

2019 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



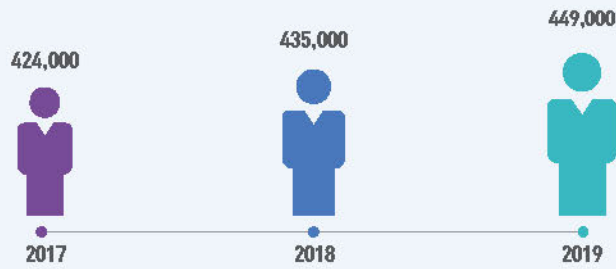
○ 스포츠산업 사업체 수 68page

(단위 : 개사)



○ 스포츠산업 종사자수 74page

(단위 : 명)



○ 스포츠산업 매출(규모) 78page

(단위 : 십억 원)



* 괄호()안 숫자는 조세연계부표권 재원 실적액 반영.

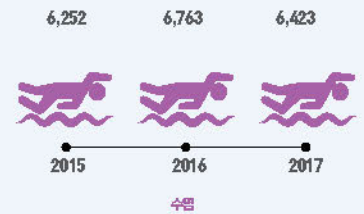
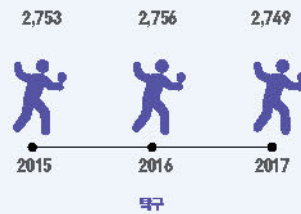
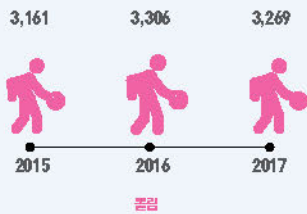
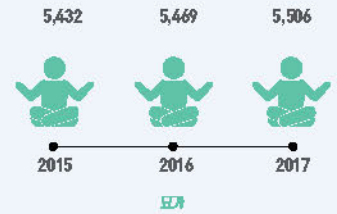
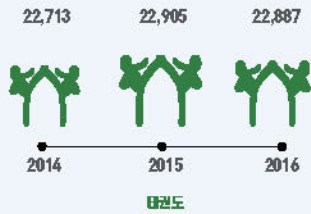
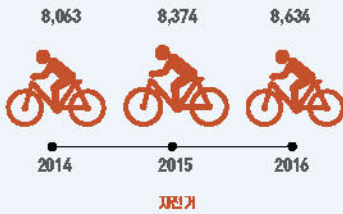
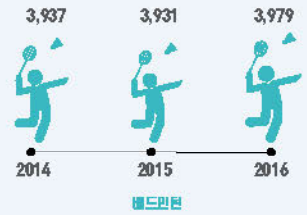
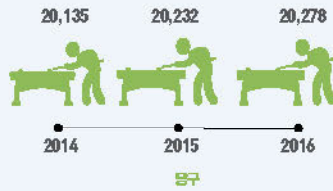
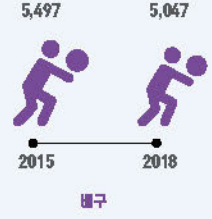
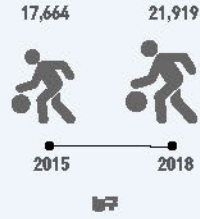
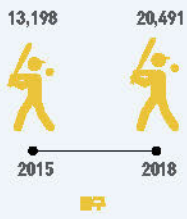
○ 종목별 스포츠산업 사업체 수 86page

(단위 : 개사)



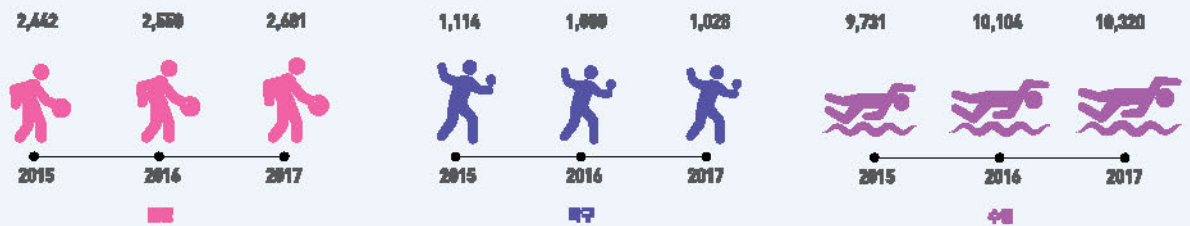
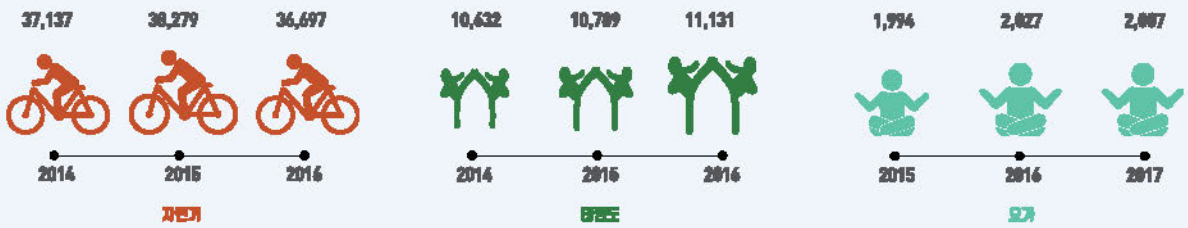
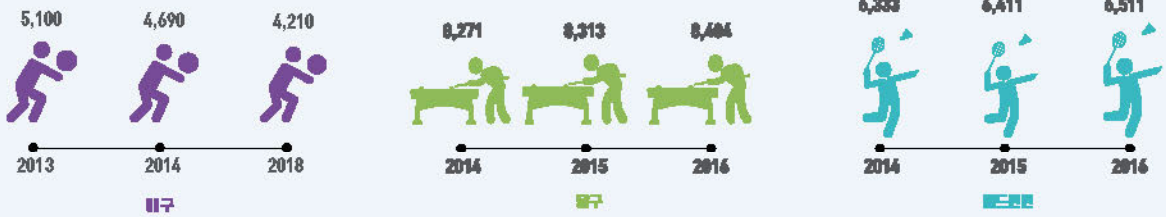
◉ 종목별 스포츠산업 종사자 수 95page

(단위 : 명)



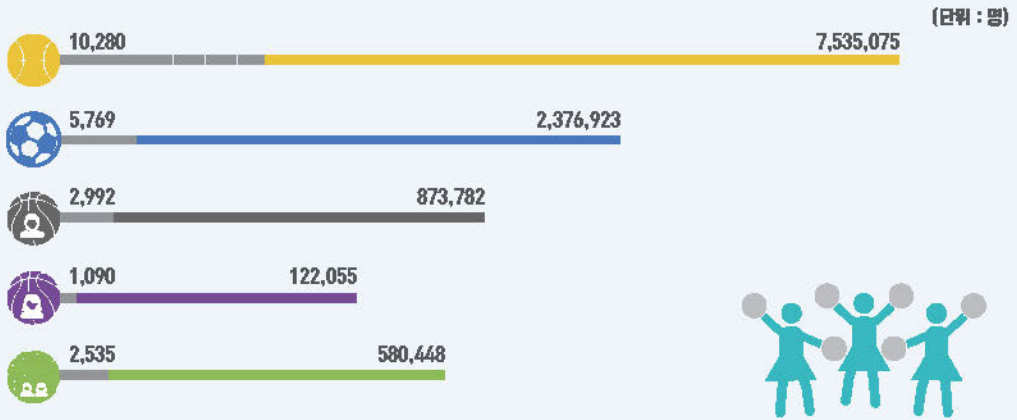
○ 종목별 스포츠산업 매출(규모) 91page

(단위 : 억 원)



직접 관람객수 (2019년 기준) 311page

■ 평균 관람 ■ 총 관람



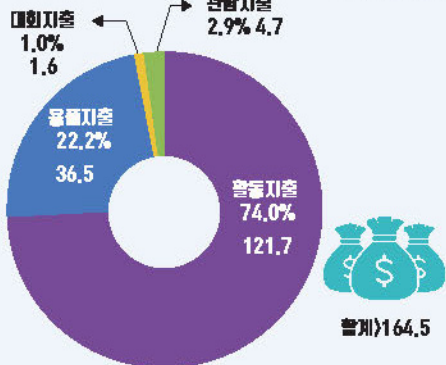
주 1회 이상 규칙적 생활체육활동 참여율 141page

(단위 : %)



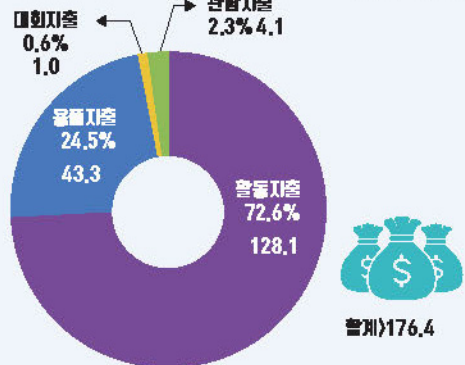
가구별 참여 & 관람 연간 지출 167page

(단위 : %, 만 원)



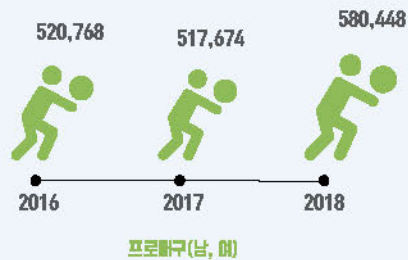
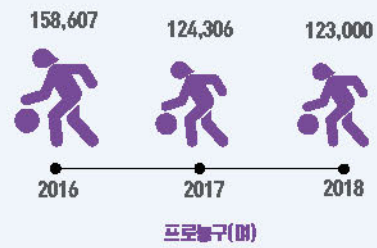
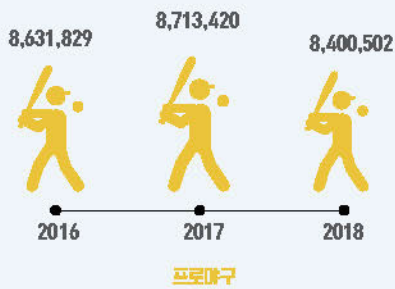
[2017년]

(단위 : %, 만 원)



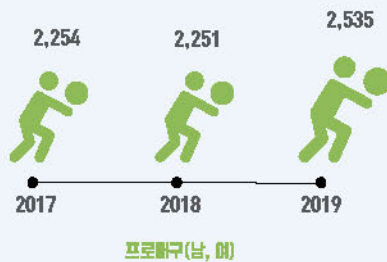
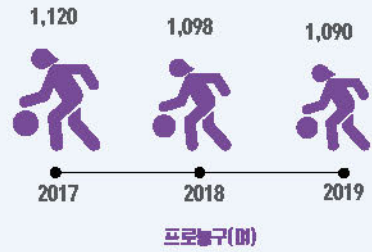
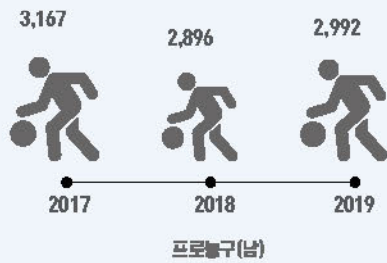
[2019년]

(단위 : 명)

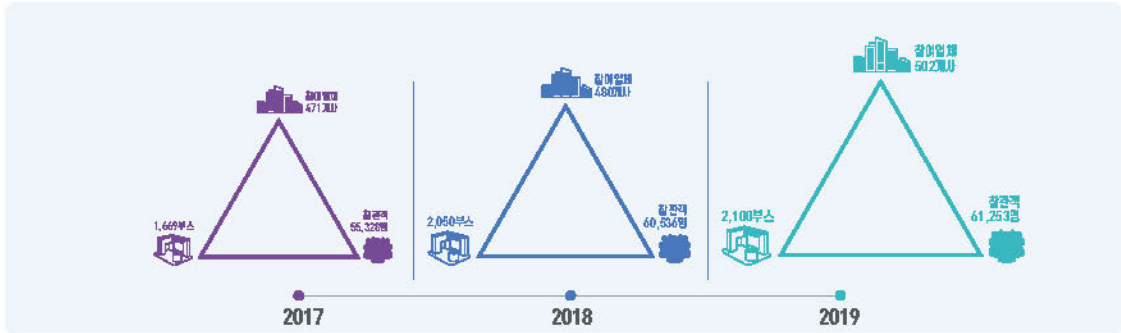


프로스포츠 경기당 평균 관중수 311page

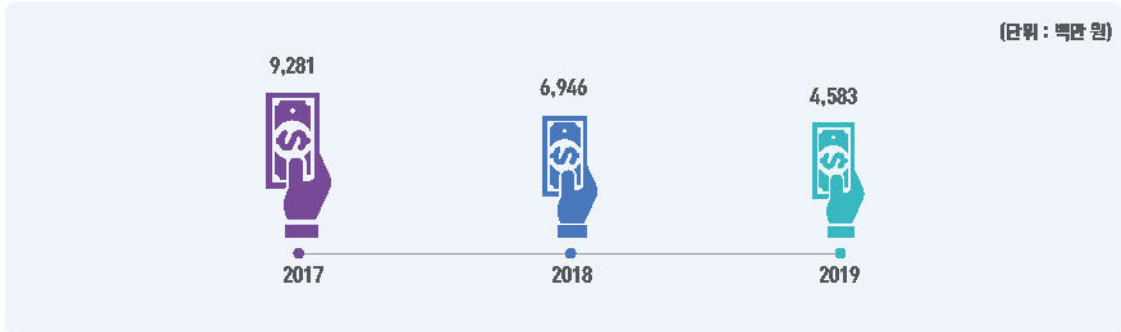
(단위 : 명)



○ 서울국제스포츠박람회 전시 규모 현황(SPOEX) 235page



○ R&D 지원금액 257page

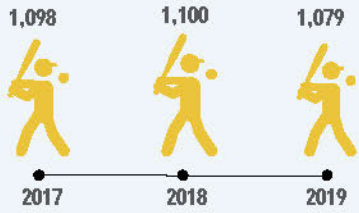


○ 스포츠산업체 자금 융자사업의 추진실적 및 성과 206page



프로스포츠 스폰서 시장규모 316page

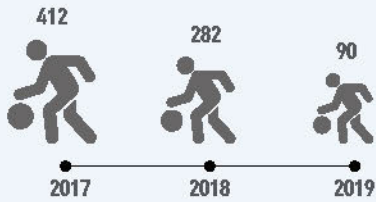
(단위: 억 원)



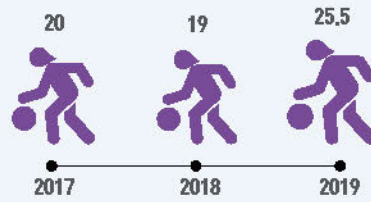
프로야구



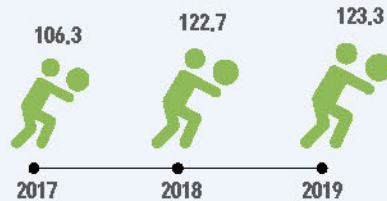
프로축구



프로야구(남)



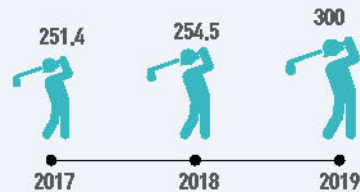
프로축구(여)



프로야구(남, 여)



프로골프(남)

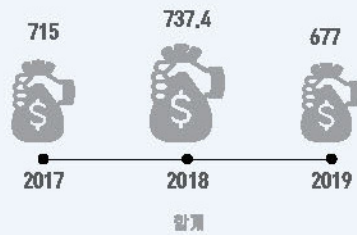
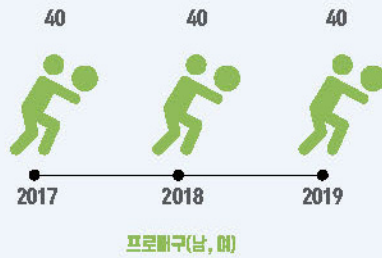
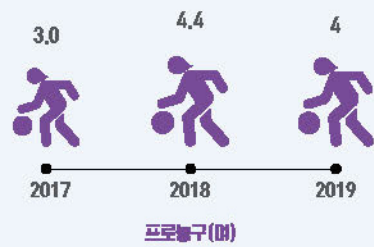
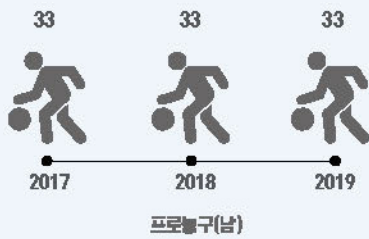
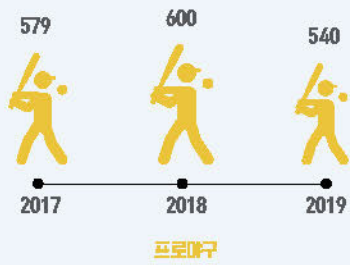


프로골프(여)



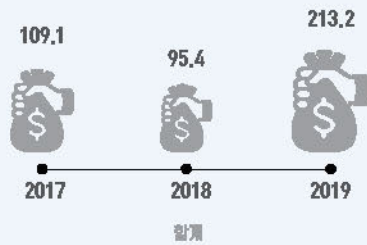
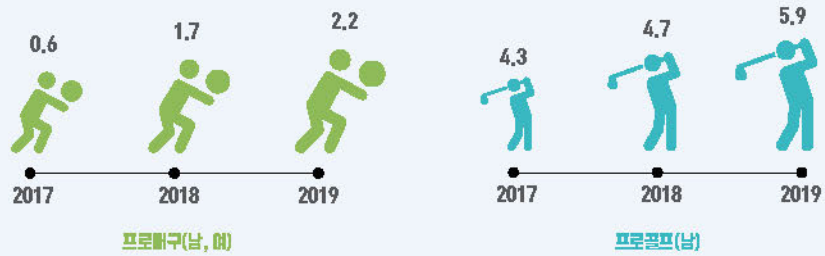
합계

(단위 : 억원)



프로스포츠 매천다매징 시장규모 315page

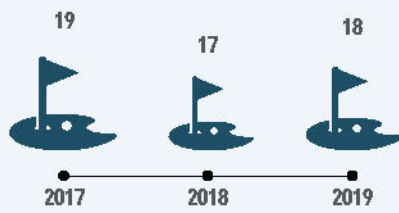
(단위 : 억원)



• KPGA, KLPGA 342, 344page

(단위 : 회, 억 원)

KPGA

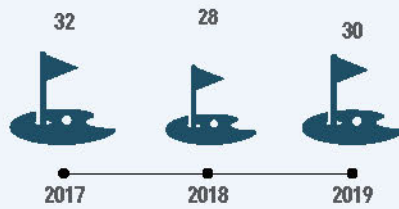


대회 수

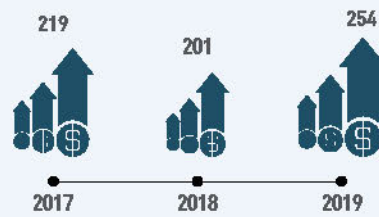


상금규모

KLPGA



대회 수



상금규모

발 간 사

대한민국은 2018년 평창동계올림픽 및 패럴림픽, 2019년 광주세계수영선수권대회를 성공적으로 개최하며 하계올림픽과 동계올림픽, 월드컵, 세계육상선수권대회, 세계수영선수권대회를 비롯한 세계 5대 스포츠 대회를 치른 스포츠 강국으로 발돋움했습니다. 그뿐만 아니라 생활체육 참여 증대와 프로스포츠의 활성화, 경기력 향상, 국제대회 개최까지 스포츠산업의 수요와 공급이 고르게 발전할 수 있는 기반을 마련해 나가고 있습니다.

2020년에는 코로나19의 전 세계적 유행으로 스포츠산업 또한 많이 위축되었습니다. 하지만 국내 프로스포츠는 대부분 국가의 프로스포츠 리그가 막을 올리지 못한 가운데에서도 먼저 개막해, 미국, 유럽을 비롯한 세계 스포츠 팬들에게 텔레비전 중계를 통해 선보일 기회를 얻으며 전화위복을 맞이하기도 했습니다. 전문가와 긴밀하게 협력한 선제적인 코로나19 대응방안과 경기 운영 지침도 선보여 세계 주요 리그들과 공유하고, 사회적 거리두기로 인한 관중 제한 속에서도 다양한 돌파구를 찾으며 대한민국 스포츠의 깊은 저력을 확인할 수 있게 했습니다.

최근 들어 비대면 환경이 지속됨에 따라 스포츠의 저변을 확대하고 산업적 토대를 다지기 위한 노력들은 스포츠산업의 디지털 전환과 기술적 발전의 가속화로 이어지고 있습니다. 대한민국 스포츠산업은 제3차 스포츠산업 중장기 발전계획(2019-2023)을 토대로 사물인터넷과 인공지능, 가상현실, 증강현실을 비롯한 새로운 기술을 적극 활용하고 여러 분야와 끊임없이 접목해 4차 산업혁명시대를 대비한 혁신의 힘을 키우고 있습니다.

2018년 ‘2030 스포츠비전’에서 발표했던 바와 같이 더욱 많은 사람들이 가까운 곳에서 스포츠를 즐기며 건강한 삶을 누리도록 하는 노력도 멈추지 않았습니다. 문화체육관광부는 생애주기별 생활체육이 활성화할 수 있도록 연령별, 계층별 맞춤형 프로그램 운영을 운영하며 스포츠산업의 수요가 되는 생활체육 인구의 증가에도 힘쓰고 있습니다.



올해로 여섯 번째를 맞이한 ‘스포츠산업백서’는 매년 국내 스포츠산업의 현황과 정책을 망라하고 국내외 쟁점을 다루며 스포츠산업에 관한 유용한 정보를 축적해 나가고 있습니다. 이를 통해 스포츠산업의 지난 한 해를 돌아보는 것은 물론 앞으로의 발전을 위해 나아가야 할 방향과 가져야 할 시각을 찾아볼 수 있기를 바랍니다.

‘2019 스포츠산업백서’의 발간을 위해 애써주시고 협조해주신 모든 분들께 깊은 감사의 인사를 드리며, 이 백서가 대한민국 스포츠산업의 성장을 확인하고 미래를 준비하는 귀중한 자료로서 두루 활용되기를 기대합니다.

2020. 12.

문화체육관광부 장관 **박 양 우**

CONTENTS

| | |
|--------------------------------|-----------|
| 제1장 스포츠산업 개관 | 2 |
| 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 | 33 |
| 3. 2019 스포츠산업 이슈 | 43 |
| 1) 스포츠산업 환경의 변화 | 43 |
| 2) 기술 변화와 스포츠 | 50 |
| 3) 2019 광주 세계수영선수권 대회와 레거시 | 53 |
| 4) 스포츠 미디어업 생태계 변화와 1인 미디어의 성장 | 59 |
| 5) 스포츠산업과 스마트 헬스케어 | 62 |
| 제2장 스포츠산업 공급 현황 | 68 |
| 1. 스포츠 사업체 현황 | 68 |
| 1) 산업부분별 스포츠산업 사업체 수 | 68 |
| 2) 종사자별 스포츠산업 사업체 수 | 71 |
| 2. 스포츠산업 종사자 및 고용 현황 | 74 |
| 1) 부문별 종사자 현황 | 74 |
| 3. 스포츠산업 매출 및 실적 | 78 |
| 1) 매출 현황 | 78 |
| 2) 국내 스포츠산업 사업 실적 | 82 |
| 3) 스포츠산업 부문별 사업 실적 | 84 |



| | |
|------------------------|------------|
| 4. 종목별 스포츠산업 현황 | 86 |
| 1) 사업체 수 | 86 |
| 2) 매출액 | 91 |
| 3) 종사자 수 | 95 |
| 5. 스포츠시설업 현황 | 100 |
| 1) 체육시설업 총괄 | 100 |
| 2) 업종별 현황 | 101 |
| 제3장 스포츠산업 수요 현황 | 114 |
| 제1절 관람스포츠 | 114 |
| 1. 직접 관람 현황 | 114 |
| 1) 프로야구 | 114 |
| 2) 프로축구 | 119 |
| 3) 프로농구 | 124 |
| 4) 프로배구 | 130 |
| 5) 경주스포츠 | 135 |
| 2. 간접 관람 현황 | 136 |
| 1) 프로야구 | 136 |
| 2) 프로축구 | 137 |
| 3) 프로농구 | 138 |
| 4) 프로배구 | 139 |
| 제2절 참여스포츠 | 141 |
| 1. 생활체육 참여 실태 | 141 |
| 1) 생활체육 참여현황 | 141 |
| 2) 생활체육 소비지출 현황 | 145 |

| | |
|-----------------------------------|------------|
| 2. 4대 종목 수요조사 결과 | 153 |
| 1) 야구 | 153 |
| 2) 축구 | 156 |
| 3) 농구 | 160 |
| 4) 배구 | 163 |
| 제3절 스포츠산업 가계지출 가구별 조사 결과 | 167 |
| 1. 가구별 스포츠 소비지출 | 167 |
| 1) 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균) | 167 |
| 2) 지출항목별 연간 활동 지출 | 171 |
| 2. 참여스포츠 연간 활동지출 | 175 |
| 3. 연간 대회참가 지출 | 179 |
| 4. 관람스포츠 연간 직접 관람 경비 | 183 |
| 제4장 스포츠산업 정책 | 188 |
| 1. 스포츠산업 정책의 변천 | 188 |
| 2. 스포츠산업 경쟁력 강화 지원 | 190 |
| 1) 스포츠용품 시험 및 인증 사업 | 190 |
| 2) 스포츠산업융자 사업 | 196 |
| 3) 스포츠산업 모태펀드 조성사업 | 207 |
| 4) 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업 | 213 |
| 5) 스포츠산업 일자리 지원 사업 | 217 |
| 6) 스포츠산업 선도기업 육성 사업 | 226 |
| 3. 스포츠산업 신시장 개척지원 | 230 |
| 1) 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원 사업 | 230 |
| 2) 지역 융·복합 스포츠산업 기반 확충 사업 | 240 |



| | |
|--------------------------------|------------|
| 4. 스포츠산업 기반기술 강화 | 255 |
| 1) 스포츠산업기술 개발 및 서비스 사업화 | 255 |
| 5. 스포츠산업 전문 인력 양성 사업 | 262 |
| 1) 스포츠산업 융합분야 CEO 아카데미 지원 사업 | 262 |
| 2) 스포츠산업 전문 인력 양성 지원 사업 | 266 |
| 3) 스포츠산업분야 인턴십 지원 사업 | 271 |
| 4) 스포츠산업 채용박람회(JOB FAIR) 개최 사업 | 278 |
| 6. 스포츠산업 기반 조성 | 281 |
| 1) 스포츠산업 인프라 구축 사업 | 281 |
| 2) 스포츠산업 정보 제공 및 저변 확대 | 291 |
| 제5장 프로스포츠 | 306 |
| 1. 프로스포츠 전개와 발전 | 306 |
| 1) 프로스포츠 역사 | 306 |
| 2) 프로스포츠 산업화 | 307 |
| 3) 프로스포츠 글로벌화 | 308 |
| 2. 프로스포츠 산업 | 310 |
| 1) 프로스포츠 관람객 | 310 |
| 2) 국내 프로스포츠 환경 및 운영구조 | 312 |
| 3) 국내 프로스포츠 시장규모 및 경제적 가치 | 313 |
| 3. 종목별 프로스포츠 산업 | 317 |
| 1) 프로야구 | 317 |
| 2) 프로축구 | 323 |
| 3) 프로농구 | 330 |
| 4) 프로배구 | 337 |
| 5) 프로골프 | 342 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 4. 프로스포츠 산업화를 위한 제도개혁 | 346 |
| 1) 프로스포츠 경기장 임대구조 | 346 |
| 2) 프로스포츠 에이전트 제도 | 347 |
| 3) 국내·외 에이전트 제도 현황 | 349 |
| 4) 스포츠 에이전트 제도 도입에 따른 기대효과 | 355 |

제6장 스포츠산업 관련 법제 360

| | |
|------------------------------|-----|
| 1. 개관 | 360 |
| 2. 스포츠산업 관련 법제 현황 | 361 |
| 1) 문화체육관광부 소관 법령 | 361 |
| 2) 문화체육관광부 행정규칙(훈령·예규·고시·공시) | 373 |
| 3) 스포츠산업 유관법령 | 374 |

부록. 스포츠산업 관련 국내외 기관 단체 현황 382

| | |
|---------------------------|-----|
| 1. 스포츠산업 관련 국내 기관 및 단체 현황 | 382 |
| 1) 문화체육관광부 | 382 |
| 2) 지방자치단체 체육조직 | 387 |
| 3) 체육단체 | 415 |
| 2. 스포츠산업 관련 국외기관 현황 | 458 |



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 1-7〉 스마트 헬스케어 산업 분류체계 | 63 |
| 〈표 2-1〉 '17~'19년 세세분류별 스포츠산업 모집단 사업체 수 | 68 |
| 〈표 2-2〉 '19년 지역별 사업종류별 스포츠산업 사업체 수 | 71 |
| 〈표 2-3〉 '17~'19년 종사자 수별 사업체 수 | 72 |
| 〈표 2-4〉 '17~'19년 종사자 수별 각 스포츠산업 분야 사업체 수 | 72 |
| 〈표 2-5〉 '19년 지역별 사업종류별 매출액 | 73 |
| 〈표 2-6〉 '17~'19년 사업종류별 종사자 수 | 74 |
| 〈표 2-7〉 '17~'19년 스포츠산업 세세분류별 종사자 수 | 74 |
| 〈표 2-8〉 '17~'19년 조직형태별 종사자 수 | 76 |
| 〈표 2-9〉 '19년 지역별 사업종류별 종사자 수 | 77 |
| 〈표 2-10〉 '17~'19년 스포츠산업 산업분류별 매출액 | 78 |
| 〈표 2-11〉 '17~'19년 사업종류별 매출액 | 80 |
| 〈표 2-12〉 '17~'19년 조직형태별 매출액 | 81 |
| 〈표 2-13〉 '17~'19년 종사자 규모별 매출액 | 81 |
| 〈표 2-14〉 '09~'19년 스포츠산업 사업실적 | 82 |
| 〈표 2-15〉 '18~'19년 20개 중분류별 실적 현황 | 83 |
| 〈표 2-16〉 '17~'19년 사업종류별 내수·수출실적 | 84 |
| 〈표 2-17〉 '17~'19년 스포츠용품업 상품별 구성비 | 84 |
| 〈표 2-18〉 '17~'19년 스포츠시설업 연간 영업개월 수 및 이용 인원 | 85 |
| 〈표 2-19〉 '17~'19년 스포츠서비스업 고객유형별 매출액 비중 | 85 |
| 〈표 2-20〉 2015년 종목별 스포츠산업 사업종류별 사업체 수 | 86 |
| 〈표 2-21〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 사업체 수 | 86 |
| 〈표 2-22〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 사업체 수 | 87 |

| | |
|---|-----|
| 〈표 2-23〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 사업체 수 | 87 |
| 〈표 2-24〉 '15년 중분류별 종목별 스포츠산업 사업체 수 현황 | 87 |
| 〈표 2-25〉 '16년 중분류별 종목별 생활스포츠산업 사업체 수 현황 | 88 |
| 〈표 2-26〉 '17년 중분류별 종목별 생활스포츠산업 사업체 수 현황 | 89 |
| 〈표 2-27〉 '18년 중분류별 종목별 생활스포츠산업 사업체 수 현황 | 89 |
| 〈표 2-28〉 '15년 종목별 스포츠산업 종사자 수별 사업체 수 | 90 |
| 〈표 2-29〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 종사자 수별 사업체 수 | 90 |
| 〈표 2-30〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 종사자 수별 사업체 수 | 90 |
| 〈표 2-31〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 종사자 수별 사업체 수 | 91 |
| 〈표 2-32〉 '15년 종목별 스포츠산업 사업종류별 매출액 | 91 |
| 〈표 2-33〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 매출액 | 92 |
| 〈표 2-34〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 매출액 | 92 |
| 〈표 2-35〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 매출액 | 92 |
| 〈표 2-36〉 '15년 종목별 스포츠산업 분류별 매출액(중분류별) | 93 |
| 〈표 2-37〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 분류별 매출액(중분류별) | 94 |
| 〈표 2-38〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 분류별 매출액(중분류별) | 94 |
| 〈표 2-39〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 분류별 매출액(중분류별) | 95 |
| 〈표 2-40〉 '15년 종목별 스포츠산업 사업종류별 종사자 수 | 95 |
| 〈표 2-41〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 종사자 수 | 96 |
| 〈표 2-42〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 종사자 수 | 96 |
| 〈표 2-43〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 종사자 수 | 97 |
| 〈표 2-44〉 '15년 종목별 스포츠산업 산업분류별 종사자 수(중분류별) | 97 |
| 〈표 2-45〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 산업분류별 종사자 수(중분류별) | 98 |
| 〈표 2-46〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 산업분류별 종사자 수(중분류별) | 98 |
| 〈표 2-47〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 산업분류별 종사자 수(중분류별) | 99 |
| 〈표 2-48〉 '19년 시·도별 체육시설 총괄 | 100 |
| 〈표 2-49〉 '19년 전국 등록체육시설업 | 101 |
| 〈표 2-50〉 '19년 전국 시·도별 골프장 현황 | 101 |
| 〈표 2-51〉 '19년 전국 스키장 현황 | 102 |
| 〈표 2-52〉 '19년 전국 자동차 경주장 현황 | 103 |



| | |
|------------------------------------|-----|
| 〈표 2-53〉 '19년 전국 신고체육시설 현황 | 103 |
| 〈표 2-54〉 '19년 전국 요트장 현황 | 104 |
| 〈표 2-55〉 '19년 전국 빙상장 현황 | 105 |
| 〈표 2-56〉 '19년 전국 카누장 현황 | 105 |
| 〈표 2-57〉 '19년 전국 승마장 현황 | 106 |
| 〈표 2-58〉 '19년 전국 종합체육시설 현황 | 106 |
| 〈표 2-59〉 '19년 전국 수영장 현황 | 107 |
| 〈표 2-60〉 '19년 전국 체육도장 현황 | 108 |
| 〈표 2-61〉 '19년 전국 골프연습장 현황 | 109 |
| 〈표 2-62〉 '19년 체력단련장 현황 | 110 |
| 〈표 2-63〉 '19년 전국 당구장 현황 | 110 |
| 〈표 2-64〉 '19년 전국 썰매장 현황 | 111 |
| 〈표 2-65〉 '19년 전국 무도장 현황 | 111 |
| 〈표 2-66〉 '19년 전국 무도학원 현황 | 112 |
| 〈표 3-1〉 프로야구 관중 수 현황 | 114 |
| 〈표 3-2〉 프로야구 정규시즌 경기 수 및 평균관중 수 | 115 |
| 〈표 3-3〉 프로야구 경기장 수용규모 및 좌석점유율 | 117 |
| 〈표 3-4〉 '18년 기준 프로야구 홈경기 직접 관람 횟수 | 118 |
| 〈표 3-5〉 '18년 기준 프로야구 한 시즌 상품 구매비용 | 118 |
| 〈표 3-6〉 프로야구 1회 관람 시 1인당 예상 지출 비용 | 118 |
| 〈표 3-7〉 프로축구 관중 수 현황 | 119 |
| 〈표 3-8〉 프로축구 경기 수 및 평균관중 수 | 120 |
| 〈표 3-9〉 프로축구 경기장 수용규모 및 좌석점유율 | 122 |
| 〈표 3-10〉 '18년 기준 프로축구 직접 관람 횟수 | 123 |
| 〈표 3-11〉 '18년 기준 프로축구 한 시즌 상품 구매비용 | 123 |
| 〈표 3-12〉 프로축구 1회 관람 시 1인당 예상 지출 비용 | 124 |
| 〈표 3-13〉 프로농구 관중 수 현황 | 125 |
| 〈표 3-14〉 프로농구 경기 수 및 평균관중 수 | 126 |
| 〈표 3-15〉 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율 | 127 |

| | |
|--|-----|
| 〈표 3-16〉 '18년 기준 남자 프로농구 경기 직접 관람 횟수 | 129 |
| 〈표 3-17〉 '18년 기준 여자 프로농구 경기 직접 관람 횟수 | 129 |
| 〈표 3-18〉 '18년 기준 프로농구 한 시즌 상품 구매 비용 | 130 |
| 〈표 3-19〉 프로농구 1회 관람 시 1인당 예상 지출 비용 | 130 |
| 〈표 3-20〉 프로배구 관중 수 현황 | 131 |
| 〈표 3-21〉 프로배구 경기 수 및 평균관중 수 | 132 |
| 〈표 3-22〉 프로배구 경기장 수용규모 및 좌석 점유율 | 133 |
| 〈표 3-23〉 '18년 기준 남자 프로배구 경기 직접 관람 횟수 | 134 |
| 〈표 3-24〉 '18년 기준 여자 프로배구 경기 직접 관람 횟수 | 134 |
| 〈표 3-25〉 '18년 기준 프로배구 한 시즌 상품 구매 비용 | 134 |
| 〈표 3-26〉 프로배구 1회 관람 시 1인당 예상 지출 비용 | 135 |
| 〈표 3-27〉 경주스포츠업 주요업종 이용자 수 | 135 |
| 〈표 3-28〉 '18년 기준 프로야구 경기 생중계 및 하이라이트 시청 여부 | 136 |
| 〈표 3-29〉 '18년 기준 프로야구 경기 생중계 주 시청 기기 | 136 |
| 〈표 3-30〉 '18년 기준 프로야구 경기 하이라이트 주 시청 기기 | 136 |
| 〈표 3-31〉 '18년 기준 프로축구 경기 생중계 및 하이라이트 시청 여부 | 137 |
| 〈표 3-32〉 '18년 기준 프로축구 경기 생중계 주 시청 기기 | 137 |
| 〈표 3-33〉 '18년 기준 프로축구 경기 하이라이트 주 시청 기기 | 137 |
| 〈표 3-34〉 '18년 기준 프로농구 경기 생중계 및 하이라이트 시청 여부 | 138 |
| 〈표 3-35〉 '18년 기준 프로농구 경기 생중계 주 시청 기기 | 138 |
| 〈표 3-36〉 '18년 기준 프로농구 경기 하이라이트 주 시청 기기 | 139 |
| 〈표 3-37〉 '18년 기준 프로배구 경기 생중계 및 하이라이트 시청 여부 | 139 |
| 〈표 3-38〉 '18년 기준 프로배구 경기 생중계 주 시청 기기 | 140 |
| 〈표 3-39〉 '18년 기준 프로배구 경기 하이라이트 주 시청 기기 | 140 |
| 〈표 3-40〉 규칙적 체육활동 참여여부 및 빈도 연도별 비교 | 141 |
| 〈표 3-41〉 주 1회 이상 규칙적 생활체육활동 참여율 변화 | 141 |
| 〈표 3-42〉 연령별 주 2-3회 이상 규칙적 체육활동 참여율 연도별 비교 | 142 |
| 〈표 3-43〉 참여종목 연도별 비교표 | 143 |
| 〈표 3-44〉 1회 평균 체육활동 참여시간 연도별 비교 | 143 |
| 〈표 3-45〉 체육활동 평균 참여 기간 연도별 비교 | 144 |



| | |
|---|-----|
| 〈표 3-46〉 주로 참여하는 체육활동 이용시설 | 144 |
| 〈표 3-47〉 전국 골프장 이용객 현황 | 145 |
| 〈표 3-48〉 월 평균 체육활동 경비에 대한 연도별 비교 | 146 |
| 〈표 3-49〉 월 평균 체육활동 경비 | 146 |
| 〈표 3-50〉 스포츠용품 구입 종류(복수응답) | 148 |
| 〈표 3-51〉 스포츠용품 구입비용 | 149 |
| 〈표 3-52〉 체육동호회조직 가입 여부 | 150 |
| 〈표 3-53〉 체육동호회 조직 가입 종목(상위 10개 종목) | 151 |
| 〈표 3-54〉 야구 참여 기간 | 153 |
| 〈표 3-55〉 야구 참여 빈도 | 153 |
| 〈표 3-56〉 야구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료) | 154 |
| 〈표 3-57〉 야구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비) | 154 |
| 〈표 3-58〉 야구 용품 소비지출 | 155 |
| 〈표 3-59〉 야구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출 | 155 |
| 〈표 3-60〉 야구 연간 대회참가 소비지출 | 156 |
| 〈표 3-61〉 축구 참여 기간 | 156 |
| 〈표 3-62〉 축구 참여 빈도 | 157 |
| 〈표 3-63〉 축구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료) | 157 |
| 〈표 3-64〉 축구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비) | 158 |
| 〈표 3-65〉 축구 용품 소비지출 | 158 |
| 〈표 3-66〉 축구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출 | 159 |
| 〈표 3-67〉 축구 연간 대회참가 소비지출 | 159 |
| 〈표 3-68〉 농구 참여 기간 | 160 |
| 〈표 3-69〉 농구 참여 빈도 | 160 |
| 〈표 3-70〉 농구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료) | 161 |
| 〈표 3-71〉 농구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비) | 161 |
| 〈표 3-72〉 농구 용품 소비지출 | 162 |
| 〈표 3-73〉 농구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출 | 162 |
| 〈표 3-74〉 농구 연간 대회참가 소비지출 | 163 |
| 〈표 3-75〉 배구 참여 기간 | 163 |

| | |
|---|-----|
| 〈표 3-76〉 배구 참여 빈도 | 164 |
| 〈표 3-77〉 배구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료) | 164 |
| 〈표 3-78〉 배구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비) | 165 |
| 〈표 3-79〉 배구 용품 소비지출 | 165 |
| 〈표 3-80〉 배구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출 | 166 |
| 〈표 3-81〉 배구 연간 대회참가 소비지출 | 166 |
| 〈표 3-82〉 2015년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균) | 168 |
| 〈표 3-83〉 2017년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균) | 169 |
| 〈표 3-84〉 2019년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균) | 170 |
| 〈표 3-85〉 2015년 지출항목별 연간 활동 지출 | 172 |
| 〈표 3-86〉 2017년 지출항목별 연간 활동 지출 | 173 |
| 〈표 3-87〉 2019년 지출항목별 연간 활동 지출 | 174 |
| 〈표 3-88〉 2015년 참여스포츠 연간 활동 지출 | 176 |
| 〈표 3-89〉 2017년 참여스포츠 연간 활동 지출 | 177 |
| 〈표 3-90〉 2019년 참여스포츠 연간 활동 지출 | 178 |
| 〈표 3-91〉 2015년 연간 대회참가 경비지출 | 180 |
| 〈표 3-92〉 2017년 연간 대회참가 경비지출 | 181 |
| 〈표 3-93〉 2019년 연간 대회참가 경비지출 | 182 |
| 〈표 3-94〉 2015년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비 | 184 |
| 〈표 3-95〉 2017년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비 | 185 |
| 〈표 3-96〉 2019년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비 | 186 |
| 〈표 4-1〉 FTA 추진 현황 | 190 |
| 〈표 4-2〉 '19년 스포츠용품 시험 및 인증사업의 구성 | 191 |
| 〈표 4-3〉 스포츠 인증 제도를 위한 투자현황 | 192 |
| 〈표 4-4〉 '19년 KISS 품질인증 실적 | 192 |
| 〈표 4-5〉 '19년 인증 시험·검사장비 현황 | 194 |
| 〈표 4-6〉 스포츠용품 시험 및 인증현황 | 195 |
| 〈표 4-7〉 '19년 스포츠용품 시험 및 인증 사업의 추진실적 | 195 |
| 〈표 4-8〉 '19년 스포츠용품 해외인증 지원현황 | 196 |



| | |
|--|-----|
| 〈표 4-9〉 국내 스포츠산업체들의 자금지원에 대한 수요(전체 100%) | 197 |
| 〈표 4-10〉 '19년 용자집행현황 | 197 |
| 〈표 4-11〉 '19년 스포츠용품 우수체육용구 생산업체 | 198 |
| 〈표 4-12〉 '19년 우수체육용구 생산업체 기금용자 기준 | 203 |
| 〈표 4-13〉 체육시설업체 기금용자 | 204 |
| 〈표 4-14〉 '19년 스포츠 서비스업체 기금용자 기준 | 205 |
| 〈표 4-15〉 '19년 스포츠 서비스 업종별 세부조건 | 205 |
| 〈표 4-16〉 스포츠산업체 자금 용자사업 현황 | 206 |
| 〈표 4-17〉 대중제 전환 골프장 사업예산 | 206 |
| 〈표 4-18〉 '19년 용자 신청금액, 결정금액, 집행금액 현황 | 206 |
| 〈표 4-19〉 '19년 국민체육진흥기금 스포츠산업 용자 현황 | 207 |
| 〈표 4-20〉 스포츠산업체 설립연도 비율 | 207 |
| 〈표 4-21〉 스포츠산업 육성발전 장애요인 | 208 |
| 〈표 4-22〉 '19년 스포츠산업분야 모태펀드 출자규모 및 출자자 선정기준 | 209 |
| 〈표 4-23〉 '19년 출자자 우대선정기준 | 209 |
| 〈표 4-24〉 '19년 모태펀드 출자사업 공통 출자 주요조건 | 210 |
| 〈표 4-25〉 스포츠계정 모태조합 운용 중 조합 현황 | 211 |
| 〈표 4-26〉 조합원 연도별 출자내역 | 212 |
| 〈표 4-27〉 '19년 모태펀드 자펀드 누적 결성액 및 투자실적 | 212 |
| 〈표 4-28〉 모태펀드 스포츠계정 출자 및 결성현황 | 213 |
| 〈표 4-29〉 '19년 조직형태별 사업체 수 | 214 |
| 〈표 4-30〉 스포츠용품업 무역수지 현황(품목코드 9506) | 215 |
| 〈표 4-31〉 '19년 스포츠기업 비즈니스 지원 사업 지원 사업체 및 내용 | 215 |
| 〈표 4-32〉 '19년 스포츠기업 비즈니스 지원 사업 최종 선정기업 | 215 |
| 〈표 4-33〉 중소 스포츠기업 비즈니스 지원사업체 선정실적 | 216 |
| 〈표 4-34〉 중소스포츠기업 비즈니스 지원 실적 경제적 효과 | 216 |
| 〈표 4-35〉 지원 기업 실적 비경제적효과 | 217 |
| 〈표 4-36〉 중소스포츠기업 비즈니스 지원사업 성과 | 217 |
| 〈표 4-37〉 스포츠산업체 전문 인력에 대한 필요성 | 218 |
| 〈표 4-38〉 일자리 상담실과 일자리 정보 시스템(잡스포이즈) 운영 실적 | 220 |

| | |
|---|-----|
| 〈표 4-39〉 '19년 스포츠산업 일자리지원센터 홍보실적 | 220 |
| 〈표 4-40〉 통계청 고용동향조사 결과 | 220 |
| 〈표 4-41〉 중앙창업 거점센터와 지역창업 거점센터의 사업내용 | 221 |
| 〈표 4-42〉 '19년 스포츠산업 창업지원센터 | 222 |
| 〈표 4-43〉 '19년 스포츠산업 창업지원센터 운영사업 추진과정(창업활성화 사업 운영현황) | 222 |
| 〈표 4-44〉 스포츠산업 창업지원센터 운영 실적 | 223 |
| 〈표 4-45〉 2019년 스포츠산업 창업보육 운영 | 223 |
| 〈표 4-46〉 2019년 스포츠산업 창업보육실적 | 224 |
| 〈표 4-47〉 '19년 액셀러레이터 사업규모 | 224 |
| 〈표 4-48〉 '19년 액셀러레이터 지원사업의 운영 및 추진과정 | 225 |
| 〈표 4-49〉 '19년 액셀러레이터 실적 및 현황 | 226 |
| 〈표 4-50〉 스포츠산업 액셀러레이터 보육성과('18-'19년 비교) | 226 |
| 〈표 4-51〉 '19년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 일정 및 추진절차(1차 사업-계속 지원) | 227 |
| 〈표 4-52〉 '19년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 일정 및 추진절차(2차 사업-신규 지원) | 227 |
| 〈표 4-53〉 '19년 선도기업 육성 사업 운영 및 추진과정 | 228 |
| 〈표 4-54〉 '19년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업 및 과업수(선도기업 1기) | 229 |
| 〈표 4-55〉 '19년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업 및 과업수(선도기업 2기) | 230 |
| 〈표 4-56〉 스포츠산업 전체 요약 | 230 |
| 〈표 4-57〉 대외경쟁력 강화부문 산업체 수요조사 | 231 |
| 〈표 4-58〉 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원사업의 추진과정 | 232 |
| 〈표 4-59〉 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원 사업 세부사업 간 우대 프로그램 | 233 |
| 〈표 4-60〉 해외시장 진출기업 대상 글로벌화 전략수립 및 마케팅활동 지원 | 234 |
| 〈표 4-61〉 서울국제스포츠박람회 전시규모 현황 | 235 |
| 〈표 4-62〉 서울국제스포츠레저산업전 품목별 참가비용 | 235 |
| 〈표 4-63〉 서울국제스포츠박람회 대륙별 참가객 현황 | 235 |
| 〈표 4-64〉 SPOEX 2019 해외 빅바이어 수출상담회 참가바이어 | 236 |
| 〈표 4-65〉 SPOEX 2019 해외 빅바이어 수출상담회 상담실적(총괄) | 237 |
| 〈표 4-66〉 '19년 SPOEX FALL 지역수출상담회 현황 | 238 |
| 〈표 4-67〉 '19년 SPOEX FALL 지역수출상담회 국내기업 품목별 참가 현황 | 238 |
| 〈표 4-68〉 SPOEX FALL 지역수출상담회 실적 | 238 |



| | |
|---|-----|
| 〈표 4-69〉 '19년 글로벌화 지원 사업 지원 | 239 |
| 〈표 4-70〉 '19년 글로벌화 지원 사업 지원실적 | 239 |
| 〈표 4-71〉 스포츠산업 글로벌화 지원 사업 수혜기업 만족도 | 239 |
| 〈표 4-72〉 해외전시 참가 지원 사업 참가개요 | 239 |
| 〈표 4-73〉 '19년 해외전시 참가 지원 사업 참가실적 | 240 |
| 〈표 4-74〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 기관 추진 사업 내용(대전) | 241 |
| 〈표 4-75〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 기관 추진 사업 내용(부산) | 241 |
| 〈표 4-76〉 (대전)지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 추진과정 | 242 |
| 〈표 4-77〉 (부산)지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 추진과정 | 243 |
| 〈표 4-78〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 연차별 중점육성방향(대전) | 244 |
| 〈표 4-79〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 연차별 중점육성방향(부산) | 245 |
| 〈표 4-80〉 '19년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 거점조성 분야 실적(대전) | 245 |
| 〈표 4-81〉 '19년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 거점조성 분야 실적(부산) | 245 |
| 〈표 4-82〉 '19년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기업지원 분야 실적(대전) | 245 |
| 〈표 4-83〉 '19년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기업지원 분야 실적(부산) | 246 |
| 〈표 4-84〉 '19년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기반조성 분야 실적(대전) | 247 |
| 〈표 4-85〉 '19년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기반조성 분야 실적(부산) | 247 |
| 〈표 4-86〉 '19년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 성과확산 분야 실적(대전) | 248 |
| 〈표 4-87〉 '19년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 성과확산 분야 실적(부산) | 248 |
| 〈표 4-88〉 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업 추진과정 | 249 |
| 〈표 4-89〉 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업 성과 | 251 |
| 〈표 4-90〉 '19년 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업의 성과 | 251 |
| 〈표 4-91〉 스포노믹스 육성 사업 추진과정 | 252 |
| 〈표 4-92〉 스포노믹스 육성 사업의 성과 | 254 |
| 〈표 4-93〉 스포츠산업기술 연구개발지원사업 예산현황 | 255 |
| 〈표 4-94〉 부처별 연구·개발사업 예산 현황 | 256 |
| 〈표 4-95〉 스포츠산업기술개발사업(R&D) 과제지원 실적 | 257 |
| 〈표 4-96〉 2019년 스포츠산업기술 연구개발지원 사업 추진과제 현황 | 258 |
| 〈표 4-97〉 스포츠산업 기술개발사업의 추진실적 | 258 |
| 〈표 4-98〉 가상현실 스포츠실 보급 사업 추진과정 | 260 |

