이용한 자 등에게 6개월 이하의 징역 또는 300만 원 이하의 벌금에 처하도록 함, 동력수상레저기구를 소유한 날부터 1개월 이내에 등록신청을 하지 않은 자, 보험 등에 가입하지 않은 수상레저사업자에게 과태료를 부과' 등의 내용이 포함되어있다.</p>
15	「수중레저활동의 안전 및 활성화 등에 관한 법률」	<p>이 법은 수중레저활동의 안전과 질서를 확보하고 수중레저활동의 활성화 및 수중레저사업의 건전한 발전을 도모함을 목적으로 한다. "수중"이란 「수상레저안전법」 제2조 제6호에 따른 해수면(이하 "해수면"이라 한다) 및 같은 조 제7호에 따른 내수면(이하 "내수면"이라 한다)의 밑을 말하며, "수중레저활동"이란 수중에서 수상레저기구 또는 수중레저장비를 이용하여 취미·오락·체육·교육 등을 목적으로 이루어지는 스קי다이빙, 스쿠버다이빙 등 대통령령으로 정하는 활동을 말한다. 제3장 안전관리 및 준수 의무에 따르면 제7조(안전관리규정의 작성·시행) ① 해양수산부장관은 수중레저활동 관련 사고를 예방하기 위하여 수중레저 안전관리규정(이하 "안전관리규정"이라 한다)을 작성하여 시행하여야 한다. ② 안전관리규정에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다. 1. 수중레저장비 및 수상레저기구의 안전관리에 관한 사항 2. 수중레저장비 대여 및 수상레저기구의 이용에 관한 사항 3. 수중레저시설물의 안전관리에 관한 사항 4. 수중레저활동자의 운송 및 교육에 관한 사항 5. 그 밖에 수중레저활동자의 안전을 확보하기 위하여 해양수산부령으로 정하는 사항 등이 규정되어 있다.</p>
16	「약관의 규제에 관한 법률」	<p>이 법은 사업자가 그 거래상의 지위를 남용하여 불공정한 내용의 약관(約款)을 작성하여 거래에 사용하는 것을 방지하고 불공정한 내용의 약관을 규제함으로써 건전한 거래질서를 확립하고, 이를 통하여 소비자를 보호하고 국민생활을 균형 있게 향상시키는 것을 목적으로 제정되었다. 약관에 의한 거래는 현대의 대량생산·대량소비사회에서 등장하게 된 새로운 현상으로서 여러 가지 유용한 기능을 해 온 것이 사실이므로 이에 약관에 대한 법률을 제정하여 신의성실의 원칙에 반하여 공정을 잃은 조항들을 무효화하고, 약관심사를 통해 이 법에 위반되는 조항을 적용한 사업자에 대하여는 시정권고를 하도록 함으로써 경제적 약자가 명실상부한 계약의 자유를 누릴 수 있도록 보장하려는 목적이다. 프로스포츠나 실업팀 선수들의 계약의 경우 협회나 구단이 정한 '표준계약서'를 사용함에 따라 이 역시 '약관'에 해당되며, 협회나 구단 등이 '사업자'의 적용이 될 수 있기 때문에 이 법의 적용대상이 될 수 있다.</p>
17	「유통산업발전법」	<p>이 법은 '유통산업의 효율적인 진흥과 균형 있는 발전을 꾀하고, 건전한 상거래질서를 세움으로써 소비자를 보호하고 국민경제의 발전에 이바지 함'을 목적으로 한다. 이 법은 1997년 4월 10일 제정되었고, 총 58회 개정이 있었으며 2016년 12월 27일 현재 총 9장 52조로 구성되어 있다. 그 주요 내용으로는 제2장(유통산업발전계획), 제3장(대규모점포 등), 제4장(유통산업의 경쟁력 강화), 제5장(유통산업발전기반의 조성), 제6장(유통기능의 효율화), 제7장(상거래질서의 확립), 제8장(보칙),</p>

순번	법령	내용
		<p>그리고 제9장(벌칙)을 포함하고 있다. 특히 제9조(허가 등의 의제 등)에 따르면 대규모점포 등을 등록할 경우 그 점포가 「체육시설의 설치·이용에 관한 법률」 제20조에 따른 체육시설업일 경우는 해당 지자체장이 다른 행정기관의 장과 협의를 한 사항에 대하여는 허가 등을 받은 것으로 본다.</p>
18	「자전거 이용 활성화에 관한 법률」	<p>이 법은 ‘자전거도로 및 자전거주차장 등 자전거이용시설의 설치·유지관리 등에 관한 사항과 자전거도로의 이용방법을 규정하여 자전거이용자의 안전과 편의를 도모하고 자전거이용의 활성화에 기여함’을 목적으로 한다. 이 법은 1995년 1월 5일 제정되었고, 총 26회 개정이 있었으며, 2016년 1월 27일 현재 총 23조로 구성되어 있다. 주요내용은 ‘자전거도로의 구분, 자전거 이용 활성화계획의 수립, 자전거도로의 노선 지정, 자전거이용시설의 구조와 시설기준, 자전거이용시설의 정비, 공공자전거 운영사업, 자전거 주차장의 설치 및 운영, 자전거도로의 안전 확보, 대중교통수단 내에 자전거 거치대 설치, 자전거 수리센터 운영, 자전거 이용 활성화 평가, 자전거의 무단방치 금지, 자전거 타기 교육, 자전거의 등록’ 등을 규정하고 있다. 2016년 1월 27일 개정된 주요내용으로는 ‘국가와 지방자치단체는 자전거 이용자가 자전거를 휴대하고 도시철도차량·철도차량 등 대중교통수단을 이용할 수 있도록 대중교통수단 운영자에게 자전거 거치대를 설치할 것을 권장할 수 있고, 설치에 필요한 비용을 지원할 수 있도록 하고, 행정자치부장관은 자전거 이용 활성화 방안을 마련하기 위하여 자전거이용시설 현황 등이 포함된 자전거 관련 통계를 주기적으로 작성·공표하도록 하고, 시장·군수 또는 구청장은 등록된 자전거에 자전거 등록번호를 부여하고, 자전거의 도난 방지 및 식별 등을 위하여 행정자치부령으로 정하는 장치를 부착할 수 있도록 하고, 행정자치부장관은 자전거 등록정보를 효율적으로 통합·관리하기 위하여 정보시스템을 구축·운영할 수 있도록 하였다.</p>
19	「장애인 차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률」	<p>2007년 4월 10일 제정된 이 법은 ‘모든 생활영역에서 장애를 이유로 한 차별을 금지하고 장애를 이유로 차별받은 사람의 권익을 효과적으로 구제함으로써 장애인의 완전한 사회참여와 평등권 실현을 통하여 인간으로서의 존엄과 가치를 구현함’을 목적으로 한다. 이 법에서 장애인 체육과 관련한 주요 조문 내용은 다음과 같다. 제25조(체육활동의 차별 금지)에서는 장애인들이 체육활동을 함에 있어 차별받는 것을 금지하고 있는데 이를 살펴보면, 제1항에서는 체육활동을 주최·주관하는 기관이나 단체, 체육활동을 목적으로 하는 체육시설의 소유·관리자는 체육활동의 참여를 원하는 장애인을 장애를 이유로 제한·배제·분리·거부하여서는 아니 된다고 규정하고 있다. 제2항에서는 국가 및 지방자치단체는 자신이 운영 또는 지원하는 체육프로그램이 장애인의 성별, 장애의 유형 및 정도, 특성 등을 고려하여 운영될 수 있도록 하고 장애인의 참여를 위하여 필요한 정당한 편의를 제공하여야 한다고 규정하고 있으며, 제3항에서는 국가 및 지방자치단체는 장애인이 체육활동에 참여할 수 있도록 필요한 시책을 강구하여야 한다고 규정하고 있다.</p>
20	「저작권법」	<p>이 법은 ‘저작자의 권리와 이에 인접하는 권리를 보호하고 저작물의 공정한 이용을 도모함으로써 문화 및 관련 산업의 향상발전에 이바지함’을 목적으로 한다. 이 법은 1957년 1월 28일 제정되었고 총 25회 개정이 있었으며, 2016년 12월 20일 현재 총 142조로 구성되어 있다. 이 법 제4조(저작물의 예시 등)에 따르면 스포츠와 관련된 저작물이라 함은 예를 들어 스포츠인화상과 관련된 어문저작물, 음악저작물, 미술저작물, 건축저작물, 사진저작물, 영상저작물, 도형저작물, 그리고 컴퓨터프로그램저작물이 해당될 수 있다. 저작재산권의 보호기간은 저작자가 생존하는 동안과 사망한 후 70년간 존속하며(제39조), 이는 전부 또는 일부를 양도할 수 있다(제45조). 또한 저작재산권자는 다른 사람에게 그 저작물</p>

순번	법령	내용
		의 이용을 허락할 수 있으며, 허락을 받은 자는 허락받은 이용 방법 및 조건의 범위 안에서 그 저작물을 이용할 수 있다(제46조). 한편, 저작권 재산권은 저작재산권자가 상속인 없이 사망한 경우 그 권리가 국가에 귀속될 경우 소멸한다(제49조). 저작자가 저작권을 등록하기 위해서 저작자의 실명, 국적, 주소, 저작물의 종류, 창작연월일, 공표의 여부, 공표된 국가, 공표연월일, 등을 등록할 수 있다(제53조).
21	「제조물책임법」	이 법은 '제조물의 결함으로 발생한 손해에 대한 제조업자 등의 손해배상책임을 규정함으로써 피해자 보호를 도모하고 국민생활의 안전 향상과 국민경제의 건전한 발전에 이바지함' 을 목적으로 한다. 이 법은 2000년 1월 12일에 제정되었고, 2013년 5월 22일 한 번 개정이 있었으나 내용 개정보다는 이해하기 어려운 법 용어와 문장표기를 한글화하고 쉽게 정리하는 정도였다. 이 법은 '목적, 정의, 제조물책임, 면책사유, 연대책임, 면책특약의 제한, 소멸시효 등' 으로 구성되어 있다. 이 스포츠제조업자들에게 중요하게 적용될 수 있는데, 스포츠제조물의 경우에도 '제조상 결함, 설계상 결함, 표시상의 결함' 이 존재할 수 있고, 이러한 결함으로 인하여 손해배상을 해야 할 경우가 발생할 수 있기 때문이다.
22	「총포·도검·화약류 등 안전관리에 관한 법률」	이 법은 총포·도검·화약류·분사기·전자총격기·석공의 제조·판매·임대·운반·소지·사용과 그 밖에 안전관리에 관한 사항을 정하여 총포·도검·화약류·분사기·전자총격기·석공으로 인한 위험과 재해를 미리 방지함으로써 공공의 안전을 유지하는 데 이바지함을 목적으로 한다. 사격대회 및 사냥, 서바이벌게임, 무예대회에 사용되는 총포 및 도검, 석공 등이 이 법률에 적용을 받아 소지와 사용, 그 밖에 안전관리에 관한 사항을 적용 받는다.
23	기타 법률	그밖에 「청소년기본법」, 「청소년보호법」, 「국민건강증진법」, 「조세법」, 「장애인복지법」, 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」, 그리고 「건축법과 하천법」 등 다양한 여러 법령들에서 체육 및 스포츠와 관련된 조문을 두고 있다.



부록

스포츠산업 관련 국내외 기관 및 단체 현황

2018 Sport Industry White Paper



부록. 스포츠산업 관련 국내외 기관 단체 현황

1 스포츠산업 관련 국내 기관 및 단체 현황

1) 문화체육관광부

(1) 체육조직의 변천

가. 1980년 이전의 체육조직

우리나라의 체육행정 조직은 1945년 8.15광복과 더불어 시작된 미군정기에 마련되었다. 미군정 당국은 1946년 3월 29일부터 문교부 교화국 내 체육과에서 체육업무를 담당하였으며, 같은 해 7월 10일 교화국을 문화국으로 개편하였다. 1948년 정부수립 후에는 문교부 문화국 체육과에서 체육업무를 담당하였으며 인원은 4~5명이었다.

정부의 체육조직은 5.16 이후 크게 변화되었다. 1961년 10월 2일 종래 문화국에 속해 있던 체육과가 체육국으로 승격되었으며 인원 20명, 예산 1억 원으로 대폭 확대되었다. 그 후 1963년 12월 14일 제3공화국의 정부조직법 개정에서 문예체육국 체육과로 환원되었으며, 1968년 7월 24일 문교부의 문화예술행정인 문화공보부로 이관되면서 사회교육국으로 변경되었다.

1970년 8월 31일에는 다시 체육국을 신설하고 종전의 체육과를 국민체육과와 학교체육과로 분리하였으며, 1973년 3월 9일에는 체육국 내에 학교급식과가 추가되어 3개 과가 되었다. 1979년 3월 19일에는 문교부 직제 개정으로 체육국의 업무 조정이 이루어져 체육과, 학교보건과, 체육교류과로 변경되었다. 1981년 11월 2일에는 체육국과 사회체육국을 통합하여 체육국제국으로 명칭이 변경되었으며 학교체육과, 국민체육과, 국제경기과, 교육협력과, 재외국민교육과로 정비되었다.

나. 1980년대의 체육조직

1981년 9월 30일 독일 바덴바덴에서 1988 하계올림픽대회의 서울 개최가 확정되었고, 그 해 11월 1986 서울 하계아시아대회를 유치하게 되었다. 이에 따라 1986 서울 하계아시아대회와 1988 서울 하계올림픽대회의 성공적 개최를 위하여 1982년 3월 20일에 체육부를 신설하였다. 체육부는 발족 당시 기획관리실, 체육진흥국(체육정책과, 사회체육과, 학교체육과, 체육시설과), 체육과학국(기획과, 지도훈련과, 조사연구과), 국제체육국(지원총괄과, 국제경기과, 해외협력담당관)을 두어, 1실 3국 10과 4담당관으로 당시 체육부 전체의 정원은 총 187명이었다. 이후 체육부는 1987년까지 다섯 차례의 직제 개편으로 소폭의 변동은 있었으나 전체적인 기조를 유지하였다. 1988년 6월 18일 체육부 내에 청소년국(청소년정책과, 청소년지도과, 청소년교류과, 청소년시설과, 청소년심의관)이 신설되면서 체육행정을 청소년행정과 관련하여 유기적으로 수행하였고, 청소년국의 신설로 체육부 정원은 225명으로 증가하였다.



다. 1990년대의 체육조직

1990년 2월 12일 체육진흥국 내에서 사회체육과가 생활체육과로 개칭되었으며 학교체육과가 폐지되고 사업관리과가 신설되었다. 체육과학국은 체육지도국으로 개칭되었으나 여전히 체육관련 조직은 체육진흥국(생활체육과, 사업관리과, 체육시설과), 체육지도국(조사기획과, 훈련과, 지도육성과), 국제체육국(지원총괄과, 국제경기과, 해외협력담당관) 체제를 유지하였다. 한편 학교체육업무 중 급식관련 업무는 1989년에 발표된 행정개혁위원회의 「행정개혁에 관한 건의」에 따라 교육부로 이관되었다. 사회체육과를 생활체육과로 개칭한 사실은 사회단체 수준의 체육을 활성화시키는 것으로부터 국민의 일상생활 속에서 이루어지는 체육으로 활성화시키기 위한 정책전환을 의미한다. 이는 1990년 7월 발표한 국민생활체육진흥 세부 추진계획인 ‘호돌이 계획’에서도 나타난다. 1990년 9월 10일에는 청소년국이 1실 2관 6과의 청소년 정책조정실(청소년 기획관, 청소년 협력관, 청소년 기획과, 청소년 육성과, 청소년 지도과, 청소년교류과, 시설기금과, 홍보협력과)로 확대·개편되었으며, 1990년 12월 27는 체육부를 체육청소년부로 개칭되었다.

1993년 3월 6일에는 문화부와 체육청소년부는 문화체육부로 통합되었다. 문화체육부는 체육정책국(체육기획과, 생활체육과, 체육시설과), 체육지원국(체육과학과, 지도육성과, 훈련지원과), 국제체육국(협력총괄과, 국제경기과, 해외협력과)을 두어 3국 9과 체제를 갖추었다. 1994년 5월 4일에는 해외협력과를 체육교류과로 개칭하고, 1994년 5월 16일에 학교체육관련 업무를 교육부로 이관하였으나 전체적인 체육관련 조직은 3국 9과 체제를 유지하였다. 1994년 12월 23일 문화체육부내에 관광업무가 이관되면서 체육지원국을 폐지하여 체육행정조직은 체육정책국(체육기획과, 생활체육과, 지원육성과, 체육시설과)과 국제체육국(협력총괄과, 국제경기과, 해외협력과)의 2국 7과 77명으로 축소되었다.

1998년 2월 28일 문화체육부를 문화관광부로 개칭하고, 체육정책국과 국제체육국을 체육국으로 통합하였으며, 기존의 체육기획과와 협력총괄과를 체육정책과로 통합하였다. 또한 생활체육과는 그대로 생활체육과로 유지하고, 지원육성과와 체육시설과를 체육지원과로, 국제경기과와 체육교류과를 체육교류과로 통합하는 등 체육담당부서를 1국 4과로 축소하였다. 그 결과 2국 7과 77명에서 1국 4과 56명으로 21명 감소하였다. 1999년 5월 24일에는 체육정책과와 체육교류과는 그대로 유지하고, 체육지원과와 생활체육과를 체육진흥과로 통합하여 1국 3과 40명으로 행정조직 및 정원의 축소가 이루어졌다.

라. 2000~2012년

2000년대에 들어서면서 우리나라 체육환경은 급속히 변화하기 시작하였다. 경제부문에서 나타나기 시작한 근무시간의 단축은 국민들의 여가시간을 증대시켰고, 이러한 현상은 생활체육 수요증가로 나타났다. 이에 따라 정부는 증가한 여가시간을 건전한 체육활동으로 유도하고, 생활체육에 대한 수요의 다양화·전문화에 능동적으로 대처하기 위해서 2002년 3월 9일 생활체육과를 다시 설치하였다. 이후 스포츠여가산업에 대한 수요 및 관심 증가에 따라 2004년 11월에 다시 직제개편을 실시하여 스포츠여가산업과를 신설하는 한편, 체육진흥과는 폐지하고 체육진흥과 업무 중 학교운동부 및 전국체전 등의 업무는 생활체육과로, 태권도공원 조성 및 프로단체 육성 등에 관한 업무는 스포츠여가산업과로, 국가대표선수 육성 및 대한체육회 지도 감독 등의 업무는 국제체육과로 이관되었다. 2005년 12월에는 보건복지부로부터 장애인체육을 이관받아 장애인체육과를 신설하여 장애인체육진흥 업무를 추진하게 되었고, 2006년 7월 25일 기존의 ‘과’

단위는 ‘팀’ 단위로 재편되었다.

2008년 이명박 정부의 출범과 더불어 ‘팀’ 단위는 다시 ‘과’ 단위로 개편되면서 2008년 12월 31일 생활체육과가 체육진흥과로, 장애인체육과가 장애인문화체육과로 개편되었다. 생활체육과가 체육진흥과로 개편되면서 기존의 생활체육업무 이외에 국가대표선수의 육성·지원에 관한 사항 등 생활체육과 함께 전문체육을 동시에 수행하게 되었다. 장애인문화체육과 역시 기존의 장애인체육업무 이외에 장애인문화와 관련된 새로운 업무를 추가하여 기능을 확대하였다. 이후 2009년 5월 4일 체육진흥과와 스포츠산업과를 체육진흥과로 통합하였으며, 장애인문화체육과는 장애인문화체육팀으로 명칭을 변경하였으나 2010년 7월 1일 다시 장애인문화체육과로 개칭하였다.

마. 2013~2016년

박근혜 정부가 시작된 2013년 3월 23일 장애인문화체육과는 장애인체육과로 개칭되고, 12월 13일에는 스포츠산업과가 신설되었다. 2014년에는 체육국을 관광체육레저정책실 내에 체육정책관실로 개칭하였고, 1정책관 5과 52명으로 구성되어 운영하였다. 2015년에는 관광체육레저정책실을 체육관광정책실로 개칭하고, 평창 동계올림픽대회의 원활한 지원과 준비를 위해 ‘체육협력관’과 ‘평창올림픽지원과’를 신설하였다. ‘체육협력관’은 기존 체육정책관실 산하에 있던 국제체육과, 장애인체육과, 그리고 이번에 신설된 평창올림픽지원과가 더해져 총 3개과로 구성되었으며, 기존의 체육정책관 산하는 체육정책과, 체육진흥과, 스포츠산업과로 개편되었다. 정부에 2개 이상의 체육업무 담당국 조직이 운영된 것은 1998년 문화관광부 내 체육정책국과 국제체육국이 체육국으로 통합된 이후 17년 만이었다.

2016년에는 체육관광정책실이 ‘체육정책실’로 개편되었다. 이번 개편으로 1993년 체육부가 없어지면서 문화체육부로 이관된 이후 23년 만에 체육업무만을 전담하는 ‘체육정책실’의 실 체제로 체육 관련 정부 조직이 강화되었다. ‘체육정책실’은 ‘체육정책관’과 ‘체육협력관’을 두었으며, ‘체육정책관’은 체육정책과, 체육진흥과, 스포츠산업과로 구분하여 2016년 3월 대한체육회로 통합된 전문체육과 생활체육의 균형육성, 스포츠산업 진흥과 체육분야 일자리 창출 등의 업무를 주관하였다. ‘체육협력관’은 국제체육과, 장애인체육과, 평창올림픽지원과로 구분하여 ‘2016 리우 하계올림픽대회’ 참가 준비와 ‘2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회’ 지원 업무를 주관하였다.

바. 2017~2018년

문재인 정부가 출범한 이래로 한국스포츠개발원은 2018년 4월 한국스포츠정책과학원으로 명칭이 바뀌었다. 2017년에는 문화체육관광부의 체육담당 부서를 국(局) 중심 체제로 전환하였고, 평창동계올림픽 지원 조직 강화 등을 위해 직제를 개편했다. 2018년에는 스포츠유산과 신설 등을 위해 직제를 개편해 1국 1관 6과 체제가 되었다.



〈그림 7-1〉 문화체육관광부 조직도



〈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.	• 국(局) 중심 체제로 전환, 평창동계올림픽 지원조직 강화 등을 위한 직제 개편
2018. 08. 21.	• 스포츠유산과 신설 등을 위한 직제 개편 (1국 1관 6과)

(2) 부서별 주요업무

2017년 기준 체육정책관은 전문체육, 생활체육, 스포츠산업 진흥을 위한 장·단기 종합계획 수립 및 추진, 국가대표선수의 육성·지원, 직장 및 지역생활체육 진흥과 스포츠클럽 육성·지원, 민속경기 및 프로운동경기의 진흥, 공공체육시설 확충 및 민간체육시설 활성화, 스포츠산업 진흥 및 관련 단체의 육성·지원 등을 추진하였다. 체육정책관 산하의 체육정책과, 체육진흥과, 스포츠산업과의 부서별 주요업무는 다음과 같다.

체육정책과는 체육진흥정책에 관한 장·단기종합계획의 수립, 체육종합계획의 추진상황 분석 및 평가, 체육 관련 통계자료의 수집·분석 및 체육지표 개발, 체육정보화에 관한 사항, 국민체육진흥기금의 조성 및 운용, 체육유공자의 지정 및 지원, 서울올림픽기념 국민체육진흥공단에 관련된 업무, 전국체육대회 및 종목별 국내경기대회의 개최 지원, 전문체육 진흥을 위한 계획의 수립 및 시행, 전문체육 관련 단체의 설립 및 육성·지원에 관한 사항, 국가대표선수의 육성 및 지원에 관한 사항, 국가대표선수 훈련시설의 확충 및 운영에 관한 사항, 대한체육회 및 각종 경기단체와 관련된 업무, 국민생활체육회 및 생활체육종목단체 지도·감독과 관련된 업무, 생활체육과 관련된 국제교류에 관한 사항, 그 밖에 실내 다른 과의 주관에 속하지 아니하는 사항 등을 수행하였다.

체육진흥과는 생활체육과 레저스포츠 진흥을 위한 계획의 수립·시행 및 관련 단체의 육성·지원, 생활체육종목의 육성 및 민속경기 진흥, 직장 및 지역생활체육의 진흥과 스포츠클럽 육성·지원, 생활체육지도자의 양성·배치에 관한 사항, 체육주간 및 체육의 날 행사에 관한 사항, 대한민국체육상 등 우수체육인 포상, 국민체력증진에 관련된 사항, 전통무예 진흥계획 수립·시행 및 관련 단체 육성·지원, 공공체육시설 확충계획의 수립 및 추진, 레저스포츠시설의 설치·이용 활성화, 생애주기별 생활체육 활성화, 저소득층 청소년의 스포츠바우처 지원, 공공체육시설 내 장애인 이용가능 환경 조성, 선수·운동경기부 및 체육계 학교의 육성·지원, 서울평화상에 관한 사항, 전국소년체육대회 및 종목별 국내경기대회의 개최 지원 등의 업무를 수행하였다.

스포츠산업과는 스포츠산업 진흥을 위한 계획의 수립 및 시행, 스포츠산업 진흥을 위한 조사·연구계획의 수립 및 추진, 스포츠산업관련 업체, 단체 및 기구의 육성·지원, 스포츠산업 진흥재원의 조성 및 운용, 스포츠산업 기술 개발, 기술 이전 및 사업화 촉진 지원에 관한 사항, 스포츠산업 정보망 구축 및 전자상거래 육성에 관한 사항, 체험형 가상스포츠 등 융·복합형 스포츠산업 육성에 관한 사항, 스포츠 용품·시설·서비스의 품질비교 정보제공에 관한 사항, 스포츠산업진흥시설의 지정에 관한 사항, 스포츠산업의 경쟁력 강화에 관한 사항, 스포츠산업 관련 전문 인력 양성 및 일자리 창출에 관한 사항, 스포츠산업 활성화를 위한 기반 조성에 관한 사항, 민간체육시설의 설치 및 이용 활성화, 스포츠 관련 용품·용구·기자재의 생산지원 및 장려, 스포츠산업 관련 국제교류·협력에 관한 사항, 프로운동경기의 진흥 및 관련 단체의 육성·지원에 관한 사항, 지역 스포츠산업 진흥을 위한 정책 개발 및 지원, 체육진흥투표권 및 경륜·경정사업에 관한 사항, 체육과학의 진흥 및 체육과학 연구기관의 육성·지원 등의 업무를 수행하였다.

체육협력관은 국제체육교류 및 장애인 체육진흥을 위한 장·단기 종합계획 수립 및 추진, 국제대회 유치·개최 및 참가지원, 국가 간 혹은 국제기구와의 체육교류, 태권도의 진흥 및 세계화, 장애인 체육환경 조성 및 지원체계 개선, 2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 지원 등을 담당하였다. 체육협력관 산하의 국제체육과, 장애인체육과, 평창올림픽지원과의 부서별 주요업무는 다음과 같다.