| | |
|---|-----|
| 〈표 4-99〉 2019년 가상현실 스포츠실 보급사업 지자체별 기금지원 규모 | 261 |
| 〈표 4-100〉 가상현실 스포츠실 보급 사업 추진결과 | 261 |
| 〈표 4-101〉 스포츠산업 융합분야 CEO 아카데미 지원 사업 추진과정 | 263 |
| 〈표 4-102〉 스포츠산업 융합분야 CEO 아카데미 지원 사업 성과 | 264 |
| 〈표 4-103〉 '09~'13년 스포츠산업 전문 인력 양성기관 지원 사업 추진 실적 | 267 |
| 〈표 4-104〉 스포츠산업 실무맞춤형 전문인력 양성 지원 사업 추진과정 | 268 |
| 〈표 4-105〉 2019년 스포츠산업 실무맞춤형 전문인력양성 사업 운영 현황 | 269 |
| 〈표 4-106〉 스포츠융복합대학원 지원 사업 추진과정 | 269 |
| 〈표 4-107〉 스포츠경영관리사 인턴십 지원 사업 실적 현황 | 271 |
| 〈표 4-108〉 스포츠산업분야 인턴십 지원 사업 추진과정 | 272 |
| 〈표 4-109〉 '19년 체육분야 해외 인턴십 지원 사업 추진과정 | 273 |
| 〈표 4-110〉 '19년 체육분야 인턴 지원 사업 모집공모 및 채용결과 | 275 |
| 〈표 4-111〉 '19년 체육분야 국내인턴 지원 사업 1,2차 선정 기관 현황 (135개) | 275 |
| 〈표 4-112〉 '19년 체육분야 국내 인턴 지원사업 채용 연계 실적 | 276 |
| 〈표 4-113〉 '19년 체육분야 인턴 지원 사업 인턴사원 성과 | 277 |
| 〈표 4-114〉 '19년 체육분야 해외인턴 지원사업 선정기관 현황 | 277 |
| 〈표 4-115〉 '19년 체육분야 인턴십 지원사업 국내인턴 인턴종료 후 취업현황 | 277 |
| 〈표 4-116〉 '19년 체육분야 해외 인턴 지원 사업 인턴종료 후 취업현황 | 277 |
| 〈표 4-117〉 스포츠산업 채용박람회 'JOB FAIR 2018' 개최 사업개요 | 278 |
| 〈표 4-118〉 '제8회 스포츠산업 JOB FAIR 2018' 전시장 구성 | 279 |
| 〈표 4-119〉 '제8회 스포츠산업 JOB FAIR 2018' 전시 규모 | 279 |
| 〈표 4-120〉 '18년 스포츠산업 채용박람회 추진 실적 | 280 |
| 〈표 4-121〉 '제8회 스포츠산업 JOB FAIR 2018' 참가 구직자 현황 | 280 |
| 〈표 4-122〉 스포츠산업 실태조사 주요 추진 현황 | 282 |
| 〈표 4-123〉 '19년 스포츠산업 실태조사 사업개요 | 283 |
| 〈표 4-124〉 '제15회 대한민국 스포츠산업대상' 포상사업 추진과정 | 285 |
| 〈표 4-125〉 '15년~'16년 대분류별 모집단 비율(구분류 기준) | 286 |
| 〈표 4-126〉 '17년~'19년 대분류별 모집단 비율(신분류 기준) | 286 |
| 〈표 4-127〉 스포츠산업대상 및 디자인 공모전 역대 수상 현황 | 287 |
| 〈표 4-128〉 스포츠산업 백서 발간 사업개요 | 292 |



| | |
|--|-----|
| 〈표 4-129〉 SI 포커스 및 이슈페이퍼 발행 사업개요 | 292 |
| 〈표 4-130〉 스포츠산업 동향 뉴스레터 발간 사업개요 | 293 |
| 〈표 4-131〉 스포츠산업 컨퍼런스 개최 사업개요 | 294 |
| 〈표 4-132〉 스포츠산업 디자인 공모 사업 개요 | 296 |
| 〈표 4-133〉 생활체육분야 스포츠산업 실태조사 개요 | 297 |
| 〈표 4-134〉 스포츠산업 홍보 사업개요 | 298 |
| 〈표 4-135〉 스포츠산업 백서 사업 실적 | 298 |
| 〈표 4-136〉 '19년 SI 포커스 발행 실적 | 299 |
| 〈표 4-137〉 '19년 이슈페이퍼 발행 실적 | 299 |
| 〈표 4-138〉 스포츠산업 동향정보 제공 사업 실적 | 300 |
| 〈표 4-139〉 '19년 스포츠산업 동향 뉴스레터 발행 실적 | 301 |
| 〈표 4-140〉 스포츠산업 컨퍼런스 개최 사업 실적 | 302 |
| 〈표 4-141〉 스포츠산업 공모 사업 주요 실적 | 303 |
| 〈표 4-142〉 2018년 생활체육분야 스포츠산업 실태조사 사업체수 | 303 |
| 〈표 4-143〉 2018년 생활체육분야 스포츠산업 실태조사 매출액 | 303 |
| 〈표 4-144〉 2018년 생활체육분야 스포츠산업 실태조사 종사자수 | 303 |
| 〈표 5-1〉 리그수입에 따른 전 세계 프로스포츠 순위(2019년 기준) | 309 |
| 〈표 5-2〉 프로스포츠 전체관람객 추이 | 311 |
| 〈표 5-3〉 주요 프로스포츠 경기 수 및 경기당 평균 관중 수 | 311 |
| 〈표 5-4〉 주요 프로스포츠 수용규모 및 좌석점유율 | 312 |
| 〈표 5-5〉 주요 프로스포츠 등록선수 숫자 | 313 |
| 〈표 5-6〉 프로스포츠 종목별 구단 운영형태 | 313 |
| 〈표 5-7〉 프로스포츠 입장수입 규모 | 314 |
| 〈표 5-8〉 프로스포츠 중계권 시장규모 | 315 |
| 〈표 5-9〉 프로스포츠 머천다이징(라이선싱 포함) 시장규모 | 315 |
| 〈표 5-10〉 프로스포츠 스폰서 시장규모 | 316 |
| 〈표 5-11〉 프로스포츠단체 현황 | 317 |
| 〈표 5-12〉 과거 KBO리그 팀 변천사 | 319 |
| 〈표 5-13〉 현재 KBO리그 팀 변천사 | 320 |

| | |
|------------------------------------|-----|
| 〈표 5-14〉 '19년 KBO리그 팀 개요 | 320 |
| 〈표 5-15〉 프로야구단 홈구장 및 2군 경기장 개요 | 321 |
| 〈표 5-16〉 '19년 프로야구 관람객 및 좌석점유율 | 322 |
| 〈표 5-17〉 프로클럽 자격요건 (제1조) | 325 |
| 〈표 5-18〉 프로축구 K리그1 '19년 참가팀 | 325 |
| 〈표 5-19〉 프로축구 K리그2 '19년 참가팀 | 326 |
| 〈표 5-20〉 프로축구 K리그 구단 변천사 | 326 |
| 〈표 5-21〉 '19년 프로축구 관람객 및 좌석점유율 | 328 |
| 〈표 5-22〉 축구 시스템 구축 방안 | 330 |
| 〈표 5-23〉 프로농구 구단 변천사 | 332 |
| 〈표 5-24〉 '19/'20년 프로농구 참가 구단 개요 | 333 |
| 〈표 5-25〉 여자프로농구 구단 변천사 | 335 |
| 〈표 5-26〉 '19/'20년 여자 프로농구 참가 구단 개요 | 336 |
| 〈표 5-27〉 '19년 프로농구 관람객 및 좌석점유율 | 336 |
| 〈표 5-28〉 연도별 KBA 등록선수 규모 | 337 |
| 〈표 5-29〉 '19/'20년 V-리그 경기 남자부 참가팀 | 339 |
| 〈표 5-30〉 '19/'20년 V-리그 경기 여자부 참가팀 | 339 |
| 〈표 5-31〉 '19년 프로배구 관람객 및 좌석점유율 | 339 |
| 〈표 5-32〉 '19년 KPGA 대회 개요 | 343 |
| 〈표 5-33〉 '19년 KLPGA 대회 개요 | 345 |
| 〈표 5-34〉 프로야구단 구장운영 계약형태 | 346 |
| 〈표 5-35〉 스포츠에이전트 장·단점 | 349 |
| 〈표 5-36〉 프로스포츠 7개 단체 에이전트 관련 규정 분석 | 349 |
| 〈표 5-37〉 프로야구(KBO) 규약 | 350 |
| 〈표 5-38〉 프로축구(K리그) 규약 | 351 |
| 〈표 5-39〉 프로농구(KBL) 규약 | 352 |
| 〈표 5-40〉 프로배구(KOVO) 규약 | 352 |
| 〈표 5-41〉 여자프로농구(WKBL) 규약 | 353 |
| 〈표 5-42〉 NPB-선수위원회 대리인 제도 주요사항 비교 | 355 |
| 〈표 5-43〉 '15~'19년 에이전트 관련 사업체 수 현황 | 355 |



| | |
|--|-----|
| 〈표 5-44〉 '15~'19년 에이전트 관련 매출액 현황 | 356 |
| 〈표 5-45〉 '15~'18년 에이전트 관련 종사자 현황 | 356 |
| 〈표 6-1〉 문화체육관광부 소관 스포츠산업 관련 법령 제개정 현황 | 362 |
| 〈표 6-2〉 스포츠산업진흥법 주요 개정 내용 | 364 |
| 〈표 6-3〉 스포츠산업 관련 문화체육관광부 행정규칙(훈령·예규·고시·공시) | 373 |
| 〈표 6-4〉 스포츠산업 유관법령 현황 | 375 |
| 〈표 7-1〉 정부 체육부처 연혁 | 385 |
| 〈표 7-2〉 '03~'19년 지방자치단체 체육발전 계획 수립 현황 | 387 |
| 〈표 7-3〉 광역자치단체 체육행정조직과 인력 | 388 |
| 〈표 7-4〉 기초자치단체 체육행정조직과 인력 | 390 |
| 〈표 7-5〉 지방자치단체 체육단체 운영 현황 | 402 |
| 〈표 7-6〉 광역자치단체 체육단체 운영 실태 | 402 |
| 〈표 7-7〉 기초자치단체 체육단체 운영 실태 | 403 |
| 〈표 7-8〉 대한체육회 연혁 | 416 |
| 〈표 7-9〉 통합체육회 추진 과정 | 418 |
| 〈표 7-10〉 통합체육회 인력구성 | 419 |
| 〈표 7-11〉 2019년 회원종목단체 현황 | 421 |
| 〈표 7-12〉 통합체육회 예산 현황 | 424 |
| 〈표 7-13〉 시도체육회 예산 현황 | 425 |
| 〈표 7-14〉 시·군·구 체육회 예산 현황 | 425 |
| 〈표 7-15〉 정부 체육부처 연혁 | 433 |
| 〈표 7-16〉 대한장애인체육회 인력 현황 | 435 |
| 〈표 7-17〉 시·도 대한장애인체육회 현황 | 436 |
| 〈표 7-18〉 대한장애인체육회 가맹단체 현황 | 437 |
| 〈표 7-19〉 대한장애인체육회 연도별 재정 현황 | 438 |
| 〈표 7-20〉 국민체육진흥공단 인력 현황 | 440 |
| 〈표 7-21〉 국민체육진흥공단 고정자산 | 441 |
| 〈표 7-22〉 국민체육진흥공단 법인회계 예산 | 442 |

| | |
|--|-----|
| 〈표 7-23〉 국민체육진흥공단 기금회계 예산 | 443 |
| 〈표 7-24〉 한국도핑방지위원회 인력 현황 | 445 |
| 〈표 7-25〉 연도별 도핑검사 현황 | 446 |
| 〈표 7-26〉 연도별 도핑방지 교육인원 현황 | 447 |
| 〈표 7-27〉 연도별 도핑방지 현장홍보 현황 | 447 |
| 〈표 7-28〉 WADA 및 IF와 도핑검사 위탁대행 MOU 체결 현황 | 448 |
| 〈표 7-29〉 연도별 소재지정보 검사 현황 | 448 |
| 〈표 7-30〉 한국도핑방지위원회 사업 추진 전략목표 및 전략과제 | 449 |
| 〈표 7-31〉 한국도핑방지위원회 연도별 예산 현황 | 449 |
| 〈표 7-32〉 태권도진흥재단 연혁 | 450 |
| 〈표 7-33〉 태권도진흥재단 연도별 예산 현황 | 452 |
| 〈표 7-35〉 연도별 스포츠 안전공제 가입 현황 | 455 |
| 〈표 7-36〉 연도별 스포츠공제 가입 및 보상 현황 | 455 |
| 〈표 7-37〉 스포츠안전재단 연도별 예산(수입) 현황 | 456 |
| 〈표 7-38〉 한국대학스포츠협의회 주요업무 | 456 |
| 〈표 7-39〉 주요 국제체육기구 및 단체 현황 | 458 |
| 〈표 7-40〉 올림픽 정식 종목 국제경기연맹의 회장국적 | 459 |
| 〈표 7-41〉 올림픽 정식 종목 국제경기연맹 회장의 대륙별·국가별 분포 | 460 |
| 〈표 7-42〉 올림픽 정식 종목 국제경기연맹 본부 소재지 | 461 |
| 〈표 7-43〉 각종 국제기구 한국인 위원 현황 | 462 |



CONTENTS <FIGURE>

| | |
|---|-----|
| <그림 1-1> Milano & Chelladurai(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> 스마트 헬스케어 산업 분류체계 | 64 |
| <그림 1-6> 헬스케어 패러다임의 변화와 헬스케어 산업의 단계별 시장 비중 변화 | 64 |
| <그림 1-7> 글로벌 헬스케어 시장 전망 및 2015~2020년 지역별 의료기기 시장 전망 | 65 |
| <그림 1-8> 한국의 헬스케어 산업 성장 가능성 및 한국의 의료관광 시장 추이 | 65 |
| <그림 3-1> 프로야구 관중 수 현황 | 115 |
| <그림 3-2> 프로야구 정규시즌 경기 수 및 평균관중 수 | 116 |
| <그림 3-3> 프로야구 경기장 수용규모 및 좌석점유율 | 117 |
| <그림 3-4> 프로축구 관중 수 현황 | 120 |
| <그림 3-5> 프로축구 경기 수 및 평균관중 수 | 121 |
| <그림 3-6> 프로축구 경기장 수용규모 및 좌석점유율 | 122 |
| <그림 3-7> 프로농구 관중 수 현황 | 125 |
| <그림 3-8> 남자 프로농구 경기 수 및 평균관중 수 | 126 |
| <그림 3-9> 여자 프로농구 경기 수 및 평균관중 수 | 127 |
| <그림 3-10> 남자 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율 | 128 |
| <그림 3-11> 여자 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율 | 128 |
| <그림 3-12> 프로배구 관중 수 현황 | 131 |
| <그림 3-13> 프로배구 경기 수 및 평균관중 수 | 132 |
| <그림 3-14> 프로배구 경기장 수용규모 및 좌석점유율 | 133 |
| <그림 3-15> 스포츠용품 구입 종류(복수응답) | 147 |
| <그림 3-16> 스포츠용품 구입비용 | 149 |
| <그림 3-17> 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균) | 167 |
| <그림 3-18> 지출항목별 연간 스포츠 활동 지출 | 171 |
| <그림 3-19> 참여스포츠 연간 활동 지출 | 175 |
| <그림 3-20> 연간 대회참가 지출 | 179 |
| <그림 3-21> 관람스포츠 연간 직접 관람 경비 | 183 |

| | |
|--|-----|
| 〈그림 4-1〉 KISS 인증절차 | 191 |
| 〈그림 4-2〉 생산장려품목 및 우수체육용구 생산업체 지정 절차 | 198 |
| 〈그림 4-3〉 기금 융자 시행절차 | 198 |
| 〈그림 4-4〉 스포츠산업분야 모태펀드 운용구조 | 208 |
| 〈그림 4-5〉 투자조합 결성 절차 | 211 |
| 〈그림 4-6〉 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업 추진 절차 | 214 |
| 〈그림 4-7〉 일자리 지원센터 운영체계 | 218 |
| 〈그림 4-8〉 온라인 자동매칭 일자리 시스템 운영체계 | 219 |
| 〈그림 4-9〉 온·오프라인 일자리 지원센터 운영도 | 219 |
| 〈그림 4-10〉 스포츠 창업교육 및 보육사업 지원 절차 | 222 |
| 〈그림 4-11〉 스포츠산업 선도기업 육성사업 추진절차 | 229 |
| 〈그림 4-12〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 추진 사업구조 | 241 |
| 〈그림 4-13〉 스포츠산업기술 연구개발지원 사업 추진 체계 | 256 |
| 〈그림 4-14〉 지정과제 선정절차 | 257 |
| 〈그림 4-15〉 자유공모 과제 선정절차 | 257 |
| 〈그림 4-15〉 스포츠서비스(R&D) 지원사업 과제 선정 절차 | 259 |
| 〈그림 4-16〉 스포츠 에듀 클러스터 활성화 | 271 |
| 〈그림 4-18〉 스포츠산업 실태조사 절차 | 284 |
| | |
| 〈그림 5-1〉 한국야구위원회 조직도 | 318 |
| 〈그림 5-2〉 KBO 전문위원회 | 318 |
| 〈그림 5-3〉 (주)케이비오피(KBOP) | 318 |
| 〈그림 5-4〉 한국프로축구연맹 조직도 | 324 |
| 〈그림 5-5〉 한국농구연맹 조직도 | 331 |
| 〈그림 5-6〉 한국여자농구연맹조직도 | 334 |
| 〈그림 5-7〉 한국배구연맹 조직도 | 338 |
| 〈그림 5-8〉 한국프로골프협회 조직도(이사회 및 분과위원회) | 342 |
| 〈그림 5-9〉 한국프로골프협회 조직도(사무국) | 343 |
| 〈그림 5-10〉 한국여자프로골프협회 조직도(이사회 및 분과위원회) | 344 |
| 〈그림 5-11〉 한국여자프로골프협회 조직도(사무국) | 344 |



| | |
|----------------------------|-----|
| 〈그림 5-12〉 스포츠 에이전트 제도 기대효과 | 356 |
| 〈그림 6-1〉 스포츠산업관련법령 제정현황 | 361 |
| 〈그림 7-1〉 문화체육관광부 체육국 조직도 | 385 |
| 〈그림 7-2〉 국내외 스포츠단체 조직도 | 420 |
| 〈그림 7-3〉 통합체육회 조직도 | 421 |
| 〈그림 7-4〉 국내·외 장애인체육회 조직도 | 434 |
| 〈그림 7-5〉 대한장애인체육회 조직도 | 435 |
| 〈그림 7-6〉 국민체육진흥공단 조직도 | 440 |

제1장 스포츠산업 개관

2019 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 스포츠용품업 중 운동 및 경기용품 제조업, 스포츠시설업 중 스포츠시설 건설업은 2차 산업으로 분류할 수 있으며, 스포츠용품업 중 운동 및 경기용품 유통 및 임대업, 스포츠시설업 중 스포츠시설 운영업, 스포츠서비스업 중 스포츠경기 서비스업과 스포츠 정보 서비스업 등은 3차 산업으로 분류할 수 있다. 따라서 스포츠산업은 2차 산업과 3차 산업에 포함되어 복합적인 산업분류 구조의 특성을 지니고 있다. 또한, 한국표준산업분류의 관점에서 보면, 운동 및 경기 용품업에서 운동 및 경기용구 제조업은 스포츠산업에 속하는 것으로 보기보다는 각각 제품에 해당하는 제조업에 속하기도 하고 운동 경기용품 유통 및 임대업은 다른 산업에 해당하는 등 각기 다른 산업분류가 통합된 복합적인 구조로 되어있어 산업분류의 경계가 모호한 측면도 있다. 스포츠산업은 이러한 특성으로 인해 전통적인 산업분류에서 그 내용을 규정할 수 없는 복합적인 산업분류 구조를 가진 산업이다. 이러한 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 즐길 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. 골프 18홀 플레이의 평균 시간은 약 4시간 30분이 소비된다. 따라서 스포츠 소비자들은 관람스포츠와 참여스포츠 모두 사용가치를 지불하고 시간을 소비하며 스포츠를 즐기기 때문에 스포츠는 시간 소비형 산업의 성격을 나타낸다.

넷째, 스포츠산업은 최종소비재·서비스를 다루는 산업으로 소비자와 직접 접촉하는 산업이다. 스포츠는 그 자체의 특성에서 선택재로서의 성격을 지니고 있으며, 소비자의 능동적인 참가를 통해 산업이 성립하는 특징을 가지고 있다. 따라서 스포츠산업은 오락성이 중심 개념인 산업이라고 할 수 있다. 스포츠가 하나의 산업으로 자리할 수 있었던 이유는 '필요'보다는 '재미'와 관련이 있는 '오락'이 존재하고 있기 때문이다. 즉, 대중들은 경제적 및 시간적 여유를 가지게 되면서 친구, 가족, 혹은 주변인들과의 친목 도모를 위해 다양한 활동 중에서 선택하여 스포츠 활동에 참여하거나 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 충족시키면서 이윤을 창출하게 된다.

다섯째, 스포츠산업은 감동과 건강을 가져다주는 산업이다. 흔히 스포츠를 각본 없는 드라마라고 이야기한다. 각본에 따라 감동을 주는 영화나 연극과는 달리 스포츠는 각본이 없고 결과의 불확실성 때문에 승부를 선불리 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 지원함으로써 국민 생활에 기여하는 사회적 사명이 있기 때문에 그 책무 수행에 학계, 산업체 및 정부기관의 연계가 필요하며 동시에 스포츠산업 자체도 항상 소비자 입장에서 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 콘텐트로 부각되고 있는 등 다양한 특성이 있다. 따라서 스포츠산업이 국가 경제를 위한 독립적 정책영역으로 중요한 산업인 이유를 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 스포츠산업은 고부가가치 산업이다. 많은 국가에서 신 성장 동력으로 인정받고 있는 스포츠산업은 본질적으로 월드컵과 올림픽 같은 메가 스포츠 이벤트를 통해, 또는 프로스포츠를 통해 손흥민, 정현, 추신수, 박인비 등과 같은 스타선수에 의해 고부가가치를 지닌 제품을 생산하고 있다. 예를 들어, 박지성, 김연아의 경우 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, 2018/19시즌 유럽축구연맹(UEFA)이 UEFA 챔피언스리그(Club competitions & other revenue)와 UEFA 유로파(EURO & European Qualifiers)를 주관하여 벌어들인 총 수익은 38억 5,720만 유로(한화 약 5조 1,476억 원)로 나타났으며, TV 방송권의 수익은 중계권료 33억 940만 유로(한화 약 4조 4,156억 원), 마케팅 판권으로 인한 수익은 4억 7,800만 유로(한화 약 6,378억 원), 입장권 판매로 인한 수익은 2,690만 유로(한화 약 359억 원) 등으로 구성되어 있다(UEFA financial report 2018/19). UEFA 챔피언스리그의 64번째 결승전은 스페인 마드리드에 위치하고 있는 완다 메트로폴리타노 경기장에서 토트넘 홋스퍼와 리버풀의 경기로 개최되었고, 리버풀이 2대 0으로 승리하여 통산 6번째 우승을 차지하였다. 또한, FIFA의 경우 2019년 연간 총 수익은 7억 6,600만 달러(한화 약 8,375억 원)로 러시아 월드컵이 열렸던 2018년과 비교하기는 어려우나, 2017년 수익인 7억 3,420만 달러(한화 약 8,177억 원)에 비해 늘어났다(FIFA annual report 2019). 항목별로는 TV 방송중계권의 수익이 3억 4,300만 달러(한화 약 3,750억 원), 마케팅 판권으로 인한 수익은 1억 6,500만 달러(한화 약 1,804억 원), 라이선스 권리로 인한 수익은 1억 6,000만 달러(한화 약 1,748억 원), 입장권 판매로 인한 수익은 800만 달러(한화 약 87억 원)로 집계됐다.

둘째, 스포츠산업은 무한한 성장 잠재력이 있다. 스포츠산업은 제조업, 서비스업, 유통업 등 기존 산업과 연계된 복합 산업으로서 기능할 때, 다른 어떤 콘텐츠보다도 성장 잠재력이 무한한 산업이다. 세계 스포츠산업의 총 규모는 2019년 기준 1조 4,500억 달러(약 1,592조 원)로 추정되고 있으며, 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 44.9만 명(2019년 기준)으로 2015년부터 5년간 총 연평균 11.5%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 가상체형 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 전 세계적으로 2016년부터 2022년까지 연평균 40.1%의 성장률을 보이며 약 40억 달러 시장으로 성장할 것으로 예측된다(Reaserch 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 인식되기도 한다. 따라서 스포츠산업은 스포츠이벤트, 경기장, 선수 등의 구성요소가 모두 미디어적 가치를 지니고 있는 산업이다.

셋째, 스포츠산업은 국민복지에 기여한다. 스포츠산업은 스포츠 참여를 통해 그 어떤 산업보다 국민의 삶의 질 향상에 공헌한다. 최근에는 단순히 경기장 혹은 미디어를 통해 관람하는 수준에 그치는 것이 아니라 직접 참여를 통하여 생산과 소비를 동시에 누릴 수 있는 복합적인 형태의 스포츠 수요가 증가하고 있다. 스포츠에 참여를 원하는 대중의 수요가 늘어나자 이들의 욕구를 충족시키기 위해 정부는 여가 선용과 체력 증진을 목표로 체육정책을 정립하고 스포츠에 대한 적극적인 지원을 아끼지 않고 있다. 문화체육관광부는 2030문화비전 '사람이 있는 문화' 아래 '생활체육활성화와 스포츠경쟁력 강화로 국민행복을 실현한다'는 전략목표를 수립해 정책을 펼치고 있다. 2019년에는 생활체육 육성을 위해 예산으로 786,841백만 원을 지출하였다. 이는 생애주기별 생활체육 활성화를 위한 참여 여건 개선에 이바지하고 있다. 이와 함께 생활체육 참여율은 '18년 62.2%에서 '19년 66.6%로 상승하였다(2019 문화체육관광부 결산 보고서). 스포츠산업은 경제적인 의미와 함께 국민복지와 삶의 질 향상과도 연결되며, 배드민턴, 볼링, 축구, 농구, 수영 등의 종목뿐만 아니라 여러 스포츠 종목에 걸쳐 이러한 수요는 계속해서 증가할 것으로 예상된다.

문화체육관광부는 스포츠산업을 육성하고자 일자리 규모를 확충하고 국제교류를 증진해 왔다. 그 결과 스포츠 산업 시장규모와 일자리수가 꾸준히 증가하고 있다('17년 42만명, '18년 43만명, '19년 45만명). 스포츠산업 일자리(창업) 창출을 도모하기 위해 실시한 스포츠산업 구직자 대상 취업역량강화 서비스 지원, 기업체 현장 방문을 통한 기업회원 유치, 잡스포이즈 홍보 강화 등을 통한 채용 또한 증가하고 있으며('17년 709명, '18년 745명, '19년 774명), 스포츠산업분야 구인기업과 구직자간 맞춤형 일자리 매칭서비스(11,930건)도 제공하였다. 가상·증강현실, 빅데이터 등 신시장 접목을 통한 미래 스포츠산업 성장 동력 창출을 위해서는 초등학교 가상현실 스포츠실, 스포츠 융·복합대학원(성균관대-빅데이터 기반 '스포츠인 터랙션학과', 포항공대-인공지능 기반 'AIX 프로그램') 등을 지원하였다. 또한 주요 국제기구(IF) 임원 질적 향상, 주요 국제대회 성공적 개최를 통한 국제적 위상 제고 등 국제 역량을 강화하였다.

2019년 정책방향은 '모든 국민이 스포츠를 즐기는 활기찬 나라' 국정과제의 성공적 추진을 목표로 했다. 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 하였다. 주요 사업으로는 첫째, 생활체육 활성화를 위한 각종 프로그램을 운영하고 인프라를 구축했다. 생활체육지도자 활동지원(379억원), 스포츠클럽 육성 및 리그대회(211억원), 스포츠종목 보급(117억원), 스포츠강좌이용권 지원(247억원), 국민체육센터 건립지원(2,075억원), 공공체육시설 개보수 지원(692억원) 등의 사업을 하였다. 둘째, 국민 자긍심 제고를 위해 학교·전문체육을 지속적으로 지원하였다. 초등학교 스포츠강사 배치지원(118억원), 방과후 스포츠프로그램 운영지원(246억원), 회원종목단체 및 지회지원(331억원), 우수선수양성지원(992억원), 전국(소년)체전 지원(317억원), 체육인복지(188억원) 사업을 하였다. 셋째, 융

복합 기반의 스포츠산업을 육성하고 프로스포츠를 활성화하였다. 스포츠산업 금융지원(412억원), 스포츠산업 활성화지원(378억원) 사업을 하였다.

2019년 한국의 GDP 순위는 12위, 1인당 GDP 순위는 27위로 이 중에서 스포츠산업은 전 세계적으로도 국내총생산(GDP) 대비 성장률이 높은 산업이며, 국내 역시 스포츠 산업 규모가 날로 확장됨에 따라 문화체육관광부의 스포츠산업 실태조사에 따르면 2019년 기준(과거 시계열 연속성을 고려하여 신분류 기준 적용) 국내 스포츠산업은 매출액 기준 약 80조로 국내총생산(GDP)대비 약 4.2%를 차지하는 것으로 나타났다. 세계 스포츠산업의 총 규모는 2019년 기준 1조 4,500억 달러(약 1,592조 원)로 추정되고 있으며 국가별로 스포츠산업의 범위가 차이가 있지만, 2019년 기준 미국이 약 5,626억 달러(한화 약 617조 원)로 나타났으며(Plunkett Research, Ltd., 2020), 2018년 기준 중국이 약 2조 7,000억 위안(한화 약 473조 원)(한국 무역협회, 2020)였다. 또한 2018년 초 발표된 2015년 자료 기준 유럽연합의 스포츠산업 규모는 약 2,997억 유로(한화 약 376조 원), 독일 스포츠산업 규모는 약 606억 유로(한화 약 77조 원)로 조사되었다(European Commission Research Report 2018). 2018년 초 발표된 2012년 자료 기준 프랑스 스포츠산업 규모는 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 2019년 기준 80조 원으로 나타났으며, 2016년 72조, 2017년 74조, 2018년 78조에 이어 지속적으로 성장하고 있다(스포츠산업실태조사, 2020). 여가시간 증대와 건강에 관한 높은 관심에 따라 스포츠 참여가 급격히 증가하고 있으며 4차 산업혁명으로 신기술과 스포츠산업이 연계되면서 스포츠산업의 시장 성장속도는 더욱 빨라지고 있다. 특히 빅데이터를 기반으로 한 국민 운동체력 데이터 등 스포츠 분야의 체계적인 데이터의 수집과 활용을 통한 시스템 구축과 첨단기술을 활용한 선수 경기력 향상이 이루어졌다. 또한 증강현실(AR), 사물인터넷(IoT) 등 첨단 기술이 활용되는 스마트 경기장과 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 87.1%를 차지하고 있으며, 종사자 5~9인 사업체가 8.7%, 10인 미만 사업체가 95.8%로 나타났으며, 스포츠 분야의 종사자 수는 44만 9천 명으로 2018년 대비 1만 5천여 명이 늘어난 것으로 조사되었다(문화체육관광부, 2020 스포츠산업실태조사). 또한, 국내 스포츠산업의 시장 환경은 우리 기업이 국내외 시장 확대에 따른 이익을 제대로 누리지 못하고 대부분을 해외기업이 가져가는 문제를 보이며, 소상공인 형 국내 기업과 내수시장을 주도하는 외국계 대기업 위주로 운영되고 있다. 나이키, 아디다스와 같은 글로벌 브랜드가 스포츠산업 전체 국내시장의 70% 이상을 점유하여 양질의 일자리가 부족하고, 공급자 위주의 정책 위주로 새로운 수요에 대응하는 힘이 부족하다고 판단된다. 향후 4차 산업으로 스마트화, 경량화, 친환경 등으로 흐르는 국내·외 스포츠·레저용품의 트렌드와 헬스·피트니스, 스포츠용품 및 운동장, 체육시설, 캠핑카, 아웃도어 및 캠핑용품, 자전거, 수중·수상스포츠용품 등 다양한 분야의 스포츠용품업 시장의 확대에



대비해야 한다. 반면 스포츠산업의 글로벌 시장은 지속적으로 성장하고 있으며 1조 4,500억 달러(한화 약 1,592조 원)에 달하는 거대한 시장으로 국내 기업에게 큰 기회를 제공하고 있다(plunkettresearch, 2020). 특히 스포츠용품산업은 2019년부터 2024년까지 3.2%의 성장률을 보일 것으로 예상되고 있고(www.markeresearchfuture.com 2019-2024 스포츠용품 산업 전망치), 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 참여 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 주변부구조(secondary infrastructure)로 나누고 있다. Meek(1997)은 국민소득계정 모형을 이용하여 1995년 기준의 미국 스포츠산업 규모를 추정하였다. 한편, Pitts, Fielding & Miller(1997)는 스포츠, 피트니스, 레크리에이션 등을 스포츠상품으로 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 비스포츠 사업 • 민간 비스포츠 사업 • 세금이 지원된 스포츠, 비영리 스포츠 조직 • 후원제가 지원된 스포츠 조직 • 스포츠 교육, 피트니스-스포츠회사 |
| 스포츠 제품생산 (Production)부문 | 스포츠 경기력 생산에 필요한 제품 | <ul style="list-style-type: none"> • 준비제품-장비, 의류 • 경기력 생산제품-피트니스 훈련지, 의료, 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, 서킷트 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 표기하고 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.

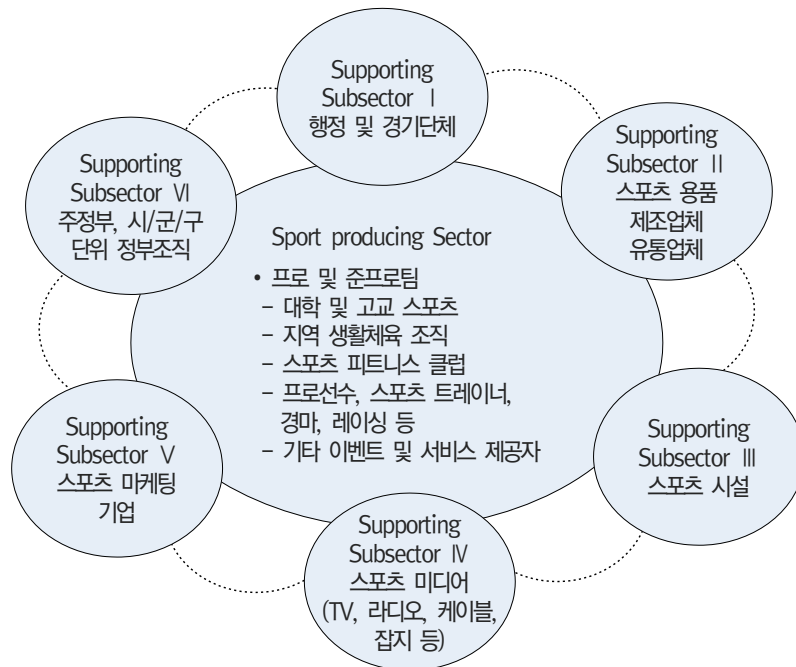
한편, 유럽연합은 2000년대 들어 스포츠산업이 회원국들의 경제, 사회에 미치는 영향이 증가하고 있는 현실에 주목하여, 스포츠산업 분야와 관련된 정책개발에 활용할 수 있는 신뢰도 있고 활용도 높은 통계자료를 확보하고자 하였다. 이에 2006년 EU Working Group on Sport & Economics를 설립하여, 회원국들이 스포츠의 경제적 효과를 측정할 수 있는 공통의 방법인 스포츠 위성 계정(Sport Satellite Accounts: SSAs)을 개발하도록 하였다. 2007년부터 2011년에 걸쳐 만들어진 스포츠 위성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

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

〈그림 1-2〉 스포츠산업의 두 부문 모델

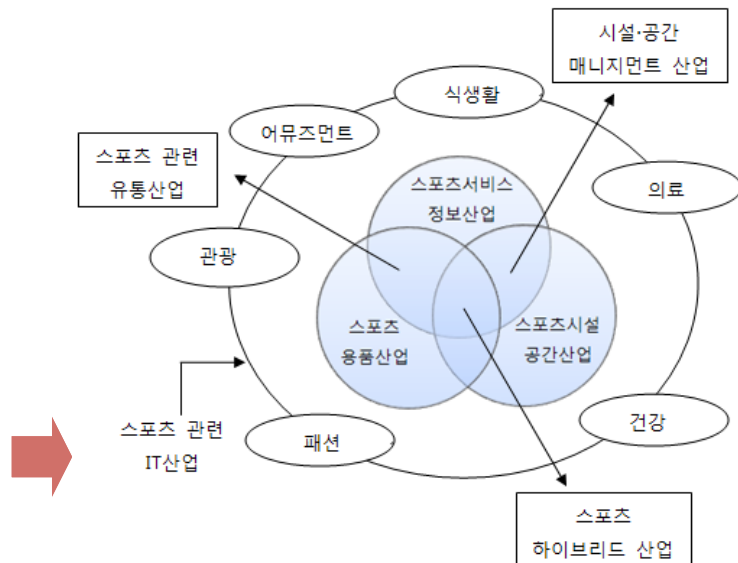
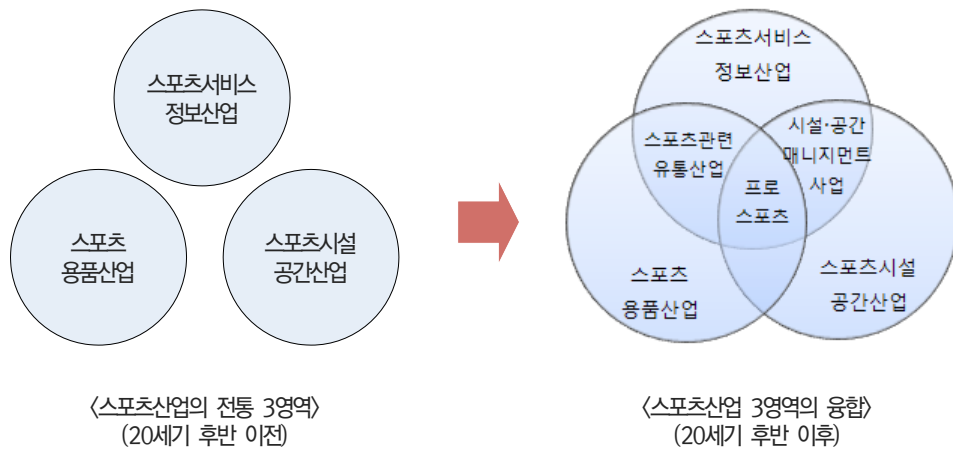


※ 출처: Li et al.(2001), p.7.



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



※ 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 |
| 스포츠헬스여가업 | 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 스포츠산업인지 아닌지를 분류하는 것은 스포츠의 외연 확대와 관련해서 파생되는 문제이며 스포츠 관련 상품이 지속적으로 생겨나는 가운데 전문화된 산업영역의 발현이 진행 중이기 때문에 발생하는 문제이다. 이러한 스포츠산업의 특성을 고려하여 국내에서는 2000년 1월 스포츠산업 특수 분류 v1.0이 제정되었고 대분류 3개, 중분류 12개, 소분류 23개로 구성되어 있다.

〈표 1-4〉 스포츠산업 특수 분류 v1.0(2000.1)

| 그룹 | KSIC | 항목명 | 품목명 |
|-------|-------|-------------------------|-----------------|
| 1 | | • 운동 및 경기용품 제조업 | |
| 1-1 | 18141 | • 셔츠 및 체육복 제조업 | 스포츠의류 제조 |
| 1-2 | 19302 | • 기타 신발 제조업 | 경기용 및 특수용 신발 제조 |
| 1-3 | | • 운동 및 경기용구 제조업 | |
| 1-3-1 | 36931 | • 체조, 육상 및 체력단련용 장비 제조업 | |
| 1-3-2 | 36932 | • 놀이터용 장비 제조업 | |
| 1-3-3 | 36933 | • 낚시 및 수렵용구 제조업 | |
| 1-3-4 | 36939 | • 기타 운동 및 경기용구 제조업 | |
| 2 | | • 경기 및 오락스포츠업 | |
| 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 4개, 중분류 15개, 소분류 46개로 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 1-5>와 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 비알콜음료 제조업 | 1-1-1 | 11209 | 기타 비알콜음료 제조업 | 스포츠음료 (알카리성 이온음료) | |
| | 1-2 | 섬유제품 및 의복 제조업 | 1-2-1 | 13224 | 천막 및 기타 캔버스 제품 제조업 | 캠핑용 직물제품 | |
| | | | 1-2-2 | 13229 | 기타 직물제품 제조업 | 구명자켓, 구명벨트 | |
| | | | 1-2-3 | 14191 | 셔츠 및 체육복 제조업 | 스포츠의류 제조 | |
| | | | 1-2-4 | 14199 | 그 외 기타 봉제의복 제조업 | 스포츠의류 부분품 | |
| | 1-3 | 가방 및 신발 제조업 | 1-3-1 | 15129 | 가방 및 기타 보호용 케이스 제조업 | 등산용 배낭 | |
| | | | 1-3-2 | 15219 | 기타 신발 제조업 | 경기용 및 특수용 신발 제조 | |
| | | | 1-3-3 | 15220 | 신발부분품 제조업 | 경기용 운동화 부분품 | |
| | 1-4 | 운동 및 경기용품 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 경기용품 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, 갠블링 및 베틀업, 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 특수 분류로 10차 한국표준산업분류와 연계되어 있다.

〈표 1-6〉 스포츠산업 특수 분류 v3.0

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



| 대분류 | 중분류 | 세분류 | 세세분류 | KSIC | 산업분류명 | |
|----------------------------|--------------------|---------------------|-------------------------|-----------------|--------------------------|------------------------|
| 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 |
| | | 10104 수상스포츠시설 운영업 | 1010401 | 누시장 운영업 | 91231 | 누시장 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 경기용구 제조업 |
| | | | | 33409 | 기타 오락용품 제조업 | |
| 2010102 | | | | 체력단련용 장비 제조업 | 33301 | 체조, 육상 및 체력 단련용 장비 제조업 |
| 2010103 | | | | 자전거 제조업 | 31991 | 자전거 및 한자용 차량 제조업 |
| 2010104 | | | | 누시 및 수렴용 장비 제조업 | 33303 | 누시 및 수렴용구 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 직물제품 제조업 | 13224 | 천막, 텐트 및 유사 제품 제조업 |
| | | | 2010203 | 스포츠 관련 직물제품 제조업 | 13229 | 기타 직물제품 제조업 |
| | | 2010204 | 스포츠 관련 의류부분품 제조업 | 14199 | 그 외 기타 봉제의복 제조업 | |
| 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 | | | |
|--------------------|------------------------------|----------------------------|------------------|-----------------------|---------|-----------------------|-------------------------|----------------|------------------|
| 스포츠용품업 | 201 운동 및 경기용품업 | 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 중개업 | | | |
| | | | | | 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 | | | | | |
| | 스포츠서비스업 | 301 스포츠 경기 서비스업 | 30101 스포츠 경기업 | 3010100 | 스포츠 경기업 | 91191 | 스포츠 클럽 운영업 | | |
| | | | | | | 30102 스포츠 베틀업 | 3010201 | 스포츠 복권발행 및 판매업 | 91241 |
| 3010299 | | | | | | | 기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업 | 91249 | 기타 사행시설 관리 및 운영업 |
| 30103 스포츠 마케팅업 | | | 3010301 | 스포츠 에이전트업 | 73901 | 매니저업 | | | |
| | | | 3010302 | 회원권 대행 판매업 | 73903 | 사업 및 무형 재산권 중개업 | | | |
| | | | 3010303 | 스포츠 마케팅 대행업 | 71531 | 경영컨설팅업 | | | |
| 3010399 | | 기타 스포츠 마케팅업 | 9119 | 그 외 기타 스포츠 서비스업 | | | | | |
| 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 자상파 방송업 | 60210 | 자상파 방송업 | | | |
| | | | 3020105 | 스포츠 관련 프로그램 공급업 | 60221 | 프로그램 공급업 | | | |
| | | | 3020106 | 스포츠 관련 유선 방송업 | 60222 | 유선 방송업 | | | |



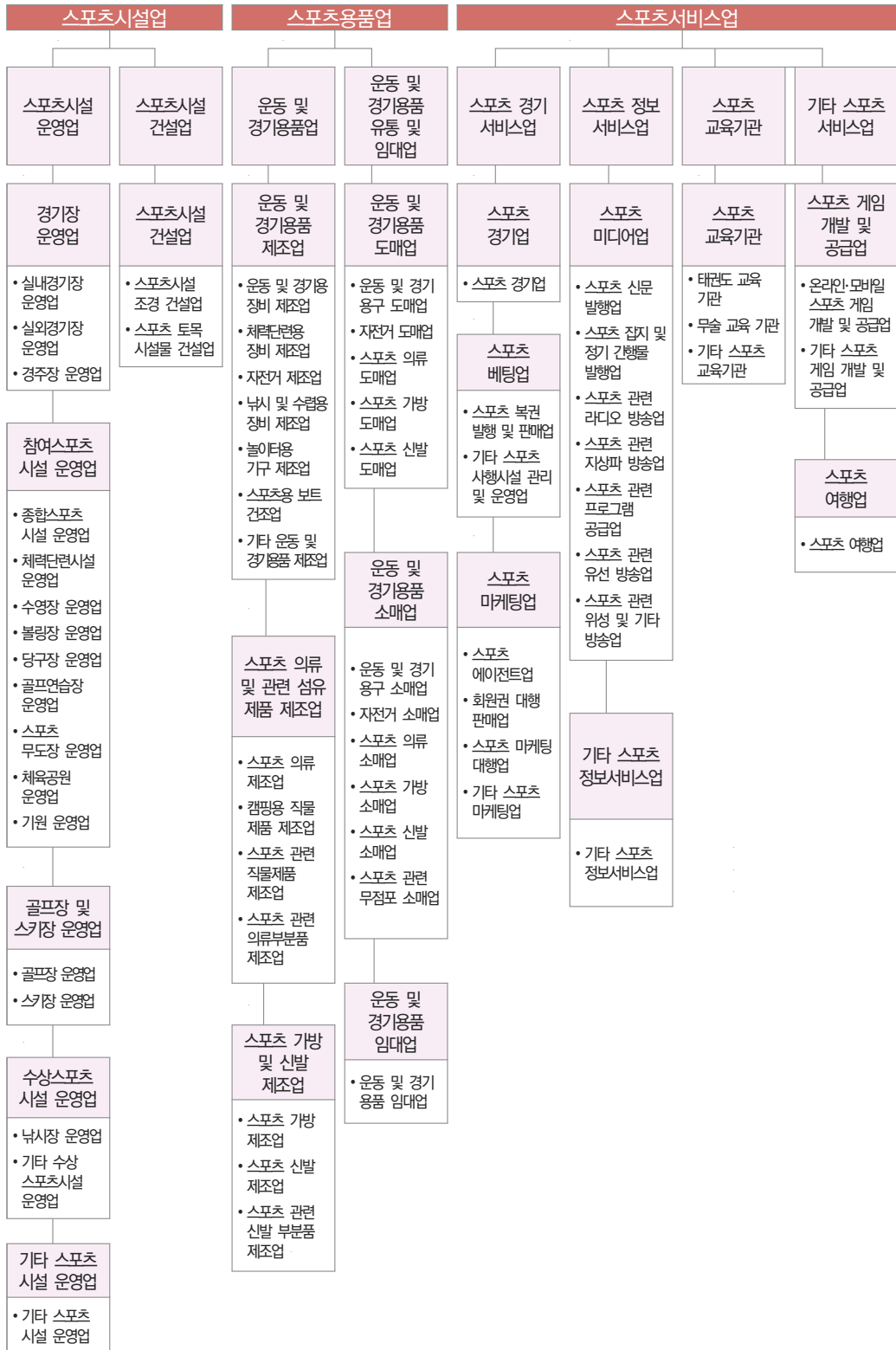
| 대분류 | 중분류 | 세분류 | 세세분류 | | KSIC | 산업분류명 | |
|---------|-----------------|-----------------------|---------|-------------------------|--------------------|-------------------------|---------------------|
| 스포츠서비스업 | 302 스포츠 정보 서비스업 | 30201 스포츠 미디어업 | 3020107 | 스포츠 관련 위성 및 기타 방송업 | 60229 | 위성 및 기타 방송업 | |
| | | 30299 기타 스포츠 정보 서비스업 | 3029900 | 기타 스포츠 정보서비스업 | 63991 | 데이터베이스 및 온라인정보 제공업 | |
| | 303 스포츠 교육 기관 | 30300 스포츠 교육기관 | 3030001 | 태권도 교육기관 | 85611 | 태권도 및 무술 교육기관 | |
| | | | 3030002 | 무술 교육기관 | 85611 | 태권도 및 무술 교육기관 | |
| | | | 3030099 | 기타 스포츠 교육기관 | 85612 | 기타 스포츠 교육기관 | |
| | | | | 레크레이션 교육기관 | 85613 | 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 | |
| | | | | 모바일게임 소프트웨어 개발 및 공급업 | 58202 | 모바일게임 소프트웨어 개발 및 공급업 | |
| | | 39902 스포츠 여행업 | 3990200 | 3990199 | 기타 스포츠 게임 개발 및 공급업 | 58219 | 기타 게임소프트웨어 개발 및 공급업 |
| | | | | 여행사업 | 75210 | 여행사업 | |
| | | | | 기타 여행보조 및 예약서비스업 | 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 같고 이를 그림으로 표현한 것이 <그림 1-4>이다.

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



4) 세계경제와 스포츠산업의 전망

대외경제정책연구원에 따르면 세계경제는 2019년 3.5%의 성장률을 나타낼 것으로 전망하고 있다. 이는 수요생산고용이 선순환하는 힘이 점차 둔화되며 글로벌 통화긴축 기조, 마중 통상분쟁의 장기화 등 보호무역주의의 확산, 신흥국 중심의 자본유출 및 금융불안 가능성 등에 기인하는 것으로 분석되었다.

IBK 경제연구소에 따르면, 미국은 2019년 9월을 기준으로 50년 만에 최저 실업률(3.5%)을 기록하는 고용 호조와 3%의 임금상승률 정착 등이 소비 확대에 이어지며 경제 성장을 견인했으나, 마중 무역분쟁이 심화되면서 기업투자 증가율은 2019년 1분기 2.9%에서 2분기 1.4%(전년 동기 대비)로 둔화하며 수출도 부진했다. 마중 무역분쟁이 심화할 경우 제조업 부진이 지속되고 기업의 투자가 위축되면 고용이 악화되고 소비마저 위축되지 않을지 우려되는 상황이다. 2020년 11월 대선을 앞두고 경기부양책을 유지할지라도 경기 사이클상 둔화기에 진입하여 전반적 경기 회복에는 역부족일 것으로 예상된다. 이에 반해, 미국의 전체 스포츠산업 규모는 2017년 5,182억 달러, 2018년 5,397억 달러, 2019년 5,626억 달러로 나타나 매년 증가추세를 보이고 있다(Plunkett research, 2020). 이러한 추세는 가계소득이 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.

유로존은 경기 침체 우려에서 벗어나기 위해 유럽중앙은행(ECB)을 중심으로 매월 200억 유로의 양적완화를 무기한 재개하면서 경제성장률은 개선될 것이라는 전망이 크다. 하지만 통화정책 이외에도 각 회원국의 재정지출 확대 등이 필요하며, 브렉시트나 미국과 유럽연합간의 무역분쟁과 같은 정치적 불확실성 등으로 유로존의 경제는 회복세 속 어려움을 겪을 것으로 보이며, 경제성장률은 2019년 1.2%, 2020년 1.4%로 전망되고 있다. 일본의 경우 소비 증가세는 유지하고 있지만 마중 무역분쟁, 대한민국 수출 규제 등의 불확실성 증가는 기업설비투자 결정에 부담으로 작용하며 경제성장률은 2019년 0.9%, 2020년 0.5%로 전망되고 있다.

중국은 마중 무역분쟁 지속 등 대외 여건 악화에도 소매판매가 전년 동기 대비 8.2% 증가하며 견고한 흐름을 보여 2019년 6% 성장을 수성할 전망이다. 하지만 정부의 기업부채관리 정책과 마중 무역분쟁 여파가 지속되며 2020년에는 경제성장률이 6% 아래로 떨어질 것으로 예측되고 있다. 하지만 중국의 스포츠 산업분야에서는 발전 가능성이 제기되고 있는데, 이는 2022년 베이징 동계 올림픽을 준비하기 위해 다양한 분야에서 투자가 이루어질 것으로 전망되고 있기 때문이다. 베이징은 이미 2008년에 하계올림픽을 개최했던 경험과 2022년 동계올림픽을 계기로 서비스산업 분야에서의 발전이 예상된다. 또한 베이징(北京)시, 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(健康中国) 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.

아세안 5개국과 인도를 합친 신흥국은 견고한 성장세 속에서도 중국 경기 둔화에 따른 수출 부진이 우려되고 있다. 아세안 5개국은 안정적 물가와 통화 완화 기조로 민간소비가 양호하며, 각국의 성장 정책에 따라 투자 확대가 예상되고 있다. 다만 대중국 무역의존도가 높기 때문에 중국발 리스크의 전이 가능성에 주목해야 할 것으로 예측된다. 인도는 정책 불확실성 완화, 통화 완화 정책 등으로 양호한 성장세가 기대된다. 러시아와 중앙아시아를 아우르는 신흥국은 경제 제재 때문에 고전하고 있는 러시아를 제외하면 높은 성장세를 보이고 있다. 중앙아시아는 가스, 석유, 원자재 등 풍부한 자원 개발을 위한 플랜트 투자, 인프라 건설 투자 증가로 완만한 성장세가 예상된다. 러시아는 서방의 경제 제재 유지, 유가 하락 등으로 부진한 성장을 통화정책, 금리 인하 등을 통해 경기를 부양함으로써 성장을 유도할 것으로 예측된다. 다만 러시아는 석유나 가스 산업에 대한 높은 의존도에 따라 국제 유가 변동에 따른 리스크를 주의해야 한다.

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 의회를 신뢰하는 비율이 약 20% 수준으로 나타났으며, EU를 신뢰한다고 답한 비율은 30% 초반 정도에 불과한 것으로 나타났다. 또한 에델만(Edelman)의 ‘2019 신뢰도 지표 조사’ 결과에서는 총 26개 국가 가운데 5개 국가만이 국민에게 신뢰받고 있으며, 나머지 국가들은 중립(6개국) 또는 불신(15개국)이라고 조사되었다. 이 중 한국은 불신국가 중 하나로 선정되었지만 정부신뢰도 점수는 소폭 상승한 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, 각국의 이해관계가 다양화되면서 국제기관에서 거부권이 증가하게 될 것으로 판단되고 있어, 국제기구는 지역 정부, 기업, 시민단체와 협력하면서 다국적인 역할이 확장될 것으로 예측하였다. 또 다른 위협요소로는 국가 간의 갈등과 분쟁증가로 인해 글로벌 평화가 위협받고 있는 것이다. 호주의 경제·평화 연구소 IEP(Institute for Economics and Peace)가 발표한 ‘세계평화지수 2019’에 따르면 평화지수 분석 결과 하위권 10개국은 세계 평균보다 더 많이 하락했고, 세계 평화 불균형이 심화됐다. 과거와는 다르게 심리적 혹은 지정학적인 사회기반시설, 사회응집력, 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.



경제적 측면으로는 2008년 글로벌 금융위기 이후 세계경제는 회복세를 보이고 있었으나, 선진국과 신흥국들의 경기침체로 인해 전체 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 발표하였다.

사회적 측면으로는 초고령화 사회 도래로 인해 노인 인구에 대한 의료와 복지 예산 확보에 대한 문제점이 대두되고 있으며, 이로 인한 사회경제적 안전망 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 것이다.

기술적 측면에서는 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. 이외에도 ‘새로운 에너지 공급’, ‘진보된 소재 및 생명공학’ 등의 기술도 주요 변화 동인이 될 것으로 전망되고 있다. 특히, 발전된 기술이 도입된 교육프로그램, 건강관리 기기 등은 지속적으로 성장세를 보이고 있는 추세이다. 2018년 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 2018년 포럼에서는 인공지능(AI)과 로봇 등으로 4차 산업혁명 시대에 발생할 수 있는 대량실업과 인간소외, 환경 이슈에 대한 대응 전략이 집중적으로 논의되었다. 2019년 세계경제포럼에서도 테크놀로지는

지속적인 낙관론을 제시하였으며, 앞으로 인공지능이 효율성과 생산성을 제고하는 데 현저히 기여할 것으로 전망하였다. 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 2019년 기준 약 80조 원(문화체육관광부, 스포츠산업 실태조사, 2020)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 12월 ‘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) 융·복합 및 ICT와 스포츠산업

다양한 분야와의 융·복합을 통해 새로운 가능성을 찾는 것은 4차 산업혁명의 대표적인 특징으로, 단순 코딩만 하는 것이 아니라 문제 해결이나 의사결정, 유연성을 추구하는 ABC(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 온라인과 오프라인이 결합하는 현상을 기반으로 한 새로운 비즈니스 모델이 개발되었다. 이에 따라 글로벌 시가총액 5대 기업이 애플, 구글, 마이크로소프트, 아마존, 페이스북 등 대규모 데이터를 확보한 ICT(정보통신기술)기업으로 재편되었다.

4차 산업혁명 시대를 맞이한 오늘날에는 유비쿼터스 컴퓨팅, 주머니 속의 슈퍼컴퓨터, 사물인터넷, 자율주행 자동차, 빅데이터, 인공지능, 로봇, 블록체인, 5G, 공유경제, 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.

융복합 기술과 ICT는 스포츠 현장에도 파고들고 있다. 현재 한국의 스포츠와 과학 기술력은 모두 세계 10위권으로 우수한 평가를 받고 있다. 다양한 과학기술 가운데 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 2018년 2월 평창동계올림픽을 비롯하여 NBA, PGA투어, 스페인 라 리가(La Liga) 등에서도 360도 영상의 라이브 스트리밍과 하이라이트 영상 서비스에 사용되었다. VR에 대한 뜨거운 관심은 소셜미디어에서도 폭발적이다. 유튜브(YouTube)에서는 VR게임이나 공포영화 체험, 미국프로농구(NBA) 경기 관람 등 VR콘텐츠에 대한 업로드 수와 조회 수가 꾸준히 늘고 있으며 한국 VR산업 협회에 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 시로 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 도입했다. 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 전년 대비 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 입에 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 거주장스런 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 부상은 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), 러터거스(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 '나디X'는 착용자가 잘못된 자세로 요가를 하면 교정이 필요한 부위가 진동이 되며 바른 운동 자세를 도와주고 스마트폰과 연결하면 그림을 보며 요가 자세를 교정할 수 있다. 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.

다보스포럼에서 수차례 강조되었던 4차 산업혁명의 핵심 기술들(5G, AR, IoT, 빅데이터 등)이 세계 최초로 평창동계올림픽에서 적용되었다. 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 끊김 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 있도록 했다. 또한 AR(Augmented Reality: 증강현실)을 통한 길 찾기와 교통안내 등 개인맞춤형 테크놀로지 서비스를 제공하였다. 무인기기를 통해 식당, 숙박, 교통정보 서비스를 제공받거나 정밀 위치측정과 증강현실(AR) 기술을 활용해 맞춤형 서비스도 제공받을 수 있었다. 한국을 처음 방문하는 외국인도 인천공항에서 개최지 강원도 평창까지 가는 길이 어렵지 않도록 인천공항에서부터 평창까지 실외를 비롯한 실내에서도 증강현실(AR)로 길안내를 받을 수 있었으며, IoT를 활용하여 빙상장비의 성능을 검증하고, 루지와 컬링스톤 선수 개인별 움직임에 대한 데이터를 제공하여 맞춤형 훈련을 지원하였다. 관람객들은 경기가 열리는 지역에 있는 키오스크(kiosk)에서 마스크트 동작을 따라하는 등 올림픽에 대한 추억을 남길 수 있었다. 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 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) 글로벌 스포츠 미디어 소비의 변화

스포츠의 세계화는 올림픽경기대회와 월드컵축구대회의 권위가 세계적으로 확장되는 것에서 발견되어왔다. 이는 올림픽경기대회 참가국 수의 증가 및 월드컵 축구대회 시청인구에서 관찰되는데, 1960년 100개국을 넘어서면서 주춤하던 참가국 수가 2000년이 되면서 200개로 2배 증가하였고 2016 리우올림픽경기대회는 총 207개국 11,239명이 참가하였다. 국제축구연맹(FIFA)과 국제올림픽위원회(IOC) 통계에 따르면, 과거 2006년 독일 월드컵은 총 64경기를 치르는 동안 29억 4천만 명이 시청하였고 73,072시간 동안 방송했으며, 16강까지는 56(87.5%)경기를 치르는 동안에 25억 7천만 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 7,200만 명으로 나타났으며, 이는 전 세계 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.

국제축구연맹(FIFA)과 칸타르 미디어에 따르면 국제축구연맹의 2015년부터 2018년까지 텔레비전 방송 중계권 수익은 30억 달러(약 3조 2,652억 원)로 나타났으며 다음 4년 주기엔 35억 달러로 늘어날 것으로 예상하였다. FIFA 보고서에 따르면 2014년 브라질 월드컵 중계권 수익은 24억 2,800만 달러로 나타났으며, 최근 2015년부터 2018년까지 주기에 벌어들인 중계권 수익은 총 31억 2,700만 달러로 나타났으며, 이 중 약 29억 7천만 달러(95%)가 2018년 러시아 월드컵을 통해 수익이 창출되었다.

하지만 SNS나 스마트폰의 보급으로 매체 소비가 변화하였고, 이로 인해 스포츠 콘텐츠를 소비하는 방식에도 변화가 감지되고 있다. 비단 스포츠 중계뿐만이 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 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 하계올림픽 개막식 공식 시청률은 16.5%이었으며 평균 시청자 수는 2,580만 명으로, 2012년 런던 올림픽에 비해 약 500만 명이 줄어든 것으로 나타났다.

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, 본방송 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 시청을 기록한 리우올림픽은 주요 경기시간대가 새벽에 중계되면서 10%를 상회한 것으로 나타났다.

(3) 스포츠 제조업의 스마트화

세계 주요국들은 4차 산업혁명에 대한 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, 사이버 공격에 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 산학연협력연구, 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, 정보화 및 디지털 제조 기술(VDM), 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 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 업체인 마켓츠앤마켓츠(Markets and Markets)는 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.

국내 스마트 팩토리 시장은 2019년부터 대기업들의 사업 본격화와 정부 주도의 정책적 보급이 맞물리면서 본격적으로 성장할 것으로 예측하고 있다. 시장조사기관인 마켓츠앤마켓츠에 따르면 국내 스마트 팩토리 시장 규모는 2016년 36억 달러 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 이끌 것으로 전망하고 있다. 문재인 정부는 「2019년 대통령 신년 기자회견」에서 8대 혁신과제 예산 3.6조 원 중 스마트 팩토리 구축에 30%에 가까운 예산(1조 300억 원)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 500㎡ 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, 언더아머 등에 스포츠유니폼 및 기능성 아웃도어 의류를 제조하고 수출하는 국내 기업인 'H실업'이 서울대학교와 '산학협력 연구'를 위한 양해각서를 체결하고 의류 제작공정에 ICT를 접목하여 스마트 팩토리 환경을 만들기 위해 준비 중이다.

(4) 시뮬레이션 스포츠의 성장

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 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.

시뮬레이션 스포츠는 소비자와 콘텐츠의 능동적 상호작용성과 오감을 만족시키는 경험 제공, 이동성이 특징이다. VR 게임 및 콘텐츠를 체험할 수 있는 대규모 VR테마파크에서는 대형 놀이동산의 인기 놀이기구를 그대로 구현한 다양한 VR 어트랙션 라이딩 체험을 할 수 있게 되었다. 또한, 슈팅, 격투, 액션, 어드벤처, 퍼즐, 소셜, 스포츠 등 대표 인기 게임 장르도 VR 및 AR 환경에서 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.

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 1,000억 원 수준이었던 시장 규모가 종목의 다양화를 통해 2013년 1조 5,000억 원 규모로 성장한 데 이어 2017년엔 5조 원 이상까지 커졌다고 조사되었다. 10년 새 시뮬레이션 스포츠 산업 규모가 50배 가량 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 스마트 비즈니스화

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%p 증가한 것으로 나타났다(internetworldstats.com). 한편 한국인터넷진흥원이 조사한 ‘2019년 인터넷이용실태조사’ 결과에 따르면 대한민국의 인터넷 이용자 수는 46,353,320명으로 만 3세 이상 국민 5,050만 명 중 91.8%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 3-9세는 91.2%, 10대부터 20대까지는 99.9%, 30대는 100.0%, 40대 99.8%, 50대 99.3%, 60대 89.1%, 70대 이상은 38.9%가 인터넷을 이용하는 것으로 나타났다. 대부분의 가구(94.9%)와 만 6세 이상 인구의 92.2%가 스마트폰을 보유하고 있는 것으로 조사되었다.

인터넷 이용자와 이용률은 스포츠와 관련된 스마트 비즈니스화에도 활용되고 있다. 스포츠팀 및 조직들은 초창기에 인터넷을 단순한 정보를 제공하는 홍보와 인지도 상승에 초점을 맞추어 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. 스포츠용품 산업, 참여스포츠 관련 업체 그리고 프로스포츠 구단들이 소비자들과의 소통을 위해 인터넷과 SNS를 활용하는 것이 대표적인 형태이며, 이와 관련하여 스포츠 관련 빅데이터의 중요성도 증대되고 있다. 스포츠로 특화된 인터넷 콘텐츠를 스마트폰의 어플리케이션을 비롯한 모바일 형태로 제공하거나 가공하는 것도 스포츠산업에서 새로운 형태의 스마트 비즈니스 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 만 12세 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 2019년 인터넷 플랫폼 시청률이 큰 폭으로 증가하고 있다. 프로스포츠협회에서 실시한 「2019 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 대부분 TV보다 스마트폰을 이용하여 시청하는 것으로 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 생중계 시청은 TV가 53.2%, 스마트폰이 29.7%, 노트북 또는 기타가 13.2%로 나타났으며, 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 다양한 시점의 경기장면, 실시간 경기기록 등을 제공한다. 또한 각종 첨단기술을 동원해 구장 전체를 보다 생생한 경기 관람이 가능하도록 설계하였다.

(6) 실버스포츠의 성장

통계청의 2019년 인구주택총조사 결과에 따르면, 현재 한국은 65세 이상 인구가 775만 명, 전체인구의 15.5%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 진행된 셈이다. 인구가 줄면 투자와 소비가 줄어 내수가 위축되고, 저출산으로 인해 생산연령인구가 줄면 국가 경제의 활력이 떨어진다. 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 '2019년 건강보험통계연보'에 따르면 지난해 기준 국민 전체가 사용한 건강보험 진료비는 86조 1,110억 원으로 전년 대비 10.5% 증가했다. 이 가운데 65세 이상 고령인의 진료비는 35조 7,925억 원으로 2015년과 비교하면 1.6배 증가한 수치이다. 이를 노인 1인당 연평균 진료비로 환산하면 491만 원에 해당하며 2017년 처음으로 노인 1인당 의료비가 400만원을 넘어선 이후로 증가추세를 보이고 있으며, 이는 전체 건강보험 인구의 1인당 진료비(168만원)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. 국민생활체육조사(2019)에 따르면 60대의 주 1회 이상 규칙적 체육활동 참여율이 61.7%(2017년)에서 69.0%(2019년)로



증가하였고, 70대의 경우 또한 54.6%(2017년)에서 57.8%(2019년)로 증가하였다. 60대 이상에게는 걷기와 등산이 가장 많이 참여하는 체육활동으로 나타났고 체육활동이 의료비 절감에 긍정적인 영향을 미친다는 응답이 60대는 58.7%, 70대 이상은 57.0%로 나타나 체육활동을 통해 건강을 유지하고 의료비를 절감할 수 있다고 믿는 것으로 조사되었다.

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)에서 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' 자격증의 명칭은 '스포츠지도사'로 통합되었고 생활스포츠 지도사도 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

2019년 미국의 스포츠산업 규모는 약 5,626억 달러(약 623조 원)로 약 1조 4천 억 달러(약 1,549조 1,000억 원)로 추정되는 세계 스포츠산업에서 약 40%의 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다(www.plunkettresearch.com). 이는 전년대비 약 229억 달러(약 25조 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.

Plunkett Research에 따르면 미국 스포츠산업 수익창출의 중심은 4대 메이저 프로스포츠인 미식축구(NFL), 프로야구(MLB), 프로농구(NBA), 프로아이스하키(NHL)이며 2019년 기준 연간 수익은 NFL 145억 달러(약 16조 442억 원), MLB 103억 달러(약 11조 3,969억 원), NBA 88억 달러(약 9조 7,372억 원), NHL 50억 달러(약 5조 5,325억 원)였다. 이어 포브스(Forbes)가 2019년 미국 4대 프로스포츠의 평균 구단가치를 조사한 결과에서는 미국 프로풋볼(NFL)이 평균 28억 6,000만 달러(약 3조 1,646억 원)로 가장 높게 나타났다. MLB는 평균 18억 5,000만 달러(약 2조 407억 원)를 기록하였고, NFL과 10억 달러(약 1조 1,065억 원) 이상 차이를 보였다. 시장가치에 가장 큰 영향을 미치는 것은 TV 중계권료이며, 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.

2019년 포브스(Forbes)가 발표한 세계에서 가장 가치 있는 50개 스포츠팀을 살펴보면 50위 중 3~4위는 레알 마드리드 FC, FC 바르셀로나로 나타났으나 총 8팀을 뺀 나머지 42개 구단 모두가 미국 스포츠 구단으로 조사되었다. NFL 평균 구단가치는 지난해 26억 달러(약 2조 8,769억 원)에서 2019년 28억 6,000만 달러(약 3조 1,646억 원)로 약 10% 증가한 것으로 나타났으며 미국 4대 프로스포츠 전체 1위 구단은 지난해에 이어 올해도 NFL의 델러스 카우보이스로 구단 가치가 50억 달러(약 5조 5,325억 원)이다. 뉴욕 양키스는 지난해 40억 달러(약 4조 4,260억 원)보다 약 15%가 오른 46억 달러(약 5조 899억 원)로 조사되어 21년 연속 MLB 구단 가치 1위를 기록하였으며 LA다저스가 33억 달러(약 3조 6,515억 원)로 공동 10위에 올랐다. NBA에서는 뉴욕 닉스가 40억 달러(약 4조 4,260억 원)로 5위를 기록하였다.

또한, 포브스(Forbes)에 따르면, 미국프로농구(NBA) 구단 평균 가치는 19억 달러(약 2조 1,023억 원)로 지난해보다 13% 정도 높아졌다. 이는 중국을 비롯한 NBA의 국제적인 관심과 새로운 TV 중계권 계약 등에서 비롯됐다. NFL의 평균 구단 가치인 28억 6,000만 달러에는 못 미치나 NBA의 잠재력을 보면 그 상승세는 꾸준할 것으로 보인다. 뉴욕 닉스가 40억 달러(약 4조 4,260억 원)로 전세계 스포츠 팀 가치 순위로는 5위로 NBA에서 가장 높은 가치를 기록했다. 반면에 북미아이스하키리그(NHL)는 평균 6억 6,700만 달러(약 7,414억 원)로 지난해보다 6% 상승했다. 뉴욕 레인저스의 구단 가치가 16억 5천만 달러(약 1조 8,257억 원)로 지난해에 이어 가장 높았으며 토론토 메이플리프스가 15억 달러(약 1조 6,598억 원)로 뒤를 이었다.

최근 미국 여성들은 다이어트를 위한 것이 아니라 정신적, 육체적인 유익함으로 지속적인 운동에 참여하고 있다. 2019년 유로모니터 인터내셔널이 실시한 건강영양조사에서 미국 여성 응답자 중 31%가 매일 또는 거의 매일 신체운동을 하고 있다고 답한 바 있다. 또한 애슬레저 트렌드로 여성들이 스포츠웨어의 주요 소비자 집단이 되며 요가 바지, 운동복 등을 일상생활에서 더욱 자주 볼 수 있게 되었다. 이와 함께 2019년 미국 스포츠웨어 시장규모는 1,269억 달러를 기록하였다(Euromonitor international(2020.02)). 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. 나이키, 아디다스와 같은 주요 스포츠웨어 기업들도 주요 소비자 그룹으로 여성에 초점을 맞추고 있는 추세이다. 또한 미국인들의 건강에 대한 관심이 증가함에 따라 향후 5년간 연평균 1.5%씩 스포츠 참여율이 상승하면서 스포츠 용품의



수요도 꾸준히 증가할 것으로 보여 2020년 미국 스포츠용품 시장은 144억 달러 규모에 이를 것으로 전망되고 있다.

회계감사기업 PwC는 2018년부터 2022년까지 북미 스포츠 미디어 시장의 연평균 성장률이 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

캐나다인들에게 하키와 같은 스포츠는 생활 깊숙이 자리 잡고 있으며 다양한 스포츠를 즐긴다. 2019년 캐나다 내 스포츠용품 소매 매출은 약 53억 2천만 캐나다 달러를 기록하였다. 2019년 캐나다의 스포츠, 운동, 레크리에이션 장비 및 관련 서비스에 대한 연간 평균 가계 지출 또한 200 캐나다 달러를 조금 넘어 예년에 비해 크게 증가하였다. 유로모니터에 따르면, 2023년 캐나다 스포츠 웨어 시장은 103억 7,090만 캐나다 달러에 이를 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 있다.

캐나다 현지인들이 선호하는 야외활동은 캠핑, 등산, 수영, 낚시, 카누, 스키 등으로 이와 관련된 아웃도어 의류 및 운동화에 대한 수요가 많은 편이다. 특히 자연경관이 아름다운 캐나다는 캠핑 천국으로 불리며 캐나다 캠핑카 협회(CCRVC)에 따르면 캐나다 내 캠핑인구가 약 570만 명으로 추산된다. 캐나다 내 캠핑장 수는 약 4,000개 이상이며, 등산, 산악자전거, 워터스포츠 등과 함께 즐기는 것으로 나타났다. 전체 캠핑인구 중 약 27%는 25~34세의 밀레니얼 세대인 것으로 조사되었다.

(3) 유럽연합

스포츠는 사람들의 건강과 복지에 기여할 뿐만 아니라 유럽국가들에 강력한 영향을 미치기 때문에 유럽 사회에서 중요한 역할을 한다. 유럽연합은 다양한 국가들로 이루어져 있는 만큼 국가에 따라 스포츠에 대한 선호가 다르지만, 하이킹, 자전거 타기, 달리기 및 수영은 프랑스, 이탈리아, 스페인, 네덜란드 등 대부분의 유럽국가에서 가장 인기 있는 스포츠이다. 축구, 테니스, 골프, 체조와 같은 스포츠도 뒤를 잇고 있다.

생활스포츠의 저변을 살펴볼 수 있는 스포츠 피트니스 클럽 수 또한 상당한 편이다. Statisa에 따르면, 유럽의 헬스/피트니스 클럽 수는 2019년 63,644개이며, 유럽에서 가장 많은 헬스/피트니스 클럽을 보유한 국가는 독일로 9,669개, 다음으로 이탈리아가 7,760개, 영국 7,239개로 나타났다.

프로 스포츠는 방송 및 미디어 권리, 후원, 상품, 스포츠 베팅 및 기타 다양한 채널을 통해 유럽에 상당한 경제적 영향을 미치고 있다. 2019년 유럽 연합 축구 연맹(UEFA)의 총 수입은 약 38억 유로에 달했다. 2019년 포브스가 선정한 전 세계 프로 스포츠 구단 가치 순위에서도 유럽 축구 클럽은 레알 마드리드가 3위(42억 4,000만 달러), FC바르셀로나가 4위(40억 2,000만 달러), 맨체스터 유나이티드가 6위(38억 1,000만 달러), 바이에른 뮌헨이 17위(30억 2,000만 달러), 맨체스터 시티가 25위(26억 9,000만 달러) 등으로 총 8개 구단이 50위 이내에 자리하고 있다.

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)로 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, 직원 749,000명), 행정(322억 유로, 직원 503,000명), 숙박 및 레스토랑 서비스(232억 유로, 직원 약 586,000명) 및 소매(199억 유로, 직원 약 587,000명)로 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 수요를 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 디지털 문화 미디어 스포츠부(Department for Digital, Culture, Media & Sport)에 따르면, 스포츠는 2019년 영국 경제에 170억 파운드(약 26조 3,660억 원)의 기여를 하였으며, 이는 영국 전체 총 부가가치(GVA)의 0.9%를 차지한다. 스포츠의 GVA는 2018~2019년 2.9%, 2010~2019년 20.4%의 실질 증가율을 보이고 있다.



잉글랜드 프리미어리그(EPL)는 2018/19시즌 유럽 5대 리그 가운데 최대 수익을 올린 것으로 나타났다. 뿐만 아니라 빅5 유럽리그는 지난 시즌보다 평균 9%의 매출 증가를 기록하며 전반적인 성장세를 보였다. Deloitte가 발간한 Football Money League에 따르면 2018/19 시즌 수익 상위 20위권 안에 영국 클럽이 총 8개 구단으로 나타났으며 프리미어리그의 최대 클럽들의 매출 증가와 영국 구단들의 선전이 계속될 것으로 전망되었다. 프리미어리그는 2018/19 시즌 전체 92개 구단이 총 62억 파운드(약 9조 6,158억 원)라는 사상 최대 매출을 올렸다. 또한 잉글랜드 클럽에 대한 UEFA의 분배가 증가하면서 프리미어 리그 클럽의 수익이 처음으로 7% 증가하기도 하였다. 프리미어리그의 수익은 유럽리그 중 2위인 스페인 라리가(34억 유로), 3위 독일의 분데스리가(33억 유로)보다 2배 이상 많았다.

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 증대에 기여하고 있다.

(5) 독일

2015년 경제구조연구소(Gesellschaft für wirtschaftliche Strukturforchung)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. Euromonitor에 따르면 독일 스포츠웨어 시장은 연 평균 4%의 성장을 통해 2023년에는 약 120억 유로 규모를 이룰 것으로 전망되고 있다. 올림픽 등 갈수록 규모가 커지는 스포츠 이벤트에 힘입어 스포츠웨어 시장은 지속적으로 성장 중이며, 2018년에는 월드컵의 영향으로 축구 관련 제품의 수요가 특히 많았다. 스포츠 용품 분야에서 북미, 아시아에 이어 세 번째로 큰 약 20%를 점유하는 서유럽 내에서도 독일은 가장 큰 구매력을 갖고 있다.

또한 독일은 인구의 절반인 약 4천만 명이 여가시간에 스포츠활동을 하고 있으며, 이 중 2천 5백만 명 이상은 한 달에 수차례 운동을 즐기고 있다. 독일 내 헬스/피트니스센터 회원수 또한 2003년 약 400만 명에서 2019년 약 1,166만 명까지 약 3배로 증가하였다. Statista에 따르면, 독일인들은 한 해 스포츠웨어에 약 135유로, 장비 포함 200유로를 투자하고 있다. 환경, 채식 등에 관심을 갖는 사람들이 많은 만큼 운동에 대한 수요도 계속해서 증가할 것으로 보여 스포츠웨어 시장은 갈수록 커져갈 것으로 전망된다.

(6) 중국

중국 스포츠산업은 정부의 전략적 지원을 통해 비교적 빠르게 성장하고 있다. 중국 국가체육총국에 의하면 중국의 스포츠산업 규모는 2018년 기준 2조 4,000억 위안(약 407조 8,320억 원)으로 전년 동기 대비 9% 성장했으며, 부가가치는 8,800억 위안(약 149조 5,824억 원)으로 전년 동기 대비 약 12.8% 증가하였다. 스포츠 서비스업 부가가치는 6,530억 위안(약 112조 1,332억 원)으로 스포츠 산업 전체에서 64.8%를 차지했으며, 스포츠 용품 및 관련 제품 제조 부가가치는 3,399억 위안(약 58조 3,676억 원)으로 나타났다.

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 600만 개를 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 8,000억 원)이며 마라톤 자체로 인한 소비량은 178억 위안(2조 9,800억 원) 그리고 마라톤관련 스포츠산업의 총생산량의 가치는 746억 위안(12조 4,990억 원)에 달한다.



마라톤에 대한 관심 증가는 마라톤화, 스포츠웨어 등 관련 산업의 매출 증가로 이어졌으며, 중국의 스포츠용품(의류·신발 포함) 시장은 2013년부터 2018년까지 약 100%의 성장률을 기록하고 있다. Statista에 따르면 2019년 중국의 스포츠웨어 매출액은 약 3,166억 위안(약 54조 2,367억 원)에 이르며, 전반적으로 기능성 의류와 신발이 가파른 성장세를 보였다.

매년 점점 더 많은 중국인들이 정기적인 체력 운동을 하면서 전통적인 피트니스 클럽의 수 또한 증가하고 있으며, 4차 산업혁명, 타 산업과의 융합 등 다양한 스포츠서비스업에 대한 요구 또한 증가하고 있다. 베이징시 체육국은 스포츠 소비 촉진을 위해 스포츠 산업과 기타 업종 간의 융합을 강조하고, 온라인 경기 활동 환경의 개선, 베이징시 스포츠 인구 규모의 증대 등을 통해 스포츠 잠재력을 키울 것을 선언하기도 하였다.

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 8,000위안(4조 1,800억 원)으로 증가한데 이어, 2025년에는 스포츠 아웃도어의 제품의 가치는 최소 1,000억 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 “스포츠기본 계획”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.

대규모 스포츠 대회를 개최하면서 일본의 스포츠 및 헬스케어 시장에서는 각종 제품 및 서비스 개발을 추진하고 있으며, 스포츠에 대한 소비자의 인식이 높아진 가운데 전문 헬스기기는 물론 미용건강, 운동능력 체크 등 셀프케어에 대한 관심도 높아졌다.

Statista에 따르면 스포츠용품의 일상 착용 증가로 2019년 일본의 스포츠 웨어 시장 규모는 5,620억 엔에 육박했다. 건강한 생활과 몸 가꾸기에 대한 일본인의 관심이 늘어나면서 2019년 일본의 헬스클럽 시장 규모 또한 전년 대비 1.2% 증가한 3,415억 엔을 기록할 것으로 전망하고 있다. 일본 스포츠화 시장규모도 꾸준한 성장을 이어가고 있다. 야노경제연구소에 따르면 일본 스포츠용 신발류 출하금액은 꾸준한 증가세를 보이고 있으며 2019년 전년대비 101.7%인 4,283억 2,000만 엔을 기록했다. 특히 캐주얼 운동화는 전체 스포츠화 시장규모의 40%에 달하며, 2019년 시장 규모는 전년대비 105.1%인 1,665억 3,000만 엔 수준으로 가장 많이 성장하였다. 이는 스포츠웨어와 스포츠화를 일상에서도 입는 애슬레저 스타일의 유행에 기인하는 것으로 나타났다. 캠핑 수요의 확산으로 캠핑의 인기도 이어지고 있다. 2019년 일본의 아웃도어 시장 규모는 전년대비 3.2% 늘어난 5,169억 4,000만 엔으로 나타났다.

(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 부분에서 명성을 얻고 있다고 보고하였다. 스포츠시장 규모는 2018년 초 발표된 2012년 기준 자료에 의하면 390억 달러(약 46조 원)로 나타났다. 프랑스 스포츠시장은 스포츠경기를 포함하지 않고도 거의 60,000개의 일자리를 창출한다고 보고하였다.

2018/19 시즌 기준, 프랑스 축구리그는 유럽 축구 5대 리그 중 가장 작은 규모이다. 유럽 최대 규모를 자랑하는 영국 프리미어 리그(English Premier League)는 2019년 총 62억 파운드에 달하는 수입을 벌어들였고, 프랑스 리그 수익은 이전 시즌 대비 약 19% 증가한 19억 유로로 나타났으며 꾸준한 성장세를 보이고 있다. 방송 중계권(47%)이 가장 큰 비중을 차지했고, 스폰서 및 광고 수입(22%), 기타 수입(20%), 경기 관람 수입(11%) 순으로 이익을 창출하고 있다. 2018/19 시즌 중 유럽축구 빅리그 구단 수익 1,2위는 스페인의 FC 바르셀로나와 레알 마드리드가 차지하였고, 5위에 오른 파리 생제르망의 수익은 6억 3,590만 유로로 지난 시즌 대비 한 계단 상승하였다. 10위 권 내에 영국 구단이 8개로 가장 많았으며, 이 중 파리 생제르망은 유일한 프랑스 구단이다.

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 전망되는데, 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.

유럽 헬스/피트니스 시장에 대해 분석한 Deloitte에 따르면, 프랑스인들은 스포츠 의류에 한 해 평균 135유로, 스포츠 용품에 72유로 정도를 소비하며, 일주일에 5.8시간 정도를 스포츠 활동에 할애하는 것으로 나타났다. 프랑스의 피트니스 시장은 26억 유로 규모이며, 회원 수는 전년대비 3.9% 증가한 620만 명을 기록하였다. 금액 및 회원 수 모두 독일, 영국 다음으로 큰 시장을 형성하고 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 스포츠 크리켓 프리미어리그 IPL(Indian Premier League)은 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. 인도 TV에서 크리켓 콘텐츠 방영 시간은 매년 백만 시간에 도달하고 있다. 비스포츠 채널은 2016년에 4,700시간, 2018년에는 5,400시간 이상의 크리켓 콘텐츠를 전송했다. 2016년~2018년 크리켓 시청률은 전체적으로 25% 증가했으며, 같은 기간 스포츠 채널 크리켓 시청률은 79% 증가했다. IPL 평균 시청시간 또한 2016년 28분에서 2018년 34분으로 증가했다. 이와 함께 크리켓 콘텐츠의 광고도 2016~2018년 기간 동안 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 생활 양식이 점차 현대적인 라이프 스타일로 변화하면서 인도의 스포츠 산업도 크리켓, 카바디 외에 걷기나 달리기, 웨이트 트레이닝과 같은 각종 신체 활동을 아우르는 대규모 스포츠 산업으로 발전해가고 있다. 인도의 스포츠, 건강용품의 시장가치는 2018년에 약 36억 달러(약 4조 2,800억 원)에 도달하였다. 인도는 이 스포츠 시장가치를 2024년까지 약 60억 달러(약 7조 1,000억 원)로 증가시키기 위한 계획을 가지고 있다. 인도의 피트니스 센터는 총 3,813개로 아시아-태평양 지역 3위 수준의 규모를 보이고 있으며, 연간 매출액은 8억 2,100만 달러(약 9,084억 원)를 기록하였다. 회원 수 또한 약 200만 명으로 나타났다. 피트니스 웨어러블 시장 또한 2019년 14억 4,570만 달러(약 1조 6,183억 원), 2022년 18억 달러(약 2조 149억 원)를 돌파할 것으로 전망되고 있다.

인도산업연맹 스포츠위원회에 따르면 보통 한 국가의 GDP에서 스포츠 및 피트니스 산업이 차지하는 비중이 2~5% 정도이나 인도는 아직 0.1%에 불과해 성장 가능성이 높은 편으로 평가되고 있으며, 건강과 스포츠에 대한 관심 증대, 소득 증가에 따른 소비 활성화, 체육시설 보급 등을 통해 시장 전망이 더욱 밝을 것으로 예측하고 있다. Research and Markets에 따르면 인도 내 스포츠 및 피트니스 용품 시장 규모는 2019년 기준 39억 달러(약 4조 3,154억 원)이며 2023년에는 약 56억 달러(약 6조 1,964억 원)로 성장할 것으로 전망한다.

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, 특히 스포츠 영양제시장은 인도의 피트니스 시설 확장에 따라 점차 증가해 현재 200만 달러(약 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

Euromonitor에 따르면 터키의 스포츠웨어 시장은 2019년 총 131억 7,340만 터키리라(약 2조 935억 원) 규모로, 스포츠 의류 84억 6,280만 터키리라(약 1조 3,450억 원), 스포츠 신발 47억 1,060만 터키리라(약 7,487억 원)로 나타났다. 향후 5년간 스포츠 의류 연평균 2.1%, 스포츠 신발 연평균 3.1% 성장을 예측하고 있다. 터키 시장은 나이키와 아디다스 2개 업체가 24.8%로 소수 브랜드의 시장 점유가 지배적인 편이며, 그 중 터키 시장 내 가장 높은 점유율을 차지하는 아디다스는 이스탄불의 여러 대회와 팀을 공식 후원하면서 이스탄불의 젊은 유동 인구층과 스포츠 매니아층을 공략하고 있다. 터키 기업들은 일상생활에서도 착용이 가능한 디자인과 편의성을 갖춘 제품들을 비교적 저렴한 가격대에 시장에 선보이며 Top2 업체에 대응할 예정이다.

체코에는 기본적으로 야외활동 및 스포츠를 즐기는 인구가 많은 편이며, 사이클링(88%), 수영(79%), 조강 달리기(68%) 등을 주로 하고 있다. 체코 스포츠웨어 시장 규모는 2019년 전년 대비 4.7% 성장이 전망되었으며, 스포츠웨어 브랜드 중 아디다스의 점유율이 10.4%로 가장 높다. Nielsen Admosphere 설문조사 결과 62%의 응답자가 운동을 할 때는 물론 일상생활에서도 스포츠웨어를 착용한다고 응답하였으며, 아웃도어나 스포츠 브랜드가 더욱 대중적인 브랜드가 되면서 일상복으로도 쉽게 구매가 이루어지고 있는 것으로 나타났다.

사우디 정부는 달고 짠 음식을 선호하는 식습관으로 심장병, 당뇨 등 환자가 빠르게 증가하자 비전 2030 프로젝트 중 하나로 자국민 건강 인식 캠페인을 진행 중이며, 건강 관리 중요성 인식의 증가로 건강 관련 웨어러블 디바이스 제품의 수요가 증가하는 추세이다. 심장 박동수, 걸음걸이를 측정하는 스포츠 웨어러블 디바이스 제품이 인기를 끌고 있으며, 젊은 층 사이에서 패션 아이템으로 인식되기도 한다. 사우디는 인구의 50%가 30세 미만이며 높은 출산율로 향후 10년 내 스마트폰 사용인구의 증가와 함께 웨어러블 기기 사용자가 급증할 것으로 예상되고 있다.

케냐 골퍼스 연합(Kenya Union of Golfers)에 따르면, 케냐의 골프회원은 2016년 6,048명에서 2017년 7,000명, 2018년 6월 말 기준 8,000명 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 인식도 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.

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 Reseach는 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. Euromonitor에 따르면 2019년 대비 2020년 베트남 스포츠 의류 매출은 15% 증가할 것으로 예상되며, 2024년까지 스포츠 의류 분야 매출액은 7억 5,000만 달러(약 8,299억 원) 규모가 될 것으로 전망하고 있다.

3 2019 스포츠산업 이슈

2019년 스포츠산업 분야의 주목할 만한 이슈는 5개로 선정되었으며 주제의 선정은 이슈가 스포츠산업 분야에 미치는 영향력과 시의성을 고려하였다. 첫 번째 이슈는 최근 급격하게 변화하는 스포츠산업 환경에 관한 내용으로 사회 및 정치 등 분야별 환경의 변화가 스포츠산업에 미치는 영향에 관한 내용을 다루고 있다. 두 번째 이슈는 융·복합 및 5G 등 기술의 변화가 스포츠산업에 미치는 영향력을 사례를 중심으로 살펴보았다. 세 번째 이슈는 2019년 광주에서 개최된 '광주 세계수영선수권 대회'의 주요결과와 레거시에 관한 내용을 포함하고 있다. 대회와 관련된 주요 사안과 개최지인 광주를 비롯한 국내 스포츠산업에 남긴 레거시를 소개하였다. 네 번째 이슈는 최근 급속하게 성장하는 1인 미디어가 스포츠 미디어업 생태계 변화에 미치는 영향력을 확인하고 미디어업의 미래를 전망하기 위한 논의를 제시하고 있다. 다섯 번째 이슈는 스포츠산업과 스마트 헬스케어산업과의 관련성에 대해 다루고 빅데이터를 활용하여 두 산업이 창출할 수 있는 시너지 효과의 가능성에 대한 내용을 포함하고 있다.

1) 스포츠산업 환경의 변화¹⁾

4차 산업혁명은 스위스 다보스에서 개최된 2016년 세계 경제포럼(World Economic Forum)에서 회장인 클라우스 슈왑(Klaus Schwab)이 언급한 이래로 중요한 이슈가 되어, 전 세계가 진통을 겪고 있다. 4차 산업혁명은 물리세계, 디지털세계, 그리고 생물세계가 융합되어 경제와 사회의 모든 영역에 영향을 미치는 새로운 산업 시대를 의미하며, 사물인터넷(IoT), 로봇공학, 가상현실(VR) 및 인공지능(AI)과 같은 혁신기술이 우리가 살고 있는 방식을 변화시키는 현재와 미래를 의미한다.

1) 한국스포츠정책과학원 스포츠산업이슈페이퍼 통권43호의 내용을 활용함.



※ 출처: 유튜브 KUKA 공식 채널

4차 산업혁명은 스포츠산업과 관련성이 높다는 의견이 많다. 또한 4차 산업혁명은 스포츠 전반에 걸쳐 많은 변화를 가져올 것이므로, 이러한 변화를 빠르게 받아들여 실행 가능한 것부터 하나씩 시작해야 한다. 그러기 위해서는 4차 산업혁명에 대한 전반적인 이해가 선행되어야 할 것이다.

4차 산업혁명은 사회 전반에 걸쳐 다양하게 트렌드를 바꾸고 있다. Kotra는 「2019년 한국이 열광할 세계트렌드」를 발간하였는데 5대 세계 비즈니스 트렌드는 CDEFG로 Combination(편의점, 헬스장, 카페, 빨래방 등 다양한 복합화), Development(페플라스틱 재생 수영복과 먹는 빨대가 돋보이는 지속가능 개발), Experience(낮선 것에 대한 열망을 실제 경험하는 여행 상품), Free(영역과 경계 없이 넘나들고 심지어 포장까지 없어지는 제품), Go mobile(공급자-소비자를 직접 연결하는 서비스 모바일화)을 들었다.

또한 트렌드 코리아 2019에서는 서울대 소비트렌드분석센터가 PIGGY DREAM(돼지꿈)을 책의 부제로 선정하며 다음과 같은 전망을 하였다. P(Play the concept: 쾌락적이고 유희성이 강한 콘셉트 있는 소비가 더 큰 만족감을 선사한다), I(Invite to the cell market: 세포 단위의 시장이 만들어진다는 의미에서 세포 마켓), G(Going new-tro: 새로운 복고), G(Green Survival: 살아남기 위해서는 반드시 필(必)환경제품이 필요), Y(You are my proxy emotion: 감정대리인, 내 마음을 부탁해), D(Data Intelligence: AI에서 DI로 의사결정 패러다임 진화), R(Rebirth of Place: 공간의 재탄생), E(Emerging Millennial Family: 21세기형 밀레니엄 가족의 라이프스타일), A(As Being Myself: 그곳만이 내 세상, 나나랜드), M(Manners maketh the consumer: 매너소비자)을 의미한다고 한다.

이러한 트렌드의 변화를 통해 사람과 사람, 사람과 기기, 기기와 기기(사물), 기업과 기업, 기업과 소비자, 온라인과 오프라인의 모든 네트워크가 연결되는 초연결시대가 되며 지능적인 사회를 구축할 것으로 보고 있다. 이런 2019 트렌드 이해와 더불어 스포츠산업의 생태계가 어떻게 변화하는지 알아볼 필요가 있다. 스포츠산업은 무한한 성장가능성을 지닌 신 성장 동력 시장으로 2007년 스포츠산업진흥법이 제정된 이후 지금까지 국가의 정책적 지원과 관심 속에서 꾸준히 발전되어 왔으며, 실제로 다양한 방면에서 성장과



도약을 이루어 왔다. ‘2020년 스포츠 산업 실태조사(2019년 기준)’에 의하면 스포츠산업의 전반적인 규모는 전년대비 매출액이 3.4% 증가한 약 80조 원으로 나타났다. 또한 2016년까지 5년 간 스포츠 산업 매출 증가율은 약 4.5%로 국내 전체 경제성장을 3.0%를 넘어서는 수준으로 스포츠산업의 외형은 꾸준히 성장해 왔다.

하지만 우리나라 스포츠산업은 이러한 외형 성장에도 불구하고 내실이 부족하다는 지적이 적지 않다. 국내 스포츠기업 10개 중 9개는 10인 미만의 영세 기업으로, 성장에 한계가 있을 수 있다는 것이다. 또 해외 수출 비중이 2% 미만에 그치는 등 내수 시장에 치중돼 있다는 것도 약점으로 지적된다.

스포츠산업의 약점을 보완하기 위해서는 4차 산업혁명과 관련된 환경변화를 인지하고 적극 수용하여 산업 현장에 적용할 필요가 있다. 구체적으로 4차 산업혁명의 핵심기술인 ICT, NT, BT 등과 스포츠의 융·복합을 통해 스포츠와 미디어, 관광, 엔터테인먼트가 결합된 새로운 비즈니스 기회가 창출되며, 소셜 네트워크 서비스를 이용한 소통과 e비즈니스의 가속화가 이루어질 것이다. 또한 인구구조 변화에 따른 1인 가구증대 및 인구고령화, 노동시간 변화에 따른 여가시간 증대, 미세먼지 문제와 같은 기후변화, 남북관계 완화로 인한 정치적 환경변화 등은 스포츠산업 전반에 영향을 줄 것이다. 4차 산업혁명과 스포츠 결합은 이미 필연적인 관계로, 현대에 맞는 스포츠산업환경을 창조적으로 조성할 필요성이 있다.

미래사회 스포츠산업현장에 많은 영향을 미치는 4차 산업혁명이 가져올 변화들은 이미 시작되었으며, 이러한 변화에 대해 조명하는 것이 앞으로의 결과를 예측하고 중요한 의사결정을 하는데 밑받침이 될 것이다.

(1) 사회적 변화와 스포츠

한국은 2017년 65세 이상의 노인인구가 14% 이상인 고령사회에 진입하였으며, 2025년에는 노인인구가 20% 이상인 초고령사회로 진입할 것으로 전망되며, 시니어 비즈니스 시장 규모는 2016년 27조원에서 2020년 78조원으로 3배 이상 성장할 전망이다. 특히 로봇, 빅데이터, 인공지능, 사물인터넷 등 최신 4차 산업혁명 기술을 활용해 노인들의 의료·재활, 헬스케어를 담당하는 분야가 확대되고 있는 상황이다. 또한, 건강에 관한 관심이 증대되고 있는 상황에서 기존의 치료중심의 의료적 패러다임이 예방중심으로 변화됨에 따라 스포츠와 의료건강산업에 IT기술이 융합된 형태인 U-Health와 웰니스(Wellness) 시장 규모가 높은 성장률을 보이며 확대되고 있다. 이미 오래 사는 게 중요한 시대는 지나갔고, 어떻게 오래 사느냐가 우리 삶의 화두가 되었다. 다시 말해 건강하게 오래 사는 것이 중요해진 것이다. 이와 관련하여 정부는 노인체육 활성화 정책을 시행하고 있다. 각 시/군 체육회는 전문적인 교육을 받은 어르신을 위한 전담지도자들을 육성하고 배치하여 다양한 노인건강 프로그램을 운영하고 있다. 그러나 이러한 노인 대상 스포츠 프로그램들은 노인인구 증가 속도를 따라가지 못하고 있는 실정으므로, 정부 차원의 노인건강 프로그램의 운영이 더욱 확대되어야 되고, 민간 차원의 실버스포츠 산업 또한 활성화 될 것으로 예상된다.

대한민국 인구의 4분의 1을 차지하는 베이비부머 세대(1955~1975년생)는 이전 세대보다 높은 자산과 소득수준으로 능동적인 소비주체가 될 것으로 예상되며, 부유하고 활동적이며 건강하게 장수하는 소비그룹으로서 건강과 레저, 스포츠 등에도 관심이 많은 것으로 분석되고 있다. 이에 따라 베이비부머의 선두 세대인 1955년생이 65세가 되는 2020년경에는 이들의 소비트렌드에 맞춘 새로운 시니어 비즈니스가 부상할 전망이다. 즉 스포츠산업 관련 주요 소비계층(액티브시니어)으로 등장할 것으로 예상된다. 또한

미국이나 유럽, 일본 등은 노년을 뜻하는 제론(Geron)과 기술을 뜻하는 테크놀로지(Technology)를 합성한 '제론테크놀로지'에 관해 이미 활발한 논의를 펼쳐지고 있으나, 아직 우리나라는 선진국에 비해 경쟁력이 저조하지만 IT 강국이라는 강점을 내세워 4차 산업혁명 기술 개발에 박차를 가하고 있다. 그러므로 정부는 시니어 비즈니스를 신 성장동력산업으로 육성하고 고령자의 편의성에 중점을 둔 자율주행, 드론, 로봇 등의 4차 산업 기술을 융·복합한 제품 개발을 지원할 수 있는 정책을 마련하고 급변하는 환경 변화에 맞게 시스템을 구축해야 할 것이다.

1인 가구가 늘어남에 따라 싱글마케팅이라는 새로운 소비트렌드가 탄생한 것도 사회적 변화의 한 부분이다. 통계청이 2000년부터 2017년까지의 인구주택총조사 중 1인 가구에 대한 현황과 특성을 분석해 정리한 보고서를 보면, 1인 가구는 2017년 562만 가구로 증가하여 전체 일반가구 중 28.6%를 차지했다. 이미 1인 가구는 우리나라의 주된 가구형태로서 증가 추세에 있으므로 1인 가구의 시대가 도래했다고 할 수 있다. 특히 1인 가구는 20대와 30대에서 늘어나는 추세이다.

이러한 1인 가구의 증가는 새로운 트렌드를 만들며 소비 시장을 움직이는 중심축으로 떠오르고 있으며, 식료품을 비롯한 각종 소비재 기업들은 싱글족 및 1인 가구 맞춤형 마케팅을 강화하고 이들을 표적으로 하는 다양한 제품과 서비스를 생산하고 있다. 이러한 변화에 맞추어 여가 및 스포츠산업 분야에서도 싱글족과 1인 가구를 대상으로 하는 제품 및 서비스, 프로그램 개발에 주력하여야 할 것이다.

최근 정부 및 지자체도 1인 가구 정책의 필요성을 인식하고 다양한 사업을 실시하고는 있으나 아직 시작단계이며, 주로 청년과 노년 위주로 수립되고 있는 실정이다. 이에 전문가들은 정책의 방향이 1인 가구인 국민들도 사회구성원으로서 기본적인 삶의 질을 영위할 권리에 대한 존중이 되어야 할 것이고, 성별과 생애주기 등을 고려한 현실적인 정책과 관련 정책들 간의 연계가 필요하다고 주장하고 있다.