국제체육과는 국제체육교류 진흥을 위한 계획의 수립 및 시행, 국제경기대회 유치·개최 및 참가지원에



관한 사항, 국가 간·국제기구와의 체육교류·협력 및 국제체육회의 등에 관한 사항, 남북한 체육교류 및 협력에 관한 사항, 국제체육관련 정보 및 자료의 수집·보급, 선수의 금지약물 투여(도핑) 방지에 관한 정책 수립 및 지원에 관한 사항, 태권도의 진흥 및 세계화에 관한 사항, 국내 체육단체의 국제 스포츠 경쟁력 강화에 관한 사항, 태권도 공원 조성 및 운영에 관한 사항, 태권도진흥재단 및 국기원에 관련된 업무 등을 수행하였다.

장애인체육과는 장애인 체육진흥을 위한 장·단기 발전계획의 수립 및 장애인 체육환경의 조성 및 지원체계 개선 등에 관한 사항, 장애인 체육활동 프로그램의 개발, 장애인생활지도자 배치 및 찾아가는 장애인 생활체육서비스 등 장애인 생활체육에 관한 사항, 전국장애인체육대회·종목별 경기대회 지원, 장애인체육지도자 등 장애인체육 전문 인력 양성·배치 및 국가대표 장애인선수 육성 및 지원 등 장애인 전문체육에 관한 사항, 장애인 체육 국제교류의 활성화 및 국제전문인력 양성 등 국제체육에 관한 사항, 대한장애인올림픽위원회 및 대한장애인체육회에 관련된 업무 등을 수행하였다.

평창올림픽지원과는 2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 종합계획의 수립 지원, 올림픽대회 조직위원회 운영의 지원에 관한 사항, 올림픽대회 관련 시설의 설치·이용에 관한 사항 지원, 올림픽대회 경기력향상 지원 대책의 수립 및 시행, 그 밖에 올림픽대회의 원활한 준비 및 운영을 위하여 필요한 사업의 지원 등과 관련된 업무를 수행하였다.

2) 지방자치단체 체육조직

(1) 지방자치단체 체육정책

우리나라는 1949년 「지방자치법」 제정으로 지방자치의 기틀을 마련하였으며, 1952년 4월 지방의회를 구성하였다. 1961년 9월에 「지방자치에 관한 임시조치법」이 제정되어 지방자치법의 효력이 정지되었다가 1988년에 지방자치법의 전문 개정으로 지방자치제가 부활되었다. 1991년에 지방선거로 지방의회가 구성되고 1995년 6월 27일 지방단체장과 의회의원들을 선출하는 4대 지방선거를 시작으로 본격적인 지방자치제가 실시되었다. 우리나라의 지방자치단체는 광역자치단체와 기초자치단체로 구분된다. 광역자치단체는 서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 세종, 경기, 강원, 충북, 충남, 전북, 전남, 경북, 경남, 제주 등 17개의 시·도이며, 광역자치단체는 기초자치단체를 포함하고 있다. 기초자치단체는 17개 시도에 총 228개의 시·군·구로 구성되어 있다. 각 지방자치단체는 그 지역의 활성화 및 주민 복지를 위한 정책을 시행하고 있으며, 지역별 체육발전을 위한 정책은 다음과 같다.

지방자치단체 체육발전 계획은 경기도를 필두로 시작되었다. 경기도는 2004년에 체육발전 중장기 계획을 수립하였으며, 다음으로 광주광역시(2007)가 체육진흥 5개년 계획을 수립하였다. 그 다음해인 2008년에 대구광역시가 대구 체육발전 중장기 계획을 발표·수립하였고, 2010년 인천광역시의 체육발전 중장기 계획, 2011년 강원도 체육발전 방안, 2012년 서울특별시의 2020 체육진흥 기본정책, 2014년 충청남도의 체육발전 중장기 계획, 2015년 대전광역시의 체육발전 중장기 계획과 전라남도 체육 중장기 발전계획, 2016년 세종시의 체육발전 중장기 계획 순으로 체육발전 계획이 수립되었다. 2017년 지방자치단체의 체육발전을 위한 정책으로 부산의 부산광역시 체육발전 종합계획 및 충북의 충북 체육 중장기 발전계획이

수립되었으며 경기도와 제주도는 체육발전을 위한 계획 수립이 진행 중인 것으로 나타났다. 지방자치단체별 체육발전 계획 수립현황은 <표 7-2>과 같다.

〈표 7-2〉 '03~'18년 지방자치단체 체육발전 계획 수립 현황

시도명	연도	수립여부	계획명
서울	2012	0	2020 체육진흥 기본정책
	2018	0	서울체육 중기 발전계획
부산	2017	0	부산시 체육발전 종합계획
대구	2008	0	대구 체육발전 중장기계획: 스포츠로 행복한 일류 대구 실현
인천	2010	0	인천광역시 체육발전 중장기 계획
광주	2018	0	광주체육진흥 5개년 계획
대전	2016	0	대전체육발전 중장기 계획
울산	2018	0	울산 체육발전계획 수립 연구
세종	2016	0	세종시 체육발전 중장기 계획
경기	2004	0	경기도 체육발전 중장기 계획
	2017	(계획)	경기도 체육발전 중장기 계획
강원	2015	0	강원체육발전 5개년 계획
충북	2017	0	충북 체육 중장기 발전계획
충남	2018	0	제2차 충청남도 체육발전 중장기 계획
전북	2011	0	전라북도 체육발전 중장기 계획
전남	2015	0	전남체육 중장기 발전계획
경북	-	-	-
경남	-	-	-
제주	2017	(계획)	제주체육 진흥 5개년 계획

※ 출처 : 각 광역자치단체별 내부자료(2018)

(2) 지방자치단체 체육행정조직 현황

광역자치단체인 각 시·도는 문화체육관광국, 문화관광체육국 등의 국 단위 수준에서 체육진흥과, 체육정책과, 체육지원과, 체육과, 스포츠산업과 등의 명칭을 사용하고 있으며, 그 하부 단위로 체육정책, 체육진흥, 생활체육, 체육시설, 스포츠마케팅, 스포츠산업 등의 하부 팀 또는 담당자를 중심으로 체육업무를 진행하고 있었다. 근무 인력은 평균 10~30여명 내외이다. 서울, 부산, 대구, 세종은 체육시설의 효율적 관리·운영을 위해 체육시설 관리사업소를 설치하여 운영하고 있었으며, 광주, 경기, 전남은 민간위탁 관리형태의 체육시설을 운영한다.

기초자치단체인 시·군·구는 문화체육과, 문화관광과, 문화체육관광과, 생활체육과, 체육진흥과, 체육과, 평생교육과, 교육체육과, 체육청소년과, 건강체육과 등에서 체육행정, 체육시설, 체육진흥, 생활체육, 주민자치 등 매우 다양한 형태로 체육조직을 운영하고 있었으며, 10명 내외의 인력이 배치되어 있었다. 기초자치단체 중 체육시설관리사업소나 시설관리공단을 통해 체육시설관리·운영을 하는 곳도 있었다.



〈표 7-3〉과 〈표 7-4〉에 나타난 것처럼 2018년 현재 우리나라 광역자치단체에서 체육업무를 담당하는 공무원 수는 17개 광역시·도 지방자치단체 전체 행정직 521명, 기술직 361명, 기능직 98명, 별정직 4명, 계약직 192명으로 총 1,176명이었다. 기초자치단체는 행정직 1,387명, 기술직 670명, 기능직 318명, 별정직 12명, 계약직 345명으로 총 2,732명이었다.

광역자치단체와 기초자치단체에서 체육업무를 담당하는 공무원 수는 총 3,908명으로 2017년 3,570명보다 338명 증가하였다. 2017년 대비 인력구성별 현황을 살펴보면 행정직은 1,726명에서 1,908명으로 182명 증가하였고, 기술직은 913명에서 1,031명으로 118명 증가하였다. 기능직은 395명에서 416명으로 21명 증가하였고, 별정직은 29명에서 16명으로 13명 감소하였으며, 계약직 507명에서 537명으로 30명 증가하였다.

〈표 7-3〉 광역자치단체 체육행정조직과 인력

구분	조직	인력					계
		행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	
서울	관광체육국 체육정책과(체육정책팀, 전문체육팀, 체육시설팀, 체육복지팀)	15	2	-	-	1	18
	관광체육국 체육진흥과(생활체육진흥팀, 생활체육시설팀, 여가스포츠팀)	11	1	1	-	1	14
	관광체육국 전국제전기획과(체전기획팀, 체전운영팀, 체전시설팀, 체전홍보팀, 대외협력팀)	15	5	-	-	2	22
	체육시설관리사업소(4과 4팀)	31	59	31	-	6	127
	서울시설공단(체육시설 3개소)	76	63	19	-	-	158
	소계	148	130	51	0	10	339
부산	문화체육관광국 체육진흥과(체육진흥, 체육시설, 장애인체육, 스포츠산업)	17	2	-	-	-	19
	체육시설관리사업소	30	50	18	-	2	100
	소계	47	52	18	0	2	119
대구	문화체육관광국 체육진흥과(체육정책, 생활체육, 장애인체육, 스포츠마케팅, 체육시설)	16	5	-	-	1	22
	체육시설관리사무소(대구스타디움, 시민운동장, 육상진흥센터)	21	54	-	-	1	76
	소계	37	59	0	0	2	98
인천	문화관광체육국 체육진흥과(체육정책, 체육진흥, 체육시설, 체육시설마케팅, 국제스포츠교류)	22	6	-	-	-	28
	소계	22	6	0	0	0	28
광주	문화관광체육국 체육진흥과(4개팀)	12	5	-	-	-	17
	광주실내수영장 등 3개소(민간위탁-도시공사)	2	1	20	-	7	30

구분	조직	인력					
		행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
	월드컵경기장 등 20개소(민간위탁-시체육회)	33	-	-	-	4	37
	장애인국민체육센터 등 3개소(민간위탁-장애인체육회)	2	2	-	-	3	7
	소계	49	8	20	0	14	91
대전	문화관광체육국 체육진흥과(체육진흥팀, 생활체육팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	14	4	1	-	-	19
	시설관리공단	23	37	-	4	111	175
	소계	37	41	1	4	111	194
울산	문화관광체육국 체육지원과 (스포츠레저, 생활체육, 체육시설)	10	4	-	-	-	14
	시설공단	18	28	1	-	48	95
	소계	28	32	1	0	48	109
세종	자치분권문화국 문화체육과 체육지원팀	3	2	-	-	-	5
	자치분권문화국 문화체육과 체육시설팀	1	5	1	-	-	7
	소계	4	7	1	0	0	12
경기	문화체육관광국 체육과(체육행정팀, 체육지원팀, 체육시설팀, 스포츠산업팀)	13	7	-	-	-	20
	경기도체육회(경기도사격테마파크, 유도회관, 검도회관, 체육회관/민간위탁)	37	-	-	-	2	39
	소계	50	7	0	0	2	59
강원	문화관광체육국 체육과(체육진흥팀)	5	-	-	-	1	6
	문화관광체육국 체육과(생활체육팀)	3	-	-	-	-	3
	문화관광체육국 체육과(체육시설팀)	-	4	-	-	-	4
	문화관광체육국 체육과(국제대회유치팀)	3	-	-	-	-	3
	소계	11	4	0	0	1	16
충북	문화체육관광국 체육진흥과(체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀, 무예마스터지원팀)	16	3	-	-	-	19
	소계	16	3	0	0	0	19
충남	문화체육관광국 체육진흥과 (체육정책, 체육복지, 체육활동지원, 체육시설지원)	14	2	-	-	-	16
	소계	14	2	0	0	0	16
전북	문화체육관광국 체육정책과(체육진흥팀, 생활체육팀, 태권도스포츠산업팀, 체육시설관리팀)	10	4	1	-	1	16
	소계	10	4	1	0	1	16
전남	관광문화체육국 스포츠산업과 (체육정책, 체육시설, 스포츠마케팅)	10	1	5	0	0	16
	소계	10	1	5	0	0	16



구분	조직	인력					
		행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
경북	문화체육관광국 체육진흥과 (체육정책, 체육지원, 장애인체육)	12	1	0	0	0	13
	소계	12	1	0	0	0	13
경남	문화관광체육국 체육지원과(체육행정, 생활체육, 스포츠마케팅, 체육시설관리)	16	2	0	0	0	18
	소계	16	2	0	0	0	18
제주	문화체육대외협력국 체육진흥과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 체육지원팀)	10	2	0	0	1	13
	소계	10	2	0	0	1	13
총 계		521	361	98	4	192	1,176

1. 기술직: 전기·토목·건축·기계
 2. 기능직: 사무보조요원 등
 3. 별정직: 공무원분류상 별정직으로 채용된 체육지도사 등
 4. 계약직(전문직 포함):일용계약 등에 따라 채용된 체육전문가
- ※주: 전국체전준비기획단 등 한시조직은 제외함
 ※출처: 각 기초자치단체별 내부자료(2018)

〈표 7-4〉 기초자치단체 체육행정조직과 인력

구분	조직		인력					
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
서울 (25)	종로구	건강도시과(2개팀)	8	-	-	-	-	8
	중구	교육체육과(생활체육팀)	4	-	-	-	-	4
	용산구	문화체육과(생활체육팀)	5	-	1	-	-	6
	성동구	문화체육과(생활체육팀)	5	-	-	-	-	5
	광진구	문화체육과(생활체육팀)	5	-	-	-	-	5
	동대문구	문화체육과(체육진흥팀)	6	-	-	-	-	6
	종량구	체육청소년과(3개팀)	10	2	1	-	-	13
	성북구	문화체육과(생활체육팀)	5	-	-	-	-	5
	강북구	문화관광체육과(생활체육운영팀)	5	1	-	-	-	6
	도봉구	문화체육과(2개팀)	8	-	-	-	-	8
	노원구	생활체육과(2개팀)	10	-	-	-	-	10
	은평구	생활체육과(3개팀)	12	-	1	-	-	13
	서대문구	문화체육과(생활체육팀)	5	-	-	-	-	5
	마포구	생활체육과(3개팀)	13	1	-	-	-	14
	양천구	문화체육과(2개팀)	7	1	-	-	-	8
	강서구	문화체육과(생활체육팀)	4	-	-	-	2	6
	구로구	체육진흥과(3개팀)	10	1	1	-	-	12
	금천구	문화체육과(생활체육팀)	4	-	-	-	-	4
	영등포구	문화체육과(2개팀)	7	-	1	-	1	9

구분	조직		인력					계
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	
	동작구	생활체육과(3개팀)	15	-	-	-	-	15
	관악구	문화관광체육과(생활체육팀)	5	-	-	-	-	5
	서초구	교육체육과(2개팀)	7	1	3	-	-	11
	강남구	문화체육과(생활체육팀)	5	-	-	-	-	5
	송파구	문화체육과(생활체육팀)	9	-	-	-	1	10
	강동구	문화체육과(2개팀)	6	1	-	-	1	8
	소계		180	8	8	0	5	201
부산 (16)	중구	총무과(구민협력계)	4	-	-	-	-	4
	서구	문화관광과(체육진흥계)	4	-	-	-	-	4
	동구	문화체육관광과(체육계)	4	-	-	-	-	4
		문화체육관광과(국민체육에센터)	-	-	1	-	-	1
	영도구	행정지원과(단체지원팀)	5	-	-	-	-	5
	부산진구	문화체육과(체육진흥계)	5	-	-	-	-	5
	동래구	총무국 총무과(체육계)	4	-	-	-	-	4
	남구	문화체육과(체육지원팀)	3	-	-	-	-	3
	북구	문화체육과(체육지원팀)	4	-	-	-	-	4
	해운대구	행정관리국 교육협력과	4	-	-	-	-	4
	사하구	총무과(구민협력팀)	6	-	-	-	-	6
	금정구	총무국 총무과(구민지원팀)	5	-	-	-	-	5
	강서구	행정문화국 문화체육과(체육진흥계)	4	-	-	-	-	4
	연제구	총무국 문화체육과(체육지원계)	3	-	-	-	-	3
	수영구	총무국 총무과(생활체육계)	3	-	-	-	-	3
	사상구	자치행정과(체육진흥계)	5	-	-	-	-	5
	기장군	문화관광과(생활체육팀)	3	-	-	-	-	3
소계		66	0	1	0	0	67	
대구 (8)	중구	문화개발과(문화체육팀)	2	-	-	-	-	2
	동구	자치행정국 문화관광과(체육팀)	3	1	-	-	-	4
	서구	자치행정국 문화홍보과(체육지원팀)	3	-	-	-	-	3
		교육홍보과(여가체육)	3	-	-	-	-	3
	남구	공원녹지과(공원시설)	-	3	-	-	-	3
		문화체육과(생활체육팀 체육시설팀)	4	2	-	-	-	6
	수성구	문화체육과(체육팀)	6	-	-	-	-	6
	달서구	문화체육관광과(체육진흥팀)	6	-	-	-	-	6
달성군	정책관광국 문화체육과(체육진흥팀)	4	-	-	-	-	4	
소계		31	6	0	0	0	37	



구분	조직		인력					계
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	
인천 (10)	중구	홍보체육실(체육팀)	3	-	-	-	-	3
	동구	문화홍보체육실(생활체육팀)	4	-	-	-	-	4
	미추홀구	보건체육과(체육행정팀, 생활체육팀)	7	1	1	-	-	9
	연수구	문화체육과(체육진흥팀, 체육시설팀)	5	1	-	-	-	6
	남동구	문화관광체육과(체육팀)	3	2	-	-	-	5
	부평구	체육진흥과(체육정책팀, 체육지원팀, 체육시설팀)	8	2	-	-	-	10
	계양구	문화체육관광과 (체육관광팀, 문화재체육시설관리팀)	4	3	-	-	-	7
	서구	문화관광체육과(체육진흥팀)	5	-	-	-	-	5
	강화군	자치행정과(체육팀)	3	1	-	-	-	4
	옹진군	관광문화과(문화체육팀)	4	1	-	-	-	5
	소계		46	11	1	0	0	58
광주 (5)	동구	인권청년과(체육진흥팀)	3	-	-	-	4	7
	서구	문화체육과(체육진흥팀)	3	1	4	-	-	8
	남구	총무과(체육지원팀)	3	-	-	-	1	4
	북구	총무과(생활체육팀)	5	1	-	-	-	6
	광산구	관광체육지원단(생활체육팀, 체육시설팀)	4	3	-	-	1	8
	소계		18	5	4	0	6	33
대전 (5)	동구	자치행정국 관광문화체육과(체육팀)	4	-	2	-	-	6
	중구	총무국 문화체육과(체육담당)	4	1	-	-	-	5
	서구	자치행정국 문화체육과 (체육팀, 문화체육시설팀)	7	1	1	-	-	9
	유성구	자치혁신본부 문화관광과(건강체육팀)	4	1	-	-	-	5
	대덕구	자치행정국 문화체육과 (건강체육담당, 문화체육시설담당)	6	-	-	-	-	6
	소계		25	3	3	0	0	31
울산 (5)	중구	혁신교육과 체육지원팀	3	-	-	-	-	3
	남구	문화체육과 체육지원팀	3	2	-	-	-	5
		남구 도시관리공단	9	47	-	-	-	56
	동구	문화체육과(생활체육팀, 체육시설팀)	6	1	-	-	-	7
	북구	문화체육과 체육지원팀	4	2	-	-	1	7
울주군	교육체육과(생활체육팀, 체육시설팀)	4	3	-	-	-	7	

구분	조직	인력						
		행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계	
	울주군 시설관리공단	3	9	15	6	21	54	
	소계	32	64	15	6	22	139	
경기 (31)	수원시	문화체육교육국 체육진흥과(체육행정팀, 체육시설팀, 스포츠산업팀)	10	6	-	-	-	16
	고양시	교육문화국 체육진흥과(체육정책팀, 체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	12	5	-	-	-	17
	성남시	체육진흥과(체육정책팀, 생활체육팀, 시설관리팀)	9	5	1	-	1	16
	용인시	교육문화국 체육진흥과 (체육행정, 체육시설, 체육시설운영, 스포츠마케팅)	14	5	-	-	-	19
	부천시	체육진흥과(체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설1팀, 체육시설2팀)	10	8	-	-	-	18
	안산시	체육진흥과(체육진흥팀, 체육지원팀, 체육시설팀, 스포츠마케팅팀)	10	6	-	-	-	16
	남양주시	문화교육국 체육진흥과(체육진흥팀, 체육시설팀, 자전거문화팀)	8	9	-	-	-	17
	안양시	체육생활과(체육지원팀, 건강생활팀, 체육시설팀)	9	4	-	-	-	13
	화성시	체육진흥과(체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀, 체육시설관리팀)	10	6	-	-	-	16
	평택시	충무국 체육진흥과(체육진흥팀, 체육시설팀, 체육시설운영팀)	11	7	12	-	3	33
		송탄출장소 사회복지과(체육시설운영팀)	3	5	1	-	-	9
		안중출장소 사회복지과(문화체육팀)	2	4	7	-	6	19
	의정부시	체육과(체육정책팀, 체육시설팀, 체육육성팀)	9	5	-	-	-	14
	시흥시	체육진흥과(체육행정, 체육시설, 체육시설운영)	9	5	-	-	-	14
	파주시	문화교육국 체육과(체육진흥팀, 체육시설팀, 시설운영팀)	10	5	-	-	23	38
김포시	복지국 체육과(체육정책팀, 체육진흥팀, 체육시설팀)	9	3	-	-	-	12	
광명시	문화체육과(체육팀, 체육시설팀)	3	2	1	-	-	6	



구분	조직	인력					계		
		행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴			
강원 (18)	광주시	경제문화국 체육과(체육진흥팀, 체육시설팀, 시설관리팀)	9	4	3	-	3	19	
	군포시	복지문화국 문화체육과(체육팀)	3		1	-	-	4	
	오산시	문화체육관광과(체육진흥, 체육시설)	5	1		-	-	6	
	이천시	체육지원센터(체육진흥팀, 시설관리팀)	4	7	-	-	-	11	
	양주시	문화복지국 체육청소년과(체육진흥팀, 체육시설관리팀, 체육진흥팀)	7	2	-	-	-	9	
	안성시	교육체육과(체육행정팀, 체육시설팀)	3	3	-	-	-	6	
	구리시	복지문화국 평생학습과 체육진흥팀	3	3	-	-	-	6	
	포천시	문화경제국 문화체육과(체육시설팀, 체육행정팀)	3	3	-	-	-	6	
	의왕시	문화체육과 (체육활동지원팀, 문화체육시설팀)	3	3	-	-	-	6	
	하남시	자치행정국 문화체육과(시민체육팀)	4	1	-	-	-	5	
	여주시	문화교육국 관광체육과 (체육행정팀, 체육시설팀)	2	4	-	-	-	6	
	동두천시	자치행정국 문화체육과(체육진흥팀)	2	1	-	-	-	3	
		시설사업소(운동장팀)	3	2	3	-	-	8	
	과천시	문화체육과(체육팀)	2	1	-	-	-	3	
	양평군	문화체육과(스포츠산업, 체육시설팀)	3	4	-	-	1	8	
	가평군	경제복지국 문화체육과(체육팀)	3	-	-	-	-	3	
	연천군	문화관광체육과(체육진흥팀)	3	-	-	-	-	3	
	소계		210	129	29	0	37	405	
	강원 (18)	춘천시	문화복지국 체육과(체육진흥팀, 체육시설팀, 스포츠마케팅팀)	10	3	-	-	-	13
		원주시	건강체육과(건강도시팀, 체육진흥팀, 체육시설팀, 마을체육팀)	11	4	-	-	2	17
강릉시		체육과(체육행정팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀, 올림픽유산팀)	12	2	-	-	-	14	
		체육시설사업소(관리팀, 운영팀, 시설팀)	4	7	2	-	-	13	
동해시		체육위생과(체육진흥팀, 체육시설팀)	4	2	-	-	-	6	



구분	조직	인력						
		행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계	
충청	태백시	스포츠레저과(스포츠기획팀, 스포츠레저팀, 스포츠시설팀)	8	6	-	-	4	18
	속초시	교육문화체육과(체육진흥팀)	4	1	-	-	-	5
	삼척시	문화공보실(체육진흥팀, 체육시설팀)	6	1	-	-	-	7
	홍천군	문화체육과(체육팀)	1	3	-	-	-	4
	횡성군	자치행정과(체육육성팀)	3	-	2	-	-	5
		시설관리사업소	-	4	10	-	6	20
	영월군	문화관광체육과(체육진흥팀)	4	1	5	-	-	10
	평창군	교육체육과(체육진흥팀, 스포츠마케팅팀)	5	-	-	-	-	5
	정선군	동계올림픽지원단(스포츠지원팀)	3	1	-	-	-	4
	철원군	문화체육과(체육진흥팀, 체육시설팀)	4	2	-	-	-	6
	화천군	문화체육과(체육팀, 체육시설관리팀)	5	1	1	-	-	7
	양구군	체육진흥과(체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	10	2	-	-	-	12
		시설관리사업단	1	4	-	-	16	21
	인제군	체육청소년과(체육진흥팀, 스포츠마케팅팀)	5	1	-	-	1	7
	고성군	경제체육과(체육진흥팀)	4	1	-	-	-	5
	양양군	문화관광체육과(체육진흥팀)	2	1	-	-	-	3
소계		106	47	20	0	29	202	
충북 (11)	청주시	문화체육관광국 체육교육과(체육진흥팀, 생활체육팀, 교육지원팀)	12	-	-	-	-	12
	충주시	문화체육관광국 체육진흥과(체육진흥팀, 시설개발팀, 시설관리팀, 조정경기장관리팀)	13	11	-	-	-	24
	제천시	행정복지국 체육진흥과(체육지원팀, 시설조성팀, 시설관리팀)	11	8	-	-	-	19
	옥천군	체육시설사업소	7	6	-	-	-	13
	증평군	문화체육관광과(체육진흥팀)	3	-	-	-	-	3
		시설사업소(체육시설팀)	3	5	-	-	-	8
	괴산군	행정복지국 문화체육관광과(체육진흥팀)	4	-	-	-	-	4
	음성군	행정복지국 문화체육과(체육진흥팀)	3	-	-	-	-	3
시설관리사업소(운영팀)		3	-	-	-	20	23	

구분	조직		인력					계	
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴		
	단양군	행정복지국 문화관광과(체육진흥팀)	3	2	1	-	-	6	
	진천군	복지행정국 문화홍보체육과(체육팀)	3	-	1	-	-	4	
	보은군	스포츠사업단(체육팀, 운영팀, 시설팀, 전지훈련팀)	9	4	1	-	-	14	
	영동군	시설사업소(체육시설팀)	1	3	1	-	-	5	
		국악문화체육과(체육진흥팀)	3	-	-	-	-	3	
소계			78	39	4	0	20	141	
충남 (15)	천안시	체육진흥과(체육행정, 생활체육, 스포츠산업, 체육시설)	10	2	1	-	-	13	
	공주시	문화복지관광국 문화체육과(체육진흥팀, 체육시설팀)	7	1	-	-	-	8	
	보령시	자치행정국 교육체육과 체육지원팀	4	1	-	-	-	5	
		자치행정국 교육체육과 체육시설관리팀	-	6	1	-	-	7	
	아산시	체육육성과(체육행정팀, 체육지원팀, 체육시설팀, 종합운동장팀)	12	4	3	-	-	19	
	서산시	시민생활국 체육진흥과(체육지원, 체육시설, 관리, 운영, 스포츠마케팅T/F)	13	3	5	-	-	21	
	논산시	친절행정국 관광체육과(체육팀)	3	-	-	-	-	3	
	계룡시	문화체육과(체육진흥팀)	2	1	-	-	-	3	
	당진시	자치행정국 체육육성과 (체육정책팀, 체육지원팀, 체육시설팀)	9	5	-	-	2	16	
	금산군	관광문화체육과(체육진흥팀)	3	-	1	-	1	5	
	부여군	문화관광과(체육진흥팀)	2	1	1	-	-	4	
	서천군	문화체육과 체육팀	3	1	-	-	-	4	
		공공시설사업소 체육시설팀	2	2	-	-	2	6	
	청양군	문화체육관광과(체육팀)	3	1	-	-	-	4	
	홍성군	교육체육과(체육진흥팀, 체육시설팀)	3	3	-	-	9	15	
	예산군	행정복지국 교육체육과 (체육지원, 체육시설)	3	6	3	-	-	12	
	태안군	교육체육과(체육진흥, 체육시설)	3	4	-	-	-	7	
	소계			82	41	15	0	14	152
	전북 (14)	전주시	체육산업과(스포츠산업, 체육진흥, 체육시설조성, 체육시설관리)	10	7	0	-	-	17