2018년 주 52시간 근무제가 시행되면서 근로자들의 여가시간이 증가되었고, 일과 삶의 균형(워라벨(Work-Life Balance))을 중시하는 가치관의 변화에 따라 여가 및 스포츠 참여형태가 급변하고 있다. 기업들이 불필요한 야근을 줄이고 정시 퇴근을 독려하면서 점차 '저녁이 있는 삶'을 누리려는 사내 문화가 형성되고 있다. 아직 현장에서는 주 52시간 근무제 시행에 대해 다양한 목소리가 혼재하는 것도 사실이다. 그러나 과거 주 5일 근무제가 시행됐을 때 혼란을 생각하면 주 52시간 근무제도 어느 정도 시간이 지나면 정착되리라 생각된다. 주 52시간 근무제에서 정착 중요한 것은 직장인 스스로의 시간 활용법일 것이다. 그 중에서도 가장 기본은 건강관리이므로, 늘어난 여가시간을 이용해 스포츠에 참여하는 직장인이 더욱 많아질 것으로 보인다. 이와 관련하여 밤에 운동을 즐기는 나포츠족(night+sport 합성어)이 생겨나고, 이동거리, 비용 등의 진입장벽이 낮은 헬스 등의 주중 소비자가 다소 증가하였으며, 필라테스, 요가 등 홈트레이닝 관련 상품의 매출이 증가한 것으로 나타났다.

또한 여가산업의 규모는 증가추세에 있으며 레저스포츠 참여율도 지속적인 증가추세이다. 특히 성장세가 뚜렷한 부분은 여행, 레저 액티비티 시장이라고 할 수 있다. 소셜 미디어의 활성화와 함께 레저 액티비티 시장에 야놀자, 레저큐, 프리프, 여기어때, 와그, 마이리얼트립 등과 같은 플랫폼 서비스 업체들이 급성장하고 있다. 이러한 업체들은 다양한 취미활동, 액티비티를 상품화해 자유롭게 고를 수 있도록 하고 숙박, 가이드, 강습 등 모든 서비스를 패키지로도 제공해주며 인기를 끌고 있으며, 최근 수상스포츠(서핑, 수상스키, 요트 등), 패러글라이딩 등도 이러한 플랫폼 서비스를 통해 각광받고 있다.



마지막으로 e스포츠 산업의 발달이다. 1990년대 후반 ‘스타크래프트’의 등장은 온라인게임에 대한 대중들의 관심을 집중시켰다. 이로 인해 국내에서는 ‘PC방’이 급격히 증가했고 ‘프로게이머’라는 새로운 직업이 등장했으며 게임대회가 열리기 시작했다. 이후 워크래프트, 카트라이더 등 다양한 게임대회가 정기적으로 진행되면서 팬덤이 생성되었고 중계기술 발달이 더해지면서 자연스럽게 게임을 ‘보는 문화’가 발전하게 되었다. 최근 e스포츠 산업의 시장 규모가 커짐에 따라 게임에 대한 인식이 변하고 게임 보는 것을 즐기는 사람들이 증가했다. 이러한 분위기 속에서 2018 자카르타-팔렘방 아시안게임에서는 시범종목이었던 e스포츠가 2022년 항저우 아시안게임에서는 정식종목으로 채택되어, 앞으로 e스포츠 시장 규모는 더욱 커질 것으로 예상된다. 한국콘텐츠진흥원이 발간한 ‘2020년 e스포츠 실태조사’에 따르면, 2019년 기준 글로벌 e스포츠 시장규모는 총 9억 5,060만 달러(약 1조 641억 원)로 추정되며 이는 전년대비 9.9% 늘어난 규모이다. 국내의 경우는 2019년 기준 1,398억 원으로 측정되었으며 이에 따른 경제적 파급력도 상당한 것으로 나타났다. 이와 관련하여 대부분의 전문가들은 앞으로 5년간은 e스포츠 산업이 급성장할 것으로 전망하고 있다.

이미 e스포츠는 직접 하는 것을 넘어 영상 콘텐츠를 시청하고 리그를 직관하는 단계이며, 게임이 아닌 엄청난 규모의 산업으로 자리 잡아가고 있다. 그러나 최근 미국과 중국의 머니 파워에 밀려 e스포츠 중주국으로서의 위상이 위협받고 있는 실정이다. 그러므로 IT강국인 우리나라가 계속해서 e스포츠 시장을 선도해 나가기 위해서는 정부의 과도한 규제 완화, 게임업체들의 다양한 장르의 게임 제작, 그리고 정식 스포츠로서의 e스포츠에 대한 인식 전환과 지지를 이끌어내는 지속적인 노력이 필요할 것이다.

(2) 환경적 변화와 스포츠

최근 플라스틱 쓰레기와 일회용품 남용 문제 등이 전 세계적 공감대를 얻으면서 운동과 환경보호를 결합한 ‘플로깅’(plocka upp (스웨덴어 ‘줍다’) + jogging (달리기))이 새로운 트렌드로 주목받고 있다. 쓰레기를 줍기 위해 앉았다 일어나는 동작이 스쿼트 운동 자세와 비슷하다는 데서 생겨난 플로깅은 쓰레기를 담은 봉투를 들고 뛰기 때문에 단순한 조깅보다 칼로리 소비가 많고, 환경도 보호한다는 점에서 호응을 얻고 있으며, 2020년 도쿄올림픽 ‘특정 관객 정식 종목’(비공식 종목)으로 채택되었다.

대중들은 환경에 더 관심을 가지게 되었으며, 쓰레기 문제, 대기오염, 미세먼지, 지구 온난화의 문제점을 파악하고 해결하기 위한 노력들을 하고 있다. 또한 스포츠 활동에서 가장 직접적인 영향을 주는 것은 기후변화 등 환경문제가 중요한 요소이며, 특히 미세먼지로 인한 대기오염의 악화는 사람들로 하여금 외부활동을 제한하는 원인으로 작용하고 있다.

전국에서 미세먼지가 기승을 부리며 실내 공간에서 날씨의 제약 없이 가벼운 운동으로 스트레스를 해소하기 위해 스크린 스포츠를 즐기는 이들이 많아지고 있다. 스크린 스포츠는 상대적으로 젊은 연령대가 즐기는 운동으로 시장이 증가하고 있는 추세이며, 스크린야구, 스크린테니스, 스크린볼링, 스크린승마, 스크린양궁, 스크린썰시 등도 스크린 스포츠 시장에 등장한 상태다. 이에 힘입어 스크린스포츠 시장은 지난 2007년 1,000억 시장에서 지난해 5조 원으로 약 10년 만에 50배나 성장했다. 특히 인공지능(AI)이나 가상현실(VR: Virtual Reality), 증강현실(AR) 등이 스크린스포츠에 접합되면서 실외에서 직접하는 스포츠와는 또 다른 매력을 소비자들에게 주고 있다.

또한 미세먼지 급증으로 실내 스포츠가 각광을 받으면서 관련 용품도 반사이익을 누리고 있다. 대형유통업체 이마트에 따르면 2018년 3월 1일~4월 11일 실내 헬스기구 매출은 작년 동기보다 8.5%, 헬스 잡화 판매는 10.5% 각각 증가한 것으로 나타났다. 이러한 추세들을 고려하면 실외보다는 실내에서 하는 체육활동에 대한 선호도가 과거 보다 높아진 것을 알 수 있으며, 스크린 스포츠 등 실내 스포츠 시장의 가치는 지속적으로 성장 발전할 것으로 전망된다. 이처럼 단순히 실내에서 행하는 스포츠로써가 아닌 하나의 콘텐츠로 발전하여 연관 산업으로 다양한 확장을 지속하고 있다.

미세먼지는 체육교육에도 영향을 주었다. 초·중·고등학생들은 학업, 잘못된 생활 습관 등으로 운동량이 부족하고 생활스포츠 참여율도 저조하다. 최근에는 미세먼지 등으로 인해 학교체육을 운동장에서 할 수 없게 되면서 운동을 할 공간마저 줄어들고 있다. 이러한 문제를 해결하기 위해 문화체육관광부와 국민체육진흥공단은 가상현실 스포츠실을 운영하고 있다. 2016년 2개 초등학교에 시범 설치한 이후, 매년 가상현실 스포츠실을 지원하고 있으며, 2019년에는 전국 103개 초등학교를 대상으로 가상현실 스포츠실을 지원, 설치하고 있다. VR 역시 ICT와 체육 교과의 융합뿐만 아니라 체육을 중심으로 타 교과와의 융합수업도 가능하기 때문에 앞으로의 발전 가능성이 무궁무진하며 운동 공간 부족으로 인한 학교체육 문제점을 획기적으로 해결할 수 있는 대책 사업으로 평가받고 있다.

현재 환경문제의 심각성을 모르는 사람은 없을 것이다. 또한 환경문제를 개선하기 위해 제도적, 구조적으로 변화해야 한다는 것은 누구나 알고 있는 사실이다. 또한 환경문제가 국내 스포츠 시장 발전 방향에 대해 시사하는 바가 크다는 것도 알고 있다. 이처럼 환경과 스포츠의 중요성이 강조가 되고 있음에도 불구하고, 아직까지 스포츠산업에서는 대기오염 등 환경의 중요성을 간과하고 있는 부분이 많다.

(3) 관광/이벤트 산업의 변화와 스포츠

통신·방송기술의 발달과 함께 전 세계적으로 스포츠를 즐기는 인구가 급증하면서 ‘스포츠 관광산업’이 주목을 받으며, 관광산업분야에서 가장 빠르게 성장하고 있는 분야로 스포츠 이벤트에 참여하거나 관람하는 것이 떠오르고 있다.

스포츠관광이란 스포츠에 참여 또는 관람 등의 스포츠 활동을 주된 목적으로 하되, 관광자원의 소비 및 가치 향상을 통해 지역사회를 이해하고 직·간접적으로 편익을 제공하는 적극적인 관광활동을 포함하는 관광형태로, 나아가 직접 경기 및 경기장 관련 시설 등을 관람하기 위해 이동하며, 당일 혹은 1박 이상 경기 관람 및 주변 지역에서의 관광활동까지 하는 형태로 정의하고 있다.

근래 스포츠이벤트와 관광과 관련된 지속가능한 자원개발에 관한 관심이 중요해지고 있는데 이와 관련하여 유엔환경개발회의(UNCED)에서 21세기 지속가능한 발전을 위한 환경과 개발에 관한 27개의 원칙으로 구성된 의제 21(Agenda 21)을 채택하면서 지속가능발전을 IOC와 같은 스포츠조직을 포함한 국제사회의 구성원들이 추구해야 할 정책이념으로 제시하였고, 이러한 목표달성 및 실행여부 파악을 위해 유엔 산하 지속가능개발위원회(UNCSD)를 설치하였다. 스포츠이벤트 분야에서도 환경문제 해결에 초점을 맞춘 친환경 경컨벤션, 그린컨벤션 등의 개념을 제시하며 지속가능한 스포츠산업의 실현을 위해 노력하고 있는 추세이다. 스포츠 빅 이벤트들은 스포츠산업의 발전이라는 미명하에 막대한 자본과 에너지가 투입되고 있으나, 이러한 스포츠는 대부분 지속가능하지 못한 형태로 운영되고 있다. ISO20121의 이벤트지속가능성 표준에 준거한



지속가능하지 못한 활동이란 (1) 재생산할 수 없는 자원의 투입, (2) 재생비율이 낮은 재생자원의 소비, (3) 자연환경에 대한 부정적 영향, (4) 생태계 종의 교란 및 멸종 그리고 (5) 필요 이상의 자원의 소비 등으로 요약되는데 환경 친화적 스포츠이벤트의 중요성을 인식하기 시작한 것이다. 최근에 스포츠이벤트 조직과 유치도시들의 관심은 스포츠로 인해 발생하는 환경위해 요소를 최소화하고 개최국에는 긍정적인 영향을 미치기 위해 고안·기획·시행되는 것이며 건강, 사회 문제 등 지속성을 목표로 할 때 고려해야 하는 모든 문제를 대체할 수 있어야 한다.

지속적인 스포츠 관광 활성화를 위해 다양한 콘텐츠의 관광 산업의 융·복합이 필요하며 새로운 부가 가치를 창출해 낼 수 있도록 정책 마련이 필요한 시점이다. 이에 문화체육관광부와 서울올림픽기념 국민체육진흥공단이 2014년부터 '지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업'을 추진하고 있으며, 스포츠자원과 지역 특화 관광자원 등이 결합된 스포츠관광 프로그램의 개발 및 사업화를 지원하고, 지역의 스포츠 자원 저변 확대를 통해 외부 관광객을 지역으로 유치하여, 이를 바탕으로 지역 경제의 활성화와 일자리를 창출하고 있다. 예를 들면, 기장군은 2019년 '한국 야구 명예의 전당 건립'과 더불어 야구도시의 이미지를 구축하고자 '야구 테마 스포츠관광 클러스터 조성' 사업을 진행한다. 이미 보유하고 있는 '기장 현대차 드림볼 파크'와 '월드컵 빌리지(리틀야구장·소프트볼구장)'를 활용, 야구와 관련된 다양한 체류형 스포츠관광 사업을 운영해 기장군의 관광효과를 극대화하고자 한다. 야구선수, 사회인 야구선수, 학부모 등 대상별 맞춤형으로 야구테마 특수목적 관광 프로그램도 개발해 관광객을 유치하고, 국내외 엘리트 및 사회인 야구 경기대회를 개최해 급성장한 국내 사회인 야구시장을 공략할 계획이다.

문체부 정책 담당자는 "스포츠관광 산업육성 사업은 지역마다 특화된 관광자원에 스포츠를 융·복합함으로써 지역경제를 활성화하고, 나아가 일자리 창출과 경제 성장에도 기여할 것으로 기대한다."라고 밝혔다. 그 결과 해마다 우수한 성과가 나타나고 있으며 특히 2017년에는 5개 지자체의 프로그램에 15,511명의 관광객이 방문하고 신규 일자리 432개가 생겨났으며 20억 6천만 원의 경제적 부가가치가 창출되는 성과를 보였다.

한국관광공사는 국내여행 트렌드에 대한 전망을 제시하였는데, 키워드는 'BRIDGE'이며 이것이 의미하는 바는 B(Break the Generation Gap: 다세대 가족여행), R(Recreational Activities: 체험 여행), I(Influential Contents: SNS 여행콘텐츠), D(Delicious Foods: 맛집 탐방), G(Go Anytime: 연중 여행), E(East Coast: 강원도 여행)이다. 이 중 R, I, E는 스포츠와 밀접한 관계가 있으며, R은 서핑, 루지, 썰라인 같은 액티비티, I는 액티비티와 같은 영상콘텐츠, E는 강원도 관련 여행지로 평창올림픽 유산과 같은 관광 인프라를 의미한다.

(4) 정치적 변화와 스포츠

전 세계 유일의 분단국가인 대한민국은 최근 몇 년 동안 북핵 문제와 관련하여 한반도 긴장이 고조되며 불안한 날을 보냈다. 하지만 2018년 1월 1일, 북한 김정은 국무위원장은 신년사를 통하여 평창올림픽 참가 의사를 전함으로써 수년 동안 깨지지 않았던 남북관계 긴장 해소가 이루어졌으며, 평화에 물꼬를 트는 역할을 한 것이 올림픽, 즉 스포츠라고 할 수 있다. 남북은 3차례의 정상회담과 여러 차례의 고위급회담을 통하여 2018 평창동계올림픽에서의 개최식 동시 입장과 여자 아이스하키 단일팀 구성, 그리고 자카르타-팔렘방 아시안게임 공동입장 및 여자 농구, 카누, 조정 등의 종목에서 단일팀을 구성하였으며 남북통일농구경기 개최 등 다양한 체육 교류를 성사시켰다. 그리고 계속되고 있는 남북체육분과회담을 통하여 2020년 도쿄하계

올림픽경기대회 동시입장 및 단일팀 구성뿐만 아니라 다양한 종목에서의 교류를 약속하였고, 나아가 2032년 하계올림픽경기대회 공동개최를 추진하고 있다. 이러한 남북 관계의 변화는 스포츠 산업에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 생각된다.

먼저 남과 북이 가지고 있는 스포츠 관련 기술, 장비 및 시설 교류로 인한 시너지 효과를 기대할 수 있다. 국제대회에 남북 단일팀 구성, 합동훈련 등을 통한 기술 교류뿐만 아니라 북한이 가지고 있는 평양 안골체육촌, 마식령 스키장과 남한이 가지고 있는 진천국가대표선수촌, 평창동계올림픽 시설 등을 적극 활용한다면 단순한 경기력 성장이 아닌 스포츠산업의 발전을 꾀할 수 있을 것으로 생각된다. 서로가 가지고 있는 장비와 시설, 기술 등의 교류는 그 이용 및 개발을 위한 비용을 절감하고 장비와 시설의 품질 향상을 가져올 것이다.

또한 남북은 각자 가지고 있는 산업 기술을 스포츠와 융·복합하여 산업 발전을 꾀할 수 있을 것이다. 북한의 기술에 대하여 정확히는 알 수 없지만 각종 프로그래밍 대회에서 우수한 성적으로 입상하였고, 최근 제 13회 단백질 구조예측기술 평가대회(CASP 13)에서 1위를 차지하는 등 IT 기술과 화학 기술 등은 일정분야에서 우수한 수준을 가진 것으로 평가되고 있다. 우리나라는 제조, 건설, IT 등 다양한 산업이 발달하였다. 이러한 기술을 스포츠와 융·복합시켜 생산된 다양한 제품은 글로벌 시장에서도 경쟁력이 있을 것으로 예상된다. 개성공단에 이를 위한 플랫폼이 갖춰져 있기 때문에 그 투자비용을 줄일 수 있고, 북한의 저렴한 노동력을 이용하여 스포츠용품 제조하게 되면 큰 경제적 효과를 낼 수 있을 것이다.

만약 2032 하계올림픽 공동개최가 성사되면 그 효과는 더욱 커질 것으로 예상된다. 과거 1988년 서울올림픽 조직위원회는 서울올림픽을 계기로 국산경기용기구의 상품가치를 높이고 국내스포츠산업의 국제경쟁력을 강화시키는 방안으로 국산경기용기구의 우선채택 원칙을 세웠다(서울올림픽대회조직위원회, 1989). 이러한 국산경기용기구의 우선채택원칙은 국내 스포츠용품 제조업의 발전을 가져왔을 뿐만 아니라 서울올림픽에서 사용된 27개 종목, 896개 품목의 76%인 647개 품목에 국산이 사용됨으로써 상당히 많은 외화를 절약할 수 있었다(월간조선, 2011). 따라서 2032 하계올림픽 개최가 성사되면 융·복합 기술로 생산된 수준 높은 제품 생산, 저렴한 노동력으로 인한 수익 증대, 그리고 제품 수출 증가를 야기시켜 큰 수익을 창출할 수 있을 것이다.

2) 기술 변화와 스포츠²⁾

4차 산업혁명의 기술적 발전은 우리 사회에 새로운 변화를 주었다. '5G 더 빠른 연결의 시대, 2019 IT 트렌드를 읽다'에서 소비자를 읽는 5가지 키워드를 Rapid(빠름), Interactive(상호작용), Crowd(집단지성의 확장), Fun&Easy(쉽고 재미있는), Me(혼자)로 정리하였고 이 중 Rapid와 Me 두 가지 키워드의 중요성을 강조하였다. 이러한 발전과 변화는 스포츠산업에서도 빠르게 수용되어 적용되고 있다. 최근 스포츠산업에서는 빅데이터(Big data), 사물인터넷(IoT), 인공지능(AI), 가상현실(VR) 등의 기술을 접목하여 개인에게 더 집중하는 양상을 보이고 있어 이를 중심으로 자세한 내용을 살펴보고자 한다.

2) 한국스포츠정책과학원 스포츠산업이슈페이퍼 통권 43호의 내용을 활용함.





※ 출처: 카카오키리포트

최근 스포츠분야에서는 선수의 기량과 경기력 향상을 위해 데이터를 의미 있게 활용하는 사례가 늘어나고 있다. 운동 강도, 자세 효율성, 관절각도, 회전율, 속도, 심박수 등 선수 상태를 측정하고 분석하여 훈련에 적용하고, 경기 결과를 예측하여 전략을 수립하는데 이용하기도 하며, 날씨와 환경의 영향을 많이 받는 종목의 경우 빅데이터에 대한 활용 범위가 크게 증가하고 있다. 스포츠에서는 보다 섬세하고 역동적인 데이터를 수집하고 분석하는 것이 중요하므로 지금의 다양한 정보통신기술을 적절하게 이용하여야 할 것이다.

스포츠 데이터 수집의 신세계라 불리는 IoT(Internet of Things) 기술은 관련 디바이스의 발전으로 각종 웨어러블 기기를 만들어 내며 빠르게 발전하고 있다. 옷, 안경, 시계, 밴드 등과 같이 신체에 착용할 수 있는 웨어러블 기기를 통해 스포츠에 참여하는 사용자는 신체의 모든 변화를 모바일 디바이스로 데이터 전송을 받는 동시에 인공지능 기술로 분석된 피드백도 제공받게 된다. 대표적인 웨어러블 기기로는 손목에 착용하는 스마트밴드(Smart Band)인 푸시(Push), 짐워치(Gymwatch)가 있으며, 전신에 착용하도록 만들어진 스마트 슈트(Smart Suit)의 경우는 인플럭스(Enflux), 아토스(Athos) 등이 있다. 또한 공이나 야구 배트 등에 이미 생산 단계에서 센서를 내장시켜 속도와 회전력 등의 물리적 데이터를 측정하기도 하며, 나아가서는 카메라에 의한 영상을 통해 사람의 특별한 움직임을 인지하고 이상행동 등을 감지하는 기술도 이미 널리 활용되고 있다. 이렇게 수집된 데이터는 인공지능에 의하여 분석되어 보다 효율적인 스포츠 참여방법 및 지도방법 등 최적의 참여방향을 제시해 줄 뿐만 아니라 경기를 분석하여 전략을 수립하는데 이용되며 경기결과를 예측하여 중요한 의사결정을 하도록 돕고 있다.

인공지능(Artificial Intelligence) 기술이란 인간의 학습능력과 추론능력, 지각능력, 자연언어의 이해능력 등을 컴퓨터 프로그램으로 실현한 기술로서, 놀라운 속도로 발전하여 인간의 능력을 점차 뛰어넘고 있다.

스포츠 영역에서 활용되는 사례로는 프로야구 경기 결과 기사를 로봇이 작성하는 프로야구 뉴스로봇, 지구상에서 가장 빠른 스피드를 자랑하는 독일의 탁구 로봇 아길러스(Agilus), 순발력과 빠른 판단력을 가지고 있는 축구 골키퍼 로봇 골파고 등이 있다.

4차 산업혁명의 핵심기술 중 하나인 VR(Virtual Reality)은 스포츠참여자 및 관람자들에게 시간과 공간을 초월하여 기존의 스포츠 시설 및 경기장에서 보다 훨씬 흥미로운 경험을 제공하고 있다. 실제로 가상현실 방송 전문업체 빅스트VR은 2015년 VR 축구 생중계를 시작으로 US오픈 골프대회, 맨체스터유나이티드 축구경기, NBA 농구 경기 등 다양한 스포츠 경기를 VR로 생중계함으로써 VR이 단순히 현실 세계 밖의 가상현실이 아닌 스포츠 경기 현장의 생생한 영상을 중계하는 방송플랫폼이 될 수 있음을 입증하였다. 또한 시공간을 넘어서 현실을 더 현실처럼 생생하게 느낄 수 있는 VR 콘텐츠는 스포츠 경기 관람뿐만 아니라 다양한 분야에서 현실화되고 있다. 예를 들면, 선수들의 경기력 향상을 위한 VR 훈련, 실감 체험형 VR을 활용한 실내 스포츠교육, 각종 경주나 익스트림 스포츠의 박진감과 스릴을 극대화하는 스포츠 게임 체험 등 다양한 영역으로 확장되고 있다.

문화체육관광부와 국민체육진흥공단은 2018년부터 글로벌 기업으로의 “혁신성”과 “성장 잠재력”이 높은 국내 스포츠기업을 대상으로 맞춤형 집중 지원(사업고도화, 해외판로개척, 해외마케팅/최대 3년간)을 통하여 글로벌 경쟁력을 갖춘 스포츠 선도 기업을 육성하고 있다. 2019년부터 3년간 스포츠산업 선도기업으로 선정된 스포츠투아이는 이러한 정부 주도 스포츠산업 지원 사업을 통해 기존 사업 기술을 고도화(3D 트래킹 기술/로봇심판시스템 개발, 2019년)하고, 글로벌 스포츠산업 시장으로 진출하기 위해 준비(글로벌 목표시장 컨설팅/전략 수립/마케팅, 2019년) 중이다.

스포츠투아이는 국내 인기 스포츠 종목인 야구, 축구, 농구, 배구를 비롯한 다양한 종목의 경기기록 및 관련 정보를 수집하여 스포츠 분야의 빅데이터 사업을 전개하고 있는데, 이러한 스포츠 빅데이터는 다양한 채널에서 스마트중계, 라이브 문자중계, 기록실, 인포그래픽 콘텐츠 형태로 다양한 팬들에게 제공되고 있다. 아울러서, 최첨단 트래킹 기술을 국내에 도입하여 한국형 트래킹 시스템(PTS/HTS/FTS)으로 고도화를 추진하고 있다. 트래킹 시스템을 통해 필드 내 모든 객체의 움직임 즉, 투구/타구/선수의 움직임을 데이터로 변환하여 저장하고 다양한 콘텐츠에 접목을 시도하고 있다. 스마트경기장 실감형 서비스(KT위즈) 분야에서는 경기 중의 투구/타구/선수의 움직임 데이터를 그래픽과 수치화된 정보를 실시간으로 제공하고 있다. 또한 뉴미디어 플랫폼의 애니메이션 중계, 주요 장면 다시보기, AI특점 하이라이트 서비스에서도 주요 메타 정보로 활용되고 있다. 또한 스포츠투아이는 2018년부터 자회사인 랩투아이(Lab2AI)와 협력하여 인공지능 기사 ‘케이봇(KBOT)’ 서비스도 선보였다. 자체 개발한 ‘로봇기사핵심알고리즘’ 기술을 활용하여 경기 기록 지에 표기된 모든 상황에 따라 각각의 형태로 기사 생산이 가능하다.

경기 판정 등과 관련하여 첨단 기술이 적용되는 사례들도 있다. 축구 경기 중 VAR(Video Assistant Referees)은 골 상황, 페널티킥, 퇴장, 반칙이 잘못 적용된 경우 개입한다. VAR 도입은 경기 흐름을 끊고 기술에 의해 스포츠가 지배될 수 있다는 우려 하에 반대의 의견도 많았지만 현재는 객관적이고 공정한 판정을 통해 오심을 줄이고자 시행되고 있다.



테니스의 호크아이(Hawk-Eye)는 테니스 종목 특성상 공의 속도가 시속 200km에 육박하기 때문에 심판의 눈으로 판정하기 어려워 카메라의 눈을 통해 정확한 판정을 위해 도입됐다. 초당 340 프레임을 찍을 수 있는 카메라 10~14대를 설치하여 3차원 영상을 보여준다. 기술은 거듭 발전해 오차범위는 3mm에 불과하다.

선수 경기력 향상을 위한 스마트 배트는 작은 센서를 부착하고 모바일 장치와 블루투스로 연결해 스윙 데이터를 분석하는 배트이다. 타격 시 배트 속도, 손의 최대 속도, 타격 시간, 타격 각도, 수직 타격 각도 등을 상세히 알려주며 스윙 궤적을 3D 입체화하여 분석한다. 야구 경기에서 투수가 던진 공의 구속, 공의 구질, 회전 등을 입체적으로 분석하기 위해 도입된 시스템이다. 현대 야구에서는 구속과 더불어 회전수가 중요시되는 만큼 유용하게 쓰이고 있다. 타자들은 각 투수가 가진 장단점을 파악할 수 있어 분석하기 수월하게 되었다. 스포츠와 ICT 융합은 공정하고 객관적인 판정, 선수 능력 향상, 팀 관리 등 다차원적인 분야로 나아가고 있다. 스포츠 융복합 산업은 신성장 동력으로 일자리 창출, 경제 성장 등 기대효과가 클 것으로 예상된다.

3) 2019 광주 세계수영선수권 대회의 주요결과와 레거시³⁾

2019광주FINA세계수영선수권대회 종합백서를 중심으로 해당 대회의 주요결과와 레거시에 대하여 살펴본다. 세계수영선수권대회는 FINA가 주관하는 대표 국제경기대회로 수영을 통해 세계인들의 우호를 다지고 나이, 성별, 인종 등과 상관없이 수영의 저변 확대에 목적을 두고 있다. 1973년 유고슬라비아 베오그라드에서 열린 1회 대회를 시작으로 제18회 광주수영대회에 이르기까지 명실상부한 최고 권위의 수영대회로 자리매김 하였다.



※ 출처: 대회 홈페이지

3) 2019광주FINA세계수영선수권대회 종합백서의 내용을 활용함.

2019년 7월 12일부터 7월 28일까지 17일간 이어졌던 광주수영대회는 역대 수영대회에서 찾아보기 어려운 명승부와 진기록이 쏟아진 풍성한 대회였다. 6개 종목(경영, 다이빙, 수구, 아티스틱 수영, 오픈워터 수영, 하이다이빙)에 191개국 2,518명의 선수들이 참가해 역대 대회 중 최다 출전국, 최다 출전선수 신기록을 세웠다. 또한 2020년 도쿄올림픽 출전권의 43%가 배정돼 세계 신기록 10개, 대회 신기록 17개가 수립되는 등 광주에서 수영역사가 새롭게 쓰이는 결과를 낳았다.

우리나라 선수들의 선전도 감동적이었다. 김수지 선수가 다이빙에서 동메달을 획득했고, 김서영 선수와 우하람 선수는 경영과 다이빙에서 각각 결승에 오르는 기염을 토했다. 나이 어린 선수들로 구성된 여자 수구대표팀은 어려운 여건에도 불구하고 세계대회 첫 골을 기록하는 등 최선을 다하는 모습을 보여 국민들에게 진한 감동과 여운을 안겼다.

광주수영대회는 저비용 고효율로 치른 대표적인 대회다. 경기장을 신축하지 않고 기존 경기장의 리모델링과 임시 시설로 시설비를 절감했으며, 운영비 또한 유사규모의 국제대회에 비해 가장 적은 예산이 투입되었다. 선수촌은 노후화된 도시환경 개선과 대회 재정부담 최소화 차원에서 오래된 아파트를 재건축하는 방식으로 지어 선수들의 아늑한 쉼터 구실을 톡톡히 했다.

적은 예산과 인력, 국내 스타 수영선수 부재, 북한의 불참이라는 삼중고에 직면했지만, 3,000여 명의 자원봉사자를 비롯한 대회 운영 인력들의 노력과 150만 광주시민들의 관심과 열정으로 국제대회 성공모델을 구축하는 성과를 거두었다. 한편 이번 제18회 세계수영대회가 광주광역시에서 개최됨으로써 대한민국은 독일, 이탈리아, 일본에 이어 세계에서 네 번째로 5대 메가 스포츠 이벤트를 모두 개최한 나라의 반열에 올랐다. 종합백서에서는 아래와 같은 10가지 주제로 대회가 남긴 가치와 의미를 제시하였다.

(1) 주요결과

① 세계 최고 수준의 경기시설

다이빙, 경영 경기가 열린 남부대시립국제수영장은 다기능수심조절장치, 대형 스테인리스수조 등 최첨단 시스템이 돋보이는 곳으로, 세계 어느 경기장과 견주어도 손색이 없을만한 수준 높은 시설이다. 이와 함께 수구 경기장은 워밍풀과 경기풀을 한곳에 설치해 선수들이 최상의 컨디션에서 경기에 임할 수 있어 선수단으로부터 좋은 평가를 얻었다. 아티스틱 수영, 하이다이빙 시설은 국제규격에 맞추되, 임시 시설물로 설치해 예산 절감 효과를 거뒀고, 오픈워터 수영이 열린 여수엑스포해양공원은 아름다운 풍광으로 참가 선수들의 눈길을 사로잡았다.

② 최상의 선수촌 서비스로 선수 휴식과 에너지 충전

선수들이 경기 외 시간을 보내며 컨디션을 조절할 수 있는 ‘선수촌’은 선수들에게 경기장 못지않게 중요한 공간이다. 최고의 기록을 다루는 경기에 임하는 선수들에게 선수촌은 긴장을 이완시키는 곳이자 동시에 영양과 휴식을 충전할 수 있는 ‘어웨이 홈’ 역할을 담당한다. 시설, 서비스면에서 광주수영대회 선수촌은 ‘최고’였다. 메디컬센터는 비롯해 피트니스센터, 플레이룸, 미용실, 카페, 편의점 등 선수들의 생활, 여가에 부족함이 없도록 편의시설을 제공했다. 특히 플레이룸은 가장 인기를 얻었던 곳으로 하루 평균 이용자만



300여 명에 달하는 인기 공간 중 하나였다. 동시에 1,000여 명이 이용할 수 있는 대규모 '선수촌식당'은 선수들의 경기 시간을 고려해 하루 21시간 동안 개방됐다. 메뉴는 선수들의 영양과 대륙별 식단을 고려, 아시아식, 유럽식, 할랄식, 한식 등 100여 종류가 제공됐다. 안락한 편의시설과 음식은 선수들을 항상 최고의 컨디션으로 만들어주는 역할을 톡톡히 했다.

③ 풍성한 신기록 잔치, 효율적인 경기 운영이 기여

광주수영대회 기간 동안 풍성한 기록 잔치가 펼쳐졌다. 세계 신기록 10건, 대회 신기록 17건, 한국신기록 5건 등 풍성한 신기록이 쏟아져 나왔다. FINA가 1973년 유고슬라비아 베오그라드에서 첫 세계수영선수권 대회를 개최한 이래 가장 많은 세계 기록이 나온 대회는 2009년 이탈리아의 로마대회다. 로마대회에서 만들어진 세계 기록은 10건으로 9건이 남자종목, 1건이 여자 종목에서 세워졌다. 이에 반해 이번 광주수영 대회에서는 총 10건의 세계 신기록이 세워졌는데, 남자종목 5건, 여자종목 4건, 혼성에서 1건으로 모든 종목에서 고른 분포를 보였다. 점에서도 평가받을 만하다. 광주수영대회보다 앞서 치러진 헝가리 부다페스트 대회에서는 세계 신기록 6건이 수립됐다. 조직위원회는 국제심판자격을 갖춘 전문가들을 경기정책자문관, 종목담당관으로 지정해 경기 운영에 전문성과 효율성을 높인 결과라고 자평했다. 아울러 수차례의 국제대회 참관과 테스트 이벤트 등을 통해 노하우를 전수받고 실전 능력을 길러 실제 대회를 안정적으로 운영할 수 있는 토대가 되었다.

④ 자원봉사자, 시민 서포터즈, 운영인력 모두가 한마음으로

대회 운영의 꽃이었던 2,867명의 자원봉사자들은 통역, 의전, 시상 등 31개 분야에서 발로 현장을 뛰며 대회가 순조롭게 진행될 수 있도록 이끌었다. 무안국제공항과 KTX광주송정역에서 선수단을 환영하고, 경기장 곳곳에서 각국의 선수들을 힘차게 응원했던 12,000명의 시민 서포터즈들은 광주수영대회의 분위기를 끌어올리는데 큰 몫을 했다. 이들은 각국 선수와 외국인 관람객들에게 역동적인 대한민국과 따뜻한 광주를 알리는 민간 외교사절단 역할을 담당했다. 이와 함께 중앙부처, 전국의 지방자치단체 등 31개 기관의 공무원, 직원 727명은 조직위원회 운영인력으로 파견돼 대회의 원활한 운영에 큰 힘을 보탰다.

⑤ 광주 콘텐츠와 미래기술 어우러진 IT

광주의 문화 자원과 최첨단 IT 기술이 어우러진 'ICT 체험관'은 대회 기간 동안 명소가 자리잡으며 첨단 기술 도시의 위상을 자랑했다. 대회의 정보통신부문 후원사인 KT를 비롯해 국립광주과학관, 광주정보문화산업진흥원이 함께 마련한 'ICT 체험관'에선 증강현실(AR)을 이용한 수영대회 종목 즐기기, K-POP에 맞춰 댄스를 따라 하는 'K-Dance', 무등산 집라인 VR 등 지역에서 제작한 콘텐츠들이 소개됐다. 하루 방문객이 1,000여 명에 이를 정도로 대회를 찾는 관광객들과 시민들의 발길을 붙잡았다. 경기장, 선수촌에 구축된 5G 통신망, AI를 활용한 자율주행버스 체험 등은 IT강국 대한민국의 면모를 자랑하기에 충분했다.

⑥ 수준 높은 개·폐회식. 광주광역시 곳곳이 문화의 장

개·폐회식은 15m 높이 아쿠아 그래픽, 360도 대형 영상 등 첨단 기술이 돋보이면서도 빛과 음향 효과로 예술적 완성도가 높은 공연으로 각계의 찬사를 받았다. 아울러 공연에 지역 예술가들은 물론 시민들도 자발적으로 참여해 대회의 의미를 더했다. 선수촌 문화행사를 비롯해 대회 기간 동안 광주광역시 곳곳에서 펼쳐진 프린지페스티벌, 국악상설공연 등은 광주광역시를 하나의 공연장으로 만들었다. 각국 선수단·관람객 등은 남도투어, 한복입기 및 사찰문화 향유, 부채 만들기와 음식 체험, 5·18국립묘지 방문 등 남도의 멋과 맛을 향유하면서 문화도시의 매력에 흠뻑 취했다. 아시아 문화 중심도시 광주의 색다른 매력을 참가자들에게 선사할 수 있는 절호의 기회였다.

⑦ 입장권 판매 99% 달성, 대회후반 갈수록 구름관중

조직위원회는 2019년 1월부터 온오프라인 티켓판매를 시작하고 입장권 판매율을 끌어올리기 위해 구매협약, 판매촉진 설명회, 온라인 홍보 등 다양한 활동을 펼쳤다. 그 결과, 입장권 판매 목표 369,000매(판매금액 75억 원)의 99%인 320,000매(74억 1,000만 원)를 판매하는 성과를 거뒀다. 27m 높이에서 무등산을 배경으로 명 연기를 선보인 하이드다이빙 수영과 여수의 아름다운 바다에서 펼쳐진 오픈워터 수영은 일찌감치 입장권 판매목표량 100%를 달성했다. 대회 일정이 후반부로 갈수록 주경기장 좌석 10,000여 석을 가득 메울 정도로 구름 관중이 몰려들어 점점 고조되는 대회의 열기를 실감할 수 있었다.

⑧ 민·관·군 협력, 안전한 대회

광주수영대회는 민·관·군의 협력으로 테러와 절도, 식중독, 전염병 등으로부터 안전한 대회로 막을 내렸다. 광주광역시와 조직위원회는 대테러안전대책본부를 중심으로 군·경·소방 등 1일 2,800여 명의 인력을 투입해 철저한 사전 예방과 함께 만약의 사태에 대비했다. 식음료안전대책본부를 가동, 여름철 식중독과 감염병 안전에도 최선을 다했다. 대회 개막 초반 태풍이 우려됐지만 철저한 시설 관리 감독 덕분에 무사히 지나갈 수 있었다. 주경기장과 영주체육관 인근에 설치된 1.7km길이의 쿨링포그, 야외 경기장 관람석 차양막, 그늘쉼터 등 폭염을 고려한 대비책은 참가 선수들은 물론 관람객, 대회 관계자들의 호평을 받았다.

⑨ 빠른 출입국·KTX 운행, 효율적 수송 체계

대회를 준비하면서 가장 많은 공을 들인 분야가 바로 '수송'이다. 접근성이 좋지 않은 지방 도시에서 대회를 치르는 한계를 극복하기 위해 조직위원회는 선수들의 입국부터 선수촌 입촌까지의 시간을 단축할 다양한 시뮬레이션을 통해 최적의 동선을 만들었다. 공항 내에 전용 심사대와 출입국대책반을 운영하고, 코레일과 협의를 거쳐 하루 7편 운행하는 광주KTX 직통 열차편을 개설해 선수들이 피곤함을 느끼지 않도록 빠른 수송에 만전을 기했다. 이와 함께 577명의 수송운전 요원들은 안전하면서도 신속하게 선수단과 대회 관계자들을 실어 나르며 효율적인 수송 서비스의 일등공신 역할을 했다.



⑩ 저비용 고효율 대회 달성

남부대시립국제수영장, 염주체육관 등 기존시설을 활용하되, 부족한 시설은 대회 이후 철거가 가능한 임시 시설물로 설치했다. 대회 전체 예산의 약 30%라는 저비용으로 모든 경기장 시설을 사후관리 필요 없이 효율적으로 사용한 것이다. 수구, 아티스틱 수영, 하이다이빙 등의 임시 경기장 건설에 쓰였던 자재와 시설들은 대회가 끝난 후 2020년 도쿄올림픽에서 재활용될 예정이어서 환경 측면에서도 주목을 받았다. 7억 5,000여만 원 상당의 물품을 평창 동계올림픽 조직위원회에서 가져와 재활용함으로써 예산을 최대한 아꼈다. 이와 함께 선수촌은 민간 재건축 아파트를 선수촌으로 활용해 도심 재생은 물론 예산 절감까지 1석 2조의 효과를 거뒀다.

(2) 주요 레거시

최근 국제스포츠 대회에서는 레거시가 중요한 화두다. 레거시는 국제스포츠 대회가 개최도시에 미칠 장기적인 영향(impact)을 의미한다. 2008년 베이징올림픽을 결정할 때부터 IOC가 대회 유산인 레거시 전략을 국제스포츠대회 유치의 평가 지표로 공식화하면서 그 중요성이 커졌다. 이후 레거시는 대회가 끝난 이후의 계획이라는 생각보다 오히려 대회 개최 이전 사전 계획으로서의 의미를 갖게 되었다.

광주는 2015년 유니버시아드라는 국제종합 스포츠 대회를 한 차례 경험하면서 대회 레거시의 중요성과 가치를 더욱 새롭게 인식할 수 있었다. 이런 영향으로 2019광주FINA세계수영선수권대회는 대회 개최 2년 전인 2017년에 서둘러 레거시 개발 연구용역에 착수했다. 연구결과를 토대로 광주를 국제수영도시로 만든다는 비전 하에 광주수영진흥센터 건립을 비롯한 유무형의 10대 핵심 레거시 과제가 제시되었다. 광주수영진흥센터는 국제규격 수영장과 훈련시설을 갖추어서 선수와 지도자를 키우고, 각종 대회와 전지훈련을 유치할 수 있는 핵심시설로 2023년까지는 완공한다는 계획이다. 광주가 수영 강국 대한민국의 초석을 닦겠다는 것이다.

대회가 마무리된 8월에는 광주광역시의회 수영대회지원특별위원회와 광주광역시 지속가능발전협의회가 공동으로 광주수영대회 평가 및 지속 가능한 대회 유산 활용을 주제로 토론회를 개최하는 등 시민들의 지혜를 모으기 위한 후속 활동도 이뤄졌다.

① 수영 HUB가 될 ‘광주수영진흥센터’ 건립

광주광역시는 광주수영대회가 일회성 행사로 끝나지 않고, 대회 성공 개최의 긍정적인 효과를 지속적으로 이어가기 위해 어떠한 레거시를 남길 것인가에 대해 오래전부터 고민해왔다. 2017년 5월 ~ 8월 레거시 연구 용역을 통해 10개의 핵심 레거시가 제시됐다. 이 중 2018년 3월 대회 기념 유산 정책화 T/F와 타당성 조사를 통해 ‘광주수영진흥센터 건립’이 핵심 과제로 대두됐다. 타당성 조사에서는 한국 수영의 진흥과 발전을 위해 체계적이고 과학적인 교육과 훈련 시설이 필요하며, 그 시설은 다른 아닌 광주에 마련되어야 한다는 결론이 나왔다. 세계수영선수권대회 개최지로서의 상징성과 국토 균형 발전 측면에서 광주가 최적지라는 것이다. 수영진흥센터는 단순한 수영 시설 그 이상을 의미한다. 엘리트 수영선수를 육성하는 동시에 생활 수영 저변을 확대하기 위한 전문적인 프로그램과 체육 시설, 스포츠 기념관과 문화 프로그램실 등

복합 공간으로 조성될 예정이다. 시설 못지않게 그 안에 들어갈 콘텐츠, 프로그램 등에도 관심이 쏠리고 있다. 수영진흥센터는 과학적 수영 교육과 훈련에 특화된 시설이다. 수영 아카데미 운영, 꿈나무 선수 양성, 학생 생존 수영 교육 프로그램 운영 등을 통해 수영 꿈나무를 육성하고 생활 수영과 엘리트 수영이 선순환하는 시스템을 구축해 한국형 수영 생태계 조성의 핵심 역할을 담당할 전망이다. 이러한 비전을 실현시키기 위해 광주광역시는 대회 종료 후 본격적인 센터건립 초읽기에 들어갔다. 광주광역시는 2020년 수영진흥센터 기본 및 실시설계를 시작하고, 2021년에 공사에 착공하여 2023년까지 센터를 완공할 예정이다. 수영진흥센터는 대한민국이 수영 강국으로 발돋움하는 ‘도약대’로, 광주는 그 중심에 ‘수영도시’로 자리매김할 것으로 기대된다.

② 선수, 생활체육인 축제 ‘수영선수권대회’ 창설

수영진흥센터가 엘리트 수영, 생활 수영의 선순환적 시스템을 만드는 ‘엔진’ 역할을 한다면, ‘광주수영선수권대회’는 엔진에 동력을 불어넣을 ‘윤활유’다. 이르면 2020년에 창설될 예정인 ‘광주수영선수권대회’는 유소년 대상의 학교 체육, 일반인 중심의 생활체육, 그리고 선수 위주의 엘리트 체육을 하나로 묶은 ‘광주형 모델’이다. 대회가 창설되면 선수권대회와 마스터즈대회로 나뉘어 경영, 다이빙, 아티스틱 수영, 수구 등 종목의 학생, 일반인, 선수들이 광주에서 또 한 번의 신화를 쓰게 된다. 광주광역시는 수영진흥센터가 완공되는 대로 시너지 효과를 내기 위해 광주수영선수권대회와 센터의 프로그램을 연계해 운영할 예정이다. 현재 광주광역시는 문화체육관광부에 광주수영선수권대회 창설을 건의하고, 광주수영연맹과 세부적인 방안을 논의하고 있다.

③ 수영 동호회 결성 등 수영 인구 저변 확대

2019광주FINA세계마스터즈수영선수권대회 개최로 얻은 소중한 결실 중 하나는 바로 마스터즈 수영에 대한 대중들의 인식과 관심의 향상이다. 그동안 FINA 마스터즈 대회는 해외에서 개최돼 많은 동호인들이 참가하고 싶어도 현실적인 제약으로 인해 참여할 수 없었던 것이 사실이었다. 광주에서 마스터즈선수권이 개최되면서 전국에서는 수영 동호회 활동 붐이 일었다. 실제로 이번 대회에 한국은 110개 팀에서 1,034명의 선수들이 참가했다. 대회 폐막 이후, 9월에는 ‘광주 수구 동호회’가 결성되는 등 수영에 대한 관심과 참여가 이어지고 있다. 광주 수구 동호회는 결성 이후 2회의 합동훈련을 가졌으며, 훈련장 등이 해결되는 대로 더욱 활발하게 활동할 예정이다. 광주마스터즈선수권대회를 전후해 수영동호회 결성 등 실질적 움직임이 나타나 수영인구의 저변확대로 이어진 점은 광주수영대회 개최에 따른 무형의 레거시로 꼽힌다.



4) 스포츠 미디어업 생태계 변화와 1인 미디어의 성장⁴⁾

스포츠는 이제 전통적인 미디어인 TV를 넘어 인터넷을 기반으로 PC 또는 스마트폰 등 다양한 미디어 플랫폼을 통해 중계되면서 그 범주를 확대하고 있다. 스포츠 시청은 TV를 통해 단지 지켜보는 것이 아닌 실시간 커뮤니케이션으로 직접 참여하고 가상현실 기술에 의해 직접 경기장 관중이 되기도 하는 등 시간적, 공간적 제약을 탈피한 스마트 미디어 시대의 스포츠 시청으로 변화하고 있다.

스마트 미디어를 통한 스포츠 중계·보도가 보편화되면서 이용자의 적극적 참여가 강화되고 있다. 특히 SNS를 활용한 실시간 양방향 커뮤니케이션은 미디어, 구단, 이용자 모두에게 새로운 커뮤니케이션 행태를 제공하며, 각종 이벤트, 정보, 소식 등을 교류하는 소통의 장으로 활용되고 있다.

스포츠와 뉴미디어의 결합은 선택이 아닌 필수가 되어가고 있다. 새로운 뉴미디어의 발전과 확대 보급은 1인 미디어(유튜브, 아프리카TV, 네이버블로그, 페이스북, 인스타그램 등) 정보 생산의 폭발적 증가로 실제 공영 및 케이블 방송사가 제공하는 콘텐츠 양을 능가하게 되었으며, 대중적인 케이블 방송을 끊고 뉴미디어 콘텐츠 소비로 옮겨가는 현상이 확산될 것이다.

예를 들면, MLB가 사회관계망서비스(SNS)로 경기를 송출하여, 페이스북과 계약 후 'Facebook Watch'를 통해 중계한 것이다. 그리고 이는 지루한 진행으로 야구를 회피하는 젊은 층을 공략하기 위한 훌륭한 전략으로 평가받는다. 또한 TV와 같은 기존 전통 미디어와의 중계권 계약 외에, 페이스북과의 독점 중계권 계약으로 추가 수익을 벌어들이는 것은 물론이다. ESPN의 경우에는 다양한 스포츠 관련 정보를 얻을 수 있는 미디어 채널의 기능, 데이터 분석을 통한 신뢰도 높은 예측 제공, 라이브 스트리밍 서비스, 실시간 경기 기록 제공 등에 뉴미디어를 적극 활용하고 있으며, MLB 또한 티켓 및 머천다이즈 상품 구매, 경기 하이라이트 및 라이브 스트리밍, 공식 파트너 앱 서비스 등에 뉴미디어를 활용하고 있다. NFL 역시 소셜 미디어를 사용하는 3대 원칙은 프로모션(브랜드, 홍보 등), 수익화(스폰서십 유치 등), 인게이지먼트(팬과 소통)이며, 페이스북, 트위터, 인스타그램, 유튜브, 스냅챗 등 주요 플랫폼을 모두 사용한다. 그리고 플랫폼의 특징과 그 플랫폼을 사용하는 고객 특성에 맞게 맞춤형 콘텐츠를 제작한다. 테일러메이드 한국 담당 단장인 라이언 하이랜드는 엄청나게 많은 돈을 쓰지 않아도 다양한 계층, 다양한 장소에서 광범위한 골퍼들을 많이 만날 수 있는 방법이 소셜 미디어이고, 덕분에 젊은 골퍼들이 유입되고 있고 새로운 수익 모델도 만들어지고 있다고 설명하며, 우리는 이렇게 골프에 관심을 갖게 된 새로운 계층을 구매자로 연결시켜야 한다고 하였다. 타이거 우즈, 로리 매길로이 등 최고 선수들을 활용해서 이들이 새로운 클럽을 사용 후 소셜 미디어에 게시하며 팬들의 신뢰를 얻고 있다. 테일러메이드 계정에 게시할 때는 6만 500뷰, 462회 공감에 그쳤지만 매길로이 개인 계정에 게시하자 21만 8,000뷰, 4,800회 공감이 나왔다.

이와 같은 뉴미디어의 등장과 뉴미디어 콘텐츠의 다양화는 스마트폰을 통해 미디어 콘텐츠를 소비하는 소비자로서는 환영할 일이다. 하지만 기존 미디어에는 유튜브를 위시한 뉴미디어의 등장이 큰 위협이다. 그리고 이와 같은 소비 패턴의 변화는 '코드커팅(Cord-cutting)'이라는 신조어까지 만들어 냈다. 코드커팅이란 원하는 정보를 유튜브 등을 통해 언제 어디서든 소비할 수 있기 때문에, 기존에 시청하던 유료 방송 프로그램이나 케이블 방송 등을 해지하는 것을 의미한다.

4) 한국스포츠정책과학원 스포츠산업이슈페이퍼 통권 43호의 내용을 활용함.

닐슨 스포츠는 글로벌 스포츠 산업 5대 트렌드에 대해 첫째, media disruption(미디어 분열), 둘째, E-sports evolution(e-스포츠의 진화), 셋째, content development(콘텐츠 개발), 넷째, sponsorship to partnership(스폰서십에서 파트너십으로), 다섯째, sports in our society(사회인식변화를 주도하는 스포츠) 등을 언급하면서, 소비자들은 단순히 스포츠 경기만 궁금해 하지 않고 스폰서십에 대한 관심도 지속적으로 커지고 있다고 하였다. 따라서 팬 스토리에 맞는 스폰서를 찾아야 하며, D2C(Direct to Consumer)를 위해서는 스토리와 제품을 연결할 수 있어야 하고, 우수한 콘텐츠와 '내가 좋아하는 팀을 후원한다'는 느낌을 받고 기꺼이 비용을 지불할 수 있는 가격을 맞추는 것이 필요하다고 하였다. 이러한 스마트 미디어 시대에 있어 스포츠 미디어의 주요한 변화양상은 다음과 같다.

첫째, 스포츠 중계에 있어 CG, 3D, VR 등을 활용한 비주얼 이펙트의 강화이다. ESPN은 컴퓨터가 만들어 낸 가상적인 풋볼 선수들로 구성된 이미지 화면에 해설자의 이미지를 합성하고, 이 화면을 통해 가정의 시청자에게 생생한 비주얼이 더해진 해설을 제공하며, 다양한 컴퓨터 그래픽 지원을 통해 스포츠 중계의 흥미도와 몰입도를 증가시켜 준다.

둘째, 가상 스포츠 기술의 개발이다. 스마트 환경에서 시청자는 가상현실 기술에 의해 경기장 관객이 되기도 하고, 때론 사이버 선수가 되기도 하며, 3차원 영상정보와 입체음향 그리고 냄새까지 제공해 마치 실제 경기장에서 경기를 관람하는 것과 유사한 느낌을 제공하는 가상스타디움(virtual stadium)을 경험할 수 있다. 또한 가상공간에서 자신이 실제로 스포츠를 하는 것 같은 느낌을 제공하는 사이버 스포츠게임, 체력진단 및 평가 그리고 처방을 가상공간에서 제공받아 거주공간에서 수행하는 사이버 피트니스, 사이버 캐릭터에 의해 필요한 기술을 지도받는 사이버 스포츠레슨 등도 가능하다.

셋째, 스포츠 빅데이터 플랫폼 구축을 통한 경기력 향상 시스템의 구축이다. 스포츠 기록 분석 통계 서비스는 축구, 야구, 배구 등 스포츠 전 분야에 걸쳐 경기 중 발생한 기록, 점수, 개인이력 등에 관한 통계를 분석해, 경기 정보, 경기 판정, 경기력 향상 등에 활용되도록 제공되는 서비스를 말한다. 객관화되고 체계화된 분석 데이터는 정보 서비스 및 경기력 향상의 목적으로 사용될 수 있다. 국내의 프로야구 삼성 라이온즈와 NCT이 노스에서 스타비스(STABIS)라는 이름의 전력 분석 데이터베이스를 구축해 운영하고 있다. 여기에는 선수 개인의 투구 타격 분석뿐만 아니라 상대팀 선수의 구질, 타격, 수비, 주루 특성, 선수 정보 등이 모두 데이터로 저장되어 분석할 수 있으며, 타격의 스윙 각도나 디딤발의 위치, 스윙 궤적도 분석해 적절한 타격 폼을 제공한다.

넷째, 모바일 서비스를 활용한 프로스포츠 활성화이다. 미국의 경우, 메이저리그(MLB), 프로농구(NBA) 및 미식축구(NFL) 등은 리그 일정부터 스케줄, 결과, 선수분석자료 등의 구단 정보뿐만 아니라 티켓예매, 쇼핑물 이용 등 모바일 서비스를 팬들에게 제공한다.

다섯째, 1인 미디어를 통한 스포츠 중계의 관심 증대를 들 수 있다. 스포츠를 하이라이트나 소위 '쇼트 클립'으로 소비하는 형태로 방송 시간과 형식 등에 영향을 받는 기존의 전통 미디어로 스포츠를 소비하는 것이 아니라, 본인의 관심사에 최적화된 스포츠와 주제를 선호하는 1인 방송가의 방송을 통해 소비하는 것이다. 실제로 영향력 있는 유튜버나 1인 미디어 제작자를 의미하는 '인플루언서(influencer)' 혹은 '크리에이터(creator)' 중 국내 1위에 해당하는 방송가는 구독자가 1,000만 명에 육박하고 누적 페이지뷰(page view)는 무려 18억 뷰에 달한다.



afreecaTV

회사소개 사업소개 투자정보 사이버홍보 기업문화 채용경보



아프리카TV

HOME > 사업소개 > 아프리카TV



afreecaTV 내가 주인인 미디어 아프리카TV

라이브 소셜 미디어인 아프리카TV는 특별한 기술이나 장비, 비용 없이도 누구나 쉽게 PC나 모바일 기기(스마트폰, 태블릿)를 활용해 언제 어디서나 실시간 라이브 방송을 할 수 있는 개인 미디어입니다.

AfreecaTV는 Anybody can Freely Broadcast TV 를 의미합니다.

누구라도 직접 BJ(Broadcasting Jockey)가 되어 자신의 끼와 재능을 자유롭게 표현할 수 있습니다. 시청자와의 재밌는 대화를 통해 자신의 생각을 자유롭게 소통하고 표현하는 쌍방향 커뮤니케이션이 가능합니다.

특별한 기술이나 장비가 없어도 됩니다. 언제 어디서나 인터넷만 있다면 모바일만으로 내 손안의 방송을 할 수 있습니다. 세상의 모든 방송, 다양한 테마가 가득한 방송이 열립니다. 보이는 라디오, 맥방, 스포츠, 게임 중계 등 다양한 장르의 방송이 실시간으로 서비스되고 있습니다.

아프리카TV는 미디어 기기와 네트워크 인프라의 급속한 발전을 통해 세계 어느 곳에서나 실시간으로 방송 및 시청이 가능합니다. 이를 통해 새로운 라이브 스타일과 문화를 창조해 나가는 차세대 뉴미디어로 발전하고 있습니다. 앞선 기술과 운영 노하우를 바탕으로 글로벌 미디어로 거듭날 것 입니다.

※ 출처: 아프리카TV 홈페이지

2019년 1월 28일 전자신문에 따르면 아프리카TV 주요 BJ 아시안컵 축구 중계 누적 시청자 수가 900만명에 달했다. 아프리카TV는 “누구나 주인이 되는 1인 미디어 플랫폼”을 지향한다. 2019년 2월에 작성된 아프리카TV 소개자료에 따르면, 300만 유저 보유, 일 평균 3,500개 방송 개설, 월평균 9만명 BJ가 매일 240분의 방송 진행, 일 평균 최고 동시시청 30만이라고 설명하고 있다. 2018 NPR 인터넷 이용자 조사에 따르면, 1인방송 시청 플랫폼에서 아프리카TV가 30.8%로 2위인 트위치의 17.4%를 압도하였다.

축구 BJ로 유명한 ‘감스트’는 2019년 아시안컵 기간 중 700만명 누적 시청자 수를 달성했다. SBS 스포츠에서 아프리카TV로 자리를 옮긴 박문성 해설가는 ‘달수네라이브’로 138만명 누적 시청자수를 기록하며 성공적으로 데뷔했다. 2019년 1월 초 3만원대 중반 수준이던 아프리카TV 주가는 아시안컵 방송 이후 4만원을 상회하는 등 급상승했다.

선수, 전문해설가 출신이 인터넷 방송을 시작하는 사례도 늘었다. 이상윤, 김병지 등 국가대표 출신 축구선수들이 아프리카TV 방송을 개설해 아시안컵을 중계했다. 서형욱 전 MBC 축구 해설위원은 최근 아프리카TV 방송을 재개했다.

1인 미디어 스포츠 중계는 채팅 등 해설자와 실시간 소통이 가능하다는 점이 강점으로 꼽힌다. 개성 강한 아마추어는 물론 해박한 전문지식을 보유한 전문 해설자들이 1인 미디어를 개설하며 재미와 전문성 두 가지를 충족하고 있다.

향후 스포츠-미디어-기업은 영역 간 더욱 견고히 공생할 것이며, 보다 경제적으로 상호의존적인 형태가 될 것으로 전망된다. 스마트 미디어 환경에서 미디어 스포츠는 스포츠 관람자의 역할과 참여자의 역할을 통합하면서 개별 수용자의 스케줄과 욕구를 반영하는 맞춤형으로 변화되고 있다. 기술적 발전이 더 많은 프로그램화 방법을 제공하고 시청자들에게 더 많은 선택권을 부여해 주는 덕분이다.

5) 스포츠산업과 스마트 헬스케어⁵⁾

(1) 스마트 헬스케어 정의

다양한 분야의 보고서나 분석집 안에서 스마트 헬스케어 정의는 조금씩 달라진다. 그럼에도 불구하고 공통적으로 나타나고 있는 내용들을 축약해 본다면, 스마트 헬스케어는 의료와 기술이 융합된 형태로 의료 데이터 기반의 지능화된 서비스를 의미하며 환자 사용자의 개인별 건강상태를 시간과 장소 제약 없이 실시간으로 모니터링 및 관리하고 건강정보 및 질병상태 등을 분석하여 최적화된 맞춤형 진료를 제공하는 서비스 또는 시스템으로 정의하고 있다.

스마트 헬스케어는 개인의 건강과 의료에 관한 정보 기기 시스템 플랫폼을 다루는 산업 분야, 건강 관련 서비스와 의료가 융합되어 개인맞춤형 건강관리서비스를 제공하는 것을 말한다. 개인이 소유한 스마트 기기나 병원정보시스템 등에서 확보된 생활습관, 신체검진, 의료이용정보, 유전체 정보 등 의료 데이터 분석을 기반으로 제공되는 개인중심의 건강관리 생태계라고 할 수 있는 것이다.

4차 산업혁명은 기술과의 융합을 기반으로 산업 시스템을 변화시켜 현대 삶의 정의와 접근 방식을 새롭게 제시함에 따라 건강에 대한 접근 방식을 변화시켰으며 스마트 헬스케어를 기반으로 하는 산업 또한 변화되고 있다. 의료와 융합으로 의료 데이터의 접근 및 확보 방식이 변화되고 있는 스마트 헬스케어는 융합된 기술의 의료기기 서비스를 사용하는 환자(일반인) 개개인의 질환관리, 건강관리, 식습관관리 등 다양한 형태의 서비스로 발전 중이다. 이를 기반으로 정밀의료, 원격의료, 모니터링 서비스 등 개인별 맞춤형 치료 서비스와 스마트 헬스케어 서비스가 종합적으로 생애주기 전반을 관리해주는 범위로 확대될 것으로 예상된다.

(2) 스마트 헬스케어 산업 분류

스마트 헬스케어 산업은 일반적으로 하드웨어/소프트웨어/서비스 분야로 분류된다. 하드웨어는 제품·서비스 일체형, 단품 형태 제품, 부품 등을 말하며 개인건강 관리 기기, 건강 관리를 위해 건강 생체신호를 측정하는 기기, 웨어러블 기기, 건강 증진·개선을 위해 신체에 착용하여 생체 신호 측정과 모니터링을 하는 기기, 그리고 부품, 장치, 시약 등이 포함된다. 소프트웨어 분야는 의료·건강 관리 콘텐츠, 미들웨어, 플랫폼, 통신 네트워크 등으로, 일반적 의학정보, 의학정보, 운동정보, 영양정보 등을 전달하는 건강정보 제공 앱, 의료정보관리플랫폼/DB, 개인건강정보관리플랫폼/DB 등이다. 서비스 분야는 유전자 진단서비스, 의료진단서비스, 원격의료서비스 등을 포함하고 있다.



5) 한국스포츠정책과학원 스포츠산업이슈페이퍼 통권 46호를 활용함.

〈표 1-7〉 스마트 헬스케어 산업 분류체계

| 분 류 | 상세분류 | 설명 | 관련 제품 및 용도 |
|-------|---------------------|---|--|
| 하드웨어 | 제품·서비스 일체형, 단품형태 제품 | <ul style="list-style-type: none"> - 개인건강 관리 기기, 건강 관리를 위해 건강 생체신호를 측정하는(의료)기기 식약처승인이 필요한 기기 - 웨어러블 기기, 건강증진·개선을 위해 신체에 착용되어 생체신호 측정과 모니터링을 하는 기기 | 게이트웨이 혈당, 혈압, 심전도, 활동량, 측정 요화학(소변) 분석 헤모글로빈 측정 체성분/체지방 측정 의료용 센서 실험 스마트기기 현장검사 기기(POCT) 밴드/목걸이형, 부착 패치형, 인체 삽입형 |
| | 부품 | 부품, 장치, 시약 | 시약, 바이오센서 저장 및 디스플레이 장치 통신 장치 |
| 소프트웨어 | 의료·건강 관리콘텐츠 | <ul style="list-style-type: none"> - 일반적 의학정보, 운동정보, 영양정보 등 건강정보 제공 App - 맞춤형 건강관리 개인건강 정보를 수집하여 맞춤형 건강관리 제공 | 웰니스(휴식방법, 요가, 뷰티팁 등) App 영양관리 및 정보 제공 App 의학적 정보(약품, 질병, 복약 등 제공) App 개인 건강기록(HHR) App 병원기록 관리 App 피트니스 또는 운동 관리 App |
| | 미들웨어, 플랫폼, 통신 네트워크 | <ul style="list-style-type: none"> - 의료정보관리플랫폼/DB 의료기관 의료정보 통합저장관리/시스템 - 개인건강정보관리플랫폼/DB 건강의료정보 통합저장, 관리 | 의료정보 관리 플랫폼(EMR, HHR) 개인건강정보관리 플랫폼 기타 |
| 서비스 | 진단서비스 | - 유전자, 의료진단서비스 | 제외진단 서비스 유전자 유전체 / 분석 서비스 |
| | 건강관리 서비스 | <ul style="list-style-type: none"> - 하드웨어 기기의 건강정보 및 의료정보분석, 건강관리 서비스 - 원격으로 행해지는 의료서비스 및 진단 | 개인건강검진 관리 서비스 개인건강기록 관리 (HHR) 노인건강관리 서비스 건강관리 포털 서비스 원격상담, 원격모니터링 서비스 |

※ 출처: 4차 산업혁명 시대의 신성장동력, 스마트 헬스케어 산업 2017, 산업연구원

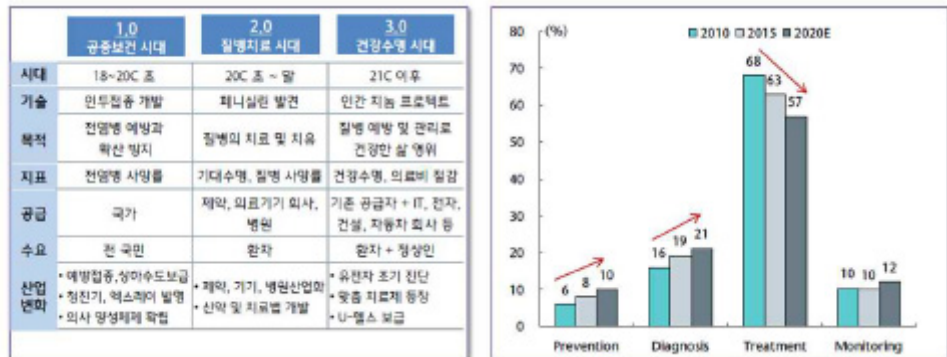
(3) 헬스케어 패러다임의 변화

의료산업의 패러다임을 변화시키는 핵심 동인 중 하나는 BT, ICT와 같은 기술 발전과 융합에서 기인한다. 즉 바뀌어야 할 웨어러블 디바이스, 사물 인터넷, 클라우드 서비스, 빅데이터 기반 딥 러닝 등과 같은 기술의 발전과 융합은 의료 혁신을 더욱 가속화시키는 원동력이 될 수 있는 것이다. 뿐만 아니라 모바일 환경의 진화로 인해, 다양한 웨어러블 디바이스와 센서들이 출시되면서 헬스케어 시장 성장을 도모하고 있다. 예를 들어, 맞춤형 예방, 관리에 활용될 수 있는 건강정보를 끊임없이 획득할 수 있어 미래 의료 4P(예측, 예방, 개인화, 참여) 시대로 보다 발 빠르게 변화되고 있는 것이다.

〈그림 1-5〉 스마트 헬스케어 산업 분류체계

| | E-헬스 | U-헬스케어 | 스마트 헬스케어 | IT 헬스 |
|--------|----------------|-----------------------|-----------------------|---|
| 서비스 | 디지털 병원, 의료 정보화 | e-헬스 + 원격의료, 만성질환자 관리 | u-헬스 + 운동, 식사량 등 건강관리 | 스마트 헬스 + 개인맞춤형 관리, 근거 중심 의학, 예방중심, 자가관리 |
| Player | 병원 | 병원, IT 기업 | 병원, IT 기업, 서비스 업체 | 보험사, 서비스업체 등 모든 이해관계자 |
| 이용자 | 의료인 | 의료인, 환자 | 의료인, 환자, 일반인 | 의료인, 환자, 일반인, 정부, 기업 |
| 시스템 | 병원운영시스템 | 의무기록(EMR), 건강기록(EHR) | 개인건강기록(PHR) | IoT 기반의 PHR, 클라우드, 빅데이터, 인공지능 |

〈그림 1-6〉 헬스케어 패러다임의 변화와 헬스케어 산업의 단계별 시장 비중 변화



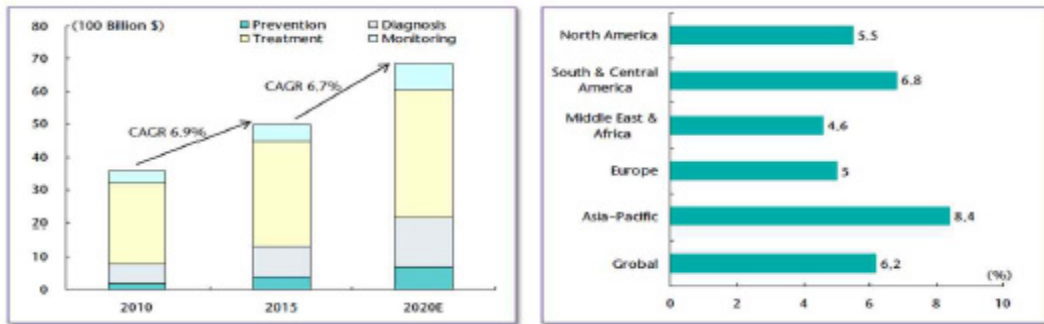
※ 자료: SERI report, IMS health

(4) 헬스케어 시장 전망

글로벌 헬스케어시장은 수요(노령화) 증가, 정부 정책, 기술 등 요인을 바탕으로 향후 시장 성장 추세는 지속될 것으로 전망할 수 있다. 2020년 글로벌 헬스케어 시장 규모는 2015년 대비 1.4배 증가한 6.8조 달러에 이를 전망(연평균 성장률 6%대 예상)이며 예방/진단과 같은 건강 사전관리 전문 분야가 치료와 사후 관리 분야 대비 더욱 가파르게 성장할 것으로 예상된다.

지역별로는 아시아 태평양 및 중남미 지역들이 상대적으로 높은 성장세를 보일 것으로 예측되며, 시장규모 면에서는 북미시장이 가장 크나, 향후 성장은 아시아 태평양 지역의 개발도상국 위주로 더욱 성장할 것으로 전망된다.

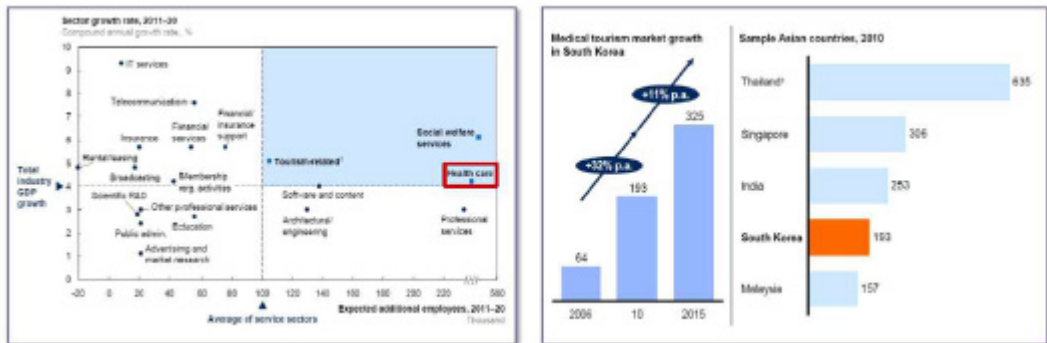
〈그림 1-7〉 글로벌 헬스케어 시장 전망 및 2015~2020년 지역별 의리기 시장 전망



※ 자료: IMS health, Medical Equipment Market, Global(2013~2020)

국내 헬스케어 산업에 대한 전망에 있어 한국 의료시장은 낮은 의료비 비중과 빠른 고령화 진행 등의 요인으로 성장 잠재력이 높은 편이라 볼 수 있다. GDP 대비 의료비 지출 비중이 OECD 평균에 못 미치며, 빠른 고령화(2050년 65세 이상 노인 인구수 비중 최고점)가 예상된다. 또한 한국 내 고액 진료비를 지출하는 외국인 환자 수가 급격히 증가하며 전체의료시장을 견인할 것으로 예상된다. 이는 국내 전체 환자 수 중 외국인 환자 비중이 증가하고 있으며, 1인당 외국인 환자 평균 진료비는 내국인 대비 높다는 것에 근거한다.

〈그림 1-8〉 한국의 헬스케어 산업 성장 가능성 및 한국의 의료관광 시장 추이



※ 자료: McKinsey Global Institute

연도별로 세계 주요국 헬스케어 발전 전략을 살펴보면 미국은 2015년 정밀의료 이니셔티브, 2016년에는 21세기 치유법으로 이것을 제정하고 빅데이터 R&D 전략 계획을 수립하고 있다. 영국은 2012년부터 10만 게놈 프로젝트, 2013년 데이터 역량 강화 전략, 그리고 2017년에는 생명과학에 관한 전략을 수립하여 헬스케어에 관한 정책적 지원전략을 내놓고 있다. 일본은 2017년 미래투자전략을 통해 헬스케어 빅데이터·인공지능 활용을 촉진하고 있다.

이러한 측면에서 우리나라 헬스케어 기술과 미래를 전망해 본다면, 2018년 12월 4차 산업혁명 기반 헬스케어 발전전략과 헬스케어 특별위원회를 꾸려 데이터 주도의 헬스케어 혁신(Data-driven Innovation)을 이루고자 하는 움직임이 시작되고 있다.

이러한 준비는 헬스케어 데이터 축적·분석시장(Healthcare analytics)의 급성장과 4차 산업혁명에 따라 사물인터넷(IoT)·센서 등을 통해 대량의 데이터가 축적되고, 빅데이터 분석을 통해 건강관리와 질병 진단 치료의 해법을 찾는 헬스케어 데이터 분석 시장이 지속적으로 성장함에 따른 시장의 니즈를 반영한 움직임으로 해석할 수 있다.

의료 인공지능을 활용한 헬스케어 혁신은 인공지능 활용, 임상정보 수집·분석을 통해 진단·치료 방법(guidance) 제안, 질병진단의 속도와 정확성, 치료의 효율성 대폭 확대 등과 같은 일련의 인과 관계를 통해 발전 패턴이 확인되고 있는데, 글로벌 측면에 있어서도 IBM社(Watson(진단제안), Medical Sieve(의료 영상 분석)), Enlitic社(치료 방법 제안 및 환자분류), Babylon社(인공지능 채팅로봇 활용 온라인 진단) 등과 같은 기업 주도의 움직임이 활발히 일어나는 중이다.

이러한 움직임은 신약개발 연구 환경의 혁신을 통해 시간·비용 등이 절감된다는 장점을 가지고 있으며, 이는 곧 신약개발 비용/임상기간의 소요에 있어서도('90년대 10억 달러/4.6년 → '00년 이후 26억 달러/7.1년) 높은 효율성에 근거하고 있다는 것을 알 수 있다. 또한 연구를 통해 도출되는 결과 역시, 질병치료에 더욱 효과적인 약물 조합과 용도 변경 탐색, 약물 후보군과 임상환자 군의 최적화, 효과성 검증 등 신약개발 과정에 인공지능의 활용이 매우 중요한 역할로 작용하고 있다. 그 실례로 Atomwise社 등은 치료제의 분자구조 시뮬레이션을 통한 효과성 검증 알고리즘을 개발하는 등 체내 실험(in-vivo)에서 가상 실험(in-silico)으로 전환 가속화를 이뤄내는 중이다.

이러한 산업 환경 변화와 기대되는 미래에 대한 전망은 데이터가 모든 경제활동의 원천이 되는 데이터 경제 시대가 다가오고 있다는 것에 기인하기도 한다. 즉, 데이터가 제품과 서비스의 경쟁력을 좌우하는 핵심요소로 부상하고 있다는 것이다. 데이터 경제는 “모든 데이터가 활용하기 쉽고 자유롭게 흘러 타 산업 발전의 촉매 역할을 하면서 혁신적 비즈니스와 서비스”를 창출하는 경제를 의미하며 데이터라는 재료는 사용할수록 줄어드는 것이 아니라 오히려 그 가치는 증폭되는 특징을 가지고 있다. 이러한 특징을 바탕으로 이미 일각에서는 데이터를 단순히 수집·생성·축적하는 단계를 넘어서 데이터를 공유하고, 공동 자본으로 활용해 경제적 효과를 창출하는 시대로의 전환이 필요함을 언급하고 있다(NIA, 2019). 인공지능과 머신러닝(machine learning) 방식의 솔루션은 기업들로 하여금 전체 비즈니스 프로세스 재정비를 요구하고 있으며, 빅데이터 활용이 기업의 경쟁력을 좌우하는 중요한 요소로 떠오르면서 중소기업의 빅데이터 활용에 대한 관심 또한 빠르게 증대되고 있다. 그리고 더 나아가 기업 차원에서도 사업 추진에 있어서 기업이 소비자를 위한 고급 데이터 분석 솔루션을 구축할 때 인(人) 테크 중심 디자인 서비스의 중요성이 동시에 요구되는 실정이다.



제2장

스포츠산업 공급 현황

2019 Sport Industry White Paper



제2장 스포츠산업 공급 현황

1 스포츠 사업체 현황

1) 산업부분별 스포츠산업 사업체 수

우리나라 전체 스포츠산업 사업체 수는 2019년 총 105,445개이고, 스포츠시설업이 42,122개로 전체 산업의 39.9%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 스포츠용품업이 총 33,621개(31.9%), 스포츠서비스업이 29,702개(28.2%)순으로 나타났다.

〈표 2-1〉 '17-'19년 세세분류별 스포츠산업 모집단 사업체 수

(단위: 개, %)

| 구 분 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | | |
|---------|--------------|-----------------|---------|---------|--------|---------|--------|------|
| | | 사업체 수 | 비중 | 사업체 수 | 비중 | 사업체 수 | 비중 | |
| 전 체 | | 101,207 | 100.0 | 103,145 | 100.0 | 105,445 | 100.0 | |
| 스포츠 시설업 | 경기장 운영업 | 실내 경기장 운영업 | 93 | 0.1 | 99 | 0.1 | 99 | 0.1 |
| | | 실외 경기장 운영업 | 101 | 0.1 | 95 | 0.1 | 94 | 0.1 |
| | | 경주장 운영업 | 17 | 0.0 | 15 | 0.0 | 15 | 0.0 |
| | 참여스포츠 시설 운영업 | 종합 스포츠시설 운영업 | 883 | 0.9 | 890 | 0.9 | 781 | 0.7 |
| | | 체력단련시설 운영업 | 8,381 | 8.3 | 9,521 | 9.2 | 9,745 | 9.2 |
| | | 수영장 운영업 | 365 | 0.4 | 394 | 0.4 | 430 | 0.4 |
| | | 볼링장 운영업 | 670 | 0.7 | 761 | 0.7 | 908 | 0.9 |
| | | 당구장 운영업 | 13,565 | 13.4 | 14,154 | 13.7 | 14,173 | 13.4 |
| | | 골프연습장 운영업 | 7,391 | 7.3 | 7,635 | 7.4 | 8,050 | 7.6 |
| | | 스포츠 무도장 운영업 | 190 | 0.2 | 189 | 0.2 | 182 | 0.2 |
| | | 체육공원 운영업 | 44 | 0.0 | 43 | 0.0 | 47 | 0.0 |
| | | 기원 운영업 | 860 | 0.8 | 832 | 0.8 | 774 | 0.7 |
| | | 골프장 및 스키장 운영업 | 골프장 운영업 | 450 | 0.4 | 433 | 0.4 | 427 |
| | 스키장 운영업 | | 16 | 0.0 | 16 | 0.0 | 16 | 0.0 |
| | 수상스포츠 시설 운영업 | 뉴시장 운영업 | 840 | 0.8 | 892 | 0.9 | 875 | 0.8 |
| | | 기타 수상스포츠 시설 운영업 | 703 | 0.7 | 574 | 0.6 | 634 | 0.6 |
| | 기타 스포츠시설 운영업 | 기타 스포츠시설 운영업 | 2,969 | 2.9 | 3,619 | 3.5 | 4,063 | 3.9 |
| | 스포츠시설 건설업 | 스포츠시설 조경 건설업 | 677 | 0.7 | 688 | 0.7 | 655 | 0.6 |
| | | 스포츠 토목시설물 건설업 | 148 | 0.1 | 573 | 0.6 | 154 | 0.1 |
| | 소계 | | 38,363 | 37.8 | 41,423 | 40.2 | 42,122 | 39.9 |



| 구 분 | | | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|----------------|----------------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | | 사업체 수 | 비중 | 사업체 수 | 비중 | 사업체 수 | 비중 |
| 스포츠 용품 업 | 운동 및 경기용품 제조업 | 운동 및 경기용 장비 제조업 | 403 | 0.4 | 361 | 0.3 | 402 | 0.4 |
| | | 체력단련용 장비 제조업 | 268 | 0.3 | 279 | 0.3 | 288 | 0.3 |
| | | 자전거 제조업 | 52 | 0.1 | 48 | 0.0 | 46 | 0.0 |
| | | 낚시 및 수렵용 장비 제조업 | 330 | 0.3 | 335 | 0.3 | 325 | 0.3 |
| | | 놀이터용 기구 제조업 | 71 | 0.1 | 89 | 0.1 | 88 | 0.1 |
| | | 스포츠용 보트 건조업 | 21 | 0.0 | 46 | 0.0 | 59 | 0.1 |
| | | 기타 운동 및 경기용품 제조업 | 55 | 0.1 | 30 | 0.0 | 16 | 0.0 |
| | 스포츠 의류 및 관련 섬유제품 제조업 | 스포츠 의류 제조업 | 1,651 | 1.6 | 876 | 0.8 | 915 | 0.9 |
| | | 캠핑용 직물제품 제조업 | 173 | 0.2 | 181 | 0.2 | 174 | 0.2 |
| | | 스포츠관련 직물제품 제조업 | 58 | 0.1 | 59 | 0.1 | 62 | 0.1 |
| | | 스포츠관련 의류 부분품 제조업 | 61 | 0.1 | 58 | 0.1 | 56 | 0.1 |
| | 스포츠 가방 및 신발 제조업 | 스포츠 가방 제조업 | 154 | 0.2 | 155 | 0.2 | 150 | 0.1 |
| | | 스포츠 신발 제조업 | 136 | 0.1 | 145 | 0.1 | 126 | 0.1 |
| | | 스포츠관련 신발부분품 제조업 | 127 | 0.1 | 137 | 0.1 | 120 | 0.1 |
| | 운동 및 경기용품 도매업 | 운동 및 경기용구 도매업 | 1,972 | 1.9 | 2,026 | 2.0 | 2,003 | 1.9 |
| | | 자전거 도매업 | 216 | 0.2 | 205 | 0.2 | 193 | 0.2 |
| | | 스포츠 의류 소매업 | 703 | 0.7 | 678 | 0.7 | 667 | 0.6 |
| | | 스포츠 가방 소매업 | 19 | 0.0 | 19 | 0.0 | 16 | 0.0 |
| | | 스포츠 신발 도매업 | 299 | 0.3 | 276 | 0.3 | 262 | 0.2 |
| | 운동 및 경기용품 소매업 | 운동 및 경기용구 소매업 | 10,629 | 10.5 | 10,702 | 10.4 | 10,219 | 9.7 |
| | | 자전거 소매업 | 3,253 | 3.2 | 3,298 | 3.2 | 3,137 | 3.0 |
| | | 스포츠 의류 소매업 | 11,936 | 11.8 | 11,032 | 10.7 | 11,179 | 10.6 |
| | | 스포츠 가방 소매업 | 36 | 0.0 | 33 | 0.0 | 20 | 0.0 |
| | | 스포츠 신발 소매업 | 1,536 | 1.5 | 1,461 | 1.4 | 1,345 | 1.3 |
| | | 스포츠 관련 무점포 소매업 | 738 | 0.7 | 712 | 0.7 | 787 | 0.7 |
| | 운동 및 경기용품 임대업 | 운동 및 경기용품 임대업 | 948 | 0.9 | 920 | 0.9 | 966 | 0.9 |
| | 소계 | | | 35,845 | 35.4 | 34,161 | 33.1 | 33,621 |

| 구 분 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | | |
|---------------------------------|-----------------|-------------------------|--------|-------|--------|-------|--------|------|
| | | 사업체 수 | 비중 | 사업체 수 | 비중 | 사업체 수 | 비중 | |
| 스 포 츠 서 비 스 업 | 스포츠 경기업 | 스포츠 경기업 | 80 | 0.1 | 78 | 0.1 | 75 | 0.1 |
| | 스포츠 베팅업 | 스포츠 복권발행 및 판매업 | 1 | 0.0 | 1 | 0.0 | 1 | 0.0 |
| | | 기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업 | 53 | 0.1 | 52 | 0.1 | 55 | 0.1 |
| | 스포츠 마케팅업 | 스포츠 에이전트업 | 35 | 0.0 | 44 | 0.0 | 39 | 0.0 |
| | | 회원권 대행 판매업 | 106 | 0.1 | 105 | 0.1 | 122 | 0.1 |
| | | 스포츠 마케팅 대행업 | 28 | 0.0 | 29 | 0.0 | 34 | 0.0 |
| | | 기타스포츠 마케팅업 | 825 | 0.8 | 744 | 0.7 | 771 | 0.7 |
| | 스포츠 미디어업 | 스포츠 신문 발행업 | 7 | 0.0 | 8 | 0.0 | 8 | 0.0 |
| | | 스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업 | 47 | 0.0 | 46 | 0.0 | 42 | 0.0 |
| | | 스포츠 관련 프로그램 공급업 | 13 | 0.0 | 12 | 0.0 | 8 | 0.0 |
| | | 스포츠 관련 유선 방송업 | 4 | 0.0 | 7 | 0.0 | 6 | 0.0 |
| | | 스포츠 관련 위성 및 기타 방송업 | 3 | 0.0 | 5 | 0.0 | 7 | 0.0 |
| | 기타 스포츠 정보 서비스업 | 기타 스포츠 정보 서비스업 | 16 | 0.0 | 17 | 0.0 | 12 | 0.0 |
| | 스포츠 교육기관 | 태권도 교육기관 | 21,911 | 21.6 | 9,579 | 9.3 | 9,711 | 9.2 |
| | | 무술 교육기관 | | | 5,169 | 5.0 | 5,835 | 5.5 |
| | | 기타 스포츠 교육기관 | 2,488 | 2.5 | 9,618 | 9.3 | 11,290 | 10.7 |
| | 스포츠 게임 개발 및 공급업 | 온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업 | 147 | 0.1 | 424 | 0.4 | 207 | 0.2 |
| | | 기타 스포츠 게임 개발 및 공급업 | 6 | 0.0 | 205 | 0.2 | 57 | 0.1 |
| | 스포츠 여행업 | 스포츠 여행업 | 1,229 | 1.2 | 1,418 | 1.4 | 1,422 | 1.3 |
| | 소계 | | 26,999 | 26.5 | 27,561 | 26.6 | 29,702 | 28.2 |



다음으로 지역별 사업종류별 스포츠 사업체 수는 경기도가 24.3%로 가장 높은 비중을 차지하였고, 이어 서울 18.5%, 부산 6.9%, 경남 6.6%, 경북 5.2%, 대구 5.1% 등의 비중으로 나타났다.

〈표 2-2〉 '19년 지역별 사업종류별 스포츠산업 사업체 수

(단위: 개, %)

| 구 분 | 스포츠시설업 | | 스포츠용품업 | | 스포츠서비스업 | | 합계 | |
|---------|--------|-------|--------|-------|---------|-------|---------|-------|
| | 사업체수 | 비중 | 사업체수 | 비중 | 사업체수 | 비중 | 사업체수 | 비중 |
| 서울특별시 | 7,636 | 18.1 | 5,724 | 17.0 | 6,113 | 20.6 | 19,473 | 18.5 |
| 부산광역시 | 2,606 | 6.2 | 2,580 | 7.7 | 2,135 | 7.2 | 7,321 | 6.9 |
| 대구광역시 | 1,872 | 4.4 | 1,818 | 5.4 | 1,640 | 5.5 | 5,330 | 5.1 |
| 인천광역시 | 2,198 | 5.2 | 1,506 | 4.5 | 1,455 | 4.9 | 5,159 | 4.9 |
| 광주광역시 | 1,199 | 2.8 | 872 | 2.6 | 983 | 3.3 | 3,054 | 2.9 |
| 대전광역시 | 1,178 | 2.8 | 976 | 2.9 | 891 | 3.0 | 3,045 | 2.9 |
| 울산광역시 | 1,099 | 2.6 | 719 | 2.1 | 663 | 2.2 | 2,481 | 2.4 |
| 세종특별자치시 | 172 | 0.4 | 90 | 0.3 | 188 | 0.6 | 450 | 0.4 |
| 경기도 | 10,218 | 24.3 | 8,281 | 24.6 | 7,153 | 24.1 | 25,652 | 24.3 |
| 강원도 | 1,791 | 4.3 | 1,484 | 4.4 | 908 | 3.1 | 4,183 | 4.0 |
| 충청북도 | 1,574 | 3.7 | 962 | 2.9 | 855 | 2.9 | 3,391 | 3.2 |
| 충청남도 | 1,775 | 4.2 | 1,433 | 4.3 | 1,033 | 3.5 | 4,241 | 4.0 |
| 전라북도 | 1,473 | 3.5 | 1,335 | 4.0 | 1,013 | 3.4 | 3,821 | 3.6 |
| 전라남도 | 1,550 | 3.7 | 1,262 | 3.8 | 862 | 2.9 | 3,674 | 3.5 |
| 경상북도 | 2,365 | 5.6 | 1,778 | 5.3 | 1,339 | 4.5 | 5,482 | 5.2 |
| 경상남도 | 2,751 | 6.5 | 2,291 | 6.8 | 1,909 | 6.4 | 6,951 | 6.6 |
| 제주특별자치도 | 665 | 1.6 | 510 | 1.5 | 562 | 1.9 | 1,737 | 1.6 |
| 합 계 | 42,122 | 100.0 | 33,621 | 100.0 | 29,702 | 100.0 | 105,445 | 100.0 |

2) 종사자별 스포츠산업 사업체 수

2019년 종사자 수별 스포츠산업 사업체 수는 종사자 1~4명인 사업체가 전체 스포츠 사업체의 87.1%인 91,834개로 2018년과 비교하여 약 0.1%p 감소하였으나, 아직까지 대부분의 스포츠 사업체가 소규모로 운영되고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-3〉 '17~'19년 종사자 수별 사업체 수

(단위: 개, %)

| 구 분 | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|--------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
| | 사업체수 | 비중 | 사업체수 | 비중 | 사업체수 | 비중 |
| 1~4명 | 89,224 | 88.2 | 89,924 | 87.2 | 91,834 | 87.1 |
| 5~9명 | 7,813 | 7.7 | 8,160 | 7.9 | 9,197 | 8.7 |
| 10~19명 | 2,299 | 2.3 | 2,695 | 2.6 | 2,625 | 2.5 |
| 20~49명 | 1,059 | 1.0 | 1,409 | 1.4 | 1,063 | 1.0 |
| 50명 이상 | 812 | 0.8 | 957 | 0.9 | 726 | 0.7 |
| 합 계 | 101,207 | 100.0 | 103,145 | 100.0 | 105,445 | 100.0 |

또한, 2019년을 기준으로 종사자 수가 1~4명인 스포츠산업 분야 사업체 수는 스포츠시설업이 35,690개 (33.8%)로 가장 많으며, 그 다음으로 스포츠용품업(30,034개), 스포츠서비스업(26,110개)의 순으로 나타났다. 또한 모든 종사자 수별 스포츠산업 분야에서 스포츠시설업의 업체 수가 가장 많은 것으로 나타났다.

〈표 2-4〉 '17~'19년 종사자 수별 각 스포츠산업 분야 사업체 수

(단위: 개, %)

| 구 분 | 대분류 | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|--------|---------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
| | | 사업체수 | 비중 | 사업체수 | 비중 | 사업체수 | 비중 |
| 1~4명 | 스포츠시설업 | 32,743 | 32.4 | 34,973 | 33.9 | 35,690 | 33.8 |
| | 스포츠용품업 | 31,678 | 31.3 | 30,537 | 29.6 | 30,034 | 28.5 |
| | 스포츠서비스업 | 24,803 | 24.5 | 24,414 | 23.7 | 26,110 | 24.8 |
| 5~9명 | 스포츠시설업 | 3,321 | 3.3 | 3,613 | 3.5 | 3,859 | 3.7 |
| | 스포츠용품업 | 2,988 | 3.0 | 2,452 | 2.4 | 2,541 | 2.4 |
| | 스포츠서비스업 | 1,504 | 1.5 | 2,095 | 2.0 | 2,797 | 2.7 |
| 10~19명 | 스포츠시설업 | 1,227 | 1.2 | 1,472 | 1.4 | 1,455 | 1.4 |
| | 스포츠용품업 | 697 | 0.7 | 640 | 0.6 | 639 | 0.6 |
| | 스포츠서비스업 | 375 | 0.4 | 583 | 0.6 | 531 | 0.5 |
| 20~49명 | 스포츠시설업 | 585 | 0.6 | 768 | 0.7 | 633 | 0.6 |
| | 스포츠용품업 | 323 | 0.3 | 349 | 0.3 | 290 | 0.3 |
| | 스포츠서비스업 | 151 | 0.1 | 292 | 0.3 | 140 | 0.1 |
| 50명 이상 | 스포츠시설업 | 487 | 0.5 | 597 | 0.6 | 485 | 0.5 |
| | 스포츠용품업 | 159 | 0.2 | 183 | 0.2 | 117 | 0.1 |
| | 스포츠서비스업 | 166 | 0.2 | 177 | 0.2 | 124 | 0.1 |
| 합 계 | | 101,207 | 100.0 | 103,145 | 100.0 | 105,445 | 100.0 |



다음으로 지역별 사업종류별로 매출액 현황을 살펴보면, 스포츠용품업의 매출액이 차지하는 비중이 43.8%로 가장 높은 것으로 나타났고 지역별 매출액 현황은 서울특별시와 인천, 경기도의 수도권 매출액이 전체의 67.0%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-5〉 '19년 지역별 사업종류별 매출액

(단위: 십억 원, %)

| 구 분 | 스포츠시설업 | | 스포츠용품업 | | 스포츠서비스업 | | 합계 | |
|---------|--------|-------|--------|-------|--------------------|-------|--------------------|-------|
| | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 |
| 서울특별시 | 2,567 | 12.4 | 15,640 | 44.2 | 12,121 (7,017) | 49.4 | 30,328 (25,224) | 37.5 |
| 부산광역시 | 1,289 | 6.2 | 3,003 | 8.5 | 994 | 4.1 | 5,285 | 6.5 |
| 대구광역시 | 555 | 2.7 | 993 | 2.8 | 419 | 1.7 | 1,967 | 2.4 |
| 인천광역시 | 702 | 3.4 | 1,536 | 4.3 | 638 | 2.6 | 2,876 | 3.6 |
| 광주광역시 | 290 | 1.4 | 782 | 2.2 | 541 | 2.2 | 1,613 | 2.0 |
| 대전광역시 | 383 | 1.8 | 834 | 2.4 | 530 | 2.2 | 1,746 | 2.2 |
| 울산광역시 | 325 | 1.6 | 309 | 0.9 | 174 | 0.7 | 808 | 1.0 |
| 세종특별자치시 | 97 | 0.5 | 32 | 0.1 | 33 | 0.1 | 161 | 0.2 |
| 경기도 | 6,751 | 32.5 | 7,249 | 20.5 | 6,931 | 28.3 | 20,931 | 25.9 |
| 강원도 | 1,785 | 8.6 | 395 | 1.1 | 168 | 0.7 | 2,348 | 2.9 |
| 충청북도 | 887 | 4.3 | 625 | 1.8 | 233 | 0.9 | 1,746 | 2.2 |
| 충청남도 | 556 | 2.7 | 539 | 1.5 | 554 | 2.3 | 1,650 | 2.0 |
| 전라북도 | 502 | 2.4 | 668 | 1.9 | 231 | 0.9 | 1,400 | 1.7 |
| 전라남도 | 724 | 3.5 | 499 | 1.4 | 175 | 0.7 | 1,398 | 1.7 |
| 경상북도 | 1,233 | 5.9 | 712 | 2.0 | 264 | 1.1 | 2,209 | 2.7 |
| 경상남도 | 1,277 | 6.2 | 1,415 | 4.0 | 362 | 1.5 | 3,054 | 3.8 |
| 제주특별자치도 | 827 | 4.0 | 173 | 0.5 | 165 | 0.7 | 1,164 | 1.4 |
| 합 계 | 20,748 | 100.0 | 35,405 | 100.0 | 24,532 (19,428) | 100.0 | 80,864 (75,580) | 100.0 |

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황임

2 스포츠산업 종사자 및 고용 현황

1) 부문별 종사자 현황

2019년 사업종류별 종사자 현황을 살펴보면 경기장 운영업, 참여스포츠 시설 운영업, 골프장 및 스키장, 스포츠 건설업이 포함된 스포츠시설업이 19만 2천명으로 전체 산업의 42.7%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 전년도 대비 2.1% 증가하였다. 스포츠용품업에는 13만 7천명(30.5%)이 종사하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-6〉 '17~'19년 사업종류별 종사자 수

(단위: 천명, %)

| 구 분 | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 증감률 (2018년 대비) |
|---------|------|-------|------|-------|------|-------|-------------------|
| | 종사자수 | 비중 | 종사자수 | 비중 | 종사자수 | 비중 | |
| 스포츠시설업 | 178 | 41.9 | 188 | 43.2 | 192 | 42.7 | 2.0 |
| 스포츠용품업 | 140 | 33.0 | 136 | 31.3 | 137 | 30.5 | 0.8 |
| 스포츠서비스업 | 106 | 25.1 | 111 | 25.5 | 120 | 26.7 | 8.2 |
| 합 계 | 424 | 100.0 | 435 | 100.0 | 449 | 100.0 | 3.3 |

스포츠산업 세세분류별 종사자 수는 체력단련시설 운영업이 3만 8천 3백 명으로 전체 산업의 8.5%를 차지하여 가장 많은 것으로 나타났으며, 그 다음으로 스포츠의류소매업이 8.4%, 기타 스포츠 교육기관 6.1%의 순으로 나타났다.