구분	조직	인력						계
		행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴		
군산시	체육진흥과(체육진흥, 운영1, 운영2, 시설, 국민체육센터, 장애인체육관)	11	12	5	3	-	31	
익산시	체육진흥과(체육진흥, 시설조성)	8	9	2	-	-	19	
정읍시	복지교육국 교육체육청소년과(체육진흥팀, 마케팅스프츠팀) 도시안전국 시설관리사업소(체육시설조성팀, 체육시설운영관리팀)	8	4	2	-	-	14	
남원시	총무국 교육체육과(체육진흥계, 체육시설계)	4	5	2	-	1	12	
김제시	경제복지국 체육청소년과(체육담당, 체육시설담당)	7	8	-	1	-	16	
완주군	행정복지국 관광체육과(체육지원팀) 시설공원사업소(체육시설팀)	2	3	3	-	-	8	
진안군	문화체육과(체육지원팀, 체육시설팀)	4	2	1	-	22	29	
무주군	문화관광과(체육진흥팀)	2	1	-	-	1	4	
장수군	문화체육관광과(체육팀)	3	1	1	-	-	5	
임실군	지역복지국 체육청소년과(체육진흥팀)	3	1	-	-	-	4	
순창군	체육진흥사업소(체육진흥계, 스포츠마케팅계, 체육시설계)	6	3	1	-	1	11	
고창군	체육청소년사업소(체육진흥팀, 체육시설팀)	4	6	7	-	-	17	
부안군	문화체육시설사업소(스포츠마케팅팀, 관리팀)	3	3	-	-	2	8	
소계		75	65	24	4	27	195	
전남 (22)	목포시	교육체육과(체육지원팀, 체육시설팀, 스포츠마케팅팀)	7	1	1	-	-	9
	여수시	체육지원과(체육지원팀, 스포츠마케팅 팀, 체육시설팀, 진남관리팀, 망마관리팀, 체육관관리팀)	17	14	21	-	19	71
	순천시	스포츠산업과(체육지원팀, 스포츠마케팅, 체육시설팀)	9	3	-	-	-	12
		체육시설관리소(관리담당, 시설담당, 운영담당)	3	5	4	2	-	14
	나주시	체육진흥과(체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설관리팀)	8	5	-	-	8	21
	광양시	체육과(체육진흥팀, 체육시설팀, 체육시설운영팀, 수영정운영팀)	7	9	19	-	17	52
	담양군	문화체육과(스포츠산업담당)	4	1	8	-	7	20
	곡성군	관광문화과(체육팀)	3	1	1	-	-	5

구분	조직	인력						
		행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계	
경북	구례군	스포츠산업과(체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 시설관리팀, 시설안전팀)	17	-	9	-	4	30
	고흥군	문화예술과(체육담당, 시설관리담당)	3	2	4	-	11	20
	보성군	문화관광과(체육진흥담당)	4	3	16	-	-	23
	화순군	스포츠산업과(체육행정팀, 스포츠지원팀, 체육시설팀, 스포츠문화팀)	11	9	25	-	5	50
	장흥군	문화관광과(스포츠산업팀)	3	1	10	-	-	14
	강진군	스포츠산업단(체육경영팀, 시설관리팀)	3	3	5	-	9	20
	해남군	문예체육진흥사업소(스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	4	2	1	-	30	37
	영암군	홍보체육과(체육정책팀, 체육시설팀)	3	6	9	-	3	21
	무안군	체육시설사업소(운영관리담당, 체육진흥담당)	7	2	-	-	2	11
	함평군	문화관광체육과(체육진흥담당)	3	1	-	-	1	5
	영광군	스포츠산업과(체육진흥담당, 스포츠마케팅담당, 체육시설담당, 위생담당)	7	9	2	-	1	19
	장성군	문화관광과(스포츠산업담당)	2	-	-	-	-	2
	완도군	문화체육과(스포츠산업담당, 체육시설담당)	3	2	1	-	14	20
	진도군	문화예술체육과(체육지원담당)	2	1	-	-	-	3
	신안군	행정지원과(체육지원담당)	2	1	-	-	1	4
	소계	132	81	136	2	132	483	
경북 (23)	포항시	새마을체육산업과(체육지원팀, 체육시설팀, 스포츠마케팅팀)	7	4	-	-	-	11
		해양산업과(해양레저팀)	2	1	-	-	-	3
	경주시	문화관광국 체육진흥과(체육정책팀, 체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	13	3	-	-	-	16
	김천시	스포츠산업과(스포츠지원담당, 스포츠마케팅담당, 스포츠시설 운영담당, 스포츠시설관리담당)	13	10	-	-	-	23
	안동시	문화복지국 체육새마을과(체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	11	1	-	-	-	12
	구미시	체육진흥과(체육진흥담당, 시설조성담당, 스포츠마케팅담당, 체육시설관리담당)	12	13	-	-	-	25

구분	조직	인력					계
		행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	
영주시	자치행정국 체육진흥과(체육지원팀, 체육시설팀, 체육시설운영팀, 실내수영장TF팀)	12	5	-	-	-	17
영천시	행정자치국 새마을체육과 (체육행정담당, 체육지원담당)	5	2	1	-	-	8
상주시	행정복지국 새마을체육과 (체육, 시민운동장 국민체육센터)	7	4	-	-	5	16
문경시	행정복지국 새마을체육과(체육지원담당, 체육시설담당, 스포츠마케팅담당)	6	4	1	-	3	14
경산시	복지문화국 체육진흥과(체육행정팀, 생활체육팀, 체육시설팀, 국민체육센터팀, 경산수영장팀, 도민체전TF)	13	13	-	-	22	48
군위군	문화관광과(체육진흥담당)	3	1	-	-	-	4
의성군	관광경제국 관광문화과(생활체육계)	3	1	-	-	-	4
	시설관리사업소	-	6	-	-	-	6
청송군	문화체육과(스포츠마케팅담당)	3	-	-	-	-	3
영양군	종합시설관리사업소(체육시설담 당)	1	1	1	-	-	3
	자치행정복지국 문화관광과 (체육지원담당)	3	1	-	-	-	4
영덕군	자치행정과(스포츠마케팅담당)	3	1	-	-	-	4
	시설관리사업소(체육시설담당)	-	4	6	-	4	14
청도군	문화체육시설사업소(체육지원담당)	3	-	-	-	-	3
고령군	관광경제국 여성청소년과(체육담당)	2	1	-	-	-	3
성주군	새마을체육과(체육진흥담당)	4	-	1	-	9	14
칠곡군	새마을문화과(체육지원담당)	3	-	-	-	-	3
	체육시설사업소	6	5	1	-	-	12
예천군	체육사업소(체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 시설관리팀)	11	8	-	-	-	19
봉화군	새마을일자리경제과 (체육진흥담당)	4	-	1	-	-	5
울진군	체육진흥사업소(체육지원팀, 시설관리팀, 시설개발팀)	8	6	-	-	-	14
울릉군	관광경제건설국 관광문화체육과 (체육지원팀)	3	-	-	-	-	3
소계		161	95	12	0	43	311



구분	조직		인력					계
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	
경남 (18)	창원시	체육진흥과(체육지원담당, 체육시설담당, 생활체육담당)	8	6	-	-	-	14
	진주시	시민생활지원센터 체육진흥과(스포츠마케팅팀, 체육진흥팀, 체육시설운영팀, 체육시설관리팀)	11	8	-	-	-	19
	통영시	교육체육지원과(체육진흥팀, 체육시설팀, 스포츠마케팅팀, 교육지원팀, 평생학습팀)	15	1	3	-	-	19
	사천시	체육지원과(체육지원팀, 체육시설팀, 시설관리팀, 수영장팀)	9	6	11	-	-	26
	김해시	인재육성사업소 체육지원과(체육지원팀, 생활체육팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	14	4	3	-	-	21
	밀양시	행정국 교육체육과(체육진흥, 스포츠마케팅, 평생학습)	14	2	-	-	-	16
	거제시	주민생활국 교육체육과(체육진흥담당, 체육시설담당)	4	2	-	-	-	6
	양산시	복지문화국 체육지원과(체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	8	4	-	-	-	12
	의령군	행정국 문화관광과(체육지원담당)	3	1	-	-	-	4
	함안군	문화체육관광광실(체육담당)	2	1	-	-	-	3
	창녕군	행정복지국 문화체육과(체육담당, 문화시설담당)	3	1	1	-	1	6
	고성군	행정복지국 문화체육과(스포츠마케팅담당, 체육시설담당)	4	4	-	-	-	8
	남해군	체육시설사업소(체육시설팀, 스포츠마케팅팀, 레포츠팀)	9	4	-	-	-	13
	하동군	문화체육과(체육진흥, 문화체육시설)	4	3	-	-	7	14
	산청군	문화체육과(체육행정, 체육시설)	4	1	-	-	-	5
	함양군	행정국 문화관광과(체육담당, 스포츠마케팅담당)	3	4	-	-	-	7
	가창군	체육시설사업소(체육진흥담당, 체육시설담당, 국민체육센터담당, 스포츠마케팅담당)	7	5	-	-	-	12
	합천군	기획예산실 체육시설과(시설운영, 시설관리, 체육진흥, 스포츠마케팅)	9	3	2	-	1	15
	소계		131	60	20	0	9	220

구분	조직		인력					계
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	
제주 (2)	제주시	문화관광체육국 체육진흥과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 체육관리팀, 제주국민체육센터, 애월국민체육센터)	4	5	26	-	1	36
	서귀포시	체육진흥과(체육지원담당, 스포츠마케팅담당, 경기장관리담당, 경기장시설담당, 국민체육센터담당)	10	11	-	-	-	21
	소계		14	16	26	-	1	57
총 계			1,387	670	318	12	345	2,732

1. 기술직: 전기·토목·건축·기계
 2. 기능직: 사무보조요원 등
 3. 별정직: 공무원분류상 별정직으로 채용된 체육지도사 등
 4. 계약직(전문직 포함): 일용계약 등에 따라 채용된 체육전문가
- ※주: 전국체전준비기획단 등 한시조직은 제외함
 ※출처: 각 기초자치단체별 내부자료(2018)

(3) 지방 체육단체 운영현황

2016년 체육회와 생활체육회 통합에 따라 우리나라의 지방 체육단체는 체육회와 장애인체육회로 운영되고 있었다. 지방자치단체의 목적에 따라 각각의 단체들은 독립운영하거나 체육회와 장애인체육회 통합운영 등의 유형이 있었다. 광역자치단체 17개는 체육회와 장애인체육회를 독립적으로 운영하고 있었으며, 기초자치단체의 경우 총 299개 시·군·구 중 체육회는 214개, 장애인체육회는 85개가 독립적으로 운영되고 있었다. 각 시·도의 특성에 따라 체육회와 장애인체육회를 통합운영하고 있는 기초자치단체는 14개였다.

〈표 7-5〉 지방자치단체 체육단체 운영 현황

(단위: 개)

구분		체육단체 독립운영	체육단체 미설치	체육단체 통합운영
광역	체육회	17	-	-
	장애인체육회	17	-	
기초	체육회	214	-	14
	장애인체육회	85	129	

※ 출처 : 각 광역자치단체별 내부자료(2018)



〈표 7-6〉 광역자치단체 체육단체 운영 실태

(단위 : 명)

시도	구분	조직구조	직원수		비고(운영유형)
			직원수	지도자수	
서울특별시	체육회	1처1실4부11팀	51	-	
	장애인체육회	1처4팀	18	77	
부산광역시	체육회	1처3본부6부	35	76	경기보조지도자 52 체육회실업팀 지도자 15 부산시청실업팀 지도자 9
	장애인체육회	1처3부	11	45	
대구광역시	체육회	1처4부1소	27	-	
	장애인체육회	1처1부3팀	13	22	
인천광역시	체육회	1처4부12팀	74	45	
	장애인체육회	1처4팀	21	22	
광주광역시	체육회	1처1차장4부10팀1센터	75	112	
	장애인체육회	1처4팀	13	28	
대전광역시	체육회	1처3부6팀	30	151	단체장 겸직
	장애인체육회	1처3팀	11	25	
울산광역시	체육회	1처3부6과6팀	24	7	독립운영
	장애인체육회	1처1부2과2팀	9	30	
세종특별자치시	체육회	1처3팀	13	4	
	장애인체육회	1처2팀	7	9	
경기도	체육회	1처1총괄본부3부8과	39	-	독립운영
	장애인체육회	1처1본부3과	18	8	
강원도	체육회	1처4부8팀	25	76	
	장애인체육회	1처4부1팀	17	10	
충청북도	체육회	1처4부	22	34	
	장애인체육회	1처3부	13	28	
충청남도	체육회	1처2부6팀	24	2	
	장애인체육회	1처4팀	13	4	
전라북도	체육회	1처2본부7과8팀	29	60	단체장 겸직(지사체장)
	장애인체육회	1처3과	10	27	
전라남도	체육회	1처4팀	22	38	단체장 겸직
	장애인체육회	1처3팀	10	26	
경상북도	체육회	1처2부5팀	27	-	단체장 겸직 (지사체장)
	장애인체육회	1처3팀	9	1	
경상남도	체육회	1처3부	24	-	
	장애인체육회	1처1부1과3팀	13	24	
제주특별자치도	체육회	1처4부8과	28	-	단체장 겸직 (지사체장)
	장애인체육회	1처4부	13	21	

※ 출처: 각 광역자치단체별 내부자료(2018)

〈표 7-7〉 기초자치단체 체육단체 운영 실태

(단위: 명)

지역	구분	조직구조	직원 수		비고
			직원수	지도자수	
서울 (25)	종로구	체육회	1국	14	-
		장애인체육회	이사회	2	-
	중구	체육회	1국	10	9
		장애인체육회	미설치	-	-
	용산구	체육회	1국	12	11
		장애인체육회	미설치	-	-
	성동구	체육회	1국	16	15
		장애인체육회	1국	2	1
	광진구	체육회	1국	15	14
		장애인체육회	미설치	-	-
	동대문구	체육회	1국	01	09
		장애인체육회	미설치	-	-
	종랑구	체육회	1국	12	11
		장애인체육회	미설치	-	-
	성북구	체육회	1국	18	16
		장애인체육회	1국	4	2
	강북구	체육회	1국	12	11
		장애인체육회	미설치	-	-
	도봉구	체육회	1국	14	13
		장애인체육회	미설치	-	-
	노원구	체육회	1국	17	16
		장애인체육회	1국	2	2
	은평구	체육회	1국	14	13
		장애인체육회	미설치	-	-
	서대문구	체육회	1국	16	15
		장애인체육회	1국	1	-
	마포구	체육회	1국	1	16
		장애인체육회	1국	2	2
	양천구	체육회	1국	13	12
		장애인체육회	이사회	2	0
강서구	체육회	1국	18	16	
	장애인체육회	1국	2	0	
구로구	체육회	1국	15	14	
	장애인체육회	미설치	-	-	
금천구	체육회	1국	11	10	
	장애인체육회	미설치	-	-	
영등포구	체육회	1국	-	13	
	장애인체육회	1국	-	2	
동작구	체육회	1국	14	13	
	장애인체육회	미설치	-	-	
관악구	체육회	1국	12	11	
	장애인체육회	1국	2	0	



지역	구분	조직구조	직원 수		비고		
			직원수	지도자수			
서울	서초구	체육회	1국	14	13	미래전략국	
		장애인체육회	미설치	-	-		
	강남구	체육회	1국	13	12		
		장애인체육회	미설치	-	-		
	송파구	체육회	1국	1	15		
		장애인체육회	1국	1	0		
강동구	체육회	1국	13	11			
	장애인체육회	1국	2	1			
부산 (16)	중구	체육회	이사회, 1국	1	5	사무국장 부재로 업무대행 중	
		장애인체육회	미설치	-	-		
	서구	체육회	1국	5	5		
		장애인체육회	미설치	-	-		
	동구	체육회	1국	1	7		
		장애인체육회	미설치	-	-		
	영도구	체육회	1국	5	5		
		장애인체육회	미설치	-	-		
	부산진구	체육회	1국	9	8		독립운영
		장애인체육회	미설치	-	-		
	동래구	체육회	1국	1	8		단체장 겸직
		장애인체육회	미설치	-	-		
	남구	체육회	1국	1	9		
		장애인체육회	미설치	-	-		
	북구	체육회	1국	1	8		
		장애인체육회	1국	1	-		
	해운대구	체육회	1국	1	10		
		장애인체육회	미설치	-	-		
	사하구	체육회	이사회	8	6		
		장애인체육회	미설치	-	-		
금정구	체육회	1국	-	9			
	장애인체육회	미설치	-	-			
강서구	체육회	사무국	1	8			
	장애인체육회	미설치	-	-			
연제구	체육회	사무국	7	7			
	장애인체육회	미설치	-	-			
수영구	체육회	이사회, 1국	1	7			
	장애인체육회	미설치	-	-			
사상구	체육회	이사회, 1국	1	6			
	장애인체육회	이사회, 1국	-	-			
기장군	체육회	1국	4	7			
	장애인체육회	미설치	-	-			
대구 (8)	중구	체육회	1국	1	11		
		장애인체육회	미설치	-	-		
	동구	체육회	1국	-	12		
		장애인체육회	미설치	-	-		



지역	구분	조직구조	직원 수		비고	
			직원수	지도자수		
대구	서구	체육회	1국	1	12	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	남구	체육회	1국	1	11	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	북구	체육회	사무국	1	14	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	수성구	체육회	사무국	1	12	
		장애인체육회	미설치	-	-	
달서구	체육회	1국	1	15		
	장애인체육회	미설치	-	-		
달성군	체육회	1국	2	13		
	장애인체육회	미설치	-	-		
인천 (10)	중구	체육회	이사회	9	8	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	동구	체육회	이사회, 1국	8	7	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	남구	체육회	이사회	2	9	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	연수구	체육회	1국	1	11	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	남동구	체육회	1국	1	13	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	부평구	체육회	1국	2	14	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	계양구	체육회	1국	1	10	
		장애인체육회	미설치	-	-	
서구	체육회	이사회	2	12		
	장애인체육회	미설치	-	-		
강화군	체육회	1국	3	7		
	장애인체육회	미설치	-	-		
옹진군	체육회	1국	2	2		
	장애인체육회	미설치	-	-		
광주 (5)	동구	체육회	1국	3	11	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	서구	체육회	1국	2	14	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	남구	체육회	1국	2	12	
		장애인체육회	1국	1	2	
	북구	체육회	1국	2	14	
		장애인체육회	1국	2	4	
광산구	체육회	1국	2	14		
	장애인체육회	미설치	-	-		

지역	구분	조직구조	직원 수		비고	
			직원수	지도자수		
대전 (5)	동구	체육회	1국	1	13	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	중구	체육회	1국	2	13	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	서구	체육회	1국	1	15	
		장애인체육회	1국	1	3	
유성구	체육회	1국	2	15		
	장애인체육회	미설치	-	-		
대덕구	체육회	1국	-	15		
	장애인체육회	미설치	-	-		
울산 (5)	중구	체육회	1팀	3	14	독립운영
		장애인체육회	1팀	-	2	
	남구	체육회	1팀	4	15	독립운영
		장애인체육회	미설치	-	-	
	동구	체육회	1국	2	14	독립운영
		장애인체육회	미설치	-	-	
북구	체육회	1국	3	16	독립운영	
	장애인체육회	미설치	-	-		
울주군	체육회	1국	3	16	독립운영	
	장애인체육회	미설치	-	-		
경기 (31)	수원시	체육회	1국4과9팀	40	15	독립운영
		장애인체육회	1국2팀	7	7	
	고양시	체육회	1국1과3팀	12	12	독립운영
		장애인체육회	1국1팀	4	4	
	성남시	체육회	1국	16	14	독립운영
		장애인체육회	1국	5		
	용인시	체육회	1국4팀	13	17	독립운영
		장애인체육회	1국	4	6	
	부천시	체육회	3부	14	18	통합운영
		장애인체육회	1부	1	7	
	안산시	체육회	1국	14	14	독립운영
		장애인체육회	1국	7	6	
	남양주시	체육회	2국5팀	15	13	통합운영
		장애인체육회		2		
	안양시	체육회	1국	8	7	독립운영
		장애인체육회	1국	3	4	
	화성시	체육회	1국4팀	16	14	독립운영
		장애인체육회	1국1팀	2		
평택시	체육회	1국2팀	8	9	통합운영	
	장애인체육회	1팀	2			
의정부시	체육회	1국	6	8	독립운영	
	장애인체육회	1국	3	3		
시흥시	체육회	1국	7	18	독립운영	
	장애인체육회	1국	3	9		
파주시	체육회	1국1과2팀	6	12	통합운영	
	장애인체육회					



지역	구분	조직구조	직원 수		비고		
			직원수	지도자수			
경기	김포시	체육회	1국	7	10	통합운영	
		장애인체육회		2			
	광명시	체육회	1국	7	2	15	독립운영
		장애인체육회	1국	2			
	광주시	체육회	1국2과	3	2	9	독립운영
		장애인체육회	1국	2			
	군포시	체육회	1국	5	10	10	통합운영
		장애인체육회		5			
	오산시	체육회	1국4팀	9	6	2	통합운영
		장애인체육회		1			
	이천시	체육회	1국	5	3	9	독립운영
		장애인체육회	1국	2			
	양주시	체육회	1국	2	5	9	독립운영
		장애인체육회	1국	1			
	안성시	체육회	1국	5	2	10	독립운영
		장애인체육회	1국	2			
	구리시	체육회	1국	5	2	7	독립운영
		장애인체육회	1국	3			
	포천시	체육회	1국	7	0	10	통합운영
		장애인체육회		2			
의왕시	체육회	1국	3	1	8	통합운영	
	장애인체육회	-	-				
하남시	체육회	1국2과	5	2	11	통합운영	
	장애인체육회	1국	1				
여주시	체육회	1국	6	1	11	통합운영	
	장애인체육회		2				
동두천시	체육회	1국	3	-	9	독립운영	
	장애인체육회	미설치	-				
과천시	체육회	1국	8	-	6	통합운영	
	장애인체육회		1				
양평군	체육회	2과	6	7	7	통합운영	
	장애인체육회	1과	1				
가평군	체육회	1국	7	2	7	독립운영	
	장애인체육회	1국	1				
연천군	체육회	1국	5	1	9	통합운영	
	장애인체육회		3				
강원 (18)	춘천시	체육회	1국4과	14	14	총무과, 전문체육과, 생활체육과, 장애인체육과	
		장애인체육회	미설치	-			
	원주시	체육회	1	7	-	6	장애인체육회 2019년 12월 설립
		장애인체육회	미설치	-			
	강릉시	체육회	1국2팀	6	6	25	독립운영
		장애인체육회	1팀	2			
	동해시	체육회	1국	7	-	12	체육위생과 담당
		장애인체육회	미설치	-			

지역	구분	조직구조	직원 수		비고	
			직원수	지도자수		
강원	태백시	체육회	1국	6	19	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	속초시	체육회	1국	5	15	속초시 공무원(6급) 사무국장 파견
		장애인체육회	1국	2	5	
	삼척시	체육회	1국3팀	5	7	사무국장 겸직
		장애인체육회	미설치	-	-	
	홍천군	체육회	1국2팀	7	18	
		장애인체육회	1국	2	4	
	횡성군	체육회	1국	4	6	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	영월군	체육회	1국	6	17	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	평창군	체육회	1국	5	18	
		장애인체육회	미설치	0	0	
	정선군	체육회	1국	4	9	단체장 겸직
		장애인체육회	미설치	-	-	
	철원군	체육회	1국4팀	7	11	
		장애인체육회	미설치	-	-	
화천군	체육회	이사회	4	12	체육회: 문화체육과에서 담당, 화천군에서 사무국장(6급) 파견	
	장애인체육회	미설치	-	-		
양구군	체육회	1국2팀	3	10		
	장애인체육회	미설치	-	-		
인제군	체육회	1국	40	26	단체장 포함	
	장애인체육회	미설치	-	-		
고성군	체육회	1국2팀	2	13		
	장애인체육회	1국	3	-		
양양군	체육회	1국4팀	7	11	통합운영	
	장애인체육회		1국			
충북 (11)	청주시	체육회	1국	13	24	
		장애인체육회	1국	7	5	
	충주시	체육회	1국	18	14	
		장애인체육회	1국	2	3	
	제천시	체육회	1국	4	13	
		장애인체육회		1국	2	
	보은군	체육회	1국	6	10	
		장애인체육회	1국	2	2	
	옥천군	체육회	1국	2	13	
		장애인체육회		1국		
	영동군	체육회	1국	5	13	통합운영
장애인체육회						
증평군	체육회	1국	18	13	통합운영	
	장애인체육회					



지역	구분	조직구조	직원 수		비고	
			직원수	지도자수		
충북	진천군	체육회	1국	16	13	사무국장 겸직
		장애인체육회		4	3	
	괴산군	체육회	1국	2	12	
		장애인체육회	1국	1	1	
	음성군	체육회	1국	5	15	통합운영
		장애인체육회				
단양군	체육회	1국	12	9		
	장애인체육회	미설치	-	-		
충남 (15)	천안시	체육회	1국3과	8	31	단체장(회장) 겸직
		장애인체육회	1국1팀	3	8	
	공주시	체육회	1국	2	10	
		장애인체육회	1국	1	5	
	보령시	체육회	1국	4	11	보령시 체육회 운영규정 보령시 장애인체육회 운영규정
		장애인체육회	1국	2	2	
	아산시	체육회	1국	6	34	
		장애인체육회	1국	3	6	
	서산시	체육회	1국	4	22	전문체육, 생활체육, 총무팀
		장애인체육회	1국	3	4	
	논산시	체육회	1국	5	11	단체장 겸직
		장애인체육회	미설치	-	-	
	계룡시	체육회	1국	3	10	
		장애인체육회	1국	1	2	
	당진시	체육회	1국	5	8	
		장애인체육회	1국	2	4	
	금산군	체육회	1국	2	7	
		장애인체육회	1국	1	1	
	부여군	체육회	1국	3	9	
		장애인체육회	미설치	-	-	
서천군	체육회	1국	3	7		
	장애인체육회	1국	1	3		
청양군	체육회	1팀	4	6	단체장 겸직	
	장애인체육회	1국	2	3		
홍성군	체육회	1국	4	7		
	장애인체육회	1국	4	8		
예산군	체육회	1국	4	12		
	장애인체육회	1국	2	4		
태안군	체육회	1국2팀	4	14		
	장애인체육회	1국	2	7		
전북 (14)	전주시	체육회	1국	10	17	사무국장 겸직
		장애인체육회	1국	4	3	
	군산시	체육회	1국	3	13	
		장애인체육회	1국	2	2	
	익산시	체육회	1국3과	3	15	
		장애인체육회		미설치		