〈표 2-7〉 '17~'19년 스포츠산업 세세분류별 종사자 수

(단위: 백명, %)

| 구 분 | 2017 | | 2018 | | 2019 | | |
|-------------------------|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|
| | 종사자수 | 비중 | 종사자수 | 비중 | 종사자수 | 비중 | |
| 전 체 | 4,235 | 100.0 | 4,346 | 100.0 | 4,490 | 100.0 | |
| 경기장 운영업 | 실내 경기장 운영업 | 16 | 0.4 | 13 | 0.3 | 14 | 0.3 |
| | 실외 경기장 운영업 | 25 | 0.6 | 21 | 0.5 | 22 | 0.5 |
| | 경주장 운영업 | 40 | 0.9 | 69 | 1.6 | 65 | 1.4 |
| 스포츠 시설업 참여스포츠 시설 운영업 | 종합 스포츠시설 운영업 | 169 | 4.0 | 164 | 3.8 | 161 | 3.6 |
| | 체력단련시설 운영업 | 347 | 8.2 | 373 | 8.6 | 383 | 8.5 |
| | 수영장 운영업 | 54 | 1.3 | 67 | 1.5 | 70 | 1.6 |
| | 볼링장 운영업 | 40 | 0.9 | 38 | 0.9 | 42 | 0.9 |
| | 당구장 운영업 | 223 | 5.3 | 255 | 5.9 | 254 | 5.6 |
| | 골프연습장 운영업 | 239 | 5.6 | 232 | 5.3 | 254 | 5.7 |
| | 스포츠 무도장 운영업 | 4 | 0.1 | 5 | 0.1 | 5 | 0.1 |
| | 체육공원 운영업 | 11 | 0.3 | 11 | 0.2 | 11 | 0.3 |
| | 기원 운영업 | 12 | 0.3 | 11 | 0.3 | 11 | 0.2 |



| 구 분 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | | |
|----------------------|------------------|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| | | 총사자수 | 비중 | 총사자수 | 비중 | 총사자수 | 비중 | |
| 스포츠용품업 | 골프장 및 스키장 운영업 | 골프장 운영업 | 286 | 6.8 | 254 | 5.8 | 266 | 5.9 |
| | | 스키장 운영업 | 88 | 2.1 | 89 | 2.0 | 89 | 2.0 |
| | 수상스포츠시설 운영업 | 낚시장 운영업 | 18 | 0.4 | 18 | 0.4 | 17 | 0.4 |
| | | 기타 수상스포츠 시설 운영업 | 30 | 0.7 | 25 | 0.6 | 27 | 0.6 |
| | 기타스포츠시설 운영업 | 기타 스포츠시설 운영업 | 79 | 1.9 | 94 | 2.2 | 106 | 2.4 |
| | 스포츠시설 건설업 | 스포츠시설 건설업 | 72 | 1.7 | 69 | 1.6 | 64 | 1.4 |
| | | 스포츠 토목시설물 건설업 | 22 | 0.5 | 70 | 1.6 | 58 | 1.3 |
| | 소계 | | 1,775 | 41.9 | 1,878 | 43.2 | 1,919 | 42.7 |
| | 운동 및 경기용품 제조업 | 운동 및 경기용 장비 제조업 | 26 | 0.6 | 29 | 0.7 | 30 | 0.7 |
| | | 체력단련용 장비 제조업 | 25 | 0.6 | 26 | 0.6 | 25 | 0.6 |
| | | 자전거 제조업 | 4 | 0.1 | 9 | 0.2 | 9 | 0.2 |
| | | 낚시 및 수렵용 장비 제조업 | 30 | 0.7 | 27 | 0.6 | 26 | 0.6 |
| | | 놀이터용 기구 제조업 | 7 | 0.2 | 7 | 0.2 | 8 | 0.2 |
| | | 스포츠용 보트 건조업 | - | - | 2 | 0.1 | 4 | 0.1 |
| 기타 운동 및 경기용품 제조업 | | 5 | 0.1 | 6 | 0.1 | 5 | 0.1 | |
| 스포츠 의류 및 관련 섬유제품 제조업 | 스포츠 의류 제조업 | 171 | 4.0 | 122 | 2.8 | 113 | 2.5 | |
| | 캠핑용 직물제품 제조업 | 10 | 0.2 | 9 | 0.2 | 9 | 0.2 | |
| | 스포츠관련 직물제품 제조업 | 5 | 0.1 | 6 | 0.1 | 6 | 0.1 | |
| | 스포츠관련 의류 부분품 제조업 | 3 | 0.1 | 2 | 0.1 | 2 | 0.0 | |
| 스포츠 가방 및 신발 제조업 | 스포츠 가방 제조업 | 8 | 0.2 | 7 | 0.2 | 7 | 0.1 | |
| | 스포츠 신발 제조업 | 31 | 0.7 | 32 | 0.7 | 29 | 0.6 | |
| | 스포츠관련 신발부분품 제조업 | 13 | 0.3 | 14 | 0.3 | 13 | 0.3 | |
| 운동 및 경기용품 도매업 | 운동 및 경기용구 도매업 | 127 | 3.0 | 151 | 3.5 | 156 | 3.5 | |
| | 자전거 도매업 | 15 | 0.4 | 12 | 0.3 | 11 | 0.2 | |
| | 스포츠 의류 도매업 | 63 | 1.5 | 63 | 1.4 | 64 | 1.4 | |
| | 스포츠 가방 도매업 | 3 | 0.1 | 2 | 0.1 | 2 | 0.0 | |
| | 스포츠 신발 도매업 | 22 | 0.5 | 23 | 0.5 | 24 | 0.5 | |
| 운동 및 경기용품 소매업 | 운동 및 경기용구 소매업 | 270 | 6.4 | 269 | 6.2 | 262 | 5.8 | |
| | 자전거 소매업 | 59 | 1.4 | 55 | 1.3 | 53 | 1.2 | |
| | 스포츠 의류 소매업 | 355 | 8.4 | 352 | 8.1 | 377 | 8.4 | |
| | 스포츠 가방 소매업 | 1 | 0.0 | 1 | 0.0 | 1 | 0.0 | |
| | 스포츠 신발 소매업 | 75 | 1.8 | 68 | 1.6 | 63 | 1.4 | |
| | 스포츠 관련 무점포 소매업 | 31 | 0.7 | 30 | 0.7 | 38 | 0.8 | |
| 운동 및 경기용품 임대업 | 운동 및 경기용품 임대업 | 35 | 0.8 | 35 | 0.8 | 35 | 0.8 | |
| 소계 | | 1,394 | 33.0 | 1,359 | 31.3 | 1,372 | 30.5 | |

| 구 분 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | | | |
|----------|-----------------|-------------------------|-------|------|-------|------|-------|------|-----|
| | | 종사자수 | 비중 | 종사자수 | 비중 | 종사자수 | 비중 | | |
| 스포츠 서비스업 | 스포츠 경기업 | 스포츠 경기업 | | 22 | 0.5 | 19 | 0.4 | 20 | 0.4 |
| | 스포츠 베팅업 | 스포츠 복권발행 및 판매업 | | 3 | 0.1 | 3 | 0.1 | 3 | 0.1 |
| | | 기타 스포츠 시행시설 관리 및 운영업 | | 52 | 1.2 | 48 | 1.1 | 50 | 1.1 |
| | 스포츠 마케팅업 | 스포츠 에이전트업 | | 2 | 0.0 | 2 | 0.0 | 2 | 0.1 |
| | | 회원권 대행 판매업 | | 7 | 0.2 | 6 | 0.1 | 6 | 0.1 |
| | | 스포츠 마케팅 대행업 | | 1 | 0.0 | 1 | 0.0 | 2 | 0.0 |
| | | 기타스포츠 마케팅업 | | 85 | 2.0 | 83 | 1.9 | 80 | 1.8 |
| | 스포츠 미디어업 | 스포츠 신문 발행업 | | 3 | 0.1 | 3 | 0.1 | 3 | 0.1 |
| | | 스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업 | | 3 | 0.1 | 4 | 0.1 | 3 | 0.1 |
| | | 스포츠 관련 라디오 방송업 | | - | - | - | - | - | - |
| | | 스포츠 관련 지상파 방송업 | | - | - | - | - | - | - |
| | | 스포츠 관련 프로그램 공급업 | | 6 | 0.1 | 6 | 0.1 | 5 | 0.1 |
| | | 스포츠 관련 유선 방송업 | | 5 | 0.1 | 6 | 0.1 | 6 | 0.1 |
| | | 스포츠 관련 위성 및 기타 방송업 | | 3 | 0.1 | 2 | 0.0 | 3 | 0.1 |
| | 기타 스포츠 정보 서비스업 | 기타 스포츠 정보 서비스업 | | 1 | 0.0 | 2 | 0.0 | 2 | 0.0 |
| | 스포츠 교육기관 | 태권도 교육기관 | | 462 | 10.9 | 212 | 4.9 | 267 | 6.0 |
| | | 무술 교육기관 | | | | 89 | 2.1 | 107 | 2.4 |
| | | 기타 스포츠 교육기관 | | 49 | 1.2 | 247 | 5.7 | 272 | 6.1 |
| | 스포츠 게임 개발 및 공급업 | 온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업 | | 161 | 3.8 | 180 | 4.1 | 176 | 3.9 |
| | | 기타 스포츠 게임 개발 및 공급업 | | 4 | 0.1 | 17 | 0.4 | 13 | 0.3 |
| 스포츠 여행업 | 스포츠 여행업 | | 192 | 4.5 | 180 | 4.1 | 181 | 4.0 | |
| 소계 | | | 1,061 | 25.1 | 1,110 | 25.5 | 1,201 | 26.7 | |

한편, 조직 형태별 스포츠산업 종사자 수는 개인 사업자의 종사자가 23만 8천 명으로 전체의 53.1%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 그 다음으로 회사 법인에 소속되어 있는 종사자가 16만 9천명으로, 전체 종사자의 37.6%를 차지하고 있다.

〈표 2-8〉 '17~'19년 조직형태별 종사자 수

(단위: 천명, %)

| 구 분 | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|---------|------|-------|------|-------|------|-------|
| | 종사자수 | 비중 | 종사자수 | 비중 | 종사자수 | 비중 |
| 개인사업체 | 229 | 54.1 | 219 | 50.5 | 238 | 53.1 |
| 회사법인 | 156 | 36.8 | 167 | 38.4 | 169 | 37.6 |
| 회사외의 법인 | 31 | 7.4 | 39 | 8.9 | 33 | 7.3 |
| 비법인단체 | 7 | 1.7 | 10 | 2.2 | 9 | 2.0 |
| 합 계 | 424 | 100.0 | 435 | 100.0 | 449 | 100.0 |



다음으로 지역별 사업 종류별로 종사자 수 현황을 살펴보면, 전국적으로 스포츠시설업에서 종사하는 근무자가 가장 많은 것으로 나타났다. 지역별 종사자 수 현황을 살펴보면 경기도에서 종사하는 인원이 11만 6천 명으로 가장 많은 종사자가 근무하고 있었으며, 다음으로 서울특별시에 종사하는 인원이 10만 5천 명이었다. 세종특별자치시가 2천 명으로 종사자 분포가 가장 낮은 것으로 나타났다.

〈표 2-9〉 '19년 지역별 사업종류별 종사자 수

(단위: 천명, %)

| 구 분 | 스포츠시설업 | | 스포츠용품업 | | 스포츠서비스업 | | 합계 | |
|---------|--------|-------|--------|-------|---------|-------|------|-------|
| | 종사자수 | 비중 | 종사자수 | 비중 | 종사자수 | 비중 | 종사자수 | 비중 |
| 서울특별시 | 32 | 16.9 | 38 | 27.5 | 35 | 29.3 | 105 | 23.4 |
| 부산광역시 | 10 | 5.2 | 14 | 10.1 | 7 | 8.4 | 31 | 6.9 |
| 대구광역시 | 6 | 3.3 | 7 | 5.1 | 4 | 4.9 | 17 | 3.8 |
| 인천광역시 | 7 | 3.7 | 6 | 4.5 | 4 | 5.1 | 18 | 3.9 |
| 광주광역시 | 6 | 2.9 | 2 | 1.8 | 3 | 3.2 | 11 | 2.5 |
| 대전광역시 | 4 | 2.2 | 3 | 2.5 | 3 | 2.2 | 10 | 2.3 |
| 울산광역시 | 4 | 1.9 | 2 | 1.8 | 2 | 1.6 | 8 | 1.8 |
| 세종특별자치시 | 1 | 0.4 | 0 | 0.1 | 1 | 0.4 | 2 | 0.4 |
| 경기도 | 51 | 26.8 | 28 | 20.7 | 36 | 22.2 | 116 | 25.8 |
| 강원도 | 15 | 7.8 | 4 | 3.0 | 3 | 1.9 | 22 | 4.9 |
| 충청북도 | 6 | 3.1 | 3 | 2.3 | 3 | 1.7 | 12 | 2.6 |
| 충청남도 | 7 | 3.9 | 4 | 2.9 | 3 | 2.2 | 15 | 3.3 |
| 전라북도 | 8 | 4.1 | 4 | 3.1 | 3 | 1.9 | 15 | 3.3 |
| 전라남도 | 7 | 3.8 | 5 | 3.3 | 3 | 1.5 | 14 | 3.2 |
| 경상북도 | 10 | 5.4 | 5 | 3.7 | 3 | 2.0 | 19 | 4.2 |
| 경상남도 | 12 | 6.4 | 9 | 6.5 | 6 | 3.2 | 27 | 5.9 |
| 제주특별자치도 | 4 | 2.3 | 1 | 1.0 | 2 | 1.1 | 8 | 1.7 |
| 합 계 | 192 | 100.0 | 137 | 100.0 | 120 | 100.0 | 449 | 100.0 |

3 스포츠산업 매출 및 실적

1) 매출 현황

(1) 사업종류별 매출현황

2019년 사업종류별 매출액 현황을 살펴보면 스포츠 의류 소매업의 매출액 비중이 8.7%로 스포츠산업 중 가장 큰 규모이며, 다음으로 기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업(8.5%), 운동 및 경기용구 도매업(7.7%), 골프장 운영업(7.3%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-10〉 '17~'19년 스포츠산업 산업분류별 매출액

(단위: 십억 원, %)

| 구 분 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | | | |
|----------------|-----------------|--------------------|---------|--------------------|-------|--------------------|-------|-------|-----|
| | | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 | | |
| 전 체 | | 74,696 (70,745) | 100.0 | 78,067 (73,603) | 100.0 | 80,684 (75,581) | 100.0 | | |
| 스포츠 시설 업 | 경기장 운영업 | 실내 경기장 운영업 | 200 | 0.3 | 229 | 0.3 | 220 | 0.3 | |
| | | 실외 경기장 운영업 | 206 | 0.3 | 300 | 0.4 | 315 | 0.4 | |
| | | 경주장 운영업 | 3,482 | 4.7 | 3,225 | 4.1 | 3,022 | 3.7 | |
| | 참여스포츠 시설 운영업 | 종합 스포츠시설 운영업 | 984 | 1.3 | 1,236 | 1.6 | 1,214 | 1.5 | |
| | | 체력단련시설 운영업 | 1,428 | 1.9 | 1,938 | 2.5 | 2,198 | 2.7 | |
| | | 수영장 운영업 | 239 | 0.3 | 374 | 0.5 | 395 | 0.5 | |
| | | 볼링장 운영업 | 158 | 0.2 | 231 | 0.3 | 283 | 0.4 | |
| | | 당구장 운영업 | 730 | 1.0 | 1,001 | 1.3 | 1,015 | 1.3 | |
| | | 골프연습장 운영업 | 1,618 | 2.2 | 2,005 | 2.6 | 2,312 | 2.9 | |
| | | 스포츠 무도장 운영업 | 10 | 0.0 | 12 | 0.0 | 13 | 0.0 | |
| | | 체육공원 운영업 | 149 | 0.2 | 138 | 0.2 | 138 | 0.2 | |
| | | 기원 운영업 | 30 | 0.0 | 37 | 0.0 | 36 | 0.0 | |
| | | 골프장 및 스키장 운영업 | 골프장 운영업 | 5,169 | 6.9 | 5,419 | 6.9 | 5,899 | 7.3 |
| | | | 스키장 운영업 | 861 | 1.2 | 1,038 | 1.3 | 1,044 | 1.3 |
| | 수상스포츠시설 운영업 | 낚시장 운영업 | 46 | 0.1 | 60 | 0.1 | 90 | 0.1 | |
| | | 기타 수상스포츠 시설 운영업 | 66 | 0.1 | 93 | 0.1 | 118 | 0.1 | |
| | 기타스포츠시설 운영업 | 기타 스포츠시설 운영업 | 306 | 0.4 | 478 | 0.6 | 612 | 0.8 | |
| | 스포츠시설 건설업 | 스포츠시설 조경 건설업 | 1,248 | 1.7 | 1,287 | 1.6 | 1,224 | 1.5 | |
| | | 스포츠 토목시설물 건설업 | 613 | 0.8 | 747 | 1.0 | 600 | 0.7 | |



| 구 분 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | | |
|----------|----------------------|----------------------|----------------|------|----------------|------|----------------|-----|
| | | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 | |
| 스포츠 유통업 | 운동 및 경기용품 제조업 | 운동 및 경기용 장비 제조업 | 488 | 0.7 | 678 | 0.9 | 691 | 0.9 |
| | | 체력단련용 장비 제조업 | 386 | 0.5 | 454 | 0.6 | 482 | 0.6 |
| | | 자전거 제조업 | 92 | 0.1 | 168 | 0.2 | 151 | 0.2 |
| | | 낚시 및 수렵용 장비 제조업 | 370 | 0.5 | 423 | 0.5 | 413 | 0.5 |
| | | 놀이터용 기구 제조업 | 129 | 0.2 | 132 | 0.2 | 142 | 0.2 |
| | | 스포츠용 보트 건조업 | - | - | 52 | 0.1 | 75 | 0.1 |
| | | 기타 운동 및 경기용품 제조업 | 203 | 0.3 | 216 | 0.3 | 194 | 0.2 |
| | 스포츠 의류 및 관련 섬유제품 제조업 | 스포츠 의류 제조업 | 4,443 | 5.9 | 4,140 | 5.3 | 4,031 | 5.0 |
| | | 캠핑용 직물제품 제조업 | 109 | 0.1 | 114 | 0.1 | 108 | 0.1 |
| | | 스포츠관련 직물제품 제조업 | 72 | 0.1 | 82 | 0.1 | 84 | 0.1 |
| | | 스포츠관련 의류 부분품 제조업 | 41 | 0.1 | 43 | 0.1 | 41 | 0.1 |
| | 스포츠 가방 및 신발 제조업 | 스포츠 가방 제조업 | 117 | 0.2 | 164 | 0.2 | 161 | 0.2 |
| | | 스포츠 신발 제조업 | 707 | 0.9 | 772 | 1.0 | 738 | 0.9 |
| | | 스포츠관련 신발부분품 제조업 | 240 | 0.3 | 209 | 0.3 | 216 | 0.3 |
| | 운동 및 경기용품 도매업 | 운동 및 경기용품 도매업 | 5,944 | 8.0 | 5,975 | 7.7 | 6,174 | 7.7 |
| | | 자전거 도매업 | 508 | 0.7 | 440 | 0.6 | 438 | 0.5 |
| | | 스포츠 의류 도매업 | 2,179 | 2.9 | 2,748 | 3.5 | 2,763 | 3.4 |
| | | 스포츠 가방 도매업 | 121 | 0.2 | 146 | 0.2 | 141 | 0.2 |
| | | 스포츠 신발 도매업 | 2,206 | 3.0 | 2,368 | 3.0 | 2,560 | 3.2 |
| | 운동 및 경기용품 소매업 | 운동 및 경기용품 소매업 | 3,548 | 4.7 | 3,825 | 4.9 | 3,846 | 4.8 |
| | | 자전거 소매업 | 663 | 0.9 | 655 | 0.8 | 636 | 0.8 |
| | | 스포츠 의류 소매업 | 7,303 | 9.8 | 6,377 | 8.2 | 7,034 | 8.7 |
| | | 스포츠 가방 소매업 | 22 | 0.0 | 21 | 0.0 | 18 | 0.0 |
| | | 스포츠 신발 소매업 | 3,434 | 4.6 | 3,354 | 4.3 | 3,343 | 4.1 |
| | | 스포츠 관련 무점포 소매업 | 554 | 0.7 | 680 | 0.9 | 772 | 1.0 |
| | 운동 및 경기용품 임대업 | 운동 및 경기용품 임대업 | 119 | 0.2 | 138 | 0.2 | 155 | 0.2 |
| 스포츠 서비스업 | 스포츠 경기업 | 스포츠 경기업 | 732 | 1.0 | 740 | 0.9 | 758 | 0.9 |
| | 스포츠 베틱업 | 스포츠 복권발행 및 판매업 | 4,199 (249) | 5.6 | 4,743 (279) | 6.1 | 5,406 (303) | 6.7 |
| | | 기타 스포츠 시행시설 관리 및 운영업 | 7,666 | 10.3 | 7,073 | 9.1 | 6,841 | 8.5 |
| | 스포츠 마케팅업 | 스포츠 에이전트업 | 28 | 0.0 | 34 | 0.0 | 45 | 0.1 |
| | | 회원권 대행 판매업 | 144 | 0.2 | 124 | 0.2 | 132 | 0.2 |
| | | 스포츠 마케팅 대행업 | 11 | 0.0 | 21 | 0.0 | 22 | 0.0 |
| | | 기타스포츠 마케팅업 | 1,684 | 2.3 | 1,843 | 2.4 | 1,896 | 2.3 |

| 구 분 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|-----------------|-------------------------|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| | | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 |
| 스포츠 미디어업 | 스포츠 신문 발행업 | 59 | 0.1 | 49 | 0.1 | 43 | 0.1 |
| | 스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업 | 29 | 0.0 | 40 | 0.1 | 47 | 0.1 |
| | 스포츠 관련 라디오 방송업 | - | - | - | - | - | - |
| | 스포츠 관련 지상파 방송업 | - | - | - | - | - | - |
| | 스포츠 관련 프로그램 공급업 | 315 | 0.4 | 242 | 0.3 | 236 | 0.3 |
| | 스포츠 관련 유선 방송업 | 328 | 0.4 | 325 | 0.4 | 324 | 0.4 |
| | 스포츠 관련 위성 및 기타 방송업 | 230 | 0.3 | 229 | 0.3 | 210 | 0.3 |
| 기타 스포츠 정보서비스업 | 기타 스포츠 정보 서비스업 | 15 | 0.0 | 23 | 0.0 | 26 | 0.0 |
| 스포츠 교육기관 | 태권도 교육기관 | 1,866 | 2.5 | 799 | 1.0 | 1,237 | 1.5 |
| | 무술 교육기관 | 414 | 0.5 | | | 443 | 0.5 |
| | 기타 스포츠 교육기관 | 157 | 0.2 | 959 | 1.2 | 1,144 | 1.4 |
| 스포츠 게임 개발 및 공급업 | 온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업 | 3,367 | 4.5 | 3,811 | 4.9 | 3,388 | 4.2 |
| | 기타 스포츠 게임 개발 및 공급업 | 373 | 0.5 | 429 | 0.5 | 344 | 0.4 |
| 스포츠 여행업 | 스포츠 여행업 | 1,938 | 2.6 | 1,949 | 2.5 | 1,990 | 2.5 |

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황임

2019년 매출액 비중은 운동 및 경기용품 제조업, 운동 및 경기용품 유통 및 임대업을 포함하는 스포츠용품업이 스포츠산업 매출액의 43.9%로 가장 큰 비중을 차지하였으며, 매출액의 증감률을 살펴보면, 스포츠시설업은 전년 대비 4.5% 증가한 것으로 나타났다.

〈표 2-11〉 '17~'19년 사업종류별 매출액

(단위: 십억 원, %)

| 구 분 | | 217 | | 2018 | | 2019 | | 증감률 (2018년 대비) |
|----------|-------------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|-------------------|
| | | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 | |
| 스포츠시설업 | | 17,544 | 23.5 | 19,849 | 25.4 | 20,748 | 25.7 | 4.5 |
| 스포츠용품업 | | 34,011 | 45.5 | 34,371 | 44.0 | 35,405 | 43.9 | 3.0 |
| 스포츠 서비스업 | 체육진흥 투표권 포함 | 23,141 | 31.0 | 23,847 | 30.5 | 24,532 | 30.4 | 2.9 |
| | 체육진흥 투표권 제외 | 19,190 | - | 19,383 | - | 19,428 | - | 0.2 |
| 합 계 | 체육진흥 투표권 포함 | 74,696 | 100.0 | 78,067 | 100.0 | 80,684 | 100.0 | 3.4 |
| | 체육진흥 투표권 제외 | 70,745 | - | 73,603 | - | 75,581 | - | 2.7 |



(2) 조직형태별 매출액 현황

2019년 조직형태별 매출액을 살펴보면 회사 법인이 54.8%로 스포츠산업 매출의 절반이상을 차지하고 있으며, 다음으로 개인사업체 28.0%, 회사외 법인이 15.5%의 순으로 나타났다.

〈표 2-12〉 '17~'19년 조직형태별 매출액

(단위: 십억 원, %)

| 구분 | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 증감률 (2018년 대비) |
|--------|--------------------|--------------|--------------------|--------------|--------------------|-------|-------------------|
| | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 | |
| 개인사업체 | 18,384 | 24.6 | 16,453 | 21.1 | 2,2610 | 28.0 | 37.4 |
| 회사법인 | 42,168 (38,218) | 56.5 (-) | 47,223 (42,759) | 60.5 (-) | 4,4254 (39,150) | 54.8 | -6.3 |
| 회사외 법인 | 13,411 | 18.0 | 13,474 | 17.3 | 12,526 | 15.5 | -7.0 |
| 비법인단체 | 732 | 1.0 | 917 | 1.2 | 1,295 | 1.6 | 41.2 |
| 합계 | 74,696 (70,745) | 100.0 (-) | 78,067 (73,603) | 100.0 (-) | 80,684 (75,581) | 100.0 | 3.4 |

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황임

(3) 종사자 규모별 매출액 현황

2019년 종사자 규모별로 매출액은 50인 이상의 사업체 매출액이 전체의 46.0%를 차지하고 있으며, 다음으로 1~4명 사업체 26.3%, 5~9명 사업체 10.4%의 비중을 보이고 있다. 또한 전년 대비 매출액 증감률을 보면, 20~49명, 50명 이상인 사업체를 제외한 모든 계층의 매출액이 증가하였으며, 특히 5~9명 사업체의 매출액 증가폭이 27.6%로 매우 크게 나타났다.

〈표 2-13〉 '17~'19년 종사자 규모별 매출액

(단위: 십억 원, %)

| 구분 | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 증감률 (2018년 대비) |
|--------|--------------------|--------------|--------------------|--------------|--------------------|-------|-------------------|
| | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 | |
| 1~4명 | 15,922 | 21.3 | 17,217 | 22.1 | 21,250 | 26.3 | 23.4 |
| 5~9명 | 6,329 | 8.5 | 6,607 | 8.5 | 8,429 | 10.4 | 27.6 |
| 10~19명 | 5,601 | 7.5 | 5,951 | 7.6 | 6,357 | 7.9 | 6.8 |
| 20~49명 | 7,735 | 10.4 | 10,126 | 13.0 | 7,495 | 9.3 | -26.0 |
| 50명 이상 | 39,109 (35,159) | 52.4 | 38,166 (33,702) | 48.9 | 37,153 (32,050) | 46.0 | -2.7 |
| 합계 | 74,696 (70,745) | 100.0 (-) | 78,067 (73,603) | 100.0 (-) | 80,684 (75,581) | 100.0 | 3.4 |

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황임

2) 국내 스포츠산업 사업 실적

2019년 스포츠산업 사업 실적은 2018년 대비 매출액 규모는 3.4% 증가하였으며, 영업비용과 영업이익 또한 각각 3.1%, 5.6% 증가한 것으로 나타났다. 2019년 총매출액은 80조 6,840억 원이었으며 수출 매출액은 1조 8,160억 원으로 나타났다.

〈표 2-14〉 '09~'19년 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) |
| 2019 | 80,684 (75,581) | 78,868 (73,765) | 1,816 (1,816) | 73,735 (68,637) | 6,949 (6,948) | 8.6 (9.2) |
| 전년대비 증감률 | 3.4 (2.7) | 3.1 (2.4) | 13.4 (13.4) | 3.1 (2.4) | 5.6 (5.6) | - |

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황임

2019년 스포츠산업 매출액 80조 6,840억 원 중 영업비용 73조 7,350억 원을 제외한 영업이익은 6조 9,490억 원으로 8.6%의 이익률을 나타내고 있다. 스포츠산업 전체 매출액 중 내수가 차지하는 비중은 97.7%로 우리나라의 스포츠산업은 내수시장 위주의 산업구조를 지니고 있는 것으로 나타났다.



〈표 2-15〉 '18~'19년 20개 중분류별 실적 현황

(단위: 십억 원, %)

| 대분류 | 중분류 | 2018 | | | | | | 2019 | | | | | |
|----------|---------------------|-------------------|--------------------|-------------------|------------------|-------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|------------------|--------------|------|
| | | 내수액 | | 영업비용 | | 영업이익 | | 내수액 | | 영업비용 | | 영업이익 | |
| 스포츠 시설업 | 경기장 운영업 | 3,754 | 4.9 | 3,783 | 5.3 | -30 | -0.5 | 3,557 | 4.5 | 3,365 | 4.6 | 192 | 2.8 |
| | 참여스포츠 시설 운영업 | 6,972 | 9.1 | 6,038 | 8.4 | 934 | 14.2 | 7,605 | 9.6 | 6,655 | 9.0 | 950 | 13.7 |
| | 골프장 및 스키장 운영업 | 6,457 | 8.4 | 5,732 | 8.0 | 725 | 11.0 | 6,942 | 8.8 | 6,259 | 8.5 | 683 | 9.8 |
| | 수상스포츠 시설 운영업 | 153 | 0.2 | 131 | 0.2 | 22 | 0.3 | 208 | 0.3 | 157 | 0.2 | 51 | 0.7 |
| | 기타스포츠 시설 운영업 | 478 | 0.6 | 413 | 0.6 | 65 | 1.0 | 612 | 0.8 | 510 | 0.7 | 102 | 1.5 |
| | 스포츠 시설 건설업 | 2,030 | 2.7 | 1,943 | 2.7 | 92 | 1.4 | 1,820 | 2.3 | 1,690 | 2.3 | 134 | 1.9 |
| | 소계 | 19,844 | 25.9 | 18,040 | 25.2 | 1,808 | 27.4 | 20,744 | 26.3 | 18,636 | 25.3 | 2,112 | 30.4 |
| 스포츠 용품업 | 운동 및 경기용품 제조업 | 1,865 | 2.4 | 1,962 | 2.7 | 160 | 2.4 | 2,049 | 2.6 | 2,034 | 2.8 | 113 | 1.6 |
| | 스포츠의류 및 관련 섬유제품 제조업 | 4,046 | 5.3 | 4,056 | 5.7 | 324 | 4.9 | 3,514 | 4.5 | 3,814 | 5.2 | 450 | 6.5 |
| | 스포츠기방 및 신발 제조업 | 990 | 1.3 | 1,084 | 1.5 | 60 | 0.9 | 993 | 1.3 | 1,017 | 1.4 | 98 | 1.4 |
| | 운동 및 경기용품 도매업 | 10,980 | 14.4 | 10,762 | 15.1 | 915 | 13.9 | 11,523 | 14.6 | 11,212 | 15.2 | 863 | 12.4 |
| | 운동 및 경기용품 소매업 | 14,883 | 19.5 | 13,275 | 18.6 | 1,635 | 24.8 | 15,497 | 19.6 | 14,253 | 19.3 | 1,395 | 20.1 |
| | 운동 및 경기용품 임대업 | 138 | 0.2 | 107 | 0.1 | 31 | 0.5 | 155 | 0.2 | 137 | 0.2 | 17 | 0.3 |
| | 소계 | 32,902 | 43.1 | 31,246 | 43.7 | 3,125 | 47.4 | 33,731 | 42.8 | 32,467 | 44.1 | 2,936 | 42.3 |
| 스포츠 서비스업 | 스포츠 경기업 | 740 | 1.0 | 757 | 1.1 | -16 | -0.2 | 752 | 1.0 | 785 | 1.1 | -27 | -0.4 |
| | 스포츠 베틱업 | 11,816 (7,352) | 15.5 | 11,453 (6,989) | 16.0 | 363 | 5.5 | 12,247 (7,143) | 15.5 | 11,938 (6,839) | 16.2 | 309 (115) | 4.4 |
| | 스포츠 마케팅업 | 2,022 | 2.6 | 1,907 | 2.7 | 115 | 1.7 | 2,095 | 2.7 | 1,980 | 2.7 | 115 | 1.6 |
| | 스포츠 미디어업 | 885 | 1.2 | 876 | 1.2 | 9 | 0.1 | 860 | 1.1 | 829 | 1.1 | 31 | 0.5 |
| | 기타 스포츠 정보 서비스업 | 23 | 0.0 | 40 | 0.1 | -17 | -0.3 | 26 | 0.0 | 32 | 0.0 | -6 | -0.1 |
| | 스포츠 교육기관 | 2,171 | 2.8 | 1,549 | 2.2 | 622 | 9.5 | 2,824 | 3.6 | 2,067 | 2.8 | 757 | 10.9 |
| | 스포츠 게임 개발 및 공급업 | 4,113 | 5.4 | 3,822 | 5.3 | 418 | 6.4 | 3,601 | 4.6 | 3,140 | 4.3 | 592 | 8.5 |
| | 스포츠 여행업 | 1,949 | 2.5 | 1,795 | 2.5 | 154 | 2.3 | 1,990 | 2.5 | 1,862 | 2.5 | 128 | 1.8 |
| | 소계 | 23,719 | 31 | 22,199 | 31.1 | 1,648 | 25.0 | 17,252 | 31.0 | 15,794 | 30.7 | 1,784 | 27.2 |
| 합계 | 76,466 (72,002) | 100.0 | 71,485 (67,021) | 100.0 | 6,582 (6,582) | 100.0 | 78,868 (73,765) | 100.0 | 73,735 (73,735) | 100.0 | 6,949 (6,948) | 100.0 | |

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황임

2019년 전체 스포츠산업 매출액 중 내수비율은 97.7%에 이르며 특히, 스포츠시설업과 스포츠서비스업의 경우 각각 100.0%, 99.4%로 내수 위주의 매출이 이루어지고 있는 것으로 나타났다. 스포츠시설업, 스포츠용품업, 스포츠서비스업 모두 매출액이 전년도 대비 증가한 것으로 나타났다.

〈표 2-16〉 '17~'19년 사업종류별 내수·수출실적

(단위: 십억 원)

| 구 분 | 매출액 | | | 내수 | | | 수출 | | |
|----------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 스포츠 시설업 | 17,544 | 19,849 | 20,748 | 17,541 | 19,845 | 20,744 | 2 | 4 | 4 |
| 스포츠 용품업 | 34,011 | 34,371 | 35,405 | 32,784 | 32,902 | 33,730 | 1,227 | 1,470 | 1,674 |
| 스포츠 서비스업 | 23,141 (19,190) | 23,847 (19,383) | 24,532 (19,428) | 23,024 (19,074) | 23,719 (19,255) | 24,394 (19,290) | 117 (117) | 127 (127) | 138 (138) |

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황임

3) 스포츠산업 부문별 사업 실적

(1) 스포츠용품업

2019년 스포츠용품업의 판매 매출은 33조 7,300억 원으로 나타났으며 내수가 32조 1,130억 원, 수입은 1조 6,170억 원으로 내수가 95.2% 수준으로 내수 매출 비중이 매우 높은 것으로 나타났다. 각 품목별 비중을 살펴보면 스포츠 의류의 내수(매출) 비중이 40.6%로 가장 높고, 다음으로 스포츠 기구 24.8%, 스포츠 신발 12.1% 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-17〉 '17~'19년 스포츠용품업 상품별 구성비

(단위: 십억 원, %)

| 구 분 | 금액 | 비 중 | | | | | | | |
|-------|----|--------|--------|--------|--------|------|-----|-----|------|
| | | 스포츠 음료 | 스포츠 기구 | 스포츠 의류 | 스포츠 신발 | 공 류 | 라켓류 | 기타 | |
| 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 |
| 2019년 | 내수 | 32,113 | - | 24.8 | 40.6 | 12.1 | 2.8 | 2.1 | 17.5 |
| | 수입 | 1,617 | - | 36.3 | 34.1 | 9.4 | 3.0 | 6.1 | 11.0 |



(2) 스포츠시설업

2019년 스포츠시설업의 평균 영업 개월 수는 12개월로 직전과 동일하며, 연간 이용 인원수는 6억 1,892만여 명(전년 대비 1.5% 증가)이 이용한 것으로 나타났다. 세부적으로 살펴보면 대부분의 업종에서 전년 대비 이용인원이 증가하였고, 특히 수상스포츠시설 운영업의 이용인원이 크게 증가한 것으로 나타났다.

〈표 2-18〉 '17~'19년 스포츠시설업 연간 영업개월 수 및 이용 인원

(단위: 월, 천명, %)

| 구분 | 평균 영업개월수(월) | | | 연간이용인원수(천명, %) | | | 증감률(%) |
|-------------|-------------|-------|-------|----------------|----------------|----------------|--------|
| | 2017년 | 2018년 | 2019년 | 2017년 | 2018년 | 2019년 | |
| 합계 | 12 | 12 | 12 | 591,628(100.0) | 609,664(100.0) | 618,919(100.0) | 1.5 |
| 경기장 운영업 | 12 | 12 | 12 | 48,466(8.2) | 53,478(8.6) | 53,910(8.7) | 0.8 |
| 골프장 운영업 | 12 | 12 | 12 | 42,879(7.2) | 34,078(5.5) | 36,488(5.9) | 7.1 |
| 스키장 운영업 | 6 | 11 | 6 | 7,147(1.2) | 6,413(1.0) | 6,736(1.1) | 5.0 |
| 기타스포츠시설 운영업 | 12 | 12 | 12 | 488,830(82.6) | 511,722(81.9) | 514,503(83.1) | 0.5 |
| 수상스포츠시설 운영업 | 9 | 10 | 8 | 4,306(0.7) | 3,973(0.6) | 7,283(1.2) | 83.3 |
| 캠핑 및 베틀업 | - | - | - | - | - | - | - |

(3) 스포츠서비스업

2019년 스포츠서비스업의 고객(소비자) 연령별 매출액 구성비를 살펴보면, 8~13세 연령대에 매출이 30.1%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 20~39세 연령대(24.6%), 14~19세 연령대(16.3%), 40~59세(14.6%) 연령대 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-19〉 '17~'19년 스포츠서비스업 고객유형별 매출액 비중

(단위: %)

| 구분 | 7세 이하 | 8~13세 | 14~19세 | 20~39세 | 40~59세 | 60세 이상 |
|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|
| 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 |
| 2019년 | 9.5 | 30.1 | 16.3 | 24.6 | 14.6 | 4.8 |

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 |

이어 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 | - | - |
| 합 계 | | 3,869 | 100 | 10,601 | 100 | 5,303 | 100 | 3,123 | 100 |

이어 중분류별 4대 생활스포츠 종목별(당구, 배드민턴, 자전거, 태권도) 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 |
| 합 계 | | 12,756 | 100 | 613 | 100 | 3,382 | 100 | 9,532 | 100 |

이어 2017년 중분류별 4대 생활스포츠 종목별(요가, 볼링, 탁구, 수영) 스포츠산업 사업체 현황을 살펴보면, 요가는 스포츠 교육기관, 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 |
| 합 계 | | 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 |
| 합 계 | | 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 차지하는 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 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 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 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% 증가하였다. 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 2,000억 원, 탁구 산업 1,030억 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 | 100 | 103 | 100 | 1,032 | 100 |

2018년 생활스포츠 종목(야구, 축구, 농구, 배구, 골프) 사업체의 총 매출액은 25조 3,390억 원으로 집계되었으며, 그 중 골프산업이 16조 6,960억 원으로 가장 높고, 다음으로 축구산업이 4조 4,260억 원, 야구산업 2조 3,020억 원, 농구산업 1조 4,940억 원, 배구산업 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 베팅업 | 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, 요가는 스포츠 교육기관, 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 집계되었으며, 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, %)

| 구분 | 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 3,269명, 탁구 산업 2,749명 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, %)

| 구분 | 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 | 3,269 | 100 | 2,749 | 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 요가는 스포츠 교육기관에 볼링, 탁구, 수영 산업은 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 | 5,164 | 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

2019년을 기준으로 우리나라 전체 체육시설은 등록체육시설업이 536개, 신고체육시설업이 51,664개로 총 52,200개가 운영 중인 것으로 파악되었다. 시도별로는 경기도가 12,446개로 가장 많은 것으로 나타났으며, 그 다음이 10,116개인 서울이었다.

〈표 2-48〉 '19년 시·도별 체육시설 총괄

(단위: 업소수: 개소, 면적: m²)

| 시·도 | 계 | | 등록체육시설업 | | 신고체육시설업 | |
|-----|--------|-------------|---------|-------------|---------|------------|
| | 업소수 | 면적 | 업소수 | 면적 | 업소수 | 면적 |
| 계 | 52,200 | 555,208,574 | 536 | 524,569,939 | 51,664 | 30,645,634 |
| 서울 | 10,116 | 3,904,338 | 1 | 998,126 | 10,115 | 2,906,212 |
| 부산 | 2,304 | 10,052,015 | 10 | 8,745,747 | 2,294 | 1,306,268 |
| 대구 | 2,283 | 2,055,343 | 2 | 950,470 | 2,281 | 1,104,873 |
| 인천 | 3,153 | 11,331,922 | 11 | 10,197,803 | 3,142 | 1,134,119 |
| 광주 | 1,638 | 2,643,753 | 4 | 2,095,341 | 1,634 | 548,412 |
| 대전 | 1,675 | 2,365,157 | 3 | 1,734,206 | 1,672 | 630,951 |
| 울산 | 1,272 | 4,504,743 | 4 | 3,908,637 | 1,268 | 596,106 |
| 세종 | 283 | 3,904,002 | 3 | 3,813,032 | 280 | 90,970 |
| 경기 | 12,446 | 173,772,458 | 161 | 166,950,435 | 12,285 | 6,822,023 |
| 강원 | 1,780 | 79,458,578 | 75 | 78,059,302 | 1,705 | 1,399,276 |
| 충북 | 1,657 | 39,242,134 | 38 | 38,331,969 | 1,619 | 910,165 |
| 충남 | 2,183 | 20,240,766 | 25 | 18,828,275 | 2,158 | 1,412,491 |
| 전북 | 2,226 | 33,561,367 | 28 | 31,008,259 | 2,198 | 2,553,108 |
| 전남 | 2,218 | 37,330,573 | 39 | 35,729,757 | 2,179 | 1,600,816 |
| 경북 | 2,955 | 48,858,118 | 50 | 46,255,244 | 2,905 | 2,602,874 |
| 경남 | 3,242 | 45,762,612 | 41 | 43,347,350 | 3,201 | 2,415,262 |
| 제주 | 769 | 36,227,694 | 41 | 33,615,986 | 728 | 2,611,708 |



2) 업종별 현황

(1) 등록체육시설업

2019년을 기준으로 전국에는 536개의 등록체육시설업이 운영 중이며, 이중 골프장이 511개로 가장 많은 것으로 나타났으며, 스키장 18개, 자동차 경주장 7개가 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-49〉 '19년 전국 등록체육시설업

(단위: 개소, ㎡, 홀)

| 업종별 | 구분 | 업소수 (개소) | 면적 (㎡) | 시설 규모 |
|------------|------|-------------|-------------|-----------------|
| 합계 | | 536 | 776,745,220 | |
| 골프장 | 소계 | 511 | 752,616,704 | 홀수 : 9,678홀 |
| | 회원제 | 163 | 202,373,433 | 홀수 : 3,727홀 |
| | 정규대중 | - | - | - |
| | 일반대중 | 348 | 550,243,271 | 홀수 : 5,951홀 |
| | 간이 | - | - | - |
| 스키장 | | 18 | 20,832,983 | 슬로프 : 196면 |
| 자동차 경주장 | 소계 | 7 | 3,295,533 | 트랙면적 : 513,047㎡ |
| | 2륜차 | 3 | 1,271,602 | 트랙면적 : 102,955㎡ |
| | 4륜차 | 4 | 2,023,931 | 트랙면적 : 410,092㎡ |

• 골프장

2019년 기준, 전국 511개의 골프장 중 회원제는 163개, 대중제는 348개가 운영 중인 것으로 나타났으며, 시도별로는 경기도가 회원제 72개, 대중제 82개, 총 154개로 가장 많은 것으로 파악되었다.

〈표 2-50〉 '19년 전국 시도별 골프장 현황

(단위: 개소, ㎡, 홀)

| 구분 | 시·도별 | 전국 | 서울 | 부산 | 대구 | 인천 | 광주 | 대전 | 울산 |
|-------------|------|-------------|---------|-----------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 총 계 | 업소수 | 511 | 1 | 10 | 2 | 10 | 4 | 3 | 4 |
| | 면적 | 752,616,704 | 998,126 | 8,745,747 | 950,470 | 9,906,001 | 2,095,341 | 1,734,206 | 3,908,637 |
| | 홀수 | 9,678 | 27 | 182 | 27 | 242 | 45 | 36 | 81 |
| 회 원 제 | 업소수 | 163 | - | 6 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 |
| | 면적 | 202,373,433 | - | 7,282,508 | 769,047 | 1,583,831 | 877,423 | 1,156,423 | 2,854,062 |
| | 홀수 | 3,727 | - | 135 | 18 | 36 | 18 | 18 | 54 |
| 대 중 제 | 업소수 | 348 | 1 | 4 | 1 | 8 | 3 | 2 | 2 |
| | 면적 | 550,243,271 | 998,126 | 1,463,239 | 181,423 | 8,322,170 | 1,217,918 | 577,783 | 1,054,575 |
| | 홀수 | 5,951 | 27 | 47 | 9 | 206 | 27 | 18 | 27 |

| 세 종 | 경 기 | 강 원 | 충 북 | 충 남 |
|-----------|-------------|------------|------------|------------|
| 3 | 154 | 61 | 37 | 25 |
| 3,813,032 | 163,044,122 | 58,667,364 | 38,331,968 | 18,828,275 |
| 72 | 3,042 | 1,112 | 756 | 414 |
| 1 | 72 | 14 | 5 | 5 |
| 1,501,840 | 95,444,387 | 17,100,227 | 6,081,822 | 4,530,306 |
| 27 | 1,693 | 324 | 117 | 90 |
| 2 | 82 | 47 | 32 | 20 |
| 2,311,192 | 67,599,735 | 41,567,137 | 32,250,146 | 14,297,969 |
| 45 | 1,349 | 788 | 639 | 324 |

| 전 북 | 전 남 | 경 북 | 경 남 | 제 주 |
|-------------|------------|------------|------------|------------|
| 27 | 39 | 50 | 40 | 41 |
| 283,181,620 | 35,729,757 | 46,255,244 | 42,810,808 | 33,615,986 |
| 473 | 726 | 918 | 801 | 726 |
| 3 | 6 | 12 | 13 | 19 |
| 2,986,864 | 7,415,053 | 15,422,277 | 18,527,394 | 18,839,969 |
| 63 | 135 | 297 | 324 | 378 |
| 24 | 33 | 38 | 27 | 22 |
| 280,194,756 | 28,314,704 | 30,832,967 | 24,283,414 | 14,776,017 |
| 410 | 591 | 621 | 477 | 348 |

• 스키장

2019년으로 기준으로 전국에는 18개의 스키장이 운영 중이며, 이중 강원도에 10개, 경기도에 5개가 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-51〉 '19년 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 | 20,832,983 | 3,366,758 | 16,927,762 | 1 | 1,920 | 536,542 |
| 슬 로 프 수 | 196 | 33 | 125 | 1 | 30 | 7 |



• 자동차 경주장

2019년 기준으로 전국에는 4개의 4륜차 경주장이 운영 중이며, 이중 강원도에 2개, 인천과 경기도에 각각 1개가 분포되어 있는 것으로 나타났으며 2륜차 경주장은 강원도에 2개, 경기도에 1개가 위치하고 있다.

〈표 2-52〉 '19년 전국 자동차 경주장 현황

(단위: 개소, m²)

| 구 분 | 시·도별 | 전 국 | 인 천 | 경 기 | 강 원 |
|-------|-------|-----------|---------|---------|-----------|
| | | 소 계 | 업 소 수 | 7 | 1 |
| | 면 적 | 3,295,533 | 291,802 | 539,555 | 2,464,176 |
| | 트랙면적 | 513,047 | 36,610 | 329,555 | 146,882 |
| 2 륜 차 | 업 소 수 | 3 | - | 1 | 2 |
| | 면 적 | 1,271,602 | - | 39,514 | 1,232,088 |
| | 트랙면적 | 102,955 | - | 29,514 | 73,441 |
| 4 륜 차 | 업 소 수 | 4 | 1 | 1 | 2 |
| | 면 적 | 2,023,931 | 291,802 | 500,041 | 1,232,088 |
| | 트랙면적 | 410,092 | 36,610 | 300,041 | 73,441 |

(2) 신고체육시설업

2019년을 기준으로 전국에는 총 51,664개의 신고체육시설이 운영 중이며, 이중 당구장이 16,732개로 가장 많았으며, 그다음으로 태권도장이 10,298개인 것으로 나타났다. 또한 골프연습장은 9,731개가 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-53〉 '19년 전국 신고체육시설 현황

(단위: 개소, m², 척, 타석)

| 업종별 | 구 분 | 업소수 (개소) | 면 적 (m ²) | 시 설 규 모 |
|-----|--------|-------------|--------------------------|-------------------------------|
| | 합 계 | 51,664 | 30,652,841 | |
| | 요 트 장 | 14 | 135,444 | 요트수 : 114척 |
| | 조 정 장 | - | - | - |
| | 카 누 장 | 3 | 29,574 | 카누수 : 72척 |
| | 빙 상 장 | 33 | 64,377 | 빙판면적 : 34,675m ² |
| | 승 마 장 | 133 | 3,529,418 | 마장면적 : 686,948m ² |
| | 종합체육시설 | 282 | 1,076,416 | 총 면적 : 606,873m ² |
| 수영장 | 소 계 | 812 | 3,531,678 | 수영조면적 : 354,010m ² |
| | 실 내 | 663 | 1,278,139 | 수영조면적 : 235,274m ² |
| | 실 외 | 149 | 2,253,539 | 수영조면적 : 118,736m ² |

| 업종별 | | 구 분 | 업소수 (개소) | 면 적 (㎡) | 시 설 규 모 |
|-----------|-----|----------------|-------------|------------|-------------------------------------|
| 체육 도장 | 소 계 | | 13,632 | 3,285,637 | 운동전용면적 : 2,086,950㎡ |
| | 권 투 | | 1,412 | 581,754 | 운동전용면적 : 458,054㎡ |
| | 레슬링 | | 69 | 16,994 | 운동전용면적 : 12,474㎡ |
| | 유 도 | | 541 | 110,705 | 운동전용면적 : 76,246㎡ |
| | 검 도 | | 780 | 477,150 | 운동전용면적 : 121,931㎡ |
| | 태권도 | | 10,298 | 1,976,713 | 운동전용면적 : 1,342,804㎡ |
| | 우 슈 | | 104 | 17,956 | 운동전용면적 : 13,906㎡ |
| | 합기도 | | 428 | 104,365 | 운동전용면적 : 61,535㎡ |
| 골프 연습장 | 소 계 | | 9,731 | 10,626,398 | 타석수 : 105,635타석 |
| | 실 내 | 일반 | 2,273 | 950,874 | 타석수 : 19,659타석 |
| | | 병행 (일반+스크린) | 1,589 | 761,328 | 일반타석수 : 8,131타석 스크린타석수 : 7,177타석 |
| | 실 외 | 일반 | 983 | 6,200,336 | 타석수 : 33,930타석 |
| | | 병행 (일반+스크린) | 200 | 819,566 | 일반타석수 : 6,713타석 스크린타석수 : 1,083타석 |
| | 스크린 | | 4,686 | 1,894,294 | 타석수 : 28,942타석 |
| 체력단련장 | | | 9,469 | 3,887,526 | 운동전용면적 : 2,581,027㎡ |
| 당 구 장 | | | 16,732 | 3,631,209 | 당구대수 : 108,726대 |
| 썰 매 장 | | | 123 | 710,510 | 슬로프길이 : 89,803m |
| 무 도 장 | | | 64 | 25,222 | 바닥면적 : 19,225㎡ |
| 무 도 학 원 | | | 636 | 119,432 | 바닥면적 : 75,900㎡ |

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

• 요트장

2019년 기준으로 전국에는 총 14개의 요트장이 운영 중이며, 이중 경남에 8개가 위치하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-54〉 '19년 전국 요트장 현황

(단위: 개소, ㎡, 척)

| 시·도별 구 분 | 전 국 | 서 울 | 전 남 | 경 북 | 경 남 | 제 주 |
|-------------|---------|-----|--------|-----|--------|--------|
| 업 소 수 | 14 | 1 | 1 | 2 | 8 | 2 |
| 면 적 | 135,444 | 1 | 16,283 | 630 | 74,713 | 43,817 |
| 요 트 수 | 114 | 1 | 1 | 8 | 99 | 5 |



• 빙상장

2019년을 기준으로 전국에는 33개의 빙상장이 운영 중이며, 이중 서울에 13개, 경기 4개, 경북 4개, 부산, 대구에 각 3개가 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-55〉 '19년 전국 빙상장 현황

(단위: 개소, m²)

| 구분 \ 시·도별 | 전국 | 서울 | 부산 | 대구 | 인천 | 광주 | 대전 | 울산 |
|-----------|--------|--------|-------|-------|-------|----|----|----|
| 업소수 | 33 | 13 | 3 | 3 | 1 | - | - | - |
| 면적 | 64,377 | 15,177 | 6,692 | 6,351 | 3,983 | - | - | - |
| 빙판면적 | 38,658 | 12,378 | 5,535 | 2,571 | 3,983 | - | - | - |

| 세종 | 경기 | 강원 | 충북 | 충남 | 전북 | 전남 | 경북 | 경남 | 제주 |
|-----|-------|-------|----|-------|----|-------|--------|----|----|
| 1 | 4 | 1 | - | 2 | - | 1 | 4 | - | - |
| 521 | 6,290 | 1,830 | - | 5,509 | - | 2,661 | 15,363 | - | - |
| 521 | 3,245 | 1,830 | - | 2,396 | - | 2,042 | 4,157 | - | - |

• 카누장

2019년을 기준으로 전국에는 3개의 카누장이 운영 중이며, 경남에만 3개가 위치하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-56〉 '19년 전국 카누장 현황

(단위: 개소, m², 척)

| 구분 \ 시·도별 | 전국 | 경남 | 경남 외 지역 |
|-----------|--------|--------|---------|
| 업소수 | 3 | 3 | - |
| 면적 | 29,574 | 29,574 | - |
| 카누수 | 72 | 72 | - |

• 승마장

2019년을 기준으로 전국에는 총 133개의 승마장이 운영 중이며, 이중 경기도가 가장 많은 41개를 보유하고 있었으며, 그다음으로 경북이 15개인 것으로 나타났다.

〈표 2-57〉 '19년 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 | 133 | - | 2 | 1 | 4 | - | 3 | 1 |
| 면 적 | 3,529,418 | - | 4,157 | 4,152 | 10,762 | - | 32,317 | 891 |
| 마 장 면 적 | 686,948 | - | 1,459 | 641 | 1,327 | - | 7,845 | 891 |

| 세 종 | 경 기 | 강 원 | 충 북 | 충 남 | 전 북 | 전 남 | 경 북 | 경 남 | 제 주 |
|-------|-----------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| 1 | 41 | 5 | 4 | 8 | 11 | 10 | 15 | 13 | 14 |
| 1,120 | 1,028,440 | 58,051 | 23,198 | 71,685 | 153,598 | 108,543 | 432,503 | 204,034 | 1,395,967 |
| 676 | 125,529 | 14,864 | 3,971 | 18,858 | 40,221 | 27,446 | 204,809 | 33,498 | 204,913 |

• 종합체육시설

2019년을 기준으로 전국에는 총 282개의 종합체육시설이 운영 중이며, 이중 서울에 91개, 경기도에 66개가 위치하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-58〉 '19년 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 | 91 | 21 | 14 | 7 | 7 | 8 | 4 |
| 면 적 | 1,076,416 | 299,767 | 57,066 | 36,299 | 18,016 | 11,847 | 25,120 | 6,811 |
| 총 면 적 | 617,030 | 125,941 | 35,089 | 15,408 | 4,108 | 11,848 | 25,120 | 6,460 |

| 세 종 | 경 기 | 강 원 | 충 북 | 충 남 | 전 북 | 전 남 | 경 북 | 경 남 | 제 주 |
|-------|---------|--------|--------|--------|-------|---------|--------|--------|-------|
| 1 | 66 | 6 | 8 | 6 | 4 | 5 | 17 | 14 | 3 |
| 1,301 | 281,013 | 17,634 | 2,982 | 14,801 | 3,593 | 202,803 | 61,969 | 28,608 | 6,786 |
| 1,301 | 208,284 | 10,157 | 13,456 | 16,658 | 5,695 | 81,490 | 33,643 | 15,586 | 6,786 |



• 수영장

2019년을 기준으로 전국에는 총 812개의 수영장이 운영 중이며, 이중 실내 수영장이 663개, 실외 수영장이 149개인 것으로 나타났다. 또한 시도별로는 경기도가 232개, 서울이 125개, 강원도가 44개의 수영장을 보유한 것으로 파악되었다.