지역	구분	조직구조	직원 수		비고	
			직원수	지도자수		
전북	정읍시	체육회	1국	3	13	
		장애인체육회	1국	1	2	
	남원시	체육회	1국	2	12	
		장애인체육회	1국	1	1	
	김제시	체육회	1국	16	12	
		장애인체육회	1국	2	-	
	완주군	체육회	1국	1	9	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	진안군	체육회	1국	4	8	
		장애인체육회	1국	1	-	
	무주군	체육회	1국	2	6	사무국장 겸직
		장애인체육회	1국	1	-	
	장수군	체육회	1국	2	9	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	임실군	체육회	1국	4	9	
		장애인체육회	미설치	-	-	
순창군	체육회	1국	3	8	사무국장 겸직	
	장애인체육회		1국			
고창군	체육회	1국	1	11		
	장애인체육회	미설치	-	-		
부안군	체육회	1국	10	8	사무국장 겸직	
	장애인체육회	1국	1	-		
전남 (22)	목포시	체육회	1국	20	16	독립운영
		장애인체육회	1국	2	-	
	여수시	체육회	1국	19	16	독립운영
		장애인체육회	1국1과	2	2	
	순천시	체육회	1국	23	19	독립운영
		장애인체육회	1국	5	3	
	나주시	체육회	1국	13	12	독립운영
		장애인체육회	1국	2	1	
	광양시	체육회	2국	15	11	독립운영
		장애인체육회	1국	4	2	
	담양군	체육회	1국	10	9	독립운영
		장애인체육회	미설치	-	-	
	곡성군	체육회	1국	12	12	독립운영
		장애인체육회	미설치	-	-	
	구례군	체육회	1국	14	14	독립운영
		장애인체육회	미설치	-	-	
	고흥군	체육회	1국	8	7	독립운영
		장애인체육회	미설치	-	-	
	보성군	체육회	1국	10	9	독립운영
		장애인체육회	미설치	-	-	
화순군	체육회	1국	15	12	독립운영	
	장애인체육회	미설치	-	-		



지역	구분	조직구조	직원 수		비고	
			직원수	지도자수		
전남	장흥군	체육회	1국	12	10	독립운영
		장애인체육회	1국	1	-	
	강진군	체육회	1국	12	6	독립운영
		장애인체육회	미설치	-	-	
	해남군	체육회	1국	13	10	독립운영
		장애인체육회	1국	4	1	
	영암군	체육회	1국	11	11	독립운영
		장애인체육회	미설치	-	-	
	무안군	체육회	1국	11	10	독립운영
		장애인체육회	미설치	-	-	
	함평군	체육회	1국	13	11	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	영광군	체육회	1국	11	11	
		장애인체육회	1국	1	1	
장성군	체육회	1국	10	8		
	장애인체육회	미설치	-	-		
완도군	체육회	1국	6	5		
	장애인체육회	미설치	-	-		
진도군	체육회	1국	7	7		
	장애인체육회	미설치	-	-		
신안군	체육회	1국	19	14		
	장애인체육회	미설치	-	-		
경북 (23)	포항시	체육회	1국4팀	11	19	
		장애인체육회	1국	2	1	
	경주시	체육회	2국	5	12	
		장애인체육회	1국	2	2	
	김천시	체육회	1국	5	11	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	안동시	체육회	1국	6	10	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	구미시	체육회	1국2팀	7	7	
		장애인체육회	1국	2	2	
	영주시	체육회	1국	4	10	단체장(체육회장)
		장애인체육회	미설치	-	-	
	영천시	체육회	1국	3	9	체육단체 독립적 운영
		장애인체육회	미설치	-	-	
	상주시	체육회	2부	5	13	총무부, 지도부
		장애인체육회	미설치	-	-	
문경시	체육회	2부	3	11	체육운영부, 생활체육부	
	장애인체육회	미설치	-	-		
경산시	체육회	1국	6	12	단체장(회장) 겸직	
	장애인체육회	미설치	-	-		
군위군	체육회	1국	1	6		
	장애인체육회	미설치	-	-		
의성군	체육회	1국	2	10		
	장애인체육회	미설치	-	-		

지역	구분	조직구조	직원 수		비고	
			직원수	지도자수		
경북	청송군	체육회	이사회	4	7	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	영양군	체육회	1국	5	8	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	영덕군	체육회	이사회	2	9	체육회: 자치행정과 담당
		장애인체육회	미설치	-	-	
	청도군	체육회	이사회	1	7	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	고령군	체육회	1국	2	7	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	성주군	체육회	1국	5	9	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	칠곡군	체육회	사무국	2	8	이사회
		장애인체육회	미설치	-	-	
	예천군	체육회	1국2팀	4	12	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	봉화군	체육회	1국2팀	3	7	
		장애인체육회	미설치	-	-	
울진군	체육회	1국	2	7		
	장애인체육회	미설치	-	-		
울릉군	체육회	1국	1	5		
	장애인체육회	미설치	-	-		
경남 (18)	창원시	체육회	2국 6부	20	31	
		장애인체육회	1국 2팀	5	-	
	진주시	체육회	1국	7	12	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	통영시	체육회	1국	3	10	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	사천시	체육회	1국	5	10	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	김해시	체육회	1국	7	13	
		장애인체육회	1국	1	-	
	밀양시	체육회	1국	3	10	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	거제시	체육회	1국	5	12	
		장애인체육회	1국	1	1	
	양산시	체육회	1국	6	11	
		장애인체육회	1국	2	-	
	의령군	체육회	1국	2	10	
		장애인체육회	미설치	-	-	
함안군	체육회	이사회	3	13		
	장애인체육회	미설치	-	-		
창녕군	체육회	2국	4	13		
	장애인체육회	미설치	-	-		
고성군	체육회	1국	3	10		
	장애인체육회	미설치	-	-		

지역	구분	조직구조	직원 수		비고	
			직원수	지도자수		
경남	남해군	체육회	1국	3	15	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	하동군	체육회	1국	3	12	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	산청군	체육회	1국	3	11	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	함양군	체육회	1	3	10	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	거창군	체육회	1국	3	11	
		장애인체육회	미설치	-	-	
	합천군	체육회	1국	3	8	
		장애인체육회	미설치	-	-	
제주 (2)	제주시	체육회	1국	14	30	단체장 겸직
		장애인체육회	미설치	-	-	
	서귀포시	체육회	1국	13	20	단체장 겸직
		장애인체육회	미설치	-	-	

※ 출처: 각 지방자치단체별 내부자료(2018)



3) 체육단체

(1) 대한체육회

가. 설립배경 및 목적

대한체육회는 3.1운동 이듬해인 1920년 7월 13일에 조선체육회라는 명칭으로 창립하였다. 일제 강점기 시대에 건강한 육체에 '건전한 정신을 함양하여 민족정기를 살리자'는 취지로 민족지도자들에 의해 창설된 대한체육회는 1938년 7월 4일 일제에 의해 강제 해산되는 아픔을 겪기도 했으나, 1945년 해방과 더불어 부활해 우리나라를 대표하는 체육단체로 오늘에 이르고 있다. 「국민체육진흥법」 제33조에 의해 설립된 대한체육회는 경기단체의 사업과 활동에 대한 지도와 지원, 체육경기대회 개최와 국제 교류, 선수 양성과 경기력 향상 등 전문체육 진흥, 체육인의 복지향상, 국가대표 은퇴선수 지원 사업, 그 밖에 체육진흥을 위하여 필요한 사업과 활동을 하였다.

또한 대한체육회는 매년 전국소년체육대회와 전국체육대회를 개최하여 스포츠에 대한 국민의 관심과 인식을 높이고, 우수 선수발굴과 스포츠인구 저변확대에 앞장서고 있다. 또한 대한체육회는 꿈나무선수·청소년 대표선수·후보선수·국가대표선수로 이어지는 우수선수의 과학적이고 체계적인 육성을 통한 경기력 향상을 도모하여, 스포츠를 통한 국위선양에 크게 기여하였다.

한편, 고령화 사회에 진입함에 따라 국민의 건강과 여가선용을 위한 생활체육의 확대 필요성이 제기되면서 전문체육과 생활체육 간의 연계 강화가 중요한 정책적 과제로 대두되었다. 이에 정부는 전문체육을 담당하는 대한체육회와 생활체육을 담당하는 국민생활체육회의 통합을 추진하였으며 2016년 3월 7일 통합체육회를 출범시켰다.

나. 연혁

1920년 7월 13일 창립된 조선체육회는 1938년 7월 4일 일제에 의해 강제 해산되었으나, 1945년 11월 26일 광복과 더불어 조선체육회로 다시 부활하였다. 이후 1948년 런던 하계올림픽대회 참가를 위하여 1946년 7월 15일 조선체육회 내에 올림픽대책위원회를 설치하였으며 이는 조선올림픽위원회(Korean Olympic Committee: KOC) 출범의 계기가 됐다. 조선올림픽위원회는 우리나라의 국가올림픽위원회(National Olympic Committee: NOC)로서 1947년 6월 20일 제41차 국제올림픽위원회(IOC) 총회에서 IOC 정식회원국으로 가입하여 대외적으로 우리나라를 대표하는 체육단체가 되었다. 정부수립 이후 조선체육회는 대한체육회로, 조선체육회 내부 조직이었던 조선올림픽위원회는 1948년 9월 3일 대한올림픽위원회로 명칭이 개칭되었다.

1954년 3월 16일 사단법인 대한체육회로 인가를 받았으며, 1964년 9월 8일 문교부 장관의 승인을 얻어 대한올림픽위원회가 대한체육회로부터 완전 분리되어 독립기구인 사단법인체로 출범하였다. 그러나 이후 심각한 체육계 내부 갈등으로 이를 해결하기 위해 1968년 3월 1일에 대한체육회에 대한올림픽위원회 및 대한학교체육회가 흡수·통합되었다. 이후 대한올림픽위원회는 대한체육회 내 정관상의 특별위원회의 지위를 가졌다. 1982년 12월 31일에는 국민체육진흥법에 의해 대한체육회를 특수법인으로 지정하였다.

2009년 6월 29일 대한체육회 정관을 개정, 종전의 정관상 특별위원회인 대한올림픽위원회를 대한체육회에 통합시켜 대한체육회가 IOC에 가입한 대한올림픽위원회의 지위를 승계하게 되었다. 이에 대한체육회는 올림픽 사업에 관하여 IOC와 대외적 교섭을 갖는 유일한 단체가 되었으며, 스포츠 활동을 통하여 올림픽 정신을 함양·보급하고 아마추어 스포츠의 기초를 이루는 정신적, 신체적 자질의 발전을 도모하여 국제친선과 세계평화 및 여성의 지위향상을 위한 활동참여 등의 활동목적에 추가하였다.

대한체육회의 국제스포츠 행사개최 주요 실적은 다음과 같다. 1986년 제10회 서울 하계아시아대회를 개최하였고, 1988년 제24회 서울 하계올림픽대회를 성공적으로 개최하였다. 1996년 4월에는 제6차 IOC 세계생활체육총회 개최를 비롯하여, 1997년 1월 제18회 무주·전주 동계유니버시아드대회, 1997년 5월 제2회 부산 동아시아대회, 1999년 1월 제4회 강원 동계아시아대회를 개최하였다. 그리고 1999년 6월 17일 제109차 IOC총회, 2002년 9월 제14회 부산 하계아시아대회, 2003년 8월 제22회 대구 하계유니버시아드대회를 각각 개최하였다. 아울러, 2006년 3월에는 제15차 국가올림픽총연합회 총회를 성공적으로 개최하였으며, 2007년 4월 2007년 인천 하계아시아대회를, 2009년에는 2015년 광주 하계유니버시아드대회를 유치하였다. 특히 2011년 7월 6일에는 2018년 동계올림픽대회를 평창에 성공적으로 유치함으로써 우리나라가 동계올림픽대회, 하계올림픽대회, FIFA 월드컵축구대회, 세계육상선수권대회 등 주요 국제대회를 모두 유치하는데 기여하였다. 2014년 9월에는 제17회 인천 하계아시아대회를 개최하였으며, 2015년 7월에는 제28회 광주 하계유니버시아드대회를 개최하였다. 2016년 3월 7일에는 대한체육회(KOC)와 국민생활체육회의 통합이 이뤄졌으며 통합체육회의 명칭은 대한체육회(KSOC)로 정하였다. 2011년부터 공사를 시작한 진천 선수촌이 2017년 9월 27일에 완공이 되어 개촌되었다.



〈표 7-8〉 대한체육회 연혁

1920. 07. 13	• 조선체육회 창립
1938. 07. 04	• 일제에 의해 강제 해산
1945. 11. 26	• 조선체육회 부활
1947. 06. 20	• 조선올림픽위원회(KOC) 설립 및 IOC 가입
1948. 09. 03	• 대한체육회 및 대한올림픽위원회로 개칭
1954. 03. 16	• 사단법인 대한체육회 인가
1964. 09. 08	• 대한체육회에서 대한올림픽위원회 분리
1966. 06. 30	• 태릉선수촌 건립
1968. 03. 01	• 대한체육회에 대한 올림픽위원회 및 대한학교체육회 통합
1982. 12. 31	• 국민체육진흥법상 대한체육회를 특수법인으로 지정
1986. 09. 20	• 제10회 서울 하계아시아대회 개최
1988. 09. 17	• 제24회 서울 하계올림픽대회 개최
1996. 04. 21	• 제6차 IOC 세계생활체육총회 개최
1997. 01. 24	• 제18회 무주·전주 동계유니버시아드대회 개최
1997. 05. 10	• 제2회 부산 동아시아대회 개최
1999. 01. 30	• 제4회 강원 동계아시아대회 개최
1999. 06. 17	• 제109차 IOC총회 개최
2002. 09. 27	• 제14회 부산 하계아시아대회 개최
2003. 08. 21	• 2003 대구 하계유니버시아드대회 개최
2006. 03. 31	• 2006 국가올림픽위원회연합회(ANOC)총회 개최
2009. 06. 29	• 대한체육회 · KOC 완전 통합
2011. 10. 27	• 진천선수촌 1단계 완공
2014. 09. 19	• 제17회 인천 하계아시아대회 개최
2015. 07. 03	• 제28회 광주 하계유니버시아드대회 개최
2016. 03. 07	• 대한체육회(KOC)·국민생활체육회 통합 → 대한체육회(KSOC)
2017. 09. 27	• 진천 국가대표선수촌 개촌
2018. 02. 09	• 제23회 평창동계올림픽대회 개최

다. 통합체육회 출범

우리나라의 스포츠시스템은 1920년부터 우리나라 스포츠 발전에 중추적인 역할을 담당해온 대한체육회와 1991년부터 생활체육 저변 확대를 통한 스포츠 복지의 확립 및 확대에 기여해 온 국민생활체육회의 이원적 체계로 운영되어 왔다. 그러나 생활체육과 연계되지 않은 전문체육은 저변 확대의 어려움과 선수층의 약화, 은퇴선수 일자리 제공 한계, 생활체육 서비스 질 저하 등 근본적인 문제점이 노출되었으며, 재정 운영 상 중복투자 등의 문제점이 나타났다.

또한 고령화 사회의 진입에 따라 국민의 건강과 여가선용을 위한 생활체육의 확대 필요성이 제기되면서 전문체육과 생활체육 간의 연계 강화가 중요한 정책적 과제로 대두되었다. 이에 따라 스포츠시스템 선진화를 위해 전문체육을 담당하는 대한체육회와 생활체육을 담당하는 국민생활체육회의 통합을 추진하게 되었다. 통합체육회는 체육운동을 범국민화하여 학교체육 및 생활체육 진흥을 위한 다양한 활동을 전개함으로써

국민의 건강과 체력증진, 여가선용과 복지향상에 이바지하며 우수한 경기자 양성으로 국위선양에 기여하는 것을 목적으로 하고 있다.

체육단체 통합에 대한 논의는 2013년 12월 대한체육회와 체육발전위원회에서 논의되기 시작하였다. 이후 정부, 각종 단체, 체육계 사이에 많은 논의가 이루어졌으며, 대한체육회와 국민생활체육회 양 단체 모두 통합 원칙에 찬성하였다. 이런 상황에서 통합을 위한 법적근거 마련의 필요성이 제기되었다. 대한체육회와 국민생활체육회의 단체 간 동등한 입장의 통합을 위해 국민생활체육회의 법정법인화를 위한 생활체육진흥법 제정안이 2014년 2월 제출되었고, 체육단체 통합을 명시화한 국민체육진흥법 개정안이 동년 10월에 발의되었다. 2015년 2월 생활체육진흥법 제정안과 국민체육진흥법 개정안이 국회를 통과하고 3월 27일 개정법이 공포되었다. 국민체육진흥법은 2016년 3월까지 양 체육회가 통합하도록 의무화하고, 통합과정에서 결정해야 할 사항들을 논의·확정할 수 있도록 통합준비위원회를 설치하도록 하는 등 체육단체 통합을 위한 명확한 법적근거가 마련되었다.

통합준비위원회 설치 및 운영에 관한 규정에 따라 통합준비위원회는 문화체육관광부장관 추천 3명, 대한체육회장 추천 3명(사무총장 포함), 국민생활체육회장 추천 3명(사무총장 포함), 국회 교육문화체육관광위원회 추천 2명 등 총 11명으로 구성하도록 하였다. 또한 '대한체육회장이 추천하는 사람은 국민생활체육회장이 반대하는 경우 위원으로 위촉될 수 없으며, 국민생활체육회장이 추천하는 사람도 대한체육회장이 반대하는 경우 위원으로 위촉될 수 없다.'는 규정을 둬서 양 단체가 상호간의 공정성을 유지할 수 있도록 하였다. 이러한 규정에 따라 각각의 추천 주체들은 위원들을 추천하였고, 통합준비위원회의 정원을 구성해 나갔다.

이 과정에서 대한체육회가 통합준비위원 추천을 미루거나 추천된 위원을 국민생활체육회가 거부하는 등 일부 갈등이 발생하였고, 국회 교육문화체육관광위원회에서도 추천이 이루어지지 않아 통합준비위원회 구성이 일부 지연되었다. 초기에는 총 인원 11명 중 8명만으로 통합준비위원회가 구성되었으며, 2015년 6월 20일에 통합준비위원회가 완벽하게 구성되지 않은 상태에서 1차 회의가 시작되었다. 2015년 9월 16일에 개최된 2차 회의에서 문화체육관광부에서 추천한 안양옥 위원을 위원장으로 선출하였다. 이후 양측은 논의와 협의 끝에 2015년 11월 10일 대한체육회에서 추천한 위원을 국민생활체육회가 수용하기로 하였으며, 국회 교육문화체육관광위원회에서도 2명을 추천함에 따라 총 11명의 위원이 모두 임명되었다. 이에 따라 2015년 11월 16일에 개최된 통합준비위원회 8차 회의부터는 11명의 위원 전원이 참석하여 회의를 진행하였으며, 통합 작업은 가속화되었다.

2016년 3월 7일 두 단체를 통합한 통합체육회 발기인대회가 열려 공동회장으로 김정행 대한체육회장과 강영중 국민생활체육회장이 공동회장으로 선출되었고, 이사를 선임하였으며, 통합체육회의 정관을 승인하였다. 2016년 10월 5일에 통합체육의 회장 선거를 통해 10월 31일까지로 되어 있는 공동회장 체제를 마무리하고, 이기홍 회장이 선출되었다.



〈표 7-9〉 통합체육회 추진 과정

2014. 02월	• 생활체육진흥법 제정안 발의
2014. 10월	• 국민체육진흥법 개정안 발의
2015. 02월	• 생활체육진흥법 제정안, 국민체육진흥법 개정안 국회 통과
2015. 03월 27일	• 개정법 공포
2015. 06월 20일	• 통합준비위원회 구성 및 회의 개시
2015. 06월 23일	• 국민생활체육회 법정 법인화
2015. 11월 16일	• 통합준비위원회 정상화
2016. 03월 07일	• 통합체육회 발기인대회
2016. 10월 05일	• 통합체육회 회장 선거

통합체육회의 명칭에 대해서는 통합준비위원회에서 그 중요성을 인지하고 일찍부터 논의를 시작하였다. 제4차 회의에서 처음 발의된 통합체육회 명칭 논의는 제10차 회의에서는 통합체육회의 명칭이 확정되었다. 통합체육회의 국문 명칭은 대한체육회로 결정하였으며, 영문 명칭은 KSOC(Korean Sport & Olympic Committee)로 하되, 리우 하계올림픽대회 때까지는 IOC 관계에 대해 KOC(Korean Olympic Committee)를 그대로 사용하기로 결정하였다. 대한체육회는 리우 하계올림픽대회 이후 영문 명칭에 대한 IOC의 승인을 받아 국제적으로도 KSOC 명칭을 사용하게 되었다.

라. 조직 및 인력

대한체육회는 정관상 최고의결기관인 대의원총회와 최고집행기관인 이사회, 그리고 각종 분과위원회를 두고 있으며, 대한체육회 정관 제7조는 ‘종목단체는 체육회에 회원으로 가입할 수 있으며, 회원종목단체는 정회원단체, 준회원단체 및 인정단체로 구분한다’고 규정하고 있다. 정관 제7조 제4항은 특별시·광역시·특별자치시·도·특별자치도에 있는 체육회(舊 대한체육회의 시·도지부와 舊 국민생활체육회의 회원단체인 시·도생활체육회가 통합하여 설립된 단체)는 체육회의 지회로 하며 정회원단체에 준하는 권리와 의무를 지닌다고 규정하고 있다.

2017년 대한체육회는 69개(정회원단체 60개, 준회원단체 4개, 인정단체 5개)의 회원종목단체 및 시·도 회원종목단체 1,106개를 두었다. 또한 17개의 시·도체육회와 해당 시·도의 행정구역별로 조직된 228개 시·군·구 체육회로 구성되었다.

두 단체의 통합이니 만큼 직제의 설계 방향은 통합체육회의 조속한 안정과 향후 통합체육회의 효율적인 운영을 위해 중요한 사안이 되었다. 통합체육회 직제에 대해서는 통합체육회의 정관을 비롯한 기타 협의사항들이 우선 협의된 후에 제18차 회의(‘16년 2월 29일)에서 논의되기 시작하여 제20차 회의에서 최종적으로 직제가 확정되었다. 통합체육회 조직구조는 1사무총장, 1감사, 1선수총장, 1사무부총장, 5본부, 3실, 19부로 되어있으며, 클린스포츠센터와 100주년기념사업부가 신설되었다. 인력 구성은 임원/관리직 2명, 별정직 4명, 일반직 147명, 전문기술직 23명, 실무직 15명, 운영직 3명, 무기계약직 51명 등 총 현원 245명이다.

〈표 7-10〉 통합체육회 인력구성

(단위 : 명)

구분	계	임원/ 관리직	별정직 (비상계획관, 전문위원)	일반직								전문 · 기술직	실무직	운영직	무기 계약직
				소계	1급	2급	3급	4급	5급	6급	7급				
정원	251	3	6	151	2	8	16	26	32	26	41	29	5	3	54
현원	245	2	4	147	2	9	17	28	33	20	38	23	15	3	51

※출처: 대한체육회 내부자료(2018)

〈그림 7-2〉 국내외 스포츠단체 조직도



※출처: 대한체육회 내부자료(2018)



〈그림 7-3〉 통합체육회 조직도



※ 출처: 문화체육관광부 통합백서(2018)

마. 회원종목단체 현황

대한체육회와 국민생활체육회의 통합과 마찬가지로 각 단체의 회원으로 있던 회원종목단체 역시 통합을 하였다. 2015년 12월, 대한사이클연맹(전문체육)과 전국자전거연합회(생활체육)의 통합(대한자전거연맹)을 필두로 2016년 6월까지 38개 종목의 단체가 통합하여 통합 후 2018년 대한체육회 회원종목단체는 정회원 61개, 준회원 8개, 인정단체 5개가 되었다.

〈표 7-11〉 2018년 회원종목단체 현황

(단위 : 천 원, %)

구분	단체정보		2018년 결산 현황		
	단체명	회장명	전체결산액	자체부담분	재정자립도
정회원 (61)	대한검도회	이종림	4,791,251	3,165,619	66
	대한게이트볼협회	맹수일	1,034,297	703,902	68
	대한골프협회	허광수	5,274,829	4,339,026	82.2
	대한국학기공협회	권기선	1,444,940	719,559	49.8
	대한궁도협회	박종인	807,282	490,158	60.7
	대한그라운드골프협회	최일성	487,458	174,429	35.7
	대한근대5종연맹	박상우	4,289,928	2,209,089	51.4
	대한민국농구협회	방 열	6,268,469	2,163,571	34.5

구분	단체정보		2018년 결산 현황		
	단체명	회장명	전체결산액	자체부담분	재정지립도
정회원	대한당구연맹	남삼현	3,706,069	3,074,704	82.9
	대한민국댄스스포츠연맹	최창환	713,541	273,679	38.3
	대한력비협회	이상웅	2,882,567	1,182,071	41
	대한레슬링협회	이정욱	4,870,861	896,203	18.4
	대한롤러스포츠연맹	김영순	2,060,974	1,293,896	62.7
	대한루지경기연맹	박지은	1,182,819	388,946	32.8
	대한바둑협회	신상철	3,723,690	827,839	22.2
	대한바이애슬론연맹	김종민	2,836,973	665,594	23.4
	대한민국배구협회	오한남	26,785,060	22,086,098	82.4
	대한배드민턴협회	박기현	12,269,719	4,971,840	40.5
	대한보디빌딩협회(관리단체)	박영현 (관리위원장)	1,065,206	678,855	63.7
	대한복싱협회	허용환	2,654,463	490,206	18.4
	대한볼링협회	김길두	3,053,495	1,464,509	47.9
	대한봅슬레이·스켈레톤경기연맹	강산성	5,965,282	2,565,189	43
	대한빙상경기연맹(관리단체)	김영규 (관리위원장)	12,302,416	7,507,647	61
	대한사격연맹	황용득	6,271,679	3,059,264	48.7
	대한산악연맹	김종길	4,575,730	3,094,635	67.6
	대한씨팩타크로협회	이래규	1,383,829	165,515	11.9
	대한수상스키·웨이크보드협회	장인화	708,785	364,246	51.3
	대한수영연맹	김지용	4,182,552	744,046	17.7
	대한수중핀수영협회	한승현	3,115,607	2,621,376	84.1
	대한스쿼시연맹	허태숙	1,078,122	240,182	22.2
	대한스키협회	김치현	10,872,194	4,730,757	43.5
	대한승마협회	김동환 (관리위원장)	2,728,968	1,427,835	52.3
	대한씨름협회	박팔용	7,139,131	1,227,048	17.1
	대한아이스하키협회	정몽원	6,905,331	4,410,458	63.8
	대한아구소프트볼협회	김응용	8,193,220	2,710,854	33
	대한양궁협회	정의선	5,959,064	4,425,164	74.2
	대한에어로빅연맹	정병권	754,464	289,168	38.3
	대한역도연맹	이원성	2,382,171	763,793	32
대한요트협회	이장훈 (직무대행)	3,056,793	193,324	6.3	
대한우수협회	박창범	3,338,167	434,170	13	
대한유도회	김진도	4,434,346	1,578,198	35.5	
대한육상연맹	배호원	8,648,584	4,747,931	54.9	
대한자전거연맹	구지열	9,005,478	4,410,750	48.9	



구분	단체정보		2018년 결산 현황		
	단체명	회장명	전체결산액	자체부담분	재정자립도
정회원	대한소프트테니스협회	이계왕	2,025,092	477,764	23.5
	대한조정협회	최진식	3,560,344	2,006,942	56.3
	대한민국족구협회	박상순	491,581	303,036	61.6
	대한철인3종협회	박석원	3,681,405	1,691,406	45.9
	대한체조협회	이영훈	7,326,246	3,973,193	54.2
	대한축구협회	정몽규	95,500,230	72,825,338	76.2
	대한카누연맹	김용빈	2,976,071	940,962	31.6
	대한컬링경기연맹(관리단체)	윤흥기 (관리위원장)	3,355,242	1,840,967	54.8
	대한탁구협회	조양호	5,330,696	3,222,283	60.4
	대한태권도협회	최창신	10,363,154	6,469,366	62.4
	대한태권회(관리단체)	서정복 (관리위원장)	138,341	88,645	64
	대한테니스협회	곽용운	5,848,734	4,006,464	68.5
	대한파크골프협회	이금용	841,890	555,629	66
	대한배러글라이딩협회	김경환	560,656	158,126	28.2
	대한펜싱협회	최신원	5,914,675	2,988,474	50
	대한하키협회	강동훈	3,738,042	749,028	20
	대한합기도총협회	정달순	847,581	360,112	42.4
	대한핸드볼협회	최태원	14,298,497	10,463,571	73.1
준회원 (8)	대한민국줄넘기협회	김병일	385,148	288,616	74.9
	대한카라테연맹	윤수로	762,735	289,618	37.9
	대한카바디협회	강양수	1,288,479	354,885	27.5
	대한리복싱협회	박중언	263,252	209,006	79.3
	대한파워보트연맹	임정한	577,676	220,562	38.2
	한국주짓수회	이철상	188,206	179,176	95.2
	한국e스포츠협회	김철학 (직무대행)	2,151,749	1,261,749	58.6
	대한크라쉬연맹	박창덕	22,440	2,400	10.7
인정 단체 (5)	대한요기회	장종수	해당 사항 없음		
	대한민국줄다리기협회	장송원			
	대한치어리딩협회	이선화			
	대한민국플리잉디스크연맹	하태부			
	대한피구연맹	조형기			

※ 출처: 대한체육회 내부자료(2018)

바. 재정 현황

대한체육회의 2018년도 예산은 국민체육진흥기금 3,081억 원, 기타보조금 4.7억 원, 자체수입 198억 원 등 총 3,285억 원 규모이다. 구체적인 예산현황은 <표 7-12>과 같다.

<표 7-12> 통합체육회 예산 현황

(단위: 백만 원)

연도	계(A)	재원별					자체예산비중 (B/A)×100(%)
		국고	기금	공익사업 적립금	기타 보조금	자체수입(B)	
2018	328,519	-	308,160	-	478	19,881	6.05

※주: 결산세입액 기준 작성

※출처: 대한체육회 내부자료(2018)

2017년 12월 31일 기준으로 광역자치단체의 17개의 시·도체육회와 생활체육회는 통합을 완료하였다. 2018년 시·도 체육회의 총 예산은 5,020억 원, 자체수입은 212억 원 규모로 전체 예산 중 자체수입은 4.23%를 차지하였다.

2018년 시·군·구 체육회의 총 예산은 5,255억 원 규모이며, 자체수입은 221억 원 규모이다. 구체적인 시·도 체육회 예산 현황은 <표 7-13>, 시·군·구 체육회 예산 현황은 <표 7-14>와 같다.

<표 7-13> 시도체육회 예산 현황

(단위: 백만 원)

자치단체명	설립년월	2018년 예산(결산세입액 기준)		
		전체예산(A)	자체수입(B)	자체예산비중 (B/A)×100(%)
서울특별시체육회	1953. 2.	76,103	1,457	1.91
부산광역시체육회	1963. 3.	35,212	2,581	7.33
대구광역시체육회	1981. 7.	30,697	727	2.37
인천광역시체육회	1981. 7.	50,192	65	0.13
광주광역시체육회	1986.11.	41,049	8,122	19.79
대전광역시체육회	1989. 1.	26,186	2,425	9.26
울산광역시체육회	1997. 7.	18,556	-	0.00
세종특별자치시체육회	2012. 7.	6,192	31	0.50
경기도체육회	1950. 6.	38,765	5	0.01
강원도체육회	1946. 5.	23,126	313	1.35
충청북도체육회	1946. 3.	22,302	3,233	14.50
충청남도체육회	1927. 3.	17,127	75	0.44
전라북도체육회	1947. 3.	41,713	217	0.52
전라남도체육회	1945. 9.	20,138	112	0.56
경상북도체육회	1949. 1.	25,663	583	2.27
경상남도체육회	1945.12.	24,547	-	0.00
제주도체육회	1951. 6.	4,446	1,289	28.99
합 계		502,014	21,235	4.23

※주: 결산세입액 기준 작성

※주: 전체예산=국고+기금+공익사업적립금+자체수입

※출처: 대한체육회 내부자료(2018)



〈표 7-14〉 시·군·구 체육회 예산 현황

(단위: 백만 원)

자치단체명	2018년 예산(결산세입액 기준)			
	전체예산(A)	자체수입(B)	자체예산비중 (B/A)×100(%)	
서울 (25)	종로	1,137	60	5.28
	중구	621	40	6.44
	용산	554	45	8.12
	성동	842	46	5.46
	광진	1,068	15	1.40
	동대문	934	30	3.21
	중랑	877	41	4.68
	성북	1,098	46	4.19
	강북	943	67	7.10
	도봉	1,042	80	7.68
	노원	1,399	54	3.86
	은평	803	45	5.60
	서대문	675	69	10.22
	마포	1,467	146	9.95
	양천	981	51	5.20
	강서	1,097	68	6.20
	구로	840	51	6.07
	금천	827	86	10.40
	영등포	784	75	9.57
	동작	1,234	46	3.73
	관악	64	0	0.00
	서초	968	57	5.89
	강남	1,081	42	3.89
	송파	981	82	8.36
	강동	750	89	11.87
소계	23,067	1,431	6.20	
부산 (16)	중구	330	2	0.61
	서구	499	36	7.21
	동구	509	32	6.29
	영도구	431	32	7.42
	부산진구	560	25	4.46
	동래구	565	78	13.81
	남구	625	44	7.04
	북구	508	42	8.27
	해운대구	940	77	8.19
	사하구	494	28	5.67
	금정구	826	184	22.28
	강서구	648	57	8.80



자치단체명		2018년 예산(결산세입액 기준)		
		전체예산(A)	자체수입(B)	자체예산비중 (B/A)×100(%)
	연제구	477	442	92.66
	수영구	530	75	14.15
	사상구	525	63	12.00
	기장군	722	-	0.00
	소계	9,189	1,217	13.24
대구 (8)	중구	592	27	4.56
	동구	812	16	1.97
	서구	548	20	3.65
	남구	836	51	6.10
	북구	1,190	34	2.86
	수성구	995	41	4.12
	달서구	1,556	56	3.60
	달성군	1,529	121	7.91
	소계	8,058	366	4.54
인천 (10)	중구	725	84	11.59
	동구	471	86	18.26
	남구	824	77	9.34
	연수구	795	78	9.81
	남동구	893	88	9.85
	부평구	881	38	4.31
	계양구	1,223	113	9.24
	서구	791	-	0.00
	강화군	622	28	4.50
	옹진군	216	6	2.78
소계	7,441	598	8.04	
광주 (5)	동구	1,114	-	0.00
	서구	831	11	1.32
	남구	691	10	1.45
	북구	956	22	2.30
	광산구	1,270	9	0.71
	소계	4,862	52	1.07
대전 (5)	동구	867	82	9.46
	중구	928	55	5.93
	서구	3,281	477	14.54
	유성구	1,322	23	1.74
	대덕구	1,277	164	12.84
	소계	7,675	801	10.44
울산 (5)	중구	1,442	-	0.00
	남구	3,485	175	5.02
	동구	1,097	-	0.00
	북구	1,341	-	0.00

자치단체명		2018년 예산(결산세입액 기준)		
		전체예산(A)	자체수입(B)	자체예산비중 (B/A) × 100(%)
	울 주 군	1,974	39	1.98
	소 계	9,339	214	2.29
경기 (31)	수 원 시	28,182	3,297	11.70
	고 양 시	4,730	-	0.00
	성 남 시	7,237	-	0.00
	용 인 시	5,878	52	0.88
	부 천 시	5,233	181	3.46
	안 산 시	5,454	192	3.52
	남양주시	3,904	335	8.58
	안 양 시	3,773	84	2.23
	화 성 시	9,135	190	2.08
	평 택 시	1,415	925	65.37
	의정부시	2,392	31	1.30
	시 흥 시	3,660	166	4.54
	파 주 시	2,485	-	0.00
	김 포 시	2,293	166	7.24
	광 명 시	2,189	76	3.47
	광 주 시	1,783	118	6.62
	군 포 시	2,130	89	4.18
	오 산 시	3,274	153	4.67
	이 천 시	3,845	112	2.91
	양 주 시	1,565	60	3.83
	안 성 시	2,800	444	15.86
	구 리 시	1,899	62	3.26
	포 천 시	3,241	-	0.00
	의 왕 시	1,516	-	0.00
	하 남 시	2,095	114	5.44
	여 주 시	3,078	35	1.14
	동두천시	1,045	52	4.98
	과 천 시	1,989	85	4.27
	양 평균	7,261	284	3.91
	가 평균	3,819	258	6.76
	연 천 군	1,898	33	1.74
소 계	131,198	7,594	5.79	
강원 (18)	춘 천 시	8,486	40	0.47
	원 주 시	3,320	262	7.89
	강 릉 시	2,639	15	0.57
	동 해 시	2,878	106	3.68
	태 백 시	3,754	-	0.00
	속 초 시	1,554	-	0.00
	삼 척 시	1,391	-	0.00



자치단체명		2018년 예산(결산세입액 기준)		
		전체예산(A)	자체수입(B)	자체예산비중 (B/A)×100(%)
	홍천군	5,301	30	0.57
	횡성군	3,353	-	0.00
	영월군	2,715	-	0.00
	평창군	2,546	139	5.46
	정선군	2,853	14	0.49
	철원군	36,851	-	0.00
	화천군	2,412	106	4.39
	양구군	1,313	103	7.84
	인제군	4,789	21	0.44
	고성군	2,106	-	0.00
	양양군	1,584	-	0.00
	소계	89,845	836	0.93
충북 (11)	청주시	5,930	12	0.20
	충주시	1,950	68	3.49
	제천시	2,107	201	9.54
	보은군	1,518	-	0.00
	옥천군	1,307	-	0.00
	영동군	2,070	9	0.43
	증평군	1,369	20	1.46
	진천군	1,774	67	3.78
	괴산군	1,203	-	0.00
	음성군	2,279	34	1.49
	단양군	1,049	26	2.48
	소계	22,556	437	1.94
충남 (15)	천안시	4,669	193	4.13
	공주시	2,265	-	0.00
	보령시	2,728	123	4.51
	아산시	3,794	-	0.00
	서산시	2,835	373	13.16
	논산시	2,594	-	0.00
	계룡시	1,443	13	0.90
	당진시	3,401	58	1.71
	금산군	1,464	-	0.00
	부여군	1,335	32	2.40
	서천군	3,871	-	0.00
	청양군	4,498	4	0.09
	홍성군	1,704	220	12.91
	예산군	2,866	124	4.33
	태안군	2,579	162	6.28
	소계	42,046	1,302	3.10

자치단체명		2018년 예산(결산세입액 기준)		
		전체예산(A)	자체수입(B)	자체예산비중 (B/A)×100(%)
전북 (14)	전주시	3,782	46	1.22
	군산시	2,886	70	2.43
	익산시	2,950	108	3.66
	정읍시	1,517	56	3.69
	남원시	2,765	101	3.65
	김제시	1,320	31	2.35
	완주군	1,768	9	0.51
	진안군	1,598	11	0.69
	무주군	783	9	1.15
	장수군	1,235	11	0.89
	임실군	1,136	3	0.26
	순창군	2,008	12	0.60
	고창군	1,531	20	1.31
	부안군	805	32	3.98
	소계	26,084	519	1.99
전남 (22)	목포시	2,245	104	4.63
	여수시	2,660	172	6.47
	순천시	2,589	140	5.41
	나주시	1,127	29	2.57
	광양시	1,989	-	0.00
	담양군	886	-	0.00
	곡성군	1,359	18	1.32
	구례군	2,587	1,017	39.31
	고흥군	631	-	0.00
	보성군	1,043	19	1.82
	화순군	2,130	51	2.39
	장흥군	1,044	-	0.00
	강진군	1,987	-	0.00
	해남군	677	-	0.00
	영암군	1,171	-	0.00
	무안군	930	28	3.01
	함평군	1,088	6	0.55
	영광군	1,110	-	0.00
	장성군	795	-	0.00
	완도군	778	24	3.08
	진도군	1,200	32	2.67
	신안군	1,532	-	0.00
	소계	31,558	1,640	5.20
경북 (23)	포항시	7,911	462	5.84
	경주시	1,118	27	2.42
	김천시	2,410	42	1.74



자치단체명		2018년 예산(결산세입액 기준)		
		전체예산(A)	자체수입(B)	자체예산비중 (B/A)×100(%)
	안 동 시	5,981	43	0.72
	구 미 시	5,347	118	2.21
	영 주 시	3,081	68	2.21
	영 천 시	1,278	-	0.00
	상 주 시	4,905	90	1.83
	문 경 시	3,838	477	12.43
	경 산 시	3,245	218	6.72
	군 위 군	909	156	17.16
	의 성 군	1,444	4	0.28
	청 송 군	1,213	11	0.91
	영 양 군	1,058	14	1.32
	영 덕 군	962	81	8.42
	청 도 군	1,105	28	2.53
	고 령 군	1,039	-	0.00
	성 주 군	1,340	160	11.94
	칠 곡 군	1,399	59	4.22
	예 천 군	1,226	18	1.47
	봉 화 군	908	30	3.30
	울 진 군	2,800	-	0.00
	울 립 군	718	-	0.00
소 계	55,235	2,106	3.81	
경남 (18)	창 원 시	11,471	100	0.87
	진 주 시	4,067	219	5.38
	통 영 시	2,121	39	1.84
	사 천 시	1,899	123	6.48
	김 해 시	3,894	111	2.85
	밀 양 시	1,381	89	6.44
	거 제 시	1,955	86	4.40
	양 산 시	2,838	141	4.97
	의 령 군	867	78	9.00
	함 안 군	1,579	120	7.60
	창 녕 군	1,518	1,441	94.93
	고 성 군	2,065	71	3.44
	남 해 군	2,689	70	2.60
	하 동 군	1,401	48	3.43
	산 청 군	1,360	20	1.47
	함 양 군	2,165	76	3.51
	거 창 군	1,379	17	1.23
	합 천 군	1,083	41	3.79
소 계	45,732	2,890	6.32	

자치단체명		2018년 예산(결산세입액 기준)		
		전체예산(A)	자체수입(B)	자체예산비중 (B/A)×100(%)
제주 (2)	제주시	5,032	16	0.32
	서귀포시	6,700	140	2.09
	소계	11,732	156	1.33
합계		525,617	22,159	4.22

※ 주 : 관악구 체육회는 운영상 이유로 2017년 9월~2018년 10월까지 보조금이 중단되었으며, 2018년도 11월부터 정상 지원받아 타 구와 예산차이가 있음

※ 주 : 결산세입액 기준 작성

※ 출처 : 대한체육회 내부자료(2018)

시·도 및 시·군·구 회원종목단체의 2017년 총 예산은 4,164억 원 규모였으나 2018년에 일부 상승하여 총 예산 4,683억 원, 자체수입은 859억 원 규모이다. 전체 예산 중 자체수입은 18.3%를 차지하였다.

〈표 7-15〉 '18년 시도 및 시군구 회원종목단체 예산과 자체수입 비율

(단위: 백만 원)

구분	2018 예산(결산세입액 기준)		
	전체예산(A)	자체수입(B)	B/A×100(%)
시·도 회원종목단체	158,706	57,145	36.00
시·군·구 회원종목단체	309,649	28,760	9.30
합계	468,355	85,905	18.30

※ 주: 결산세입액 기준 작성

※ 출처: 대한체육회 내부자료(2018)

(2) 대한장애인체육회

가. 설립배경 및 목적

우리나라의 장애인체육은 1988 서울 장애인올림픽대회 개최를 그 시작으로 볼 수 있다. 88 서울 장애인올림픽대회 잉여금으로 장애인체육과 복지를 담당할 한국장애인복지체육회(後 한국장애인복지진흥회)가 1989년에 설립되었다. 그동안 장애인체육은 일반체육과 비교하였을 때 전문적인 체육행정 시스템이 아닌 장애인복지차원 행정시스템이라는 제도적 한계로 '국민체육' 이라는 인식이 부족하였다. 장애인체육은 2000년 이후 올림픽과 패럴림픽 공동개최를 명문화한 국제올림픽위원회와 국제장애인올림픽위원회의 협약에 따라 전문화, 체계화, 엘리트화가 급속도로 추진되었다. 우리나라도 장애인체육 선수들을 중심으로 복지가 아닌 국민체육으로 인정받기 위해 장애인체육 담당부처를 보건복지부에서 문화관광부(現 문화체육관광부)로 이관하여야 한다는 주장이 제기되었다.

이에 2004년 12월 정부는 사회문화정책 관계장관회의에서 장애인체육 담당부처를 문화관광부로 이관하는 것을 결정하였다. 2005년 1월 28일 문화관광부장관은 장애인체육계 인사를 초청하여, 장애인체육 현안과 비전에 관한 간담회를 개최하였다. 2005년 3월 장애인체육회 설립 및 업무이관과 관련하여 장애인체육단

체, 선수, 체육학계 등이 참가한 실무협의 토론회를 개최하여 4월에 선수, 체육단체, 학계, 생활체육계, 일반체육계를 포함한 장애인체육회 설립 실무준비위원회를 구성하고 국민체육진흥법 개정, 정관제정 등 전반에 관한 설립준비를 하였다.

대한장애인체육회의 설립근거 마련을 위한 국민체육진흥법 개정(안)이 6월 29일 임시국회에서 의결, 7월 29일에 공포되었으며, 개정 국민체육진흥법 시행령이 10월 26일에 공포되었다. 동 법률을 기반으로 66인의 발기인을 중심으로 2005년 11월 8일에 대한장애인체육회 창립 발기인 총회를 거쳐 11월 25일에 설립되었다.

대한장애인체육회는 비영리법인으로서 장애인체육 진흥을 위해 국민체육진흥법 제34조에 의거 설립된 공공기관이다. 국내에는 장애인의 건강증진과 건전한 여가생활 진작을 위한 생활체육 활성화와 종목별 경기단체 및 장애유형별 체육단체와 시도지부를 지원·육성하고 우수한 경기인을 양성하여 국위선양에 이바지하며, 국제적으로는 국제장애인올림픽위원회와 독점적 교섭권을 갖는 대한민국을 대표하는 유일한 단체로서 장애인올림픽운동의 정신과 가치를 확산하는 단체의 성격을 가지며, 그 주요기능은 다음과 같다.

- 장애인 생활체육의 육성 및 보급
- 국내·외 장애인체육 경기대회의 개최·참가와 국제스포츠 교류
- 장애인 선수 양성, 경기력 향상 등 장애인 전문체육진흥을 위한 사업
- 장애인경기단체의 사업과 활동에 대한 지도 및 지원
- 장애인선수·체육지도자·유공자의 복지향상
- 장애인 체육시설·경기시설의 설치 및 관리
- 장애인체육 용기구에 관한 연구개발 및 보급사업
- 장애인체육 발전에 관한 조사·연구 및 간행물 발간

나. 연혁

대한장애인체육회는 2005년 11월 25일 법인 설립허가 이래 장애인선수 육성 및 각종 국제대회파견을 통한 국위선양과 다양한 장애인생활체육 프로그램 개발·보급 등으로 체육을 통한 삶의 질 향상을 위해 노력해왔다. 그 결과 2012년 런던 패럴림픽에서 164개국 중 12위의 쾌거를 이루었으며, 설립당시 장애인 생활체육 참여율 4.4%에서 2016년 17.7%로 획기적인 성장률을 나타내는 등 비약적인 발전을 하였다. 2017년 김성일 전 회장이 IPC 집행위원에 당선되면서 대한민국 장애인체육의 위상을 높이는데 기여하고 있다. 설립 당시부터 현재까지의 연혁은 <표 7-16>와 같다.



〈표 7-16〉 정부 체육부처 연혁

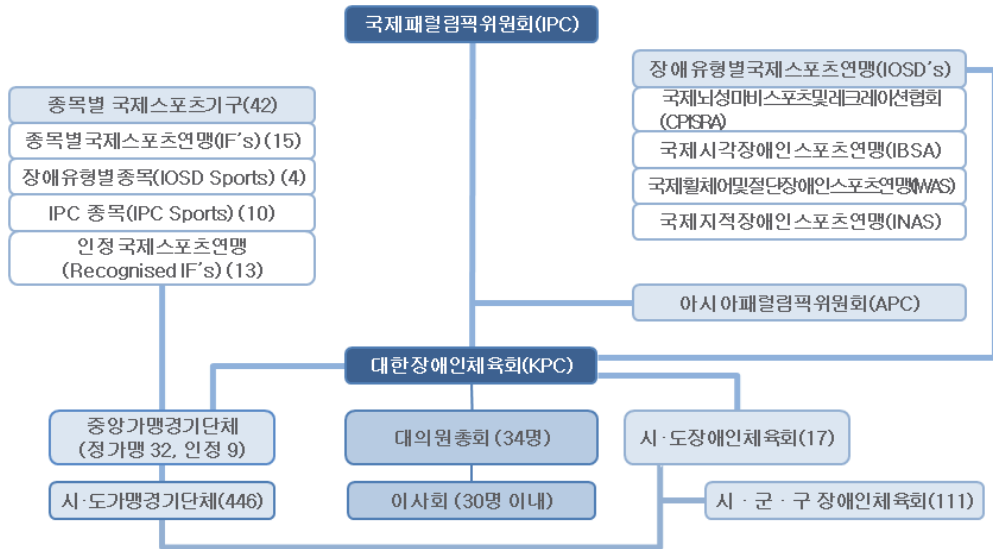
2004. 12. 14.	• 사회문화정책 관계장관회의에서 장애인체육 문화관광부 이관 결정
2005. 06. 29.	• 대한장애인체육회 설립근거 마련을 위한 국민체육진흥법 개정안 국회 의결
2005. 07. 29.	• 국민체육진흥법 개정안 공포(대한장애인체육회 설립근거 마련)
2005. 11. 25.	• 대한장애인체육회 설립. 초대 장항숙 회장 취임
2006. 05. 12.	• 대한장애인올림픽위원회 설립(대한장애인체육회 정관 제36조)
2006. 04. 27.	• 19개 경기단체(골볼, 농구, 댄스스포츠, 럭비, 론볼, 배구, 배드민턴, 보치아, 볼링, 사격, 사이클, 수영, 스키, 아이스하키, 양궁, 역도, 육상, 테니스, 펜싱) 및 3개 유형별 단체(한국스페셜올림픽위원회, 한국시각장애인스포츠연맹, 대한지적장애인스포츠협회) 가맹
2006. 07. 31.	• 2개 경기단체(조정, 탁구) 및 1개 유형별 단체(대한농아인체육연맹) 가맹
2007. 06. 28.	• 이천장애인종합수련원(현 이천훈련원) 건립공사 착공
2007. 10. 16.	• 2개 경기단체(요트, 컬링) 가맹
2008. 03. 14.	• 대한장애인축구협회 가맹
2009. 09. 18.	• 2개 경기단체(유도, 태권도) 가맹
2009. 10. 15.	• 이천장애인체육종합훈련원 개원(현 이천훈련원)
2009. 11. 22.	• 장항숙 회장 IPC 집행위원 당선
2009. 11. 25.	• 제2대 윤석용 회장 취임
2012. 03. 15.	• 대한장애인승마협회 가맹
2013. 07. 19.	• 이천훈련원 2단계 훈련시설 증축 준공
2013. 11. 25.	• 제3대 김성일 회장 취임
2013. 11. 26.	• 나경원 한국스페셜올림픽위원회장 IPC 집행위원 당선
2014. 02. 28.	• 대한장애인체육회와 대한장애인올림픽위원회 통합
2014. 04. 16.	• 2개 경기단체(골프, 당구) 가맹
2015. 03. 31.	• 2개 유형별 단체(한국스페셜올림픽위원회, 대한지적장애인스포츠협회) 탈퇴
2017. 02. 23.	• 대한장애인노르딕스키연맹 가맹
2017. 02. 23.	• 제4대 이명호 회장 취임
2017. 09. 08.	• 김성일 전 회장 IPC 집행위원 당선

※ 출처: 대한장애인체육회 내부자료(2018)

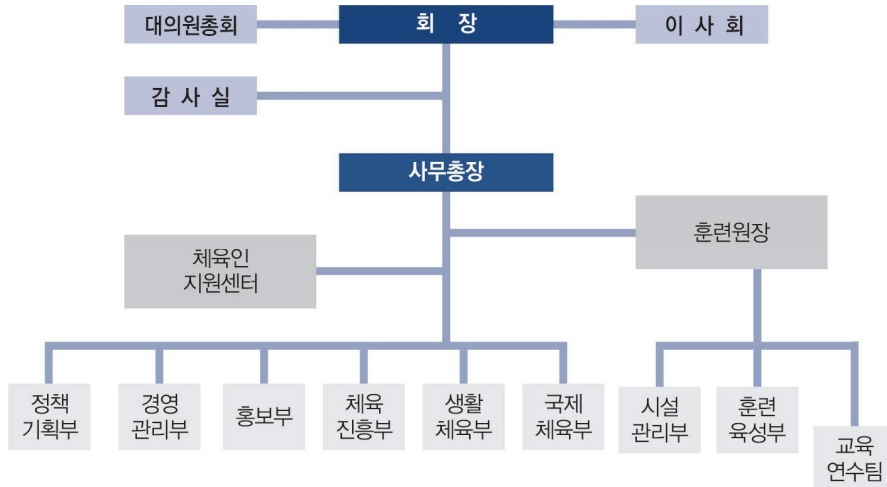
다. 조직 및 인력

대한장애인체육회에는 17개 시·도지부(시도장애인체육회)와 32개 가맹단체(30개 경기단체 및 2개 유형별 단체)가 소속되어 있다. 시·도지부인 시·도장애인체육회는 해당 시·도 행정구역별 일부 시·군·구지부와 시·도별 가맹단체로 구성되어 있는데, 111개 시·군·구장애인체육회와 446개의 시·도 가맹단체를 두고 신인·꿈나무 선수는 물론 종목별 선수 육성과 다양한 장애인 생활체육 프로그램을 보급하고 있다. 또한 국제패럴림픽위원회(International Paralympic Committee: IPC)에 대한민국을 대표하여 가입되어 있으며, 아시아패럴림픽위원회, 종목별 국제스포츠기구 및 장애유형별 스포츠기구와도 유기적인 협력관계를 유지하여 장애인체육 발전을 선도하고 있다.