〈표 2-59〉 '19년 전국 수영장 현황

(단위: 개소, ㎡)

| 구분 | 시·도별 | 전국 | 서울 | 부산 | 대구 | 인천 | 광주 | 대전 | 울산 |
|----|------|-----------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 총계 | 업소수 | 812 | 125 | 42 | 29 | 33 | 26 | 34 | 13 |
| | 면적 | 3,531,678 | 151,186 | 43,716 | 34,681 | 47,409 | 24,400 | 63,373 | 13,586 |
| | 수영조 | 354,010 | 44,269 | 14,140 | 10,939 | 12,240 | 7,387 | 19,257 | 4,061 |
| 실내 | 업소수 | 663 | 120 | 36 | 27 | 29 | 25 | 33 | 11 |
| | 면적 | 1,278,139 | 112,807 | 27,855 | 28,161 | 21,609 | 24,040 | 61,080 | 11,284 |
| | 수영조 | 235,274 | 30,850 | 9,302 | 8,219 | 9,910 | 7,027 | 17,459 | 2,936 |
| 실외 | 업소수 | 149 | 5 | 6 | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 |
| | 면적 | 2,253,539 | 38,379 | 15,861 | 6,520 | 25,799 | 360 | 2,293 | 2,302 |
| | 수영조 | 118,736 | 13,419 | 4,838 | 2,720 | 2,330 | 360 | 1,798 | 1,125 |

| 세종 | 경기 | 강원 | 충북 | 충남 | 전북 | 전남 | 경북 | 경남 | 제주 |
|--------|---------|---------|--------|--------|-----------|---------|--------|---------|---------|
| 10 | 232 | 44 | 13 | 38 | 27 | 40 | 35 | 37 | 34 |
| 18,668 | 440,281 | 154,755 | 10,427 | 67,351 | 1,239,797 | 258,205 | 98,560 | 162,153 | 703,131 |
| 3,833 | 104,395 | 21,636 | 3,120 | 29,546 | 10,625 | 22,355 | 15,770 | 15,536 | 14,901 |
| 7 | 184 | 29 | 12 | 29 | 20 | 30 | 23 | 29 | 19 |
| 14,843 | 171,347 | 53,780 | 10,427 | 52,932 | 17,214 | 175,765 | 48,558 | 129,117 | 317,320 |
| 3,833 | 56,424 | 17,543 | 3,120 | 24,111 | 6,462 | 16,244 | 7,082 | 9,519 | 5,233 |
| 3 | 48 | 15 | 1 | 9 | 7 | 10 | 12 | 8 | 15 |
| 3,825 | 268,934 | 100,975 | - | 14,419 | 1,222,583 | 82,440 | 50,002 | 33,036 | 385,811 |
| - | 47,971 | 4,093 | - | 5,435 | 4,163 | 6,111 | 8,688 | 6,017 | 9,668 |

• 체육도장

2019년을 기준으로 전국에는 총 13,632개의 체육도장이 운영 중이며, 이중 태권도장이 10,298개로 가장 많은 것으로 나타났다. 시도별로 살펴보면, 경기도가 가장 많은 3,434개, 그다음으로 서울에 2,173개가 운영 중인 것으로 파악되었다.

〈표 2-60〉 '19년 전국 체육도장 현황

(단위: 개소, m²)

| 구분 \ 시·도별 | | 전국 | 서울 | 부산 | 대구 | 인천 | 광주 | 대전 | 울산 |
|-----------|---------|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|
| 총계 | 업소수 | 13,632 | 2,173 | 863 | 731 | 852 | 529 | 448 | 313 |
| | 면적 | 3,285,637 | 306,327 | 158,440 | 124,197 | 131,471 | 80,765 | 81,295 | 72,462 |
| 권투 | 업소수 | 1,412 | 339 | 67 | 68 | 100 | 43 | 49 | 41 |
| | 면적 | 581,754 | 82,064 | 18,717 | 16,149 | 20,103 | 8,878 | 10,941 | 7,766 |
| 레슬링 | 업소수 | 69 | 9 | 6 | 1 | 6 | 1 | 3 | 1 |
| | 면적 | 16,994 | 1,245 | 2,110 | 129 | 1,112 | 215 | 625 | 210 |
| 유도 | 업소수 | 541 | 99 | 45 | 23 | 28 | 17 | 17 | 6 |
| | 면적 | 110,705 | 13,875 | 6,884 | 4,118 | 4,751 | 2,884 | 3,371 | 1,087 |
| 검도 | 업소수 | 780 | 159 | 58 | 34 | 44 | 19 | 22 | 14 |
| | 면적 | 477,150 | 24,305 | 11,302 | 7,437 | 8,635 | 3,799 | 4,689 | 3,042 |
| 태권도 | 업소수 | 10,298 | 1,685 | 665 | 627 | 675 | 420 | 365 | 260 |
| | 면적 | 1,976,713 | 178,512 | 115,578 | 98,856 | 95,953 | 57,810 | 61,484 | 67,342 |
| 우슈 | 업소수 | 104 | 18 | 6 | 9 | 6 | 3 | 6 | 2 |
| | 면적 | 17,956 | 2,042 | 833 | 2,027 | 896 | 809 | 926 | 344 |
| 합기도 | 업소수 | 428 | 56 | 13 | 2 | 33 | 21 | - | - |
| | 면적 | 104,365 | 5,981 | 2,033 | 334 | 7,228 | 3,180 | - | - |
| 세종 | 경기 | 강원 | 충북 | 충남 | 전북 | 전남 | 경북 | 경남 | 제주 |
| 107 | 3,434 | 376 | 401 | 560 | 559 | 447 | 800 | 883 | 156 |
| 20,958 | 936,489 | 76,683 | 96,733 | 125,248 | 171,182 | 164,119 | 210,150 | 459,249 | 69,968 |
| 8 | 383 | 28 | 46 | 46 | 40 | 34 | 52 | 60 | 8 |
| 1,597 | 315,723 | 6,845 | 20,184 | 17,253 | 10,647 | 14,690 | 13,222 | 14,650 | 2,325 |
| 1 | 21 | 2 | 1 | - | - | 5 | 7 | 1 | - |
| 117 | 4,160 | 541 | 160 | - | - | 1,404 | 4,460 | 184 | - |
| 1 | 128 | 15 | 24 | 21 | 26 | 19 | 29 | 34 | 13 |
| 512 | 29,909 | 2,446 | 5,788 | 4,732 | 4,972 | 5,347 | 7,388 | 6,745 | 5,497 |
| 8 | 209 | 32 | 26 | 29 | 30 | 52 | 38 | 44 | 6 |
| 3,201 | 47,082 | 8,721 | 5,969 | 9,440 | 8,227 | 19,750 | 15,700 | 305,307 | 1,025 |
| 89 | 2,565 | 279 | 286 | 434 | 448 | 322 | 618 | 674 | 119 |
| 15,531 | 498,393 | 51,482 | 61,008 | 86,369 | 144,391 | 119,367 | 158,787 | 120,008 | 57,967 |
| - | 21 | 5 | 2 | 5 | 7 | 2 | 6 | 9 | 2 |
| - | 3,642 | 715 | 112 | 841 | 1,603 | 554 | 1,390 | 1,563 | 427 |
| - | 107 | 15 | 16 | 25 | 8 | 13 | 50 | 61 | 8 |
| - | 37,580 | 5,933 | 3,512 | 6,613 | 1,342 | 3,007 | 14,203 | 10,792 | 2,627 |



• 골프연습장

2019년을 기준으로 전국에는 총 9,731개의 골프연습장이 운영 중이며, 이중 실내연습장은 3,862개, 실외 연습장은 1,183개, 스크린 연습장은 4,686개인 것으로 파악되었다. 시도별로는, 경기도에 가장 많은 2,352개가 위치하고 있었으며, 그다음으로 서울에 1,838개가 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-61〉 '19년 전국 골프연습장 현황

(단위: 개소, ㎡, 타석)

| 구분 | 시·도별 | 전국 | 서울 | 부산 | 대구 | 인천 | 광주 | 대전 | 울산 |
|--------|-----------|------------|---------|---------|---------|---------|-----------|---------|---------|
| 총계 | 업소수 | 9,731 | 1,838 | 571 | 482 | 381 | 139 | 261 | 330 |
| | 면적 | 10,626,398 | 753,891 | 556,890 | 376,495 | 480,332 | 114,321 | 198,276 | 334,006 |
| | 타석수 | 105,635 | 15,745 | 6,738 | 5,394 | 4,587 | 1,593 | 3,111 | 3,827 |
| 실내 | 업소수 | 3,862 | 1,080 | 281 | 226 | 102 | 47 | 67 | 127 |
| | 면적 | 1,712,202 | 342,429 | 135,049 | 112,141 | 52,433 | 19,969 | 43,034 | 65,293 |
| | 타석수 | 34,967 | 8,410 | 2,729 | 2,452 | 1,070 | 426 | 1,000 | 1,239 |
| 실외 | 업소수 | 1,183 | 94 | 73 | 47 | 48 | 14 | 32 | 51 |
| | 면적 | 7,019,902 | 153,400 | 320,109 | 157,726 | 342,381 | 50,310 | 94,148 | 207,746 |
| | 타석수 | 41,726 | 2,756 | 2,633 | 1,448 | 1,845 | 772 | 1,201 | 1,637 |
| 스크린 | 업소수 | 4,686 | 664 | 217 | 209 | 231 | 78 | 162 | 152 |
| | 면적 | 1,894,294 | 258,062 | 101,732 | 106,628 | 85,518 | 44,042 | 61,094 | 60,967 |
| | 타석수 | 28,942 | 4,579 | 1,376 | 1,494 | 1,672 | 395 | 910 | 951 |
| 세종 | 경기 | 강원 | 충북 | 충남 | 전북 | 전남 | 경북 | 경남 | 제주 |
| 38 | 2,352 | 355 | 370 | 391 | 378 | 368 | 649 | 690 | 138 |
| 25,951 | 2,197,466 | 730,246 | 486,353 | 744,012 | 521,658 | 556,497 | 1,372,156 | 897,185 | 280,665 |
| 112 | 26,476 | 3,592 | 2,771 | 4,675 | 4,501 | 4,237 | 7,682 | 9,053 | 1,541 |
| 3 | 935 | 84 | 118 | 64 | 151 | 101 | 171 | 273 | 32 |
| 691 | 374,943 | 49,683 | 59,991 | 71,000 | 60,983 | 40,683 | 103,189 | 147,907 | 32,784 |
| 20 | 7,500 | 982 | 949 | 672 | 1,370 | 818 | 1,597 | 3,321 | 412 |
| 6 | 231 | 70 | 58 | 72 | 63 | 74 | 123 | 101 | 26 |
| 13,186 | 1,338,799 | 597,281 | 426,362 | 548,575 | 385,116 | 440,375 | 1,124,916 | 600,452 | 219,020 |
| 86 | 10,734 | 1,677 | 1,822 | 2,359 | 2,060 | 2,365 | 4,027 | 3,624 | 680 |
| 29 | 1,186 | 201 | 194 | 255 | 164 | 193 | 355 | 316 | 80 |
| 12,074 | 483,724 | 83,282 | - | 124,437 | 75,558 | 75,438 | 144,051 | 148,826 | 28,861 |
| 6 | 8,242 | 933 | - | 1,644 | 1,071 | 1,054 | 2,058 | 2,108 | 449 |

• 체력단련장

2019년을 기준으로 전국의 체력단련장은 총 9,469개가 있는 것으로 나타났으며, 이중 서울에 2,524개, 경기도에 2,057개가 위치하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-62〉 '19년 체력단련장 현황

(단위: 개소, m²)

| 시·도별 구분 | 전국 | 서울 | 부산 | 대구 | 인천 | 광주 | 대전 | 울산 |
|------------|-----------|---------|---------|---------|---------|--------|---------|--------|
| 업소수 | 9,469 | 2,524 | 659 | 429 | 508 | 292 | 338 | 163 |
| 면적 | 3,887,526 | 805,717 | 290,182 | 401,920 | 183,560 | 99,058 | 113,007 | 55,519 |
| 운동장용면적 | 2,581,027 | 385,194 | 232,096 | 375,864 | 80,676 | 72,927 | 84,274 | 52,515 |

| 세종 | 경기 | 강원 | 충북 | 충남 | 전북 | 전남 | 경북 | 경남 | 제주 |
|-------|---------|--------|---------|---------|---------|--------|---------|---------|--------|
| 41 | 2,057 | 227 | 275 | 311 | 283 | 252 | 441 | 549 | 120 |
| 9,424 | 911,537 | 88,526 | 118,543 | 118,704 | 143,847 | 89,387 | 192,775 | 206,883 | 58,937 |
| 9,424 | 618,251 | 66,866 | 73,407 | 86,243 | 86,621 | 71,026 | 123,126 | 135,501 | 27,016 |

• 당구장

2019년을 기준으로 전국에는 총 16,732개가 있는 것으로 나타났으며, 이중 경기도에 3,928개, 서울에 3,273개가 운영 중인 것으로 파악되었다.

〈표 2-63〉 '19년 전국 당구장 현황

(단위: 개소, m², 개)

| 시·도별 구분 | 전국 | 서울 | 부산 | 대구 | 인천 | 광주 | 대전 | 울산 |
|------------|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|
| 업소수 | 16,732 | 3,273 | 843 | 508 | 1,334 | 613 | 543 | 427 |
| 면적 | 3,631,209 | 501,196 | 181,747 | 103,097 | 221,456 | 215,152 | 107,904 | 96,486 |
| 당구대 | 108,726 | 15,946 | 6,495 | 3,658 | 7,504 | 3,851 | 3,214 | 2,462 |

| 세종 | 경기 | 강원 | 충북 | 충남 | 전북 | 전남 | 경북 | 경남 | 제주 |
|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|
| 80 | 3,928 | 643 | 523 | 817 | 905 | 1,009 | 880 | 936 | 230 |
| 12,846 | 794,126 | 119,945 | 114,812 | 209,143 | 270,005 | 164,160 | 158,452 | 318,039 | 42,643 |
| 363 | 27,051 | 3,945 | 3,878 | 6,594 | 5,250 | 6,309 | 5,001 | 5,794 | 1,411 |



• 썰매장

2019년 기준으로 전국에 썰매장은 총 123개가 있는 것으로 나타났다. 시도별로는 경기도에 31개, 강원도에 28개가 운영 중이며 경북은 10개가 운영 중인 것으로 파악되었다.

〈표 2-64〉 '19년 전국 썰매장 현황

(단위: 개소, ㎡, m)

| 시·도별 구 분 | 전 국 | 서 울 | 부 산 | 대 구 | 인 천 | 광 주 | 대 전 | 울 산 | |
|-------------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----|
| 업 소 수 | 123 | 3 | 2 | 3 | 3 | - | 1 | 2 | |
| 면 적 | 717,510 | 58,345 | 195 | 7,219 | 34,179 | - | 3,814 | 14,732 | |
| 슬로프길이 | 89,803 | 170 | 32,441 | 144 | 299 | - | 115 | 171 | |
| 세 종 | 경 기 | 강 원 | 충 북 | 충 남 | 전 북 | 전 남 | 경 북 | 경 남 | 제 주 |
| - | 31 | 28 | 9 | 7 | 8 | 7 | 10 | 9 | - |
| - | 189,637 | 147,893 | 46,463 | 52,933 | 44,998 | 28,954 | 62,392 | 25,756 | - |
| - | 3,440 | 2,714 | 753 | 453 | 1,063 | 599 | 1,107 | 46,334 | - |

• 무도장

2019년을 기준으로 전국에는 총 64개의 무도장이 운영 중이며, 이중 경기도에 가장 많은 25개가 위치하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-65〉 '19년 전국 무도장 현황

(단위: 개소, ㎡)

| 시·도별 구 분 | 전 국 | 서 울 | 부 산 | 대 구 | 인 천 | 광 주 | 대 전 | 울 산 | |
|-------------|--------|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| 업 소 수 | 64 | 10 | 1 | 4 | 1 | - | 1 | - | |
| 면 적 | 25,222 | 6,449 | 541 | 1,669 | 458 | - | 445 | - | |
| 바닥면적 | 19,225 | 3,445 | 541 | 1,669 | 510 | - | 425 | - | |
| 세 종 | 경 기 | 강 원 | 충 북 | 충 남 | 전 북 | 전 남 | 경 북 | 경 남 | 제 주 |
| - | 25 | 1 | 1 | 6 | - | 8 | 3 | 3 | - |
| - | 8,514 | 604 | 248 | 732 | - | 2,871 | 968 | 1,723 | - |
| - | 7,821 | 604 | 248 | 732 | - | 1,507 | 901 | 822 | - |

• 무도학원

2019년을 기준으로 전국에는 총 636개의 무도학원이 운영 중이며, 이중 경기도에 가장 많은 115개, 그다음으로 대구에 77개가 위치하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-66〉 '19년 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 | 636 | 64 | 47 | 77 | 18 | 28 | 35 | 15 | |
| 면 적 | 119,432 | 8,156 | 6,642 | 8,791 | 2,493 | 2,869 | 5,401 | 1,613 | |
| 바닥면적 | 75,900 | 5,548 | 5,966 | 8,096 | 1,921 | 2,411 | 5,401 | 1,585 | |
| 세 종 | 경 기 | 강 원 | 충 북 | 충 남 | 전 북 | 전 남 | 경 북 | 경 남 | 제 주 |
| 1 | 115 | 19 | 15 | 12 | 23 | 31 | 49 | 56 | 31 |
| 181 | 28,230 | 3,110 | 10,408 | 2,373 | 4,430 | 6,333 | 11,161 | 7,345 | 9,896 |
| 181 | 14,159 | 3,452 | 2,169 | 1,798 | 3,255 | 3,901 | 7,721 | 5,376 | 2,960 |



제3장

스포츠산업 수요 현황

2019 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 충청권을 연고로 한 빙그레(현재 한화)가 창단되었고, 1991년 전북을 연고로 한 쌍방울, 2000년 SK(인천 연고), 2011년 NC(마산 연고), 2013년 kt(수원 연고) 창단 이후 2019년 현재 10개 구단(두산 베어스, LG 트윈스, KIA 타이거즈, 삼성 라이온즈, 롯데 자이언츠, 한화 이글스, 키움 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 863만 관중을 시작으로 2017년 871만, 2018년 840만 명으로 3년 연속 800만 관중 기록을 이어왔다. 2017년 관중 수는 총 8,713,420명으로 1년 만에 2016년 역대 최다 관중을 넘어섰다. 이는 2년 연속 최초 800만 관중 기록으로 2015년 이후로는 3년 연속 최다 관중 기록을 갱신하였고, 2018년 관중 수는 총 8,400,502명을 기록하였다. 개막 원년 143만 명에서 포스트시즌까지 포함하면 총 158만 명이었던 연간 관중 수는, 2017년 총 전체 관중은 871만 명으로 6배 가까이 증가하였다. 특히 2018년은 정규시즌 1위부터 4위의 순위가 마지막 날인 10월 3일 결정됐을 정도로 순위가 혼돈에 빠져들면서 미디어 및 대중들의 관심이 높아졌고, 이는 관중 증가로 자연스럽게 이어진 것으로 보인다. 과거에도 2008년 베이징 올림픽 금메달, 2009년 WBC 준우승, 2010년 아시안 게임 금메달 획득, 2015년 kt 위즈 1군 리그 진입으로 10개 구단 체제가 되며 늘어난 경기 수, 플레이오프 와일드 카드제 시행, 2016년 신 구장 효과(대구 삼성 라이온즈파크) 등이 관중들의 흥미를 배가시키며 관중증가와 야구 붐을 일으키는 데 일조한 바 있다. 그러나 2019년에는 2018년 아시안 게임 대표선수 선발 논란의 여파와 리그의 질적 저하 등으로 관중이 감소하며 800만 관중을 넘지 못하였다.

(1) 프로야구 정규시즌 관중 수 현황

〈표 3-1〉 프로야구 관중 수 현황

(단위: 명)

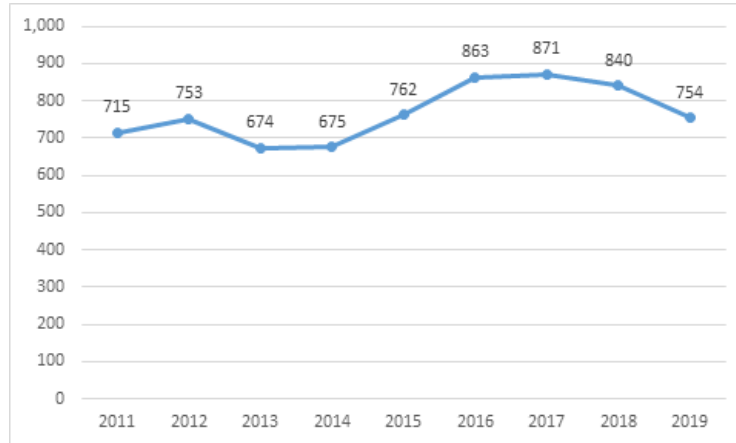
| 구분 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 관중수 | 7,154,378 | 7,533,408 | 6,744,030 | 6,754,619 | 7,622,495 | 8,631,829 | 8,713,420 | 8,400,502 | 7,535,075 |

※ 출처: 문화체육관광부(2019 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)

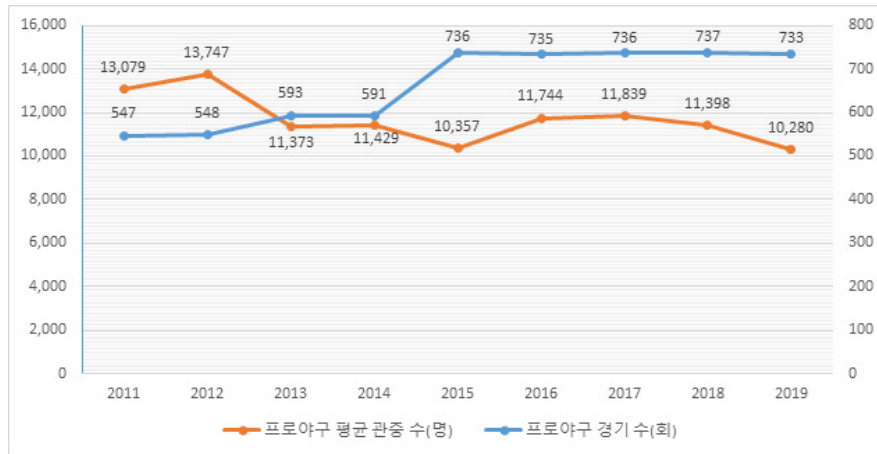
| 구 분 | 구단 수 | 팀당 경기 수 | 경기 수 | 평균 관중 |
|------|------|---------|------|--------|
| 2011 | 8구단 | 133 | 547 | 13,079 |
| 2012 | 8구단 | 133 | 548 | 13,747 |
| 2013 | 9구단 | 128 | 593 | 11,373 |
| 2014 | 9구단 | 128 | 591 | 11,429 |
| 2015 | 10구단 | 144 | 736 | 10,357 |
| 2016 | 10구단 | 144 | 735 | 11,744 |
| 2017 | 10구단 | 144 | 736 | 11,839 |
| 2018 | 10구단 | 144 | 737 | 11,398 |
| 2019 | 10구단 | 144 | 733 | 10,280 |

※ 출처: 문화체육관광부(2019 프로스포츠 경기단체 자료)

프로야구 정규 시즌 경기수를 살펴보면 2012년까지는 550경기에 못 미쳤고, 2013년에는 신생 구단 NC 다이노스의 1군 리그 참가로 구단 수가 홀수가 되면서 팀당 경기수는 128경기로 줄어들었으며, 총 경기수는 593경기로 증가했다. 2015년에는 kt 위즈가 새롭게 1군 리그에 합류하면서 총 736경기로 증가하였다. 프로야구 평균 관중 수는 2008년에 10,429명으로 첫 평균 1만 관중의 시대를 열었다. 이후 2012년까지 꾸준히 증가하는 추세를 보이다가 2013년 이후 관중 숫자가 증가와 감소를 반복하는 형태를 나타내고 있다. 출범 첫해였던 1982년 143만 명의 관중으로 시작한 KBO리그는 35년 만인 2017년에

역대 최고인 871만 3,420명(평균 1만 1,839명)의 관중을 야구장으로 불러 모았다. 그러나 2018년에는 아시안게임에서의 대표선수 선발 논란 등으로 2017년보다 관중 수가 감소해 840만 502명(평균 1만 1,398명)을 기록했으며, 2019년에는 이보다 더 줄어든 753만 5,075명(평균 1만 280명)의 관중 수를 기록했다.

〈그림 3-2〉 프로야구 정규시즌 경기 수 및 평균관중 수



(3) 프로야구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

국내 프로야구 경기장의 수용규모는 2010년 16,656명으로 나타났으며, 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 라이온즈파크의 개장으로 인해 2016년부터 수용규모가 증가하였다. 그리고 2018년도에는 다시 다소 감소하여 17,945명에 그쳤다. 좌석점유율의 경우 2010년 68.5%에서 2012년 81.6%로 꾸준히 증가하는 추세를 보였으나, 2013년에는 70.4%로 감소했는데 이는 2013년 프로야구 전체 관중수의 하락과 일치한다. 2016년의 좌석점유율은 고척과 대구의 신축구장으로 인해 수용규모가 커지면서 64.5%로 전년보다 다소 증가하였고, 2018년에는 전체 관중 수 하락의 여파로 좌석점유율 또한 63.5%로 감소하였다. 2019년 또한 관중 수의 하락과 함께 좌석점유율도 54.8%로 하락하였다.



〈표 3-3〉 프로야구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

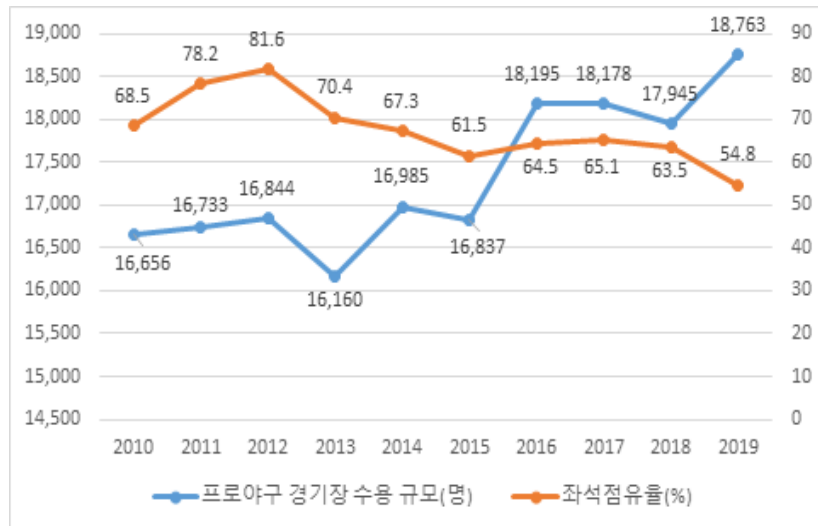
(단위: 명, %)

| 구 분 | 수용 규모 | 점유율 |
|------|--------|------|
| 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 |
| 2019 | 18,763 | 54.8 |

※ 수용규모 = 각 구장 매진 인원 총계/구장 수

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-3〉 프로야구 경기장 수용규모 및 좌석점유율



(4) 프로야구 직접 관람 횟수

한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 10,499명을 사례 대상으로 프로야구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2018년) 응원 구단의 경기를 홈 경기장에서 직접 관람한 사례는 15회 이상이 18.5%로 가장 높게 나타났다(1회 9.9%, 2~3회 16.8%, 4~5회 15.7%, 6~9회 13.3%, 10~14회 10.2%, 15회 이상 18.5%, 관람한 적 없음 15.4%). 또한, 지난 시즌(2018년) 응원 구단의 경기를 원정 경기장에서 직접 관람한 사례는 1회 14.1%, 2~3회 14.6%, 4~5회 8.2%, 6~9회 5.0%, 10~14회 2.8%, 15회 이상 4.0%, 그리고 관람한 적 없다는 응답이 51.4%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-4〉 '18년 기준 프로야구 홈경기 직접 관람 횟수

(단위: %)

| 구분 | 사례수 | 1회 | 2~3회 | 4~5회 | 6~9회 | 10~14회 | 15회이상 | 없음 |
|------|--------|------|------|------|------|--------|-------|------|
| 홈경기 | 10,499 | 9.9 | 16.8 | 15.7 | 13.3 | 10.2 | 18.5 | 15.4 |
| 원정경기 | | 14.1 | 14.6 | 8.2 | 5.0 | 2.8 | 4.0 | 51.4 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

(5) 프로야구 직접 관람 소비지출

한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 10,499명을 사례 대상으로 1인 기준, 프로야구 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출하는지 조사한 결과 상품 구매비용은 5만원 미만이 28.1%로 가장 높은 비율로 나타났다.

〈표 3-5〉 '18년 기준 프로야구 한 시즌 상품 구매비용

(단위: %)

| 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 | 10,499명 | 28.1 | 24.3 | 18.3 | 7.8 | 4.8 | 2.7 | 1.4 | 0.6 | 12.0 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

〈표 3-6〉 프로야구 1회 관람 시 1인당 예상 지출 비용

(단위: 명, %, 원)

| 구분 | 전체 | 5만원 미만 | 5~10만원 내외 | 10~20만원 내외 | 20~30만원 내외 | 30~40만원 내외 | 평균 (원) |
|----------|--------|--------|-----------|------------|------------|------------|--------|
| 전체 | 10,499 | 64.1 | 26.7 | 8.5 | 0.5 | 0.1 | 39,914 |
| 성별 | 남자 | 5,458 | 62.8 | 27.3 | 9.3 | 0.6 | 40,528 |
| | 여자 | 5,041 | 65.6 | 26.1 | 7.7 | 0.5 | 39,249 |
| 연령 대별 | 14세 이상 | 1,929 | 82.1 | 16.3 | 1.5 | 0.1 | 27,646 |
| | 20대 | 3,784 | 67.8 | 25.1 | 6.7 | 0.3 | 38,061 |
| | 30대 | 2,222 | 55.2 | 31.7 | 12.3 | 0.7 | 45,407 |
| | 40대 | 1,880 | 50.5 | 33.4 | 14.7 | 1.2 | 48,981 |
| | 50대 | 578 | 57.1 | 32.5 | 9.2 | 1.0 | 43,955 |
| 60대 이상 | 106 | 76.4 | 17.9 | 5.7 | 0.0 | 0.0 | 31,292 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

또한, 프로야구 1회 관람 시, 1인당 지출 비용은 평균 3만 9,914원으로 조사되었으며, 성별로는 남자가 4만 528원으로 여자(3만 9,249원)보다 1,279원 더 많았다. 연령별로 예상지출비용은 40대가 평균 4만 8,981원으로 가장 높았으며, 14세 이상이 2만 7,646원으로 가장 낮게 나타났다.



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) 등 국내 프로축구 발전을 위해 부단한 노력을 해왔다. 이후 2002 FIFA 한·일 월드컵축구 경기대회를 성공적으로 개최함으로써 프로축구의 중흥기를 맞게 되었다. 2013년부터 2017시즌까지는 ‘K리그 클래식(K League Classic)’으로 불렸던 1부 리그의 경우 2018시즌부터 ‘K리그1’으로 명칭을 변경했다. 또한 K리그 2부 리그의 경우도 기존에는 ‘K리그 챌린지(K League Challenge)’로 불렸으나 2018시즌부터 ‘K리그2’로 변경되었다. 2019년에는 승강제가 도입된 2012년 이후 최다 관중을 기록하였다.

(1) 프로축구 관중 수 현황

프로축구는 1998년 월드컵을 계기로 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. 하지만 2019년에는 마지막 경기에서 우승팀이 결정되는 치열한 순위 다툼과 시민구단들의 선전으로 다시 2,376,923명까지 관중 수가 증가하면서 승강제가 도입된 2012년 이후 최다 관중을 기록하였다.

〈표 3-7〉 프로축구 관중 수 현황

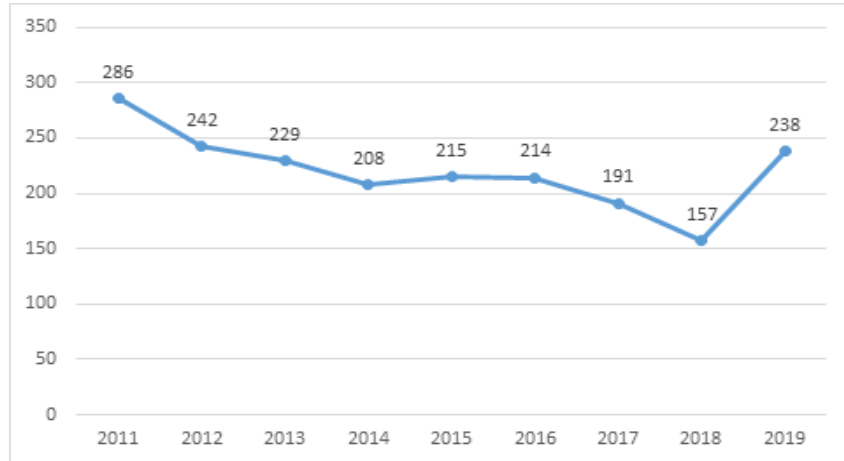
(단위: 명)

| 구분 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 관중수 | 2,862,179 | 2,419,225 | 2,293,957 | 2,084,768 | 2,150,416 | 2,139,826 | 1,913,164 | 1,570,628 | 2,376,923 |

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-4〉 프로축구 관중 수 현황

(단위: 만 명)



(2) 프로축구 경기 수 및 평균관중 수

〈표 3-8〉 프로축구 경기 수 및 평균관중 수

(단위: 회, 명)

| 구 분 | 경기 수 | 평균관중 |
|------|------|--------|
| 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 |
| 2019 | 412 | 5,769 |

※ 경기수 = 정규리그+포스트시즌+올스타전(축구는 컵대회 포함)

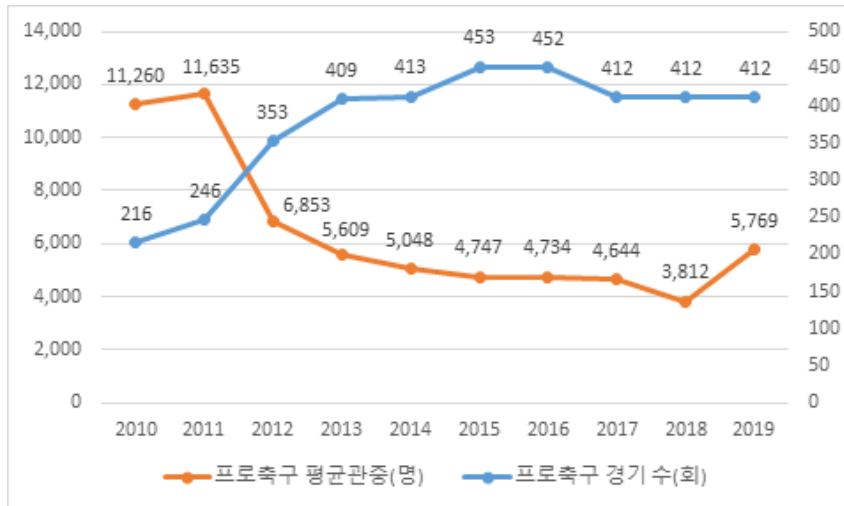
※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

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 되었다. 한편 관중수의 경우 2012년 이후 평균 관중수가 10,000명 이하로 나타나 관중수가 감소한 것으로 나타났다. 이는 2012년부터 기존 입장권



발매 기준에서 입장객 수 기준으로 K리그 실 관중 수 집계제도를 시행하여 나타난 결과로 볼 수 있다. 2012년 이후 평균 관중 수는 지속적으로 하락하여 2018년 평균 3,812명에 그쳤지만, 2019년에는 평균 5,749명으로 2012년 이후 가장 크게 증가하였다.

〈그림 3-5〉 프로축구 경기 수 및 평균관중 수



(3) 프로축구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

프로축구 경기장은 2010년 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 유지하였다. 하지만 2019년에는 29,619명으로 수용규모가 30,000명 이하로 떨어졌다. 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. 2019년에는 관중 증가와 함께 좌석 점유율이 19.5%로 2012년 승강제 도입 이후 가장 높은 좌석 점유율을 기록했다.

〈표 3-9〉 프로축구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

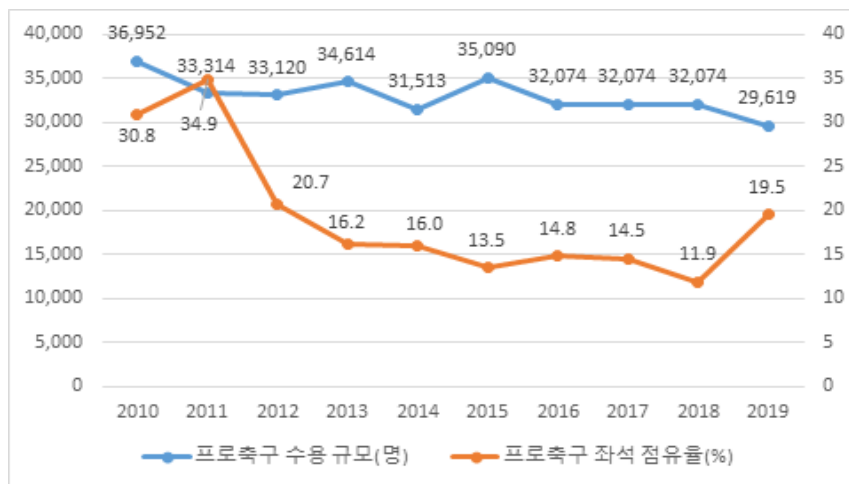
(단위: 명, %)

| 구 분 | 수용 규모 | 좌석 점유율 |
|------|--------|--------|
| 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 |
| 2019 | 29,619 | 19.5 |

※ 수용규모 = 각 구장 매진인원 총계/구장 수

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-6〉 프로축구 경기장 수용규모 및 좌석점유율



(4) 프로축구 직접 관람 횟수

한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 10,641명을 사례 대상으로 프로축구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2018년) 응원 구단의 경기를 홈 경기장에서 직접 관람한 사례는 15회 이상이 17.9%로 가장 높게 나타났다(1회 12.6%, 2~3회 17.2%, 4~5회 14.9%, 6~9회 10.6%, 10~14회 7.7%, 15회 이상 17.9%, 관람한 적 없음 19.0%).



또한 지난 시즌(2018년) 응원 구단의 경기를 원정 경기장에서 직접 관람한 사례는 1회 14.4%, 2~3회 10.8%, 4~5회 6.5%, 6~9회 3.7%, 10~14회 2.2%, 15회 이상 3.5% 그리고 관람한 적 없음이 58.9%로 나타났다.

〈표 3-10〉 '18년 기준 프로축구 직접 관람 횟수

(단위: %)

| 구분 | | 사례수 (명) | 1회 | 2~3회 | 4~5회 | 6~9회 | 10~14회 | 15회이상 | 없음 |
|-------|------|------------|------|------|------|------|--------|-------|------|
| 전체 | 홈경기 | 10,641 | 12.6 | 17.2 | 14.9 | 10.6 | 7.7 | 17.9 | 19.0 |
| | 원정경기 | | 14.4 | 10.8 | 6.5 | 3.7 | 2.2 | 3.5 | 58.9 |
| K리그 1 | 홈경기 | 7,285 | 10.7 | 15.4 | 15.0 | 11.6 | 9.1 | 20.9 | 17.3 |
| | 원정경기 | | 14.2 | 11.9 | 7.5 | 4.1 | 2.5 | 3.9 | 56.0 |
| K리그 2 | 홈경기 | 3,356 | 16.5 | 21.3 | 14.8 | 8.6 | 4.7 | 11.4 | 22.6 |
| | 원정경기 | | 14.9 | 8.3 | 4.3 | 2.9 | 1.8 | 2.6 | 65.3 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

K리그1의 경우, 지난 시즌(2018년) 응원 구단의 경기를 홈 경기장에서 직접 관람한 횟수는 15회 이상이 20.9%로 가장 높게 나타난 반면 K리그2의 경우 2~3회가 21.3회로 가장 많은 것으로 조사되었다. 원정 경기장에서 직접 관람한 횟수는 K리그1, K리그2 모두 없음이 각각 56.0%, 65.3%로 가장 많은 것으로 나타났다.

(5) 프로축구 직접 관람 소비지출

한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 10,641명을 사례 대상으로 1인 기준, 프로축구 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출하는지 조사한 결과 5만원 미만 지출이 33.5%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-11〉 '18년 기준 프로축구 한 시즌 상품 구매비용

(단위: %)

| 구분 | 사례수 | 5만원 미만 | 5~10만원 내외 | 10~20만원 내외 | 20~30만원 내외 | 30~40만원 이하 | 40~50만원 내외 | 50~100만원 내외 | 100만원 이상 | 구매하지 않음 |
|-------|--------|--------|-----------|------------|------------|------------|------------|-------------|----------|---------|
| 상품구입비 | 10,641 | 33.5 | 20.1 | 15.1 | 6.3 | 3.2 | 1.8 | 1.0 | 0.3 | 18.8 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

프로축구 1회 관람 시 1인당 지출 비용은 평균 2만 9,136원으로 조사되었으며, 성별로는 여자가 2만 9,162원으로 남자(2만 9,119)보다 43원 더 많았다. 연령별로 프로축구 예상지출 비용은 14세 이상 2만 46원, 20대, 3만 429원, 30대 3만 2,836원, 40대 3만 3,709원, 50대 3만 61원, 60대 이상 2만 7,381원으로 나타났다.

〈표 3-12〉 프로축구 1회 관람 시 1인당 예상 지출 비용

(단위: 명, %, 원)

| 구분 | | 전체 | 5만원 미만 | 5~10만원 내외 | 10~20만원 내외 | 20~30만원 내외 | 30~40만원 내외 | 평균 (원) |
|------|--------|--------|--------|-----------|------------|------------|------------|--------|
| 전체 | | 10,461 | 79.7 | 15.8 | 4.2 | 0.2 | 0.0 | 29,136 |
| 성별 | 남자 | 6,478 | 79.6 | 16.0 | 4.1 | 0.2 | 0.0 | 29,119 |
| | 여자 | 4,163 | 79.9 | 15.5 | 4.4 | 0.2 | 0.0 | 29,162 |
| 연령대별 | 14세 이상 | 2,532 | 91.0 | 7.7 | 1.3 | 0.0 | 0.0 | 20,046 |
| | 20대 | 2,750 | 79.5 | 15.3 | 4.9 | 0.2 | 0.0 | 30,429 |
| | 30대 | 2,543 | 74.2 | 20.6 | 5.0 | 0.2 | 0.1 | 32,836 |
| | 40대 | 2,133 | 73.5 | 20.0 | 6.1 | 0.3 | 0.0 | 33,709 |
| | 50대 | 557 | 78.8 | 17.4 | 3.6 | 0.2 | 0.0 | 30,061 |
| | 60대 이상 | 126 | 82.5 | 12.7 | 4.0 | 0.8 | 0.0 | 27,381 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

3) 프로농구

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

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



(1) 프로농구 관중 수 현황

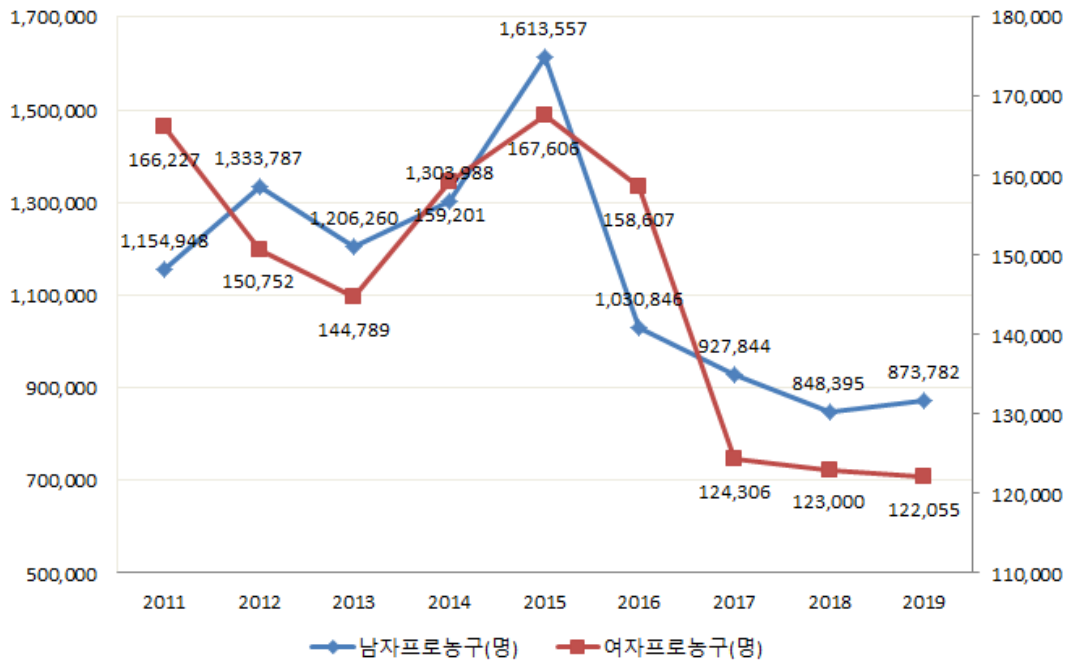
〈표 3-13〉 프로농구 관중 수 현황

(단위: 명)

| 구분 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|---------|---------|
| 프로농구 (남) 관중수 | 1,154,948 | 1,333,787 | 1,206,260 | 1,303,988 | 1,613,557 | 1,030,846 | 927,844 | 848,395 | 873,782 |
| 프로농구 (여) 관중수 | 166,227 | 150,752 | 144,789 | 159,201 | 167,606 | 158,607 | 124,306 | 123,000 | 122,055 |

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-7〉 프로농구 관중 수 현황



연도별 남자 프로농구 관중수를 살펴보면 2012년 1,333,787명의 관중을 동원해 처음으로 130만 명을 돌파하였다. 2013년 관중수는 1,206,260명으로 감소하였으나, 2014년 1,303,988명으로 다시 반등하였지만, 2015년 감독 및 선수들의 승부조작 파문으로 인해 2015~2016 시즌 관중수가 크게 감소하여 1,030,846명을 기록했다. 이후 2017년에는 927,844명, 2018년 848,395명까지 감소하였으며, 2019년에는 873,782명으로 전년대비 조금 관중이 증가하였으나 여전히 100만 명 이하를 기록하고 있다. 한편 여자 프로농구의 경우 2013년 144,789명으로 감소하였으나, 2014년 159,201명, 2015년 167,606명으로 증가하였다. 이후 2017년 124,306명으로 크게 감소한 후 2018년 123,000명, 2019년에는 122,055명으로 계속 비슷한 관중 수를 유지하고 있다.

(2) 프로농구 경기 수 및 평균관중 수

남자 프로농구 평균 관중수를 살펴보면 2010년 평균 3,870명의 관중을 동원한 이후 등락을 거듭하였다. 2015년 평균 관중 수 3,971명을 기록한 이후 2016년 3,542명, 2017년 3,167명, 2018년 2,896명으로 지속적으로 감소하였지만 2019년 2,992명으로 다소 반등하였다. 2010년 총 293경기가 치러졌고, 2019년까지 경기 수는 290경기에서 293경기 사이를 유지하고 있다.

〈표 3-14〉 프로농구 경기 수 및 평균관중 수

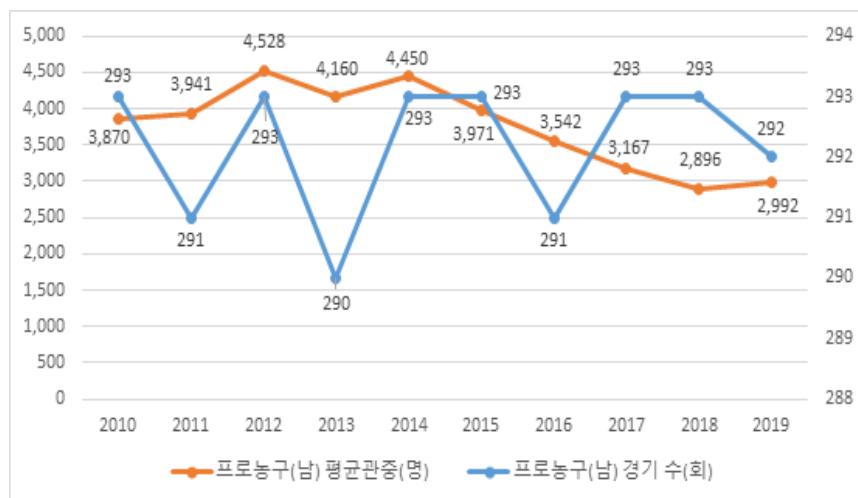
(단위: 회, 명)

| 구 분 | 농 구(남) | | 농 구(여) | |
|------|--------|-------|--------|-------|
| | 경기 수 | 평균관중 | 경기 수 | 평균관중 |
| 2010 | 293 | 3,870 | 130 | 705 |
| 2011 | 291 | 3,941 | 115 | 1,445 |
| 2012 | 293 | 4,528 | 131 | 1,151 |
| 2013 | 290 | 4,160 | 114 | 1,270 |
| 2014 | 293 | 4,450 | 112 | 1,421 |
| 2015 | 293 | 3,971 | 112 | 1,496 |
| 2016 | 291 | 3,542 | 112 | 1,416 |
| 2017 | 293 | 3,167 | 111 | 1,120 |
| 2018 | 293 | 2,896 | 112 | 1,098 |
| 2019 | 292 | 2,992 | 112 | 1,090 |

※ 경기 수 = 정규리그+포스트시즌+올스타전

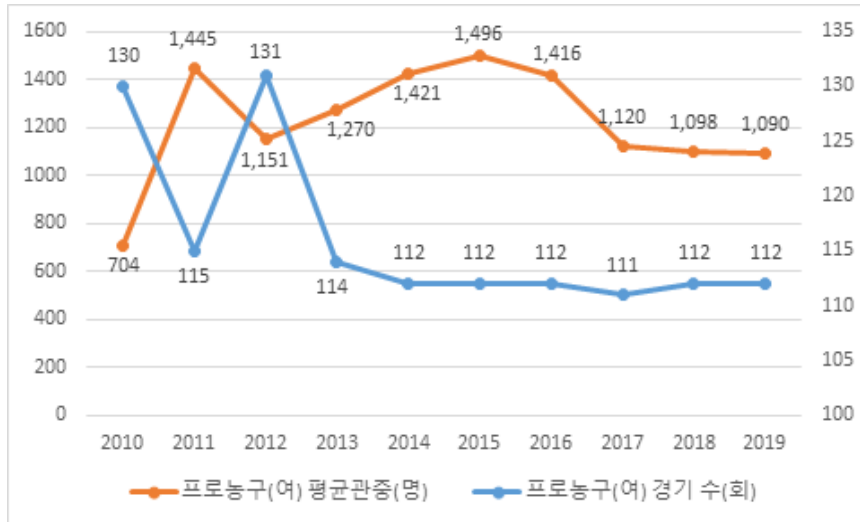
※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-8〉 남자 프로농구 경기 수 및 평균관중 수



한편 여자 프로농구의 평균 관중 수를 살펴보면 2010년 705명에서 2011년 1,445명으로 반등한 이후 2012년 다시 1,151명으로 감소하였다가 2015년까지 꾸준히 증가 추세를 보여 2015년 1,496명으로 최근 10년 중 가장 높은 관중 수를 기록했다. 이후 다시 감소세를 보이며 2019년에는 평균 관중 수가 1,090명으로 나타났다. 경기 수는 2010년 130경기 이후 2011년 115경기, 2012년 131경기로 편차가 심했으나 2013년 이후 111~114경기 수준을 유지하고 있다.