〈그림 7-4〉 국내·외 장애인체육회 조직도



〈그림 7-5〉 대한장애인체육회 조직도



대한장애인체육회는 정관상 최고의결기구인 대의원총회와 최고집행기관인 이사회, 사무 처리를 위한 사무처를 두고 있다. 또한 장애인국가대표 선수들의 요람인 '이천훈련원'을 별도로 두고 운영하는 등 생활·전문·국제체육에서의 장애인체육 활성화 업무를 수행하고 있다.

인원은 전신인 한국장애인복지진흥회에서 이관된 15명을 포함하여 회장, 사무총장 포함 정원 25명으로 출범하였다. 이후 증가하는 장애인체육 업무와 2009년도 국가대표선수들의 요람인 이천훈련원 개원 등으로 매년 인력이 증가하여 2018년 기준 회장을 비롯하여 사무총장 총괄, 6부와 체육인지원센터, 훈련원장과



2부 1팀으로 구성되어 있다. 인력의 정원은 73명이며, 현원은 총 72명이다. 현원의 세부구성원은 상근임원 1명, 관리직 1명, 1급 1명, 2급 4명, 3급 8명, 4급 12명, 5급 20명, 6급 10명, 운영직 15명이다.

〈표 7-17〉 대한장애인체육회 인력 현황

(단위: 명)

구분	계	상근 임원	관리직	1급	2급	3급	4급	5급	6급	운영직
정원	73	1	1	2	4	9	11	14	15	16
현원	72	1	1	1	4	8	12	20	10	15

※출처: 대한장애인체육회 내부자료(2018)

라. 시도지부 및 가맹단체 현황

대한장애인체육회는 정관 제6조에 근거하여 전국적으로 균형 있는 장애인체육 활성화를 위해 도지사 또는 시장이 당연직 회장이 되는 17개 시·도지부를 설립하였다. 17개의 시·도지부는 장애인체육 활성화를 위해 지역 장애인체육에 관한 기본방침 심의 결정, 각 가맹단체와 각급 장애인체육회 육성 및 지도 감독, 장애인 생활체육대회 개최 및 지원 등 장애인체육 생활화, 전국장애인체육대회 참가선수단 훈련 및 참가, 장애인체육에 관한 조사연구 및 지방 장애인체육 육성 및 보급, 장애인 선수 및 지도자 육성, 특수학교 및 장애학생체육의 육성, 장애인체육 시설에 관한 설치 및 관리 등의 사업을 진행한다.

〈표 7-18〉 시·도 대한장애인체육회 현황

구분	소재지	설립년월	시군구 지부(91개소)
서울특별시장애인체육회	송파구	07.03.30	노원구, 은평구, 영등포구, 종로구, 성북구, 양천구, 강동구, 송파구, 강북구, 강서구, 성동구, 관악구, 서대문구, 마포구
부산광역시장애인체육회	해운대구	06.12.07	사상구, 북구, 연제구
대구광역시장애인체육회	수성구	06.07.27	-
인천광역시장애인체육회	미추홀구	07.04.11	-
광주광역시장애인체육회	서구	07.07.18	북구, 남구
대전광역시장애인체육회	유성구	07.05.04	서구
울산광역시장애인체육회	중구	08.01.17	중구
경기도장애인체육회	수원시	06.11.20	수원시, 성남시, 고양시, 부천시, 용인시, 의정부시, 평택시, 시흥시, 김포시, 이천시, 구리시, 양주시, 하남시, 안산시, 안양시, 화성시, 남양주시, 파주시, 군포시, 광명시, 오산시, 안성시, 양평군, 가평군, 광주시, 의왕시, 포천시, 여주시, 과천시, 연천군
강원도장애인체육회	춘천시	07.05.30	속초시, 강릉시, 홍천군
충청북도장애인체육회	청주시	06.12.18	청주시, 충주시, 옥천군, 보은군, 음성군, 진천군, 증평군, 영동군, 괴산군, 제천시
충청남도장애인체육회	예산군	07.01.17	서산시, 공주시, 천안시, 보령시, 계룡시, 홍성군, 예산군, 태안군, 아산시, 당진시, 청양군, 서천군, 금산군, 논산시
전라북도장애인체육회	전주시	06.12.26	익산시, 정읍시, 남원시, 순창군, 장수군, 군산시, 전주시, 부안군, 김제시, 진안군, 무주군
전라남도장애인체육회	무안군	07.11.02	여수시, 목포시, 광양시, 순천시, 해남군, 장흥군, 영광군, 나주시
경상북도장애인체육회	경산시	07.04.10	포항시, 경주시, 구미시
경상남도장애인체육회	창원시	06.07.18	김해시
제주특별자치도장애인체육회	제주시	07.02.14	-
세종특별자치시장애인체육회	조치원읍	14.02.26	-

※출처: 대한장애인체육회 내부자료(2018)

〈표 7-19〉 대한장애인체육회 가맹단체 현황

연번	단체명	설립일	연번	단체명	설립일
1	대한장애인골볼협회	'04.09.09	17	대한장애인양궁협회	'04.04.04
2	대한장애인골프협회	'06.06.23	18	대한장애인역도연맹	'96.01.25
3	대한장애인농구협회	'97.04.25	19	대한장애인요트연맹	'06.12.15
4	대한장애인당구협회	'09.01.31	20	대한장애인 유도협회	'88.03.26
5	대한장애인댄스스포츠연맹	'02.07.28	21	대한장애인육상연맹	'02.02.25
6	대한장애인력비협회	'04.12.19	22	대한장애인조정연맹	'06.07.08
7	대한장애인론볼협회	'92.05.16	23	대한장애인축구협회	'04.09.09
8	대한장애인배구협회	'06.02.26	24	대한장애인컬링협회	'07.05.28
9	대한장애인배드민턴협회	'00.02.15	25	대한장애인탁구협회	'93.08.20
10	대한장애인보치아연맹	'06.03.18	26	대한장애인태권도협회	'06.04.02
11	대한장애인볼링협회	'02.12.12	27	대한장애인테니스협회	'93.09.20
12	대한장애인사격연맹	'97.04.15	28	대한장애인펜싱협회	'96.11.28
13	대한장애인사이클연맹	'93.07.10	29	대한장애인승마협회	'11.04.28
14	대한장애인수영연맹	'03.03.22	30	(사)한국시각장애인스포츠연맹	'06.02.18
15	대한장애인스키협회	'01.10.20	31	(사)한국농아인스포츠연맹	'82.04.30
16	대한장애인아이스하키협회	'03.02.21	32	대한장애인노르딕스키연맹	'12.12.09

※ 출처 : 대한장애인체육회 내부자료(2018)

마. 재정현황

대한장애인체육회는 출범 당시 2005년 10월 정부로부터 경륜 공익사업적립금을 지원받아 사무처 개소식 준비를 하였으며, 2006년부터 본격적으로 장애인체육 예산이 편성되어 집행되었다. 장애인체육회 초기 예산은 국민체육진흥기금 및 자체수입을 포함하여 97억 원으로 출발하였으며, 장애인체육 경기력향상 및 생활체육 활성화를 위한 장애인체육회의 요구와 정부의 적극적인 관심 하에 매년 그 규모가 크게 증대되어 2015년 국민체육진흥기금 530억 원, 공익사업적립금 4억 원, 자체 48억 원 등 총 588억 원의 예산규모로 성장하였다. 2016년 국민체육진흥기금은 587억 원으로 2015년보다 57억 증가하였으며, 이는 2016 리우 하계패럴림픽대회 참가지원을 위한 것이었다. 2018년 국민체육진흥기금은 530억 원으로 2017년보다 18억 원 증가하였으며, 자체수입은 106억 원으로 전년보다 42억 원 증가하였다.



〈표 7-20〉 대한장애인체육회 연도별 재정 현황

(단위: 백만 원)

연도	계(A)	자원별					자체수입비중 (B/A)×100(%)
		일반 회계	기금	공익사업 적립금	자체수입 (B)	기타	
2005	200	-	-	200	-	-	-
2006	9,712	2,680	5,613	100	1,319	-	13.58
2007	25,153	7,236	9,110	-	8,807	-	35.01
2008	35,708	4,049	17,455	4,147	10,030	-	28.09
2009	50,598	6,549	26,011	5,170	12,868	-	25.43
2010	30,468	4,194	20,066	1,239	4,969	-	16.31
2011	32,046	4,341	23,814	717	3,174	-	9.90
2012	44,551	6,568	30,814	2,640	4,529	-	10.17
2013	47,071	6,197	31,624	5,546	3,704	-	7.87
2014	47,444	-	39,147	4,652	3,645	-	7.68
2015	58,891	-	53,090	422	4,808	571	8.16
2016	65,998	-	58,774	-	5,307	1,917	8.04
2017	58,289	-	51,279	-	6,442	568	11.05
2018	65,272	-	53,033	-	10,673	1,566	16.35

※ 주: 2005년도는 사무처 개소에 필요한 예산을 지원받은 현황이며, 당시 한국장애인복지진흥회로부터 이관된 직원(15명) 인건비(11월,12월)는 자료미비로 인해 파악 불가.

※ 주: 2006년-2019년은 결산 기준

※ 주: 자원 중 기타는 휠체어농구레저사업(대한장애인농구협회 재교부) 및 체육지도자(공단 간접재보조) 사업임.

※ 출처: 대한장애인체육회 내부자료(2018)

(3) 서울올림픽 기념 국민체육진흥공단

가. 설립배경 및 목적

1988년 제 24회 서울 하계올림픽대회는 민족적으로는 성취감과 자긍심을 높였고, 국가적으로는 새로운 발전의 계기가 되었다. 이러한 서울 하계올림픽대회를 영원히 기념하고 올림픽의 숭고한 정신과 성과를 보존 및 발전시키며 그 결과를 국민 모두가 향유할 수 있도록 하고자 국민체육진흥법 제 36조의 규정에 의하여 1989년 4월 20일 서울올림픽 기념 국민체육진흥공단(이하 국민체육진흥공단)이 설립되었다. 국민체육진흥공단은 대한민국 체육재정의 후원자로서 온 국민이 하나 되고 스포츠 생활화를 통해 건강하고 활기찬 삶을 누릴 수 있도록 삶의 질 향상을 위해 노력하고 있다. 국민체육진흥공단은 국민체육의 진흥, 스포츠 경기수준의 향상 및 청소년 육성과 관련한 사업을 지원하고, 서울 하계올림픽대회 기념사업을 수행하기 위하여 기금을 조성·운영 및 관리하는 것을 설립목적으로 하고 있다.

나. 연혁

국민체육진흥재단을 모체로 1989년 4월 20일 국민체육진흥법 제 36조의 규정에 의거하여 설립된 국민체육진흥공단은 올림픽 경기시설이나 공원 등을 효율적으로 관리하기 위해 1990년 7월 한국체육산업개발(주)을 설립하였다. 그 후 공단은 국제청소년교류와 청소년 문화 창달에 기여하고 국제선수단 숙소 제공을 위하여 1990년 9월 올림픽유스호스텔과 올림픽기념관을 개관하였고, 1993년 12월에는 (주)한국스포츠TV를 설립하였다.

1994년 10월에는 안정적인 체육진흥재원 조성을 위해 잠실경륜장을 개장하였으며, 1999년 1월에는 체육과학연구원(現 한국스포츠정책과학원)을 통합하여 부설기관으로 설치하였다. 2000년 1월에는 경영효율화의 한 방편으로 (주)한국스포츠TV를 매각하였으며, 2001년 10월에는 체육진흥투표권사업을 개시하였다. 2002년 6월에는 미사리에 경정장을 개장하였고, 2003년 9월에는 올림픽홀, 2004년 9월에는 소마미술관을 개관하였다. 2006년 2월에는 경륜장을 광명동경륜장으로 이전하였으며, 2008년 11월에는 조직효율화의 일환으로 경륜운영본부와 경정운영본부를 경륜·경정사업본부로 통합하여 현재에 이르고 있다. 2009년 5월에는 뮤지컬 전용극장인 우리금융아트홀을 개관하였다. 2012년 7월 체육과학연구원이 유네스코 석좌기관으로 선정되었으며, 2013년 9월에는 체육진흥투표권사업이 세계복권협회의 건전성 평가에서 최고 등급을 획득하였다. 2014년 2월 체육과학연구원은 한국스포츠개발원으로 명칭을 변경한 이후, 2018년 4월 한국스포츠정책과학원으로 명칭을 재변경하여 현재에 이르고 있다.

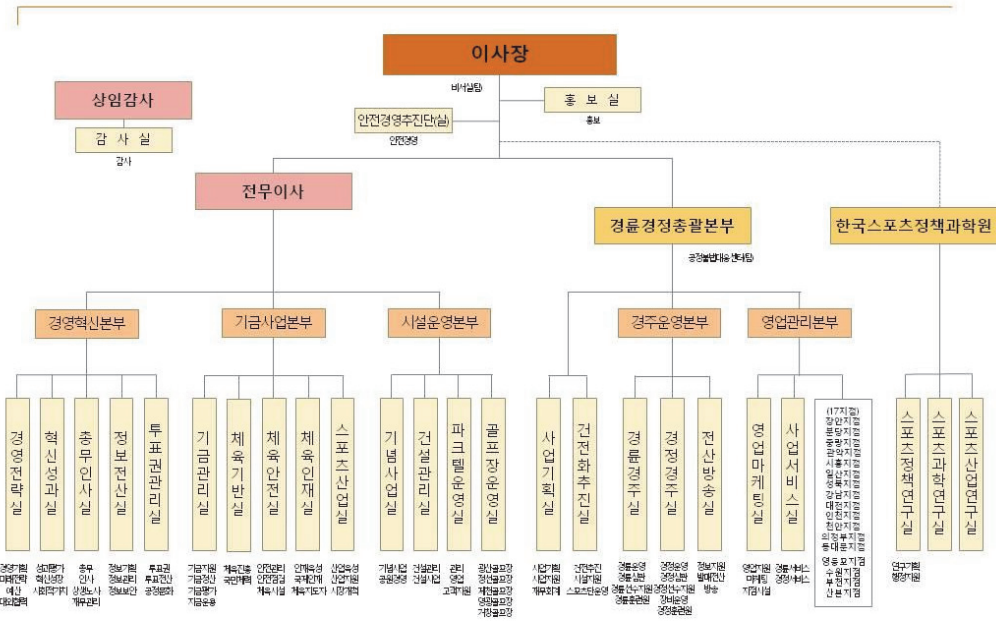
다. 조직 및 인력

국민체육진흥공단은 내부적으로 공단본부, 스포츠레저사업본부, 경륜·경정사업본부, 한국스포츠정책과학원으로 구성되어 있다. 공단본부는 전무이사를 비롯하여 6실과 체육진흥사업단 내 2실로 구성되어 있다. 스포츠레저사업본부는 올림픽유스호스텔과 4실로 구성되어 있으며, 경륜·경정사업본부는 3실, 영업총괄센터, 경륜운영단 3실, 경정운영단 2실로 구성되어 있다. 한국스포츠정책과학원은 3실로 구성되어 있다.

국민체육진흥공단의 자회사인 한국체육산업개발(주)은 서울 하계올림픽대회 시설물의 효과적인 유지·관리로 복합문화 및 레저공간을 제공하며, 수익사업을 통해 국민체육진흥기금 조성에 기여하고자 설립되었다. 주요사업은 올림픽시설물 유지관리, 올림픽스포츠센터 운영, 올림픽시설 대관, 올림픽공원 주차·매점·임대 등 편의시설 운영을 통한 부대 및 수입사업 등으로 현재 1임원 2단 6실 15팀으로 구성되어 있다.



〈그림 7-6〉 국민체육진흥공단 조직도



KSPO 국민체육진흥공단

※ 출처 : 국민체육진흥공단(2019)

국민체육진흥공단의 인력현황은 현원기준으로 본부 223명, 스포츠레저산업부 152명, 경륜·경정사업본부 368명, 한국스포츠정책과학원 71명으로 구성되어 있다.

〈표 7-21〉 국민체육진흥공단 인력 현황

(단위: 명)

구분	정원(현원)						
	계	임원	본부장/원장	관리직	일반직	연구직	운영직
본부	223(256)	3(2)	0(0)	1(1)	177(209)	0(0)	42(44)
스포츠레저산업	152(160)	0(0)	1(1)	1(0)	106(102)	0(0)	44(57)
경륜·경정사업	368(334)	0(0)	1(1)	2(2)	197(185)	0(0)	168(146)
한국스포츠정책과학원	71(78)	0(0)	1(1)	0(0)	16(22)	44(45)	10(10)
계	814(828)	3(2)	3(3)	4(3)	496(518)	44(45)	264(257)

※ 한국체육산업개발: 1임원 2단 6실 15팀(정원 : 216명 / 현원 : 193명)
 ※ 주: ()는 현원이며, 본부 현원에는 신입사원(20명), 휴직 등 부서 미배치자 포함
 ※ 출처: 국민체육진흥공단 내부자료(2018)

라. 자산현황

국민체육진흥공단은 국민체육진흥법 제 36조에 따라 체육시설의 설치·관리 및 이에 따른 부동산의 취득·임대 등의 운영사업을 수행하며, 제24회 서울 하계올림픽대회 시설물인 올림픽공원(경기장 및 문화예술시설), 미사리 조정호, 올림픽유스호스텔, 기념관, 미술관 등을 관리·운영하고 있다. 국민체육진흥공단의 주요 고정자산 현황은 다음과 같다.

〈표 7-22〉 국민체육진흥공단 고정자산

구분		내역
올림픽공원		770,076㎡(서울특별시 소유 몽촌토성 676,213.5㎡ 별도)
올림픽회관		연면적 24,303.35㎡(기념관 6,998.07㎡ 포함), 지하 2층, 지상 15층
공원 내 경기장		연면적 115,269㎡(올림픽수영장, 체조경기장, 펜싱경기장, 역도경기장, 테니스경기장, 벨로드롬, 경륜고객홀, 실내테니스장)
서울올림픽파크텔		연면적 25,139.99㎡, 지하 1층, 지상 18층
올림픽홀		연면적 16,883.71㎡, 지하 1층, 지상 2층
소마미술관		연면적 10,191.17㎡, 지하 2층, 지상 2층
컨벤션센터		연면적 10,116.41㎡, 지상 3층
광명동경륜장		연면적 75,491.05㎡, 지하 1층, 지상 5층
경륜훈련원		연면적 18,589.08㎡
경정훈련원		연면적 13,774.86㎡
올림픽 스포츠센터	분 당	대지 3,880.00㎡, 연면적 17,141.23㎡(지하3층, 지상 5층)
	일 산	대지 3,716.50㎡, 연면적 35,849.45㎡(지하6층, 지상10층)
건축물		조각작품 및 기념조형물 222점

※ 미사리조정경기장(국유지 1,134,792㎡): 문체부로부터 무상사용

※ 한국스포츠정책과학원(토지 2,054.87㎡, 건물 7301.2㎡): 문화재청으로부터 무상사용

※ 출처: 2018 국민체육진흥공단 종합업무현황(2019)

마. 예산

국민체육진흥공단의 예산은 기금회계와 법인회계로 구분된다. 기금회계는 본부 기금관리부서, 한국스포츠정책과학원, 기금지원·투자·용자금, 기금여유자금 등이며, 법인회계는 본부, 유스호스텔, 경륜, 경정, 투표권, 보조금 등으로 구성되어 있다. 법인회계는 기금운용계획과 별도로 운영되며 2018년도 법인회계의 규모는 2조 2,321억 원이다. 주요 예산현황을 살펴보면 〈표 7-23〉과 같다. 국민체육진흥기금의 2018년도 기금회계 운용규모는 1조 5,247억 원으로 경륜·경정·투표권으로 구성된 법인회계 전입금을 포함하고 있다.



〈표 7-23〉 국민체육진흥공단 법인회계 예산

(단위: 백만 원)

구분	수입		지출	
	사업	금액	사업	금액
	합계	2,232,159	합계	2,232,159
본부	일반관리	4,471	일반관리	32,583
	올림픽공원	34,664	올림픽공원	37,783
	스포츠센터	14,658	스포츠센터	13,492
	스포츠산업	1,517	건설관리	7,034
	올림픽유스호스텔	18,933	스포츠산업	3,364
	전 입 금	38,619	투표권운영	895
			유스호스텔	16,663
			사내근로복지기금	10
			예 비 비	1,038
		소 계	112,862	소 계
경륜	경륜수득금	207,769	본장운영	117,066
	교차투표 수탁수수료	13,159	지점운영	55,730
	운영자금 이자수입	2,498	경륜훈련원	3,389
	입장료	5,814	스포츠단	3,333
	매점수입	9,656	경륜예비비	1,743
	경정지점 공동활용	13,200	시설환경개선준비금	17,314
	기타수입	2,507	사감위분담금	1,214
			법정배분금	40,278
			공단전출금	14,536
		소 계	254,603	소 계
경정	경정수득금	78,598	본장운영	47,554
	운영자금 이자수입	778	지점운영	20,579
	입장료	3,159	경정훈련원	4,375
	본장 매점수입	624	스포츠단	1,168
	조정호 수입	1,504	경정예비비	556
	기타수입	1,075	시설환경개선준비금	6,550
			사감위분담금	439
			법정배분금	4,369
			공단전출금	148
		소 계	85,738	소 계
투표권	투표권수입	1,698,789	투표권 위탁비	307,800
	기타 사업외수입	14,722	법정배분금	1,405,711
	소 계	1,713,511	소 계	1,713,511
보조금	보조사업	65,445	보조사업	65,445
	소 계	65,445	소 계	65,445

※출처: 2018 국민체육진흥공단 종합업무현황(2019)

〈표 7-24〉 국민체육진흥공단 기금회계 예산

(단위: 백만 원)

수입	금액	지출	금액
○ 이자수입	6,741	○ 기금관리비	13,426
- 기금조성용자 이자	1,453	○ 사업운영비	15,217
- 스포츠산업용자 이자	277	- 투자사업 운영	4,117
- 예탁금이자	5,011	- 한국스포츠정책과학원 운영	3,850
○ 부가금수입	32,331	- 생활체육인프라 운영	7,250
○ 투자사업수입 등	43,946	○ 보조금(기금지원)	995,653
- 미술관운영	554	- 생활체육 육성	367,891
- 올림픽홀 및 태권도상설공연장	2,783	- 전문체육 육성	327,854
- 경륜훈련원 사용료	1,469	- 스포츠산업육성 및 국제교류	100,204
		- 국제스포츠역량 강화	137,730
- 경륜돔경기장 사용료	5,952	- 장애인체육 육성	61,974
- 경정훈련원 사용료	1,179	○ 스포츠산업 용자	32,000
- 생활체육인프라(골프장)운영	9,734	○ 기금조성투자	11,282
- 개발원 운영수입	1,395	- 기초생활체육 저변확산지원	1,282
- 기금 정산수입	20,880	- 스포츠산업금융지원	10,000
○ 법인회계전입금	1,235,661	○ 공공자금관리기금 예탁	350,000
- 경 룬	29,540	○ 기금간거래(문예진흥기금전출금)	50,000
- 경 정	5,950	○ 여유자금 운용	57,148
- 투표권	1,200,171		
○ 융자회수	11,455		
○ 공과금회수	-		
○ 공자금이자	5,957		
○ 복권기금 전입금	68,282		
○ 여유자금회수	120,353		
합계	1,524,726	합계	1,524,726

※ 출처: 2018 국민체육진흥공단 종합업무현황(2019)



(4) 한국도핑방지위원회

가. 설립배경 및 목적

1967년 IOC 의무분과위원회 발족으로 스포츠윤리 실천, 선수의 건강보호, 모든 선수에게 평등한 기회 보장을 위한 도핑의 정의 및 금지약물목록이 발표되었다. 1999년 11월 10일 세계도핑방지기구(World Anti Doping Agency: WADA) 설립(스위스 로잔)과 2003년 3월 5일 스포츠 도핑방지 세계대회인 「코펜 하겐 선언」을 통해 세계도핑방지규약(World Anti Doping Code: WADC)을 선포하여 2004년 아테네 하계올림픽대회부터 전면 적용하였고 WADA 결의문 발표 및 각국 정부와 올림픽대회 기구가 각각 서명하였다. 이후 UNESCO 반도핑국제협약을 추진하여 2005년 제33차 UNESCO 총회에서 만장일치로 채택, 2007년 2월 1일 국제법적 효력이 발생하였다. 우리나라도 스포츠 도핑방지에 대한 국제 정세의 흐름 속에서 국내 전문도핑방지기관의 필요성이 대두되었다. 이러한 배경으로 한국도핑방지위원회가 2006년 11월 13일 도핑방지를 위한 교육, 홍보, 정보수집 및 연구, 도핑검사 계획의 수립과 집행, 도핑검사 결과관리와 그 결과에 따른 제재, 도핑방지를 위한 국내외 교류와 협력, 치료목적으로 사용되는 약물이나 방법을 예외적으로 사용하는 것에 대한 허용기준 수립과 시행, 그 밖에 도핑방지를 위하여 필요한 사업과 활동을 목적으로 설립되었으며, 2007년 2월 5일 UNESCO 반도핑국제협약을 비준·수용하였다.

나. 연혁

한국도핑방지위원회는 스포츠에 있어서 공정한 경쟁의 확립과 스포츠정신 고양을 도모하고, 약물로부터 선수들의 건강을 보호하는 것을 목적으로 문화체육관광부의 설립허가를 받아 2006년 11월 13일 재단법인으로 설립되었다. 설립 이후 2007년 4월 27일 세계도핑방지기구 가입 및 세계도핑방지규약을 수용하였고, 같은 해 6월 22일 국민체육진흥법 제35조에 근거하여 법정법인으로 한국도핑방지위원회를 등록하고 12월 19일에 한국도핑방지규정을 제정하였다. 2009년 9월 28일 ISO 9001:2008 품질경영시스템 인증을 영국표준협회(British Standards Institution: BSI)로부터 획득하였고, 현재까지 세계도핑방지기구의 규약을 토대로 국내 및 국제대회의 도핑검사 및 도핑방지 교육과 홍보, 국제교류 및 협력 등 국내 유일의 도핑방지기구로서의 역할을 담당하고 있다. 2013년 11월 5일 2014년~2016년 세계도핑방지기구 아시아 지역 이사국으로 진출하였으며, 2014년 6월 2일 제11차 아시아 정부간 회의를 개최하였다. 2016년 11월 2일에는 2017년~2019년 세계도핑방지기구 아시아지역 이사국에 재진출하였다.

다. 조직 및 인력

한국도핑방지위원회는 4개의 독립위원회와 3개의 자문위원회를 운영하고 있으며, 사무국은 기획실장과 4부로 구성되어 있다. 기획운영부는 도핑방지활동 지원 사업계획 및 예산을 수립하고 사업운영 지원의 업무를 수행하고 있으며, 도핑검사부는 도핑검사 계획수립 및 집행, 도핑검사관 양성 및 관리 등의 업무를 수행하고 있다. 교육홍보부는 도핑방지 대면교육 및 온라인교육 운영, 교육인력 역량강화, 간행물 제작·홍보 등의 업무를 수행하고 있다. 국제조사부는 도핑제보에 대한 조사·정보활동, 조사위원회 운영, APMU 업무, TUE 및 금지약물서비스 업무, 결과관리 등의 업무를 담당하고 있다. 현재 한국도핑방지위원회 인력 정원은 30명이며 현원은 27명이다. 현원의 세부 구성으로는 임원 1명, 3급 3명, 4급 5명, 5급 3명, 6급 15명이다.

〈그림 7-7〉 한국도핑방지위원회 조직도



※출처: 한국도핑방지위원회(2019)

〈표 7-25〉 한국도핑방지위원회 인력 현황

(단위: 명)

구분	계	임원	1급	2급	3급	4급	5급	6급
정원	30	1	1	2	4	5	7	10
현원	27	1	-	-	3	5	3	15

※출처: 한국도핑방지위원회 내부자료(2018)

라. 주요사업

한국도핑방지위원회는 약물로부터 선수를 보호하고 공정한 경쟁과 스포츠정신 고양을 통해 도핑 없는 깨끗한 스포츠를 선도하는 글로벌 리더를 육성하기 위하여 다음과 같은 사업을 진행하고 있다. 첫째, 공정하고 객관적인 도핑검사 및 결과관리를 위해 아마추어 및 프로스포츠의 도핑검사를 실시하고 있으며, 도핑검사관(Doping Control Officer: DCO / Blood Collection Officer: BCO)의 효율적 운영 및 관리, 그리고 도핑위반결과 관리 및 연구 등의 사업을 진행하고 있다. 2015년까지 프로대회의 도핑검사는 외부 검사로 이뤄졌으나 2016년부터 자체 검사를 진행하고 있다. 도핑검사 인원은 2015년 5,876명에서 2018년 6,602명으로 증가하였으며, 구체적인 연도별 도핑검사 현황은 〈표 7-26〉과 같다.



〈표 7-26〉 연도별 도핑검사 현황

(단위: 명)

검사구분		비용주체	2015	2016	2017	2018	
자체 검사	경기기간 중	한국도핑방지위원회	1,440	1,591	1,490	2,118	
	경기기간 외	한국도핑방지위원회	1,068	906	995	1,534	
	프로 경기기간 중	한국도핑방지위원회	-	790	850	908	
	프로 경기기간 외	한국도핑방지위원회	-	182	267	310	
소 계			2,508	3,469	3,602	4,870	
외부 요청 검사	경기 기간 중	국제대회	국제연맹/조직위	218	274	389	440
		국내대회	국내연맹	130	99	375	106
		프로대회	프로단체	521	-	-	2
		계		869	373	764	548
	경기 기간 외	국제대회	국제연맹	70	129	351	306
		국내대회	국내연맹	320	25	22	12
		국내대회	프로단체	15	-	-	-
		계		405	154	373	318
소 계			2,548	1,054	2,274	1,732	
합 계			5,056	4,523	5,876	6,602	

※출처: 한국도핑방지위원회 내부자료(2018)

둘째, 도핑 사전예방을 위한 교육 및 홍보 활동을 수행하고 있다. 효율적인 도핑방지를 위하여 대면교육을 추진하고 있으며, 온라인 도핑방지교육 콘텐츠 강화, 도핑방지 홍보활동 활성화를 위한 노력을 하고 있다. 대면교육의 경우 2015년 13,250명에서 2016년 22,694명으로 9,444명 증가하였으며, 2016년에는 온라인교육도 실시하여 도핑방지 교육을 받은 총 인원은 33,812명으로 2015년 대비 155.2% 증가하였다. 2017년에는 전년보다 실시된 온라인교육으로 인해 온라인교육인원수가 187,602명으로 큰 증가를 보였고 도핑교육을 받은 총 인원 211,090명으로 2016년 대비 524.3% 증가하였다. 계속해서 증가추세를 보였으나 2018년에는 온라인교육 인원수가 전년대비 9,393명 감소한 178,209명으로 총 인원 202,727명을 기록하였고, 2017년 대비 3.96% 감소하였다. 구체적인 도핑방지 교육인원 현황은 〈표 7-27〉과 같다. 한편, 도핑방지 현장홍보도 매년 꾸준히 증가하고 있으며 도핑방지 현장홍보 현황은 〈표 7-28〉과 같다.

〈표 7-27〉 연도별 도핑방지 교육인원 현황

(단위: 명)

구분		2015	2016	2017	2018
대면 교육	국가대표 선수 및 지도자	2,123	2,553	1,859	2,810
	국가대표 후보 선수 등 · 하계훈련	1,234	1,143	1,108	1,206
	체육 중 · 고등학교	4,974	4,308	4,831	4,677
	프로스포츠	360	2,842	3,409	3,154
	요청교육(경기 단체 연수회 및 강습회)	4,559	11,848	12,281	12,671
	소 계	13,250	22,694	23,488	24,518
온라인교육(소계)		-	11,118	187,602	178,209
합 계		13,250	33,812	211,090	202,727

※출처: 한국도핑방지위원회 내부자료(2018)

〈표 7-28〉 연도별 도핑방지 현장홍보 현황

(단위: 회)

구분	2015	2016	2017	2018
도핑방지 현장홍보 실시	6	9	13	17

※출처: 한국도핑방지위원회 내부자료(2018)

셋째, 국제역량강화 및 교류협력을 위하여 2014년부터 세계도핑방지구구 이사국으로서의 활동을 전개하고 있다. 또한, 국제기구와의 도핑방지활동 정보공유 및 협력 강화, 국제대회 및 국제기구 인력파견을 통한 한국도핑방지위원회 역량 강화를 위한 노력을 하고 있다. 2018년 한국도핑방지위원회는 Clean, Transparency(투명), Expertise(전문), Sincerity(신뢰), Together(협력)를 핵심가치로 삼고 국제표준에 근거한 도핑검사 및 국제교류 협력 강화, 도핑 사전예방 확대를 위한 교육 및 홍보, 효율적 조직운동을 통한 경영성과 제고를 위하여 표 〈7-31〉과 같은 목표를 수립하였다.

세계도핑방지위원회(WADA) 및 국제경기연맹(IFs)과 도핑검사 위탁대행 MOU 체결 현황을 살펴보면 총 24개의 기구와 체결을 진행하였으며 2018년도에 새로이 체결된 활동은 2018년 2월 6일 국제올림픽위원회(IOC), 2월 11일 호주도핑방지구구(ASADA), 국제패럴림픽위원회(IPC) 총 3개이다.

〈표 7-29〉 WADA 및 IF와 도핑검사 위탁대행 MOU 체결 현황

체결일자	MOU 체결 연맹(24개 기구)	체결일자	MOU 체결 연맹(24개 기구)
2011. 02. 22	국제레슬링연맹(FILA)	2012. 08. 09	국제패럴림픽위원회(IPC)
2011. 04. 05	국제사격연맹(ISSF)	2014. 01. 22	국제연맹총연합회(SportAccord)
2011. 05. 16	세계도핑방지구구(WADA)	2014. 04. 23	국제력비연맹(IRB)
2011. 06. 20	국제육상경기연맹(IAAF)	2014. 06. 10	국제바둑연맹(IGF)
2011. 06. 21	국제연맹총연합회(SportAccord)	2015. 01. 19	세계도핑방지구구(WADA)
2011. 06. 27	세계철인3종경기협회(WTC)	2015. 11. 27	국제배드민턴연맹(BWF)
2011. 07. 19	국제인라인롤러연맹(FIRS)	2016. 06. 24	세계골프연맹(IGF)
2011. 09. 30	국제트라이애슬론연맹(ITU)	2016. 09. 23	중국·일본 체육국
2011. 10. 15	국제휠체어농구연맹(IWBF)	2016. 07. 29	중국도핑방지구구(CHINADA)
2011. 11. 02	국제텐핀볼링연맹(WTBA)	2017. 02. 24	미국도핑방지구구(USADA)
2012. 01. 31	국제빙상연맹(CCES/ISU)	2018. 02. 06	국제올림픽위원회(IOC)
2012. 04. 20	국제조정연맹(FISA)	2018. 02. 11	호주도핑방지구구(ASADA)
2012. 06. 15	국제핸드볼연맹(IHF)	2018. 04. 23	국제패럴림픽위원회(IPC)

※출처: 한국도핑방지위원회 내부자료(2018)



국내RTP선수의 소재지정보 검사 현황을 살펴보면 2014년 50명을 대상으로 66회 검사를 진행하였으며 2015년 68명 95회, 2016년 72명 98회, 2017년 79명 156회, 2018년 72명 314회이다.

〈표 7-30〉 연도별 소재지정보 검사 현황

(단위: 명)

구분	2015		2016		2017		2018	
	대상인원	검사건수	대상인원	검사건수	대상인원	검사건수	대상인원	검사건수
국내RTP선수	68	95	72	98	79	156	72	314

※주: RTP(Registered Testing Pool) 검사대상자등록명부

※출처: 한국도핑방지위원회 내부자료(2018)

〈표 7-31〉 한국도핑방지위원회 사업 추진 전략목표 및 전략과제

전략목표	전략과제
전략적 도핑검사관리	전문체육 및 유소년 도핑검사 계획수립 및 시행 프로스포츠선수 도핑검사 계획수립 및 시행 도핑검사관 효율적 운영
도핑사전예방을 위한 교육홍보	도핑방지교육(온·오프라인) 효율적 시행 도핑방지홍보(온·오프라인) 효율적 시행 교육홍보 전문강사 효율적 운영 및 역량강화 학생선수대상 도핑방지활동 추진
국제교류 및 조사를 통한 결과관리	도핑위반 결과관리 및 TUE 제도 운영 조사 및 정보활동 도입 및 운영 국제역량강화를 위한 국제교류 및 협력
조직 및 사업운영 효율화를 위한 지원	성과중심 보수체계 운영 효율적 사업운영을 위한 행정지원

※출처: 한국도핑방지위원회 홈페이지(2019)

마. 재정현황

한국도핑방지위원회는 창립초기 11억 원의 국고예산으로 시작하여 2016년에는 국민체육진흥기금 31억 원 및 자체수입 1억 원 등 총 32억 원의 예산규모로 성장하였다. 이는 2015년 예산보다 7억 원 정도가 증가한 금액으로 2017년 국제적 위상 제고를 위한 정책의 하나인 반도핑 선진화 사업 추진으로 도핑방지활동 지원금이 증가하였기 때문이다. 이어서 2018년에는 47억 원 및 자체수입 4억 원 등 2017년 예산보다 8억 원 정도가 증가한 금액으로 총 51억 원의 예산규모로 막대한 성장을 하였다. 자세한 내용은 〈표 7-32〉과 같다.

〈표 7-32〉 한국도평방지위원회 연도별 예산 현황

(단위: 백만 명)

연도	계	재원별			자체수입비중 (B/A)×100(%)
		국고	기금	자체수입(B)	
2011	2,112	-	2,061	51	2.4
2012	2,138	-	2,085	53	2.5
2013	2,157	-	2,106	51	2.4
2014	2,274	-	2,199	75	3.3
2015	2,524	-	2,429	95	3.8
2016	3,227	-	3,127	100	3.1
2017	4,302	-	4,131	171	4.1
2018	5,144	-	4,761	383	7.4

※출처: 한국도평방지위원회 내부자료(2018)

(5) 태권도진흥재단

가. 설립배경 및 목적

태권도는 우리민족의 열과 슬기를 담아 심신을 연마해 온 전통 무예로서 전 국민의 사랑을 받아왔다. 태권도는 1950년대부터 해외에 진출하여 인종, 이념, 종교를 초월한 전 세계인의 사랑을 받는 무도로 뿌리를 내렸다. 2000 시드니하계올림픽대회부터 올림픽 정식종목으로 채택되어 전 세계인에게 사랑받는 문화유산으로 정착하였을 뿐만 아니라 우리나라를 대표하는 국가브랜드로 성장하였다.

정부는 태권도 진흥이 사회통합 및 민족의 정체성 확립 등 국가 발전의 주요 동력임을 인식하고 2005년 7월 1일자로 태권도진흥재단을 설립하였다. 태권도진흥재단은 태권도원의 조성과 관리운영 및 태권도 진흥 사업을 추진하고 태권도를 테마로 한 스포츠산업과 관광산업의 진흥 등 태권도를 전 세계에 지속 확산시키기 위한 사업을 운영하는 것을 주요 기능으로 한다. 태권도진흥재단의 설립목적은 태권도원 조성 및 효율적 관리 운영과 태권도 진흥사업 수행을 통한 태권도의 발전 및 국제적 위상을 제고하는데 있다고 할 수 있다.

나. 연혁

태권도진흥재단은 태권도원 조성·운영과 태권도 발전을 통한 국익 증진을 위해 2005년 7월 민법에 근거한 재단법인으로 설립·운영되어 왔다. 2007년 12월 「태권도 진흥 및 태권도공원 등에 관한 법률」의 제정에 따라 2008년 6월에 동 법 제 20조에 근거한 법정법인으로 전환되었고, 2009년 9월에는 문화체육부장관으로부터 태권도원 조성을 위한 기본계획을 승인받아 태권도원 기공식을 하였다. 2010년에는 기획재정부 고시 제2010-3호에 근거하여 공공기관으로 지정되었다. 태권도원은 2014년 4월 개원 및 그해 9월 개원식을 거행하였으며, 2018년 이상욱 이사장이 4년의 임기로 취임하였다.



〈표 7-33〉 태권도진흥재단 연혁

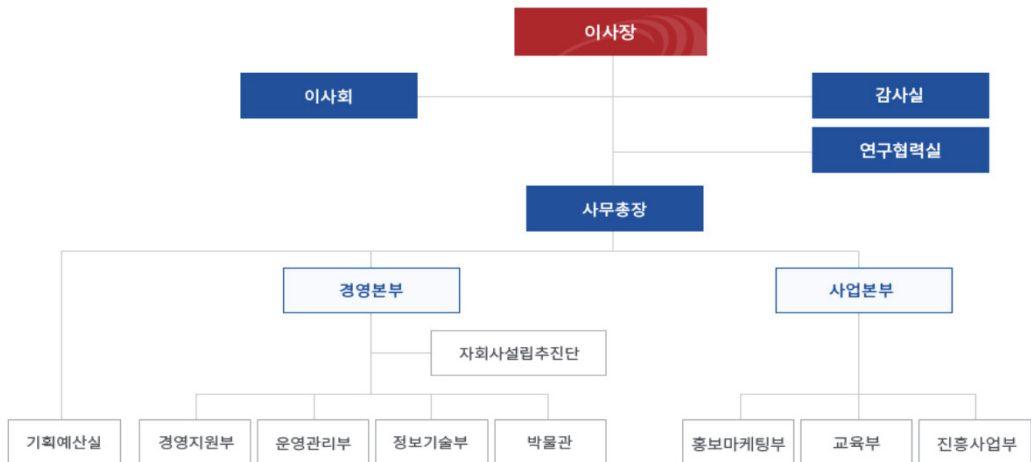
2005.07.	• 재단법인 태권도진흥재단 설립 허가(문화관광부)
2007.12.	• 「태권도 진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률」 제정
2008.06.	• 상기 태권도법에 의한 법정법인화
2009.08.	• 태권도공원 조성 기본계획 승인(문화체육관광부)
2009.09.	• 태권도공원 기공식
2012.02.	• 명칭변경(태권도공원 ⇒ 태권도원)
2013.08.	• 태권도원 준공
2014.04.	• 태권도원 개원(2014.9월, 개원식)
2018.02.	• 이상욱 이사장 취임(임기: '18.2.15.~'21.2.14.)

※ 출처 : 태권도진흥재단 내부자료(2018)

다. 조직 및 인력

태권도진흥재단은 정관상 최고의결기관인 이사회와 사무 처리를 위한 사무처(3본부 7부 2실 1관)가 있다. 이사장 직속으로 감사실, 사무총장 직속으로 전략기획실이 있으며, 경영본부 산하에 경영지원부, 운영관리부, 정보기술부, 사업본부 산하에 진흥사업부, 교육연구부, 마케팅부, 대외협력본부 산하에 교류협력부와 박물관이 있다.

〈그림 7-8〉 태권도진흥재단 조직도



※ 출처 : 태권도진흥재단(2019)

라. 주요사업

태권도진흥재단의 주요사업은 태권도원 조성 및 운영에 관한 사업, 태권도 진흥을 위한 조사·연구 사업, 태권도 보존·보급·홍보에 관한 사업, 태권도 진흥을 위한 각종 지원 사업, 태권도원 시설 임대와 관련한 사업, 태권도 용품·콘텐츠 개발과 같은 관련 산업육성지원이다.

2018년도 태권도진흥재단의 중점 추진과제는 태권도원 성지화 및 국제교류 확대, 태권도 문화산업 진흥 및 관광자원화, 유능하고 투명한 공공기관 등이며 주요 성과는 다음과 같다. 태권도원 상징성 강화를 위한 상징지구 공사가 2018년 9월에 착공하였고, 세계청소년 태권도 문화교류 캠프, 글로벌태권도시범페스티벌, 세계대학태권도페스티벌, 태권도원배 전국태권도대회 등 각종 행사를 개최·지원하였다. 또한 지역 관광자원을 연계한 상품 개발·운영 및 태권도(원) 거점 수련·체험 프로그램을 통해 2018년도에 328,470명의 국내·외 방문객이 방문하는 등 태권도원을 문화·관광 거점으로 육성하고 있다.

마. 재정현황

태권도진흥재단은 창립초기 3억 원의 예산으로 시작하여 2017년 국민체육진흥기금 252억 원 및 지방비 32억, 자체수입 110억 원 등 총 394억 원의 예산규모로 성장하였다. 2013년 이후 예산규모가 축소된 것은 태권도원 완공에 따른 기금지원액 감소 때문이며, 2016년에 태권도 전문수련관 신축, 2017년에는 태권도원 상징지구 조성으로 기금지원액이 증가하였다.

〈표 7-34〉 태권도진흥재단 연도별 예산 현황

(단위: 백만 원)

연도	계(A)	재원별				자체수입비중 (B/A)×100(%)
		국고	기금	지방비	자체수입 (B)	
2011	56,951	-	53,709	3,242	-	-
2012	95,210	-	89,517	5,366	327	0.3
2013	68,036	-	62,873	3,294	1,869	2.7
2014	23,958	-	19,439	-	4,519	18.9
2015	22,000	-	19,200	-	2,800	12.7
2016	24,066	-	21,266	-	2,800	11.6
2017	39,356	-	25,239	3,150	10,967	27.9
2018	24,533	-	19,533	-	5,000	20.4

※출처: 태권도진흥재단 내부자료(2018)



(6) 스포츠안전재단

가. 설립배경 및 목적

생활체육 참여율은 지속적으로 증가함에 따라 체육활동 중 안전사고율도 증가하고 있다. 이에 체육인들이 안전하게 스포츠 활동을 즐길 수 있는 제도적 장치의 필요성이 제기되어 전문 및 생활체육을 포괄하는 스포츠 활동에 따른 안전사고를 예방하고 각종 스포츠 관련 사고에 대한 공제사업 및 위로·구호사업을 추진하는 등 안전한 스포츠 환경 조성에 기여하기 위해 스포츠안전재단이 설립되었다.

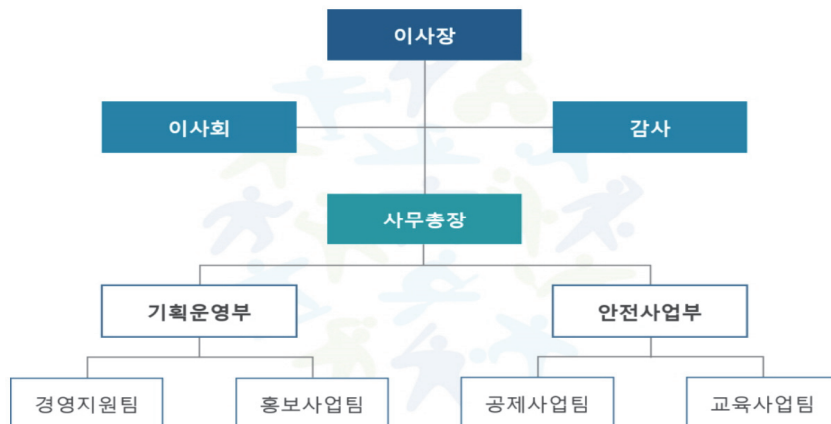
나. 연혁

스포츠안전재단은 현재 대한체육회와 통합한 (舊)국민생활체육회가 생활체육 동호인들의 복지증진과 안전한 체육활동을 보장하기 위한 목적으로 12억 6천여만 원을 출연하여 2010년 7월 15일 비영리 재단법인 설립허가를 받았다. 생활체육인 대상 공제(보험)사업을 주로 운영했던 재단은 2014년 4월 문화체육관광부의 승인을 받은 정관개정을 통해 사업대상을 기존 생활체육 외 전문체육까지 확대하였으며, 사업범위는 기존 공제(보험)에서 안전사고 예방을 위한 교육사업 및 시설안전 예방사업까지 확대하여 운영하고 있다.

다. 조직 및 인력

사무국은 2부 4팀으로 구성되어 있다. 기획운영부는 경영지원팀, 홍보사업팀으로 구성되어 있으며, 인사, 총무, 회계업무와 안전사고 예방을 위한 캠페인 등 홍보사업을 운영하고 있다. 안전사업부는 공제사업팀, 교육사업팀으로 구성되어 있으며, 대상별, 연령별 안전교육사업 계획수립·운영 및 전문·생활체육인을 위한 공제(보험)상품 개발·운영업무를 수행하고 있다. 인력구성은 현원 18명으로 임원 1명에 17명의 직원이 근무하고 있다.

〈그림 7-9〉 스포츠안전재단 조직도



※ 출처: 스포츠안전재단(2018)

라. 주요사업

스포츠안전재단은 안전사고 예방을 위한 안전교육 사업과 개인 및 기관을 대상으로 공제(보험)사업, 스포츠 안전에 관한 연구 사업을 운영하고 있다. 먼저 안전교육 사업은 행사운영자, 지도자, 참가자 대상의 맞춤형 교육프로그램을 기반으로 안전교육을 제공하고 있다. 행사운영자 대상 교육은 체육기관(대한체육회 및 대한장애인체육회 등) 임직원, 지자체 체육담당 공무원을 주 대상으로 하고 있으며, 지도자는 전문·생활스포츠지도사 및 심판을 대상으로 운영하고 있다. 또한 시설관리공단, 민간스포츠시설 등에서 지도·관리 업무를 수행하는 시설관계자 대상으로도 운영하고 있으며, 그 외 전문선수 및 생활체육인 등 참여자 대상으로도 안전교육을 제공하고 있다. 대외적으로는 2018 평창동계올림픽·동계패럴림픽대회에서 국내·외 자원봉사자 및 단기운영인력을 대상으로 안전교육을 지원하였다.

〈표 7-35〉 스포츠안전 교육프로그램 체계도

구분	행사운영자	지도자	시설관계자	참여자	기타
고급	특별	스포츠운영 소송사례 연구	스포츠지도 소송사례 연구	스포츠시설 소송사례 연구	스포츠이벤트 단기운영인력 안전교육
		운영자 위험성 평가 및 관리	지도자 위험성 평가 및 관리	시설관계자 위험성 평가 및 관리	
	일반	운영자 안전관리 역량개발		시설관계자 안전관리 역량개발	
		스포츠안전 인력관리	안전지도계획 작성	시설 안전인력 운용실무	
중급	심화	스포츠이벤트 군중 안전관리	지도자 재난사고 대처	스포츠시설 유지/보수관리	
		운영자 재난사고 대응관리	지도자 안전사고 사후관리	시설관계자 재난사고 대응관리	
	스포츠이벤트 환경점검 실무	지도자 안전점검 실무	시설안전 사고대응		
스포츠응급처치2 (질한별, 온도변화, 충격에 의한, 상처소독 및 봉대활용, 근골격계 손상, 테이핑)					
기본	실천	스포츠이벤트 안전공제 활용	안전지도 실무	시설 안전관리 실무	스포츠안전 습관형성
	의식	스포츠응급처치1(CPR&AED)			
운영자 안전의식 변화		지도자 안전의식 변화	시설관계자 안전의식 변화	참여자 안전의식 변화	

※출처: 스포츠안전재단 내부자료(2018)

공제(보험)사업은 생활·전문체육인 및 체육유관기관을 대상으로 개인 상해공제와 기관의 주최자 배상책임공제 등 13종의 공제상품을 개발·운영하고 있다('18. 12월 기준). 재단 공제상품은 민간보험사 상품운용의 한계에서 벗어나 생활·전문체육인 상해 등 종목 혹은 대상별 공제가입에 인수제한이 없다. 또한 체육시설 및 스포츠여행자 등 체육계가 요구하는 서비스들을 지속적으로 출시하고 있으며 비영리기관으로 공제수입을 스포츠안전 분야에 재투자하고 있다.



연구 및 조사활동도 진행하고 있으며, 2015년부터 2016년까지 스포츠 부상 경험자의 세부 특성 파악을 위한 ‘스포츠안전사고 실태조사’를 시행하는 등 안전한 스포츠 환경구축을 위한 데이터를 수집하고 있다. 2017년에는 국내 최초로 스포츠안전에 대한 직무분석을 실시하여 중·장기적 관점에서 스포츠안전의 발전을 기할 수 기초자료를 개발하였다.

2018년부터는 「스포츠행사 안전관리 점검서비스 사업」을 운영하여 스포츠행사(대회) 내 발생 가능한 사고유발요인 점검·분석을 통해 행사 주최/주관 기관들을 대상으로 안전한 스포츠 환경 문화 정착을 위해 노력하고 있다. 또한 스포츠행사(대회) 현장의 안전 확보 및 안전 분야 일자리 창출을 위해 스포츠안전관리사 자격개발 및 안전요원 파견서비스 등의 신규사업도 준비하고 있다. 그 외 스포츠안전사고 판례연구집 개발과 주기적으로 대상별, 종목별 스포츠안전매뉴얼을 개발·보급하여 유관기관의 실질적인 안전관리가 이루어질 수 있도록 지원하고 있다.