〈그림 3-9〉 여자 프로농구 경기 수 및 평균관중 수



(3) 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

〈표 3-15〉 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

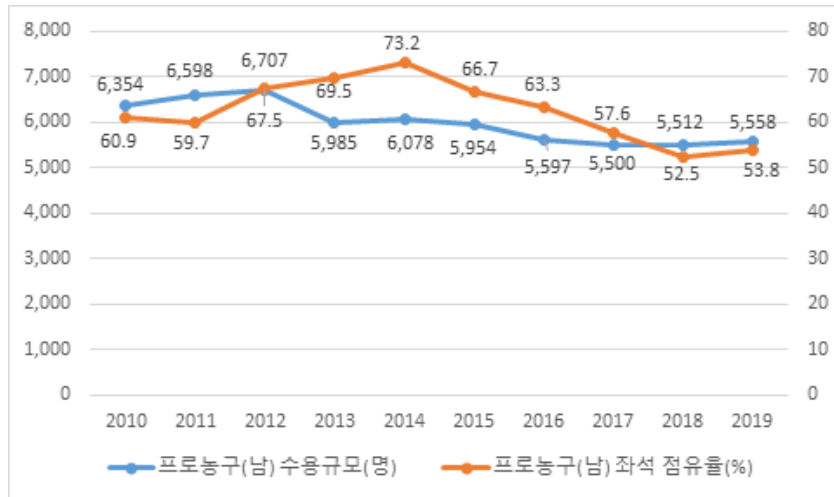
(단위: 명, %)

| 구 분 | 농 구(남) | | 농 구(여) | |
|------|--------|--------|--------|--------|
| | 수용규모 | 좌석 점유율 | 수용규모 | 좌석 점유율 |
| 2010 | 6,354 | 60.9 | 2,066 | 34.1 |
| 2011 | 6,598 | 59.7 | 2,732 | 52.9 |
| 2012 | 6,707 | 67.5 | 2,980 | 38.6 |
| 2013 | 5,985 | 69.5 | 2,980 | 42.6 |
| 2014 | 6,078 | 73.2 | 2,982 | 47.7 |
| 2015 | 5,954 | 66.7 | 3,372 | 44.4 |
| 2016 | 5,597 | 63.3 | 2,998 | 47.2 |
| 2017 | 5,500 | 57.6 | 3,322 | 33.7 |
| 2018 | 5,512 | 52.5 | 3,164 | 34.7 |
| 2019 | 5,558 | 53.8 | 2,774 | 39.3 |

※ 수용규모 = 각 구장 매진인원 총계/ 구장 수

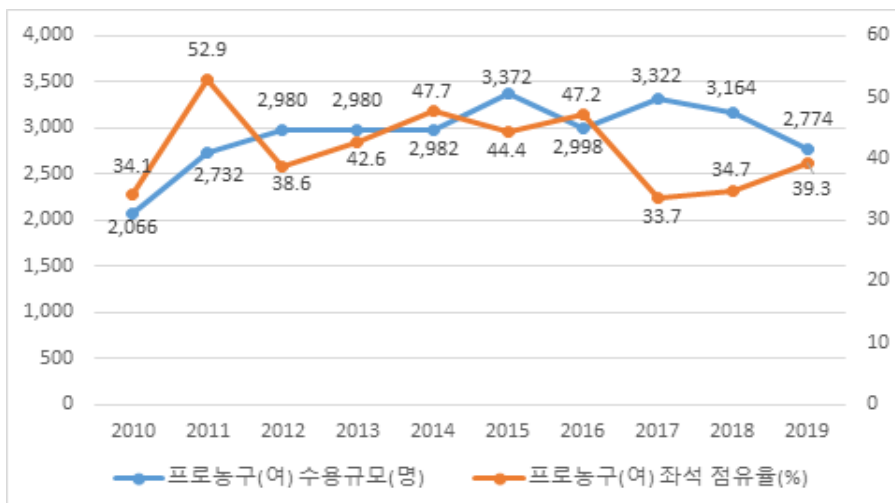
※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-10〉 남자 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율



남자 프로농구의 경기장 수용 규모는 2010년 6,354명이었으며 2012년까지 약간의 증가 추세를 보였으나 2013년 5,985명으로 감소한 후 2014년 6,078명으로 약간 증가하였다가 2015년 5,954명, 2016년 5,597명, 2017년 5,500명, 2018년 5,512명, 2019년 5,558명으로 5,500명대를 유지하였다. 좌석 점유율의 경우 2010년 60.9%를 나타내었고 2014년 73.2%로 크게 늘어났지만 이후 꾸준히 감소하여 2018년 52.5%를 기록하였다. 2019년에는 53.8%로 약간 반등하였다.

〈그림 3-11〉 여자 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율



여자 프로농구의 경기장 수용 규모는 2010년 2,066명이었으며 이후 2011년 2,732명, 2012년과 2013년 2,980명, 2014년 2,982명에서 2015년에는 3,372명으로 수용 규모가 증가했다. 2016년 2,998명으로 잠시 감소했다가 2017년 3,322명으로 증가한 이후 다시 감소하여 2018년 3,164명, 2019년에는 2,774명으로 나타났다. 좌석 점유율의 경우 2010년 34.1%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 반등하였고 2019년에는 39.3%를 기록하였다.

(4) 프로농구 직접 관람 횟수

한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 4,142명을 사례 대상으로 남자 프로농구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2018년) 응원 구단의 경기를 홈 경기장에서 직접 관람한 사례는 ‘관람 없음’을 제외하고 2~3회 이상 관람이 19.3%로 가장 높게 나타났으며, 15회 이상 관람이 16.7%로 뒤를 이었다. 또한 응원 구단의 경기를 원정 경기장에서 직접 관람한 사례는 ‘관람 없음’을 제외하고 15.6%로 1회의 비중이 가장 높게 나타났다.

〈표 3-16〉 '18년 기준 남자 프로농구 경기 직접 관람 횟수

(단위: %)

| 구분 | 사례수(명) | 1회 | 2~3회 | 4~5회 | 6~9회 | 10~14회 | 15회이상 | 없음 |
|------|--------|------|------|------|------|--------|-------|------|
| 홈경기 | 4,142 | 13.7 | 19.3 | 15.5 | 10.8 | 7.4 | 16.7 | 16.6 |
| 원정경기 | | 15.6 | 11.9 | 6.1 | 3.5 | 1.6 | 2.4 | 59.0 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

다음으로, 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 1,427명을 사례 대상으로 여자 프로농구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2018년) 응원 구단의 경기를 홈 경기장에서 직접 관람한 사례는 2~3회 관람이 20.5%로 가장 높게 나타났으며 그 뒤를 15회 이상 관람(16.4%)이 이었다. 또한 응원 구단의 경기를 원정 경기장에서 직접 관람한 사례는 ‘관람한 적 없음’을 제외하고 1회 관람이 14.0%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-17〉 '18년 기준 여자 프로농구 경기 직접 관람 횟수

(단위: %)

| 구분 | 사례수 | 1회 | 2~3회 | 4~5회 | 6~9회 | 10~14회 | 15회이상 | 없음 |
|------|-------|------|------|------|------|--------|-------|------|
| 홈경기 | 1,427 | 12.6 | 20.5 | 14.1 | 12.0 | 9.4 | 16.4 | 15.0 |
| 원정경기 | | 14.0 | 12.5 | 6.8 | 4.4 | 2.5 | 3.9 | 55.9 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

(5) 프로농구 직접 관람 소비지출

한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 4,142명을 사례 대상으로 1인 기준, 남자 프로농구 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출하는지 조사한 결과 5만원 미만이 38.0%로 가장 높은 비율로 나타났다. 여자 프로농구 총 1,680명을 사례 대상으로 1인 기준 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출하는지 조사한 결과에서도 5만원 미만이 40.0%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-18〉 '18년 기준 프로농구 한 시즌 상품 구매 비용

(단위: %)

| 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 | 4,142 | 38.0 | 19.6 | 8.6 | 4.5 | 2.2 | 1.5 | 0.9 | 0.5 | 24.2 |
| 여자 프로농구 | 1,680 | 40.1 | 18.5 | 7.4 | 4.0 | 1.5 | 0.9 | 0.4 | 0.6 | 26.6 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

〈표 3-19〉 프로농구 1회 관람 시 1인당 예상 지출 비용

(단위: 명, %, 원)

| 구분 | 전체 | 5만원 미만 | 5~10만원 내외 | 10~20만원 내외 | 20~30만원 내외 | 평균 (원) |
|---------|-------|--------|-----------|------------|------------|--------|
| 남자 프로농구 | 4,142 | 82.3 | 13.4 | 4.0 | 0.2 | 28,196 |
| 여자 프로농구 | 1,680 | 87.1 | 10.8 | 2.0 | 0.1 | 22,925 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

또한, 남자 프로농구는 4,142명의 사례 대상으로 1회 관람 시 1인당 예상 지출 비용을 조사한 결과 평균 2만 8,196원 지출할 의사가 있는 것으로 나타났으며, 여자 프로농구는 1,680명의 사례 대상으로 1회 관람 시 1인당 예상 지출 비용은 평균 2만 2,925원 지출할 의사가 있는 것으로 확인되었다.

4) 프로배구

2004년 4월 프로배구를 출범하기 위해 한국배구연맹 창립추진위원회가 조직되었고, 그 해 10월 한국배구연맹이 창립총회를 열어 다음 달인 11월, 여자 신인선수 드래프트가 우선적으로 시행되었다. 2005년 2월 한국배구연맹이 출범되었고, 같은 해 남자 신인선수 드래프트 시행과 KT&G V-리그 개막으로 배구 또한 프로화의 기틀을 만들어 나가기 시작하였다. 2012년도 시즌 관중 수 427,222명을 기록하며 프로배구 출범 이후 관중 수가 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있다. 프로배구는 역사는 짧지만, 관중 수 증가를 위한 다양한 마케팅 활동을 전개하는 노력을 기울이고 있다. 2012년 런던 올림픽 4강 이후에는 여자배구의 인기가 높아졌고, 2018시즌부터 평일 경기일정을 남자배구와 동일 시간대로 변경하였다. 또한 비디오판독 신청 횟수를 늘리고, 새로운 추가판독 제도가 더해지며 공정성을 강화시켰다. 2019시즌에는 여자배구 수요일 2경기가 폐지되고 주 5일(화,수,목,토,일) 경기로 진행되었다.



(1) 프로배구 관중 수 현황

〈표 3-20〉 프로배구 관중 수 현황

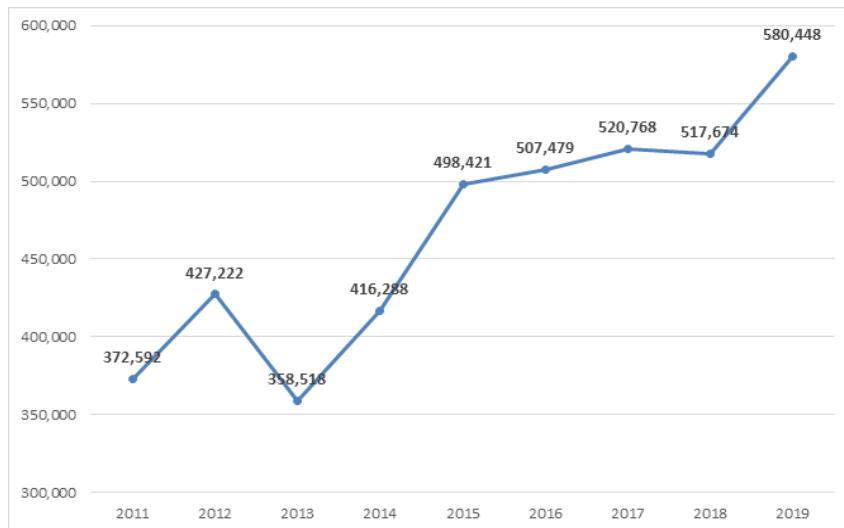
(단위: 명)

| 구분 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 관중수 | 372,592 | 427,222 | 358,518 | 416,288 | 498,421 | 507,479 | 520,768 | 517,674 | 580,448 |

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

연도별 프로배구 관중수를 살펴보면 2011년에 372,592명이었다가 이후 2012년 427,222명으로 증가하였고, 2013년 358,518명으로 잠시 감소하였다가 꾸준히 증가하는 추세를 나타내면서 2016년에는 507,479명을 기록하여 사상 최초로 50만 명을 넘는 관중을 동원하게 되었다. 2019년에는 580,448명으로 역대 최다 관중을 동원하는 기록을 세웠다.

〈그림 3-12〉 프로배구 관중 수 현황



(2) 프로배구 경기 수 및 평균관중 수

프로배구의 평균 관중수를 살펴보면 2010년 평균 1,472명의 관중을 동원한 이후 2011년 1,848명, 2012년 1,699명으로 잠시 등락을 보이다가 이후 꾸준히 증가 추세를 나타내었고 2017년에는 평균 2,254명을 기록하였다. 이후 2019년도에는 2,535명의 관중을 동원하여 역대 가장 많은 관중을 동원하는 기록을 세웠다. 또한, 경기수의 경우 2010년 216경기가 벌어졌고, 2011년, 2013년에 200경기 아래로 잠시 주춤하였으나 2014년 이후 200경기 이상을 회복하여 2019년 229경기가 열린 것으로 기록되었다.

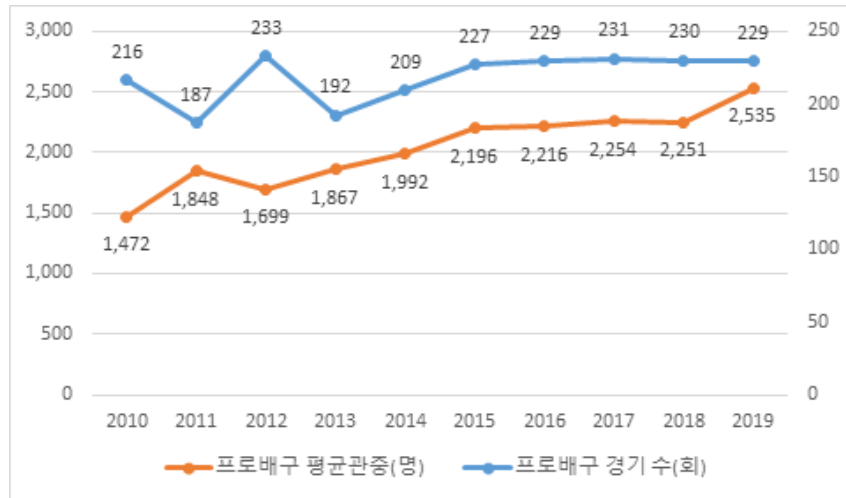
〈표 3-21〉 프로배구 경기 수 및 평균관중 수

(단위: 회, 명)

| 구 분 | 경기 수 | 평균관중 |
|------|------|-------|
| 2010 | 216 | 1,472 |
| 2011 | 187 | 1,848 |
| 2012 | 233 | 1,699 |
| 2013 | 192 | 1,867 |
| 2014 | 209 | 1,992 |
| 2015 | 227 | 2,196 |
| 2016 | 229 | 2,216 |
| 2017 | 231 | 2,254 |
| 2018 | 230 | 2,251 |
| 2019 | 229 | 2,535 |

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-13〉 프로배구 경기 수 및 평균관중 수



(3) 프로배구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

프로배구 경기장의 수용규모는 2010년 4,409명에서 2011년에는 4,602명으로 늘어났으나 2014년 3,907명으로 크게 떨어진 후 2015년 4,077명으로 4,000명대를 회복했으나 2018년 3,946명으로 4,000명대 이하로 다시 감소하여 2019년에는 3,959명을 기록하였다. 좌석 점유율의 경우 2010년 33.4%를 기록했고 2011년 40.2%로 40%대를 넘어섰다가 2012년 잠시 36.7%로 주춤하였다. 하지만 2013년 40.7%에서 2014년에는 51.0%로 급증하며 50%대를 넘어섰고, 이후 꾸준히 증가하여 2019년에는 64.0%로 역대 가장 높은 점유율을 기록했다.



〈표 3-22〉 프로배구 경기장 수용규모 및 좌석 점유율

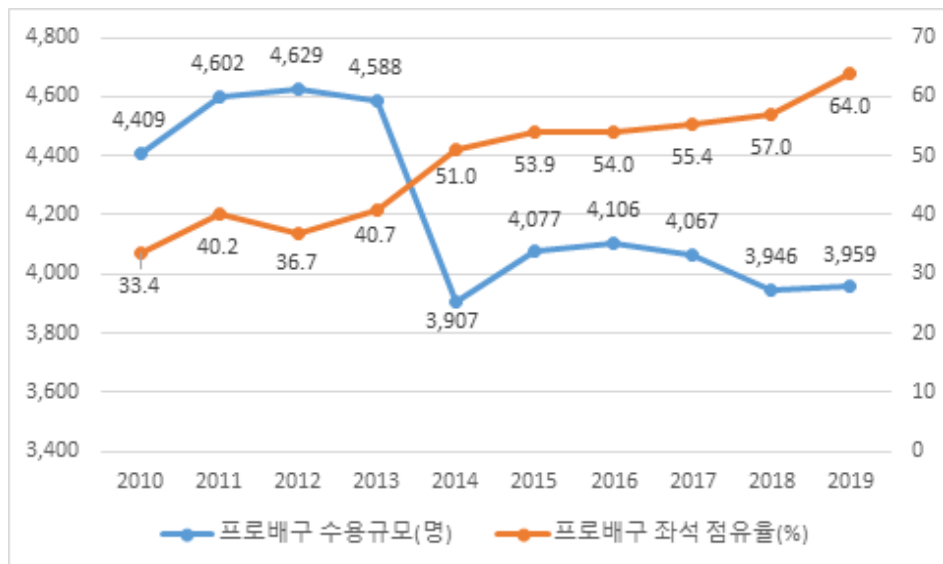
(단위: 명, %)

| 구 분 | 수용 규모 | 좌석 점유율 |
|------|-------|--------|
| 2010 | 4,409 | 33.4 |
| 2011 | 4,602 | 40.2 |
| 2012 | 4,629 | 36.7 |
| 2013 | 4,588 | 40.7 |
| 2014 | 3,907 | 51.0 |
| 2015 | 4,077 | 53.9 |
| 2016 | 4,106 | 54.0 |
| 2017 | 4,067 | 55.4 |
| 2018 | 3,946 | 57.0 |
| 2019 | 3,959 | 64.0 |

※ 수용규모 = 각 구장 매진 인원 총계/구장 수

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-14〉 프로배구 경기장 수용규모 및 좌석점유율



(4) 프로배구 직접 관람 횟수

한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 2,694명을 사례 대상으로 남자 프로 배구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2018년) 응원 구단의 경기를 홈 경기장에서 직접 관람한 사례는 2~3회 관람이 22.8%로 가장 높게 나타났다. 또한 응원 구단의 경기를 원정 경기장에서 직접 관람한 사례는 '관람한 적 없음'을 제외하고 1회 관람이 15.2%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-23〉 '18년 기준 남자 프로배구 경기 직접 관람 횟수

(단위: %)

| 구분 | 사례수 (명) | 1회 | 2~3회 | 4~5회 | 6~9회 | 10~14회 | 15회이상 | 없음 |
|------|------------|------|------|------|------|--------|-------|------|
| 홈경기 | 2,694 | 20.9 | 22.8 | 16.2 | 9.7 | 6.9 | 10.8 | 12.7 |
| 원정경기 | | 15.2 | 12.5 | 5.6 | 4.0 | 2.4 | 2.7 | 57.5 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

다음으로, 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 2,344명을 사례 대상으로 여자 프로배구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2018년) 응원 구단의 경기를 홈경기장에서 관람한 사례는 '관람한 적 없음'을 제외하고 2~3회가 20.7%로 가장 높게 나타났고, 원정경기의 경우 '관람한 적 없음'을 제외하고 1회 관람이 16.5%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-24〉 '18년 기준 여자 프로배구 경기 직접 관람 횟수

(단위: %)

| 구분 | 사례수(명) | 1회 | 2~3회 | 4~5회 | 6~9회 | 10~14회 | 15회이상 | 없음 |
|------|--------|------|------|------|------|--------|-------|------|
| 홈경기 | 2,344 | 18.9 | 20.7 | 14.2 | 8.5 | 6.3 | 7.0 | 24.4 |
| 원정경기 | | 16.5 | 13.4 | 6.7 | 3.5 | 1.9 | 1.7 | 56.4 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

(5) 프로배구 직접 관람 소비지출

한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 2,694명을 사례 대상으로 1인 기준, 남자 프로배구 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출하는지 조사한 결과 5만원 미만이 39.2%로 가장 높았다. 여자 프로배구 총 2,344명을 사례 대상으로 1인 기준 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출하는지 조사한 결과에서는 5만원 미만이 35.6%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-25〉 '18년 기준 프로배구 한 시즌 상품 구매 비용

(단위: %)

| 구분 | 사례수 (명) | 5만원 미만 | 5~10 만원 내외 | 10~20 만원 내외 | 20~30 만원 내외 | 30~40 만원 내외 | 40~50 만원 내외 | 50~100 만원 내외 | 100 만원 이상 | 구매 안 함 |
|---------|------------|-----------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-----------------|-----------|
| 남자 프로배구 | 2,694 | 39.2 | 15.0 | 6.9 | 2.7 | 1.5 | 0.5 | 0.5 | 0.3 | 33.4 |
| 여자 프로배구 | 2,344 | 35.6 | 17.0 | 10.1 | 3.3 | 1.2 | 1.0 | 0.5 | 0.3 | 31.0 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)



또한, 남녀 프로 배구 1회 관람 시, 1인당 예상 지출 비용은 여자프로배구 관람객이 2만 7,027원으로 남자프로배구 관람객의 예상 지출 비용 2만 6,303원보다 높게 나타났다.

〈표 3-26〉 프로배구 1회 관람 시 1인당 예상 지출 비용

(단위: 명, %, 원)

| 구분 | 전체 | 5만원 미만 | 5~10만원 내외 | 10~20만원 내외 | 20~30만원 내외 | 평균 (원) |
|---------|-------|--------|-----------|------------|------------|--------|
| 남자 프로배구 | 2,694 | 84.0 | 12.1 | 3.7 | 0.2 | 26,303 |
| 여자 프로배구 | 2,344 | 83.3 | 12.5 | 4.0 | 0.3 | 27,027 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

5) 경주스포츠

경기 및 오락서비스업의 주요 경주스포츠업 이용자 수는 2007년 3,120만 명에서 2019년에는 1,926만 명으로 감소하였다. 주요 경주스포츠업 이용자 수는 2004년 이후 지속적으로 증가하다가 2009년 3,294만 명을 기록한 후, 매년 감소하고 있다. 경륜의 경우, 2010년 941만 명으로 정점에 달한 후 계속 감소 추세를 보이다가 2015년에 전년대비 약 31만 명 증가한 568만 명을 기록하였으나, 2016년 다시 552만 명으로 감소한 이후 계속해서 감소 추세를 보이고 있다. 경정은 2009년 335만 명으로 연간 최고 입장객 수를 기록한 후, 감소 추세를 지속하고 있으며, 2019년 193만 명의 입장객 수를 기록하였다. 경마 또한 2010년 2,181만 명의 최고 입장객 수를 기록한 이후 지속적으로 감소하여 2019년 1,271만 명을 기록하고 있다.

〈표 3-27〉 경주스포츠업 주요업종 이용자 수

(단위: 만 명)

| 종목 \ 연도 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 경마장 입장객 (서울+제주+부산경마장) | 2,181 | 1,952 | 1,614 | 1,592 | 1,530 | 1,362 | 1,317 | 1,293 | 1,268 | 1,271 |
| 경륜장 입장객 | 941 | 931 | 785 | 698 | 537 | 568 | 552 | 507 | 500 | 462 |
| 경정장 입장객 | 329 | 339 | 290 | 278 | 239 | 221 | 213 | 192 | 195 | 193 |
| 합계 | 3,451 | 3,222 | 2,689 | 2,568 | 2,306 | 2,151 | 2,082 | 1,992 | 1,963 | 1,926 |

※ 출처: 시행산업통합감독위원회

2 간접 관람 현황

1) 프로야구

(1) 간접관람 미디어 이용 행태

한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에서는 총 10,499명의 사례대상자를 기준으로 응원구단의 경기 생중계 및 하이라이트 시청여부를 조사하였으며, 생중계를 ‘시청한다’가 94.4%, 하이라이트를 ‘시청한다’가 93.0%로 높은 비중을 차지했다.

〈표 3-28〉 '18년 기준 프로야구 경기 생중계 및 하이라이트 시청 여부

(단위: %)

| 구분 | 사례수 (명) | 생중계 시청 여부 | | 하이라이트 시청 여부 | |
|----|------------|-----------|----------|-------------|----------|
| | | 시청한다 | 시청하지 않는다 | 시청한다 | 시청하지 않는다 |
| 전체 | 10,499 | 94.4 | 5.6 | 93.0 | 7.0 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

(2) 간접관람 시청 기기

한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 9,915명을 사례 대상으로 프로야구 경기장에 방문하지 못했을 때, 경기 생중계를 주로 어떤 기기로 시청하는가를 조사한 결과 TV로 시청하는 비율이 여전히 절반 이상으로 가장 높게 나타났다. 반면에, 총 9,768명을 대상으로 한 하이라이트 시청기기 조사결과에서는 스마트폰의 비중이 43.5%로 TV(41.6%)보다 조금 높게 나타났다.

〈표 3-29〉 '18년 기준 프로야구 경기 생중계 주 시청 기기

(단위: %)

| 구분 | 사례수(명) | TV | 스마트폰 | PC/노트북 | 태블릿PC | 기타 |
|----|--------|------|------|--------|-------|-----|
| | 9,915 | 58.2 | 29.9 | 9.6 | 2.1 | 0.2 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

〈표 3-30〉 '18년 기준 프로야구 경기 하이라이트 주 시청 기기

(단위: %)

| 구분 | 사례수(명) | 스마트폰 | TV | PC/노트북 | 태블릿PC | 기타 |
|----|--------|------|------|--------|-------|-----|
| | 9,768 | 43.5 | 41.6 | 12.3 | 2.5 | 0.0 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)



2) 프로축구

(1) 간접관람 미디어 이용 행태

한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에서는 프로축구의 총 10,641명의 사례대상자를 기준으로 응원구단의 경기 생중계 및 하이라이트 시청여부를 조사하였으며, 생중계를 ‘시청한다’ 88.4%, 하이라이트를 ‘시청한다’가 89.0%로 높은 비중을 차지했다.

〈표 3-31〉 '18년 기준 프로축구 경기 생중계 및 하이라이트 시청 여부

(단위: %)

| 구분 | 사례수 (명) | 생중계 시청 여부 | | 하이라이트 시청 여부 | |
|----|------------|-----------|----------|-------------|----------|
| | | 시청한다 | 시청하지 않는다 | 시청한다 | 시청하지 않는다 |
| 전체 | 10,641 | 88.4 | 11.6 | 89.0 | 11.0 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

(2) 간접관람 시청 기기

한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 9,405명을 사례 대상으로 경기 생중계를 주로 어떤 기기로 시청하는가를 조사한 결과 TV로 시청하는 비율이 51.4%로 가장 높게 나타났다. 반면에, 총 9,471명을 대상으로 한 하이라이트 시청기기 조사결과에서는 스마트폰의 비중이 47.8%로 TV(31.8%) 보다 훨씬 높게 나타났다.

〈표 3-32〉 '18년 기준 프로축구 경기 생중계 주 시청 기기

(단위: %)

| 구분 | 사례수(명) | TV | 스마트폰 | PC/노트북 | 태블릿PC | 기타 |
|----|--------|------|------|--------|-------|-----|
| | 9,405 | 51.4 | 30.9 | 14.6 | 2.9 | 0.2 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

〈표 3-33〉 '18년 기준 프로축구 경기 하이라이트 주 시청 기기

(단위: %)

| 구분 | 사례수(명) | 스마트폰 | TV | PC/노트북 | 태블릿PC | 기타 |
|----|--------|------|------|--------|-------|-----|
| | 9,471 | 47.8 | 31.8 | 17.3 | 3.0 | 0.1 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

3) 프로농구

(1) 간접관람 미디어 이용 행태

한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에서 조사한 남자 프로농구 간접관람 미디어 이용 행태를 보면, 총 4,142명의 사례 대상자 중에서 생중계 시청 여부에서 생중계를 시청한다는 응답이 전체의 89.7%였으며, 또한 하이라이트 시청여부에도 시청한다는 응답이 전체의 88.2%로 나타났다. 여자 프로농구의 경우 총 1,680명의 사례 대상자 중에서 생중계를 시청한다는 응답은 전체의 87.0%, 하이라이트를 시청한다는 응답은 전체의 85.8%로 조사되었다.

〈표 3-34〉 '18년 기준 프로농구 경기 생중계 및 하이라이트 시청 여부

(단위: %)

| 구분 | 사례수 (명) | 생중계 시청 여부 | | 하이라이트 시청 여부 | |
|---------|------------|-----------|----------|-------------|----------|
| | | 시청한다 | 시청하지 않는다 | 시청한다 | 시청하지 않는다 |
| 남자 프로농구 | 4,142 | 89.7 | 10.3 | 88.2 | 11.8 |
| 여자 프로농구 | 1,680 | 87.0 | 13.0 | 85.8 | 14.2 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

(2) 간접관람 시청 기기

한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 3,714명을 사례 대상으로 남자프로농구 경기 생중계를 주로 어떤 기기로 시청하는가를 조사한 결과 TV로 시청하는 비율이 58.2%로 2위인 스마트폰(28.5%)에 비해 높게 나타났다. 반면, 총 3,654명을 대상으로 한 하이라이트 시청기기 조사결과에서는 스마트폰의 비중이 46.0%로 가장 높게 나타났다.

총 1,461명을 대상으로 집계된 여자프로농구 경기 생중계 주 시청기기 역시 남자프로농구와 마찬가지로 TV가 가장 높은 64.1%를 기록했다. 한편, 하이라이트 시청기기에서는 생중계시청기기와 마찬가지로 스마트폰 이용비중이 47.1%로 가장 높았고, TV는 35.4%를 기록했다.

〈표 3-35〉 '18년 기준 프로농구 경기 생중계 주 시청 기기

(단위: %)

| 구분 | 사례수(명) | TV | 스마트폰 | PC/노트북 | 태블릿PC | 기타 |
|---------|--------|------|------|--------|-------|-----|
| 남자 프로농구 | 3,714 | 58.2 | 28.5 | 10.5 | 2.7 | 0.1 |
| 여자 프로농구 | 1,461 | 64.1 | 21.8 | 11.0 | 2.7 | 0.3 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)



〈표 3-36〉 '18년 기준 프로농구 경기 하이라이트 주 시청 기기

(단위: %)

| 구분 | 사례수(명) | 스마트폰 | TV | PC/노트북 | 태블릿PC | 기타 |
|---------|--------|------|------|--------|-------|-----|
| 남자 프로농구 | 3,654 | 46.0 | 35.1 | 15.2 | 3.7 | 0.0 |
| 여자 프로농구 | 1,442 | 47.1 | 35.4 | 14.2 | 3.2 | 0.1 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

4) 프로배구

(1) 간접관람 미디어 이용 행태

한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에서 조사한 남자 프로배구 간접관람 미디어 이용 행태를 보면, 총 2,694명의 사례 대상자 중에서 생중계를 시청한다는 응답이 전체의 87.4%였으며, 또한 하이라이트를 시청한다는 응답은 전체의 85.4%로 나타났다. 여자 프로배구의 경우 총 2,344명의 사례 대상자 중에서 생중계를 시청한다는 응답은 전체의 89.7%, 하이라이트를 시청한다는 응답은 전체의 88.4%로 조사되었다.

〈표 3-37〉 '18년 기준 프로배구 경기 생중계 및 하이라이트 시청 여부

(단위: %)

| 구분 | 사례수(명) | 생중계 시청 여부 | | 하이라이트 시청 여부 | |
|---------|--------|-----------|----------|-------------|----------|
| | | 시청한다 | 시청하지 않는다 | 시청한다 | 시청하지 않는다 |
| 남자 프로배구 | 2,694 | 87.4 | 12.6 | 85.4 | 14.6 |
| 여자 프로배구 | 2,344 | 89.7 | 10.3 | 88.4 | 11.6 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

(2) 간접관람 시청 기기

한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 남자 프로배구는 총 2,355명을 사례 대상으로 경기 생중계를 주로 어떤 기기로 시청하는가를 조사한 결과 TV로 시청하는 비율이 62.3%로 2위인 스마트폰(25.3%)에 비해 높게 나타났다. 반면, 총 2,302명을 대상으로 한 하이라이트 시청기기 조사결과에서는 스마트폰의 비중이 42.7%로 가장 높게 나타났다.

여자 프로배구도 총 2,102명을 사례대상자로 경기 생중계 주 시청기기를 조사한 결과 TV가 60.1%로 가장 많은 반면 하이라이트 시청기기 조사결과에서는 스마트폰이 40.6%로 가장 높게 조사되었다.

〈표 3-38〉 '18년 기준 프로배구 경기 생중계 주 시청 기기

(단위: %)

| 구분 | 사례수(명) | TV | 스마트폰 | PC/노트북 | 태블릿PC | 기타 |
|---------|--------|------|------|--------|-------|-----|
| 남자 프로배구 | 2,355 | 62.3 | 25.3 | 10.3 | 2.0 | 0.1 |
| 여자 프로배구 | 2,102 | 60.1 | 23.5 | 13.2 | 3.0 | 0.1 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

〈표 3-39〉 '18년 기준 프로배구 경기 하이라이트 주 시청 기기

(단위: %)

| 구분 | 사례수(명) | 스마트폰 | TV | PC/노트북 | 태블릿PC | 기타 |
|---------|--------|------|------|--------|-------|-----|
| 남자 프로배구 | 2,302 | 42.7 | 40.4 | 14.2 | 2.7 | 0.0 |
| 여자 프로배구 | 2,073 | 40.6 | 37.0 | 18.6 | 3.7 | 0.0 |

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)



제2절 참여스포츠

1 생활체육 참여 실태

1) 생활체육 참여현황

(1) 생활체육 참여율

〈표 3-40〉 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 |
|------|-----------------|-----------|------|-----------|-----------|------|------|------------|------------|
| 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 |
| 2019 | 25.9 | 7.6 | 14.4 | 34.9 | 11.8 | 1.4 | 4.1 | 66.6 | 52.2 |

※ 출처: 문화체육관광부(2019 국민생활체육조사)

규칙적 체육활동의 참여 여부 및 빈도에 대한 연도별 비교에 따르면 2003년에는 '전혀 하지 않는다'의 비율이 22.5%로 나타났으나, 이후 2012년 51.8%까지 증가하다가 2018년 28.0%, 2019년에는 25.9%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 1997년에는 17.3%에 불과하였으나 2019년에는 34.9%로 증가하였다.

〈표 3-41〉 주 1회 이상 규칙적 생활체육활동 참여율 변화

(단위: %)

| 연도별 | 2006 | 2008 | 2010 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 참여율 | 58.0 | 42.4 | 50.3 | 43.2 | 45.5 | 54.8 | 56.0 | 59.5 | 59.2 | 62.2 | 66.6 |

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

※ 출처: 문화체육관광부(2019 국민생활체육조사)

‘주 1회 이상’ 규칙적 생활체육활동에 참여하는 국민은 2006년 58.0%를 나타낸 이후 증감을 반복해왔지만, 2013년 45.5%에서 2014년 54.8%, 2015년 56.0%, 2016년 59.5%로 체육 활동에 참여하는 국민이 점차 늘어나고 있음을 확인할 수 있었다. 2018년에는 62.2%로 처음으로 60%대를 넘었고, 2019년에는 66.6%까지 증가하였다.

〈표 3-42〉 연령별 주 2-3회 이상 규칙적 체육활동 참여율 연도별 비교

(단위: %)

| 연도별 | 10대 | 20대 | 30대 | 40대 | 50대 | 60대 | 70대 이상 |
|------|------|------|------|------|------|------|--------|
| 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 | 51.0 | 54.2 | 49.5 |
| 2017 | 45.3 | 46.5 | 51.1 | 47.8 | 47.2 | 52.1 | 48.8 |
| 2018 | 44.3 | 52.6 | 52.8 | 52.2 | 53.2 | 54.9 | 55.7 |
| 2019 | 34.1 | 55.9 | 55.5 | 56.2 | 51.9 | 55.3 | 50.1 |

※ 출처: 문화체육관광부(2019 국민생활체육조사)

연령별 주 2-3회 이상 규칙적 체육활동 참여를 연도별로 비교해보면 2003년에는 20대가 24.4%로 가장 낮았고, 10대에서 30대까지는 규칙적 체육활동 참여가 40%를 밑도는 것으로 나타났다. 하지만 2019년에는 10대(34.1%)를 제외한 전 연령대의 50% 이상이 주 2-3회 이상 규칙적 체육활동에 참여하는 것으로 조사되었다. 구체적으로는 40대 56.2%, 20대 55.9%, 30대 55.5%, 60대 55.3%, 50대 51.9%, 70대 이상 50.1% 순으로 나타났다. 이는 고령자들의 건강에 관한 관심 증가로 인한 체육활동 참여가 늘어나고 있기 때문인 것으로 판단되며, 최근 3년간의 추세를 보더라도 10대를 제외한 다른 연령대에서는 규칙적 체육활동 참여가 대체로 증가하는 경향을 보이고 있다.

(2) 생활체육 참여 종목

생활체육 참여 종목에 대한 연도별 순위를 살펴보면 2008년 이후 줄곧 걷기가 가장 인기 있는 생활체육 참여 종목으로 나타났다. 2017년부터는 축구가 점점 수영이나 자전거, 요가/필라테스 등보다 순위가 낮아지는 양상을 보이고 있다. 2014년부터는 배드민턴도 상위권에서 사라져, 생활체육 참여에도 개인화 경향이 반영되고 있다는 점을 시사한다.



〈표 3-43〉 참여종목 연도별 비교표

| 연도별 | 1순위 | 2순위 | 3순위 | 4순위 | 5순위 | 6순위 |
|------|-----|-----|----------|-----|---------|---------|
| 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) | 수영 | 자전거 | 축구 |
| 2019 | 걷기 | 등산 | 보디빌딩(헬스) | 수영 | 요가/필라테스 | 축구 |

※ 출처: 문화체육관광부(2019 국민생활체육조사)

(3) 생활체육 참여 시간

국민의 1회 평균 체육활동 참여시간을 연도별로 비교한 결과 2013년 95.1분에서 2016년 83.8분까지 증감을 반복하다, 2017년 90분, 2018년 95.4분으로 상승하다 2019년에는 1회 평균 128.7분으로 크게 증가하였다. 또한, 국민의 1회 체육활동 시간은 조사대상 기간 모두에서 1시간에서 1시간 30분 미만이 가장 많은 것으로 나타났다.

〈표 3-44〉 1회 평균 체육활동 참여시간 연도별 비교

(단위: 명, %, 분)

| 연도 | 참여빈도 | | | | | | | 평균(분) |
|------|--------|-----------|---------------|---------------|------------|--------|-------|-------|
| | 30분 미만 | 30~60분 미만 | 1시간~1시간30분 미만 | 1시간30분~2시간 미만 | 2시간~3시간 미만 | 3시간 이상 | | |
| 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 | 83.8 | |
| 2017 | 0.9 | 24.4 | 59.2 | 19.3 | 24.0 | 17.1 | 90 | |
| 2018 | 0.6 | 27.5 | 55.1 | 22.4 | 26.6 | 20.4 | 95.4 | |
| 2019 | 2.8 | 33.8 | 64.0 | 17.5 | 20.4 | 13.9 | 128.7 | |

※ 출처: 문화체육관광부(2019 국민생활체육조사)

(4) 생활체육 참여 기간

국민의 평균 체육활동 참여 기간은 2014년과 2015년 3년 8개월로 나타났고, 체육활동 참여 기간은 3년에서 5년 미만이 가장 많은 것으로 집계되었다. 체육활동 평균 참여 기간 조사가 변경된 2016년 이후부터는 9개월 이상이 가장 높게 나타났으며, 2019년에는 체육활동 평균 참여 기간이 9개월 이상인 경우가 49.6%를 기록하였다.

〈표 3-45〉 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 |
|------|--------|----------|-----------|------------|------------|---------|---------|----------|--------|-------|
| 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 | | 9.0개월 | |
| 2017 | 5.2 | | 15.1 | | 20.8 | | 58.8 | | 8.9개월 | |
| 2018 | 5.0 | | 14.9 | | 22.0 | | 58.1 | | 8.7개월 | |
| 2019 | 4.8 | | 19.3 | | 26.4 | | 49.6 | | 8.1개월 | |

※ 출처: 문화체육관광부(2019 국민생활체육조사)

* 2016년부터 최근 1년간 참여기간으로 조사됨

(5) 생활체육 참여 이용시설

〈표 3-46〉 주로 참여하는 체육활동 이용시설

(단위: %)

| 구 분 | 공공체육시설 | 민간 체육시설 | 학교/직장체육시설 | 기타부대 체육시설 | 자가시설 |
|-----|--------|---------|-----------|-----------|------|
| 전체 | 26.4 | 28.9 | 14.1 | 17.9 | 4.0 |

※ 출처: 문화체육관광부(2018 국민생활체육 참여 실태조사)

주로 참여하는 체육활동 이용시설에 대해 살펴보면, 민간 체육시설이 28.9%로 가장 높았으며, 공공 체육시설(26.4%), 기타부대 체육시설(17.9%), 학교/직장 체육시설(14.1%)의 순이었다.

한편, 국내 골프장 수는 2001년 154개소에서 2019년 499개소로 증가하였다. 레저백서 2020에 따르면 2019년 대중제 골프장 이용객은 연인원 2,191만 명, 회원제 골프장은 1,528만 명으로 나타났다. 2018년에 비해 대중제 이용객은 13.5%가 늘고 회원제 이용객은 3.6%가 증가한 수치다.



〈표 3-47〉 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 | 1,487 | 314 | 1,951 | 490 | 3,438 |
| 2019 | 169 | 1,528 | 330 | 2,191 | 499 | 3,719 |

※ 출처: ㈜한국레저산업연구소, 「레저백서 2020」, 2020

2) 생활체육 소비지출 현황

(1) 생활체육활동 경비

생활체육활동참여에 대한 경비지출의 연도별 비교에 따르면 2010년에는 평균 34,394원을 지출하였고, 이후 2014년까지 증가하다가 2015년과 2016년 잠시 감소한 이후 다시 증가추세를 보이고 있다. 2018년과 2019년 모두 지출경비가 증가하여 2019년의 평균 지출경비는 78,214원으로 7만 원대를 넘어섰다. 2017년까지 모든 조사 대상 연도에 있어 '무료'로 체육활동에 참여하는 비중이 가장 높게 나타났지만, 그 격차가 점점 줄어드는 추세를 보이고 있다. 2018년에는 '3만 원에서 6만 원 미만'으로 지출한다는 비중이 27.0%로 가장 높게 나타나기도 했다. 2019년에는 체육활동에 지출경비가 없는 경우가 25.1%, '3만 원에서 6만 원 미만' 24.3%, '10만 원 이상' 23.9%, '6만원에서 10만 원 미만' 13.4%, '3만 원 미만' 13.3%의 순으로 나타났다.

〈표 3-48〉 월 평균 체육활동 경비에 대한 연도별 비교

(단위: %)

| 연도별 | 없다 | 3만원 미만 | 3~6만원 미만 | 6~10만원 미만 | 10만원 이상 | 평균(원) |
|------|------|--------|----------|-----------|---------|--------|
| 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 |
| 2019 | 25.1 | 13.3 | 24.3 | 13.4 | 23.9 | 78,214 |

※ 출처: 문화체육관광부(2019 국민생활체육조사)

2019년 기준 조사대상자의 거주지 도시규모, 성별, 연령과 같은 인구통계학적 특성별로 월평균 체육활동에 참가하는 비용을 살펴본 결과는 다음과 같다. 첫째, 도시규모에서는 중소도시가 평균 83,486원으로 가장 많은 지출을 하는 것으로 나타났다. 둘째, 성별에서는 남성(85,860원)이 여성(68,779원)보다 지출이 많았다. 셋째, 성별과 연령을 함께 고려할 경우 남성은 50대가 110,192원으로 가장 많았고, 여성은 20대가 88,101원으로 가장 많이 지출하는 것으로 나타났다.

〈표 3-49〉 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 | | 25.1 | 13.3 | 24.3 | 13.4 | 13.1 | 5.0 | 3.1 | 0.9 | 1.8 | 78,214 | |
| 도시 규모별 | 대도시 | 23.1 | 13.0 | 24.5 | 13.5 | 14.3 | 5.1 | 3.5 | 1.0 | 1.4 | 78,082 | |
| | 중소도시 | 21.9 | 12.2 | 24.7 | 14.2 | 14.4 | 5.9 | 3.3 | 0.9 | 2.5 | 83,486 | |
| | 읍/면 이하 | 33.9 | 15.6 | 23.0 | 12.0 | 8.3 | 3.4 | 2.1 | 0.5 | 1.3 | 67,434 | |
| 성별 | 남자 | 20.3 | 11.9 | 26.3 | 12.5 | 15.1 | 5.6 | 4.5 | 1.1 | 2.7 | 85,860 | |
| | 여자 | 30.4 | 14.8 | 22.1 | 14.4 | 10.9 | 4.4 | 1.6 | 0.6 | 0.8 | 68,779 | |
| 성 & 연령별 | 남자 | 10대 | 37.4 | 30.1 | 16.1 | 4.5 | 8.3 | 1.4 | 1.7 | 0.0 | 0.5 | 48,234 |
| | | 20대 | 10.2 | 9.5 | 35.9 | 19.8 | 15.0 | 4.9 | 2.8 | 0.6 | 1.3 | 73,366 |
| | | 30대 | 11.2 | 7.3 | 26.5 | 17.3 | 22.6 | 8.0 | 3.3 | 2.2 | 1.7 | 88,909 |
| | | 40대 | 12.3 | 8.3 | 23.8 | 14.0 | 21.8 | 7.0 | 9.1 | 1.1 | 2.5 | 97,538 |
| | | 50대 | 19.6 | 7.7 | 25.8 | 11.4 | 13.4 | 7.2 | 6.8 | 2.1 | 6.0 | 110,192 |
| | | 60대 | 28.9 | 13.4 | 26.5 | 7.7 | 11.0 | 5.5 | 2.9 | 0.4 | 3.7 | 84,037 |
| | | 70대 이상 | 47.7 | 19.5 | 24.7 | 2.8 | 2.9 | 0.3 | 0.9 | 0.3 | 0.8 | 44,776 |
| | 여자 | 10대 | 37.3 | 36.0 | 10.9 | 5.5 | 7.5 | 1.7 | 0.7 | 0.0 | 0.3 | 53,998 |
| | | 20대 | 18.0 | 6.7 | 22.8 | 17.1 | 21.6 | 9.0 | 3.0 | 1.4 | 0.3 | 88,101 |



| | | 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) |
|--|--------|------|--------|----------|-----------|------------|------------|------------|------------|---------|--------|
| | 30대 | 21.7 | 9.5 | 24.8 | 18.2 | 14.1 | 7.2 | 2.8 | 1.1 | 0.6 | 78,286 |
| | 40대 | 24.1 | 10.7 | 26.4 | 17.9 | 11.9 | 5.3 | 2.2 | 0.0 | 1.6 | 72,778 |
| | 50대 | 27.8 | 12.0 | 24.5 | 18.7 | 9.7 | 3.7 | 1.2 | 1.0 | 1.6 | 70,857 |
| | 60대 | 38.5 | 16.8 | 23.4 | 12.0 | 6.8 | 1.7 | 0.7 | 0.0 | 0.0 | 51,250 |
| | 70대 이상 | 57.1 | 26.0 | 12.6 | 2.1 | 2.0 | 0.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 28,566 |

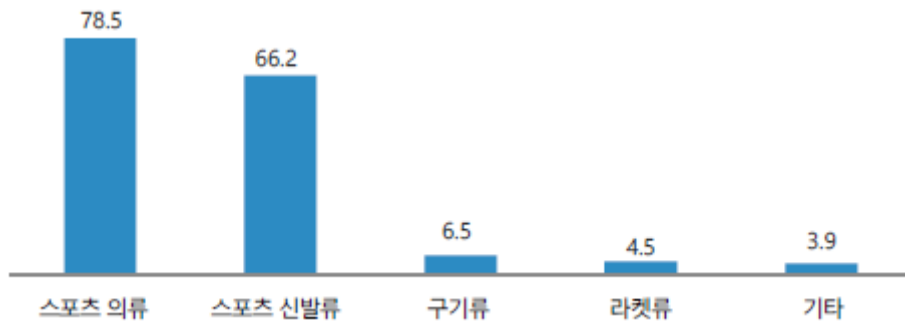
※ 출처: 문화체육관광부(2019 국민생활체육조사)

(2) 스포츠용품 구입

가) 스포츠용품 구입 종류

2019년 기준 생활체육 참여자들의 스포츠용품 구입 종류를 조사한 결과 스포츠 의류가 78.5%로 가장 많았으며, 스포츠 신발류(66.2%), 구기류(6.5%), 라켓류(4.5%), 기타(3.9%)의 순으로 나타났다.

〈그림 3-15〉 스포츠용품 구입 종류(복수응답)



※ 출처: 문화체육관광부(2019 국민생활체육조사)

2019년 기준 조사대상자의 거주지 도시 규모, 성별, 연령과 같은 인구통계학적 특성별로 스포츠용품 구입 종류에 대해 살펴본 결과는 다음과 같다. 첫째, 대도시, 중소도시, 읍/면 이하 모두 스포츠용품 중 스포츠 의류를 가장 많이 구입한 것으로 나타났다. 둘째, 성별에서는 남성(76.6%)보다 여성(81.0%)이 스포츠 의류를 많이 구입했지만, 스포츠 신발류는 여성(57.8%)보다 남성(72.7%)이 더 많이 구입하였다. 셋째, 연령에서는 10대를 제외하면 모든 연령대에서 스포츠 의류의 구입 비중이 가장 높게 나타났고, 10대에서는 스포츠 신발류 구입이 가장 높은 것으로 나타났다. 넷째, 성별과 연령을 함께 고려할 경우 남성 20대와 30대는 스포츠 의류보다 스포츠 신발류의 구입 비중이 다소 높았고, 여성은 10대에서 스포츠 신발류의 구입 비중이 가장 높게 나타났다.

〈표 3-50〉 스포츠용품 구입 종류(복수응답)

(단위: 명, %)

| | | 스포츠 의류 | 스포츠 신발류 | 구기류 | 라켓류 | 기타 | |
|---------|--------|--------|---------|------|------|-----|-----|
| 전 체 | | 78.5 | 66.2 | 6.5 | 4.5 | 3.9 | |
| 도시 규모별 | 대도시 | 78.7 | 62.4 | 4.8 | 4.0 | 5.4 | |
| | 중소도시 | 79.8 | 70.9 | 9.1 | 5.0 | 2.5 | |
| | 읍/면 이하 | 74.6 | 65.4 | 4.4 | 4.8 | 2.8 | |
| 성별 | 남자 | 76.6 | 72.7 | 9.5 | 5.9 | 3.4 | |
| | 여자 | 81.0 | 57.8 | 2.5 | 2.7 | 4.5 | |
| 연령별 | 10대 | 69.8 | 73.9 | 6.5 | 0.9 | 1.6 | |
| | 