〈표 7-36〉 연도별 스포츠 안전공제 가입 현황

(단위: 명)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
가입자 수	659,247	761,399	905,572	1,258,214	4,042,478	8,384,886	8,144,397	9,197,412
상승률	-	15.5%	18.9%	38.9%	221.3%	107.4%	-2.9%	12.9%

※출처: 스포츠안전재단 내부자료(2018)

〈표 7-37〉 연도별 스포츠공제 가입 및 보상 현황

(단위: 건, 백만 원, 명)

구분	가입현황		보상현황	
	건수	금액	건수(인원)	금액
2014	18,380	2,566	1,674	895
2015	22,142	3,538	1,934	1,526
2016	20,663	4,885	2,399	2,075
2017	24,802	6,519	2,484	1,909
2018	27,737	7,606	3,340	3,081
합 계	113,724	25,114	11,831	9,486

※출처: 스포츠안전재단 내부자료(2018)

마. 재정현황

스포츠안전재단은 2010년 7월 12억 6천만 원의 출연자산으로 설립하였다. 공제(보험)사업 운영을 통한 자체수입은 2013년 이후 매년 증가하였고, 2014년에는 스포츠안전교육사업 영역이 확대됨에 따라 보조금을 지원받았으며, 2017년도에는 ‘안전한 스포츠환경 구축’ 사업에 6억 원, ‘생활체육 안전교실’ 사업에 12억 원 등 총 18억 원을 국민체육진흥기금에서 지원받았다. 2018년도에는 지정기부금 3.3천만 원, 지정 후원금 6.7천만 원을 지원받아 총 96억 원으로 전년대비 13억 원 상당 증가했다.

〈표 7-38〉 스포츠안전재단 연도별 예산(수입) 현황

(단위: 백만 원)

연도	계(A)	재원별						자체수입증 (B/A)×100%
		국고	기금	적립금	지정 기부금	지정 후원금	자체 수입(B)	
2014	3,266	-	-	700	-	-	2,566	78.6
2015	4,388	-	850	-	-	-	3,538	80.6
2016	6,685	-	1,800	-	-	-	4,885	73.1
2017	8,319	-	1,800	-	-	-	6,519	78.4
2018	9,586	-	1,800	-	33	67	7,606	80.0

※출처: 스포츠안전재단 내부자료(2018)

(7) 2018 평창동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 조직위원회

가. 설립배경 및 목적

강원도는 1993년부터 1996 동계아시아대회 유치를 준비하기 시작했다. 이를 실행하기 위해 강원도에서는 1998 나가노동계올림픽대회 조직위원회를 비롯한 올림픽 개최지와 개최 예정도시를 방문하는 등 실무검토를 통해 평창의 자연조건과 투자여건 등이 올림픽 개최를 위해 손색이 없다는 결과에 도달하였다. 1999년 2월 강원동계아시아경기대회 폐막식에서 동계올림픽 유치를 표명하였다. 2000년 8월 실시한 2010 동계올림픽대회 개최계획 타당성 조사결과 국가적 측면과 강원도 측면에서 볼 때 동계올림픽 유치가 미치는 파급효과가 상당히 크다는 결과가 도출됨에 따라 강원도는 2000년 10월 정부 및 대한체육회에 대회유치를 신청하였다.

2002년 1월 정부의 국제행사심사위원회에서 대회유치안이 정식 승인됨에 따라 대한체육회는 2002년 1월 2010 동계올림픽대회 유치신청서를 IOC에 공식 제출했다. 잘츠부르크, 밴쿠버와 함께 후보 도시에 선정된 평창은 IOC의 현지실사를 거쳐 체코 프라하에서 개최된 제11차 IOC 총회에서 결선투표까지 가는 접전을 펼쳤으나, 1차 투표에서 51 대 40으로 앞섰던 밴쿠버에 결선 2차 투표에서 53 대 56으로 3표차로 탈락하였다. 강원도는 두 번째 도전을 위하여 2005년 5월 유치계획을 승인받아 그 해 7월 IOC에 2014 동계올림픽 유치를 재신청하였으나 4표차로 패배함으로써 다시 한 번 탈락하였다.

2014 동계올림픽대회 유치 실패 이후 재도전 문제가 강원도는 물론 전국적인 이슈로 부상했다. 강원도에서는 2007년 9월 재도전을 공식 선언하였고, 2011년 7월 남아프리카 공화국 더반에서 개최된 제123차 IOC 총회에서 1차 투표 결과 평창 63표, 원천 25표, 안시 7표라는 압도적인 표차로 3번의 도전 끝에 2018 평창동계올림픽대회 유치가 확정되었다. 이에 따라 대회 준비 및 성공적인 개최를 위하여 유치와 동시에 문화체육관광부, 강원도, 유치위원회가 중심이 되어 대회조직위원회 구성을 위한 준비 작업에 착수하였다.

대회조직위원회의 출범준비는 조직위원 및 임원 인선, 대회준비 및 운영의 근간이 될 「2018 평창동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 지원 등에 관한 특별법」 제정 준비, 조직위원회 운영 근거가 될 정관을 비롯한 각종 제 규정 마련, 대회조직위원회 창립총회 준비 등 분야별로 나누어 추진하였으며 3개월간의 준비과정을 거쳐 마침내 2011년 10월 창립총회를 열고 대회조직위원회를 공식 출범시켰다.



나. 연혁

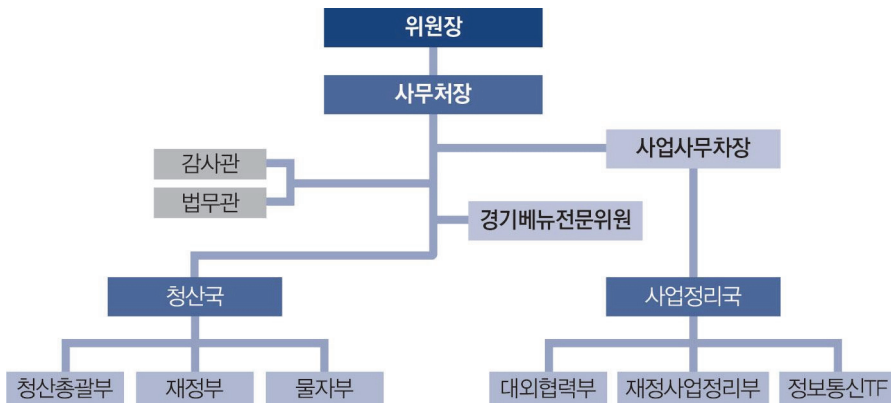
2018 평창동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 조직위원회는 올림픽 헌장 제36조와 「민법」 제32조에 의거 설립절차를 밟았으며, 2011년 11월 법인설립 등기를 마침으로써 정식 법인으로 성립되었다. 이와 함께 조직위원회 사무처 구성 절차도 추진하여 문화체육관광부와 행정안전부(現 행정자치부)의 협의와 승인을 거쳐 2012년 2월 1단계 직제 및 정원을 승인받았으며, 그해 3월 「2018 평창동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 지원 등에 관한 특별법」 제정·시행(법률 제11226호, 2012년 1월 26일 제정)에 따른 법인 인가를 문화체육관광부로부터 획득하였다. 2013년 8월에 2단계 직제 및 정원을 승인받았으며, 2014년 3월에 2단계 직제 및 정원 변경 승인을 받았고, 2015년 6월에 3단계 직제 및 정원 승인을 받았다.

다. 조직 및 인력

2018 평창동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 조직위원회는 정관상 최고의결기관인 위원총회와 사무처리를 위한 사무처(3부위원장, 4사무차장, 16국 7담당관 57부, 222팀)로 구성되어 있다. 위원장 직속으로 비서실, 대변인, 감사관, 안전관, 법무담당관이 있고, 산하에 기획홍보부위원장, 대회운영부위원장 겸 사무총장, 국제부위원장이 있다.

기획홍보부위원장의 업무를 분장하기 위하여 기획사무차장(대회조정관, CFO, 기획총무국, 인력운영국, 재정국, 마케팅국, 문화행사국, 패럴림픽국), 홍보협력사무차장(홍보국, 미디어운영국, 입장권부, 개최도시협력부)이 있다. 대회운영부위원장의 업무를 분장하기 위하여 운영사무차장(배뉴운영국, 경기국, 선수촌국, 테스트이벤트담당관, 의무부), 시설사무차장(시설국, 숙박국, 수송교통국, 정보통신국, 환경담당관)이 있으며, 국제부위원장 산하에 국제국이 있다.

〈그림 7-10〉 '18년 평창 조직위원회 조직도



※ 출처 : 2018 평창동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 공식보고서(2019)

〈표 7-39〉 '18년 평창 조직위원회 인력 현황

(단위: 명)

구분	계	사무처장	사무차장	국장	담당관	부장(법무관포함)	부서원
정원	1,205	3	18	7	57	222	620
현원	1,205	3	17	6	56	210	618

※ 출처 : 2018 평창동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 공식보고서(2019)

라. 주요사업

2018년 3월 동계올림픽과 패럴림픽을 모두 마친 후, 조직위원회의 주요업무는 대회의 운영 총사업에 대한 정산과 시설 및 환경 정리와 관련 자료 보고이다.

마. 재정현황

2018 평창동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 조직위원회는 2011년 설립된 이래 대회가 가까워짐에 따라 매년 운영예산이 증가하여 2017년도 예산은 1조 1,218억 원으로 2016년도 대비 7,242억 원 증가하였다. 실제 대회가 개최된 2018년에는 총 1조 2,013억 원의 예산을 집행하였으며 자체수입 비중도 94.4%로 증가하였다.

〈표 7-40〉 '18년 평창 조직위원회 연도별 예산 현황

(단위: 백만 원)

연도	계(A)	재원별				자체수입비중 (B/A)×100(%)
		국고	기금	적립금	자체수입(B)	
2011	2,071	-	-	-	2,071	100.0
2012	11,834	1,000	-	-	10,834	91.5
2013	31,872	1,800	15,795	1,750	12,527	39.3
2014	58,303	1,650	1,647	2,600	52,406	89.9
2015	185,497	3,122	11,472	2,600	168,303	90.7
2016	397,548	36,300	37,644	23,700	299,904	75.4
2017	1,121,827	73,087	106,129	4,100	938,511	83.7
2018	1,201,325	58,071	5,800	3,500	1,133,954	94.4

※주: 기금은 문화체육관광부에서 배분 되는 '체육진흥투표권증량발행수익금 배분액' 과 '옥외광고수익금 배분액'으로 구성

※주: 적립금은 장애인올림픽적립금(강원도)

※출처: 2018 평창동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 조직위원회 내부자료(2018)



(8) 한국대학스포츠총장협의회

가. 설립배경 및 목적

대학스포츠의 건전한 육성과 발전을 도모하고, 대학스포츠의 본질을 회복하여 스포츠의 선진화를 이루기 위한 목적을 가지고 있으며, 대학스포츠에 관한 학사·재정·시설 등 주요 관심사에 대한 자율적인 협의와 연구 및 조정을 통한 상호협력을 추구한다. 또한 학생선수들이 스포츠 활동과 교육을 통해 정신적·육체적·사회적으로 건전한 리더십을 함양할 수 있도록 하며, 글로벌 스포츠 인재를 육성하는데 비전을 두고 있다.

나. 주요사업

한국대학스포츠총장협의회는 대학스포츠 활성화를 통해 건강하고 활기찬 대학 이미지를 형성시키고, 한국 스포츠를 지탱하는 구심 축 역할과 선도적 수행을 하고 있으며, 전인적 스포츠 지도자 육성과 글로벌 스포츠 인재를 육성하고 있다. 주요업무로는 학생선수관리, 대학경기운영, 인프라·마케팅이 있다(표 7-41).

〈표 7-41〉 한국대학스포츠총장협의회 주요업무

학생선수관리	대학경기운영	인프라·마케팅
<ul style="list-style-type: none"> • 학생선수들의 학업관리 및 학사 운영의 연구지원을 통한 학습권 보장 • 학생선수 선발 정상화 • 대학스포츠 제도의 연구 협의 조정 • 학생선수들의 건전한 리더십 함양지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 대학스포츠의 경기력 향상을 위한 지원 • 학생선수들의 스포츠맨십과 아마추어리즘 고양 • 대학스포츠 규정 집행 및 감독 	<ul style="list-style-type: none"> • 대학스포츠 인프라 확충 • 노후한 경기시설과 편의시설 개선 • 수익창출을 위한 대학스포츠 마케팅 및 수익모델 개발 • 대학 스포츠 사상 및 국제교류

※출처: 한국대학스포츠총장협의회

(9) 한국프로스포츠협회

가. 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.

나. 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. 회장(정운찬, 2018년 12월 기준)과 사무총장(오자왕, 2018년 12월 기준), 13명 이내의 이사회(회원단체 사무총장 7인, 문화체육관광부 체육국장, 종목별 외부 전문가 5인) 그리고 경영기획팀, 전략사업팀으로 운영된다.

다. 주요사업

프로스포츠 저변 확대 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 공동사업 등이다.

(10) 그 밖에 스포츠산업 관련 단체

위 단체들 외에도 국민체육진흥공단의 자회사인 한국체육산업개발(주)와 대한장애인체육회가 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.

대한장애인체육회는 정관 제6조에 근거하여 전국적으로 균형 있는 장애인체육 활성화를 위해 도지사 또는 시장이 당연직 회장이 되는 17개 시·도 지부를 설립하였다. 17개의 시·도지부는 장애인체육 활성화를 위해 지역 장애인체육에 관한 기본방침의 심의 결정, 각 가맹단체와 각급 장애인체육회의 육성 및 지도 감독, 장애인 생활체육대회 개최 및 지원 등 장애인체육 생활화, 전국장애인체육대회 참가선수단 훈련 및 참가, 장애인체육에 관한 조사연구 및 지방 장애인체육의 육성 및 보급, 장애인 선수 및 지도자 육성, 특수학교 및 장애학생체육의 육성, 장애인체육 시설에 관한 설치 및 관리 등의 사업을 진행하고 있다.

2 스포츠산업 관련 국외기관 현황

국제체육기구는 대표적으로 국제올림픽위원회(International Olympic Committee : IOC), 국제대학체육연맹(Federation Internationale du Sport Universitaire : FISU), 아시아올림픽평의회(Olympic Council of Asia : OCA) 및 국제장애인올림픽위원회(International Paralympic Committee : IPC)를 꼽을 수 있다. 종목별·대륙별·연령별 세계대회 등을 관장하는 기구로는 종목별 국제경기연맹(International Sports Federation : IF)과 아시아대회를 관장하는 아시아경기연맹(Asian Games Federation : AF)을 들 수 있으며 연합회 형태의 기구로는 국가올림픽위원회연합회(Association of National Olympic Committees : ANOC)나 국제경기연맹총연합회(Global Association of International Sports Federations : GAISF)를 들 수 있다.



〈표 7-42〉 주요 국제체육기구 및 단체 현황

구분	기구 및 단체명	주요 역할
국제 체육 기구	IOC(국제올림픽위원회/International Olympic Committee)	동하계(청소년)올림픽 관장/ NOC, IFs 등 각종 체육단체 총괄
	ANOC(국가올림픽위원회연합회/Association of National Olympic Committees)	IOC 가맹국 NOC(국가올림픽위원회) 총괄
	GAISF(국제경기연맹총연합회)	종목별 IF(국제경기연맹) 총괄
	FISU(국제대학스포츠연맹/International University Sports Federation)	동하계 유니버시아드대회 관장/ 가맹국 대학체육연맹 총괄
	IPC(국제장애인올림픽위원회/International Paralympic Committee)	동하계 장애인올림픽 관장
경기 연맹	OCA(아시아올림픽평의회/Olympic Council of Asia)	동하계 아시아경기대회 총괄, 아시아지역 NOC 및 아시아경기연맹(ASF) 총괄
	IF(국제경기연맹/International Federation)	종목별 세계선수권대회 관장
	AF(아시아경기연맹/Asian Federation)	종목별 아시아선수권대회 관장

※출처: 대한체육회 내부자료(2018)

국제올림픽위원회(IOC)는 1894년 6월 23일 Baron Pierre de Coubertin이 비영리 국제 NGO를 설립하여 206개국(우리나라 1947년 가입)을 회원국으로 가입한 가장 대표적인 국제 스포츠기구이다. IOC위원은 최대 115명(개인자격 70명, 국가올림픽위원회 자격 15명, 국제경기연맹 자격 15명, 선수 자격 15명)으로 구성되고 있다.

IOC는 올림픽헌장(Olympic Charter) 및 IOC 규정을 준수하고, IOC와 올림픽운동(Olympic Movement)의 발전을 위해 노력하는 것을 IOC위원의 기본의무로 규정하고 있다. 또한 IOC 총회 및 분과위원회 활동에 참여하고 자국 또는 소속 스포츠 조직 내에서 IOC 프로그램의 이행을 감독하는 등 다양한 임무를 수행한다.

IOC는 올림픽 헌장 제16조 1.7항에서 IOC 위원 임기를 8년으로 정하고 있으며, 1회 또는 그 이상 횟수의 재선이 가능하도록 명시하고 있다. 또한 IOC위원은 본인의 의지에 따라 IOC위원장에게 사직서 서면 제출을 통해 임기를 중단할 수 있다. NOC 자격, IF자격 IOC위원의 경우, IOC위원에 선출되었을 당시에 수행하였던 각 기관의 회장 및 임원의 기능을 더 이상 수행하지 않게 될 경우에는 IOC위원직을 상실하게 된다.

선수자격 IOC위원은 IOC위원임과 동시에 IOC의 분과위원회인 선수위원회 위원으로 활동한다. 2018년 제23회 평창동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 기간 동안 열린 선수자격 IOC 위원 선거에서 총 2,930명의 선수 대상으로 83.86% 투표율을 기록하여 커스티 코벤트리(Kirsty Coventry, 짐바브웨, 수영)가 안젤라 루기에로(Angela Ruggiero, 미국, 아이스하키)의 뒤를 이어 IOC 선수위원회 의장에, 단카 바르테코바(Danka Bartekova, 슬로바키아, 사격)가 토니 에스탕게(Tony Estanguet, 프랑스, 카누)의 뒤를 이어 IOC 선수위원회 부의장에 당선되었다. 또한, 엠마 테르호(Emma Terho, 핀란드, 아이스하키)와 키크 랜들(Kikkan Randall, 미국, 스키)이 안젤라 루기에로(Angela Ruggiero)와 아담 펜길리(Adam Pengilly,

영국, 스켈레톤)를 대체할 선수자격 IOC 위원으로 선출되었다. 이들은 2026년 올림픽까지 IOC 위원으로 활동한다.

〈표 7-43〉 올림픽 정식 종목 국제경기연맹의 회장국적

구분	종목	회장명	회장국적	국제경기연맹/홈페이지
하계 (28 종목)	육상	Mr. Sebastian COE	영국	http://www.iaaf.org/
	조정	Mr. Jean-Christophe ROLLAND	프랑스	http://www.worldrowing.com
	배드민턴	Mr. Poul-Erik Hoyer	덴마크	http://bwfbadminton.com/
	농구	Mr. Hamane NIANG	말리	http://www.fiba.com/
	복싱	Mr. Gafur Rakhimov	우즈베키스탄	http://www.aiba.org/
	카누	Mr. Jose PERURENA LOPEZ	스페인	http://www.canoeicf.com/
	사이클	Mr. David LAPPARTIENT	프랑스	http://www.uci.ch
	펜싱	Mr. Alisher Usmanov	러시아	http://www.fie.org
	승마	Mr. Ingmar DE VOS	벨기에	http://www.fei.org/
	축구	Mr. Giovanni INFANTINO	이탈리아	http://www.fifa.com
	체조	Mr. Morinari Watanabe	일본	http://www.fig-gymnastics.com/
	역도	Mr. Tamás AJÁN	헝가리	http://www.fivb.org/
	핸드볼	Dr. Hassan MOUSTAFA	이집트	http://www.ihf.info/
	하키	Mr. Narinder Batra	인도	http://www.fih.ch/
	유도	Mr. Marius VIZER	오스트리아	https://www.ijf.org/
	근대5종	Dr. Klaus SCHORMANN	독일	http://www.uipmworld.org/
	레슬링	Mr. Nenad Lalovic	세르비아	http://unitedworldwrestling.org/
	수영	Dr. Julio C. Maglione	우루과이	http://www.fina.org
	태권도	Dr. Chungwon CHOUE	대한민국	http://www.worldtaekwondofederation.net/
	테니스	Mr. David HAGGERTY	미국	http://www.itftennis.com/
	탁구	Mr. Thomas WEIKERT	독일	http://www.ittf.com/
	사격	Mr. Vladimir LISIN	러시아	http://www.issf-sports.org/
	양궁	Dr. Ugur ERDENER	터키	http://www.worldarchery.org/
	트라이애슬론	Mrs. Marisol Casado	스페인	http://www.triathlon.org/
	요트	Mr. Kim Anderson	덴마크	http://www.sailing.org/
	배구	Mr. Ary Graca	브라질	http://www.fivb.org/
	골프	Mr. Peter Dawson	영국	http://www.igfgolf.org/
	럭비	Mr. Bill BEAUMONTT	영국	http://www.worldrugby.org/



구분	종목	회장명	회장국적	국제경기연맹/홈페이지
동계 (7 종목)	바이애슬론	Mr. Olleh DAHLIN	스웨덴	http://www.biathlonworld.com
	봅슬레이 스켈레톤	Mr. Ivo Ferriani	이탈리아	http://www.ibsf.org/en/
	컬링	Mrs. Kate Caithness	스코틀랜드	http://www.worldcurling.org/
	아이스하키	Mr. René FASEL	스위스	http://www.iihf.com/iihf-home/home.html
	루지	Mr. Josef FENDT	독일	http://www.fil-luge.org/en/home
	빙상	Mr. Jan Dijkema	네덜란드	http://www.isu.org
	스키	Mr. Gian-Franco KASPER	스위스	http://www.fis-ski.com/

※ 출처: 대한체육회 내부자료(2018), 국제경기연맹총연합회(GAISF) 웹사이트(2019), 스포츠어코드 웹사이트(SPORTACCORD CONVENTION THE ANNUAL 2017)

올림픽 정식종목이면서 종목별 권위 있는 세계대회를 주관하는 국제경기연맹(IF)회장은 주로 유럽국가에 치중되고 있다. 종목별로 보면, 독일, 영국이 각 3개 종목, 스위스, 이탈리아, 스페인, 프랑스, 덴마크, 러시아가 2개 종목의 회장국을 맡고 있다. 우리나라는 태권도종목 회장 1명을 보유하고 있다.

〈표 7-44〉 올림픽 정식 종목 국제경기연맹 회장의 대륙별·국가별 분포

(단위 : 명, %)

대륙	국가	국가별 회장 수	대륙별 회장 수	대륙별 구성비율
아시아	한국	1	5	14.3
	터키	1		
	일본	1		
	인도	1		
	우즈베키스탄	1		
아프리카	이집트	1	2	5.7
	말리	1		
아메리카	미국	1	1	2.9
유럽	스위스	2	25	71.4
	이탈리아	2		
	스페인	2		
	독일	3		
	프랑스	2		
	영국	3		
	덴마크	2		
	네덜란드	1		
	스웨덴	1		
유럽	벨기에	1		
	스코틀랜드	1		
	헝가리	1		

대륙	국가	국가별 회장 수	대륙별 회장 수	대륙별 구성비율
	러시아	2		
	오스트리아	1		
	세르비아	1		
중남미	우루과이	1	2	5.7
	브라질	1		
합계			35	100

※ 출처: 국제올림픽위원회 홈페이지(www.olympic.org)

국제경기연맹의 경우 아시아 국가인 대한민국에 태권도, 말레이시아에 배드민턴 본부가 위치한 것을 제외하면 33종목의 본부가 유럽에 소재하고 있다. 국제경기연맹의 본부 소재지는 회장국에 본부를 두는 일부 종목을 제외하고 본부 소재지 이동이 어렵다는 경향성이 있다.

〈표 7-45〉 올림픽 정식 종목 국제경기연맹 본부 소재지

국가	본부 수	종목
스위스	23	조정, 농구, 복싱, 카누, 사이클, 펜싱, 승마, 축구, 체조, 배구, 핸드볼, 하키, 레슬링, 수영, 탁구, 양궁, 아이스하키, 빙상, 스키, 봅슬레이, 스켈레톤, 골프, 유도, 트라이애슬론
영국	3	테니스, 요트, 컬링
헝가리	1	역도
모나코	2	육상, 근대5종
독일	2	루지, 사격
아일랜드	1	럭비
오스트리아	1	바이애슬론
대한민국	1	태권도
말레이시아	1	배드민턴
합계 (9개국)	35	35개 종목

2018년 기준 국제스포츠기구에 진출한 한국인 임원 수는 총 360명이다. 국제대학스포츠연맹에서 3명과 아시아올림픽평의회에서 4명이 감소하였으나, 국제올림픽위원회와 세계도핑방지기구에서 각 1명, 국제경기연맹에서 4명, 아시아경기연맹에서 5명이 증가하여, 2017년 대비 2018년에는 총 4명이 증가하였다.



〈표 7-46〉 각종 국제기구 한국인 위원 현황

(단위 : 명)

국제기구명	연도별 위원 수														
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
국제체육기구	IOC(국제올림픽위원회)	9	6	5	7	5	6	6	6	5	7	7	2	9	10
	ANOC(국제올림픽위원회총연합회)	1	1	1	1	1	-	-	-	1	1	1	1	1	1
	SportAccord(국제경기연맹총연합회)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	AIPS(국제체육기자연맹)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	FISU(국제대학스포츠연맹)	5	6	7	6	6	6	8	8	8	7	8	11	12	9
	OCA(아시아올림픽평의회)	6	6	4	6	6	6	8	9	10	10	18	18	18	14
	EAGA(동아시아올림픽협의회)	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	-	4	4
	GAASF(아시아경기연맹총연합회)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ASPU(아시아체육기자연맹)	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1
	AUSF(아시아대학체육연맹)	-	-	-	-	-	2	2	2	2	2	2	-	1	1
	TAFISA(세계생활체육연맹)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1
	WADA(세계도핑방지기구)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	3
소계	29	26	24	28	26	28	31	31	32	32	41	36	50	45	
경기연맹	국제경기연맹(ISF)	79	86	90	69	97	114	107	105	110	116	123	123	122	126
	아시아경기연맹(AF)	142	146	151	189	170	190	183	205	215	198	195	182	184	189
	소계	221	232	241	258	267	304	290	310	325	314	318	305	306	315
합계	250	258	265	286	293	332	321	341	357	346	359	341	356	360	

※출처: 대한체육회 내부자료(2019)

2018 스포츠산업 백서

집필진

◆ 책임 기획· 편집

- 문화체육관광부
 - 이영열 (체육국장)

◆ 집필진

- 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원 스포츠산업연구실
 - 책임집필: 박선영
 - 검토위원: 유의동, 김상훈, 김민수, 고경진, 신성연
 - 집필보조: 정영민, 김다현
- 외부 집필진
 - 김잔디(오사카대학교), 김지영(한국외국어대학교), 박주호(인디애나 대학교) (가나다 순)
- 자문위원
 - 강현민(고려대학교), 권형일(중앙대학교), 전용배(단국대학교), 주종미(호서대학교) (가나다 순)

◆ 감수

- 문화체육관광부 스포츠산업과
 - 책임감수: 권도연(스포츠산업과장)
 - 감수위원: 이규석, 노한동, 이종호, 이창호, 허영준, 윤아람, 김경진, 윤경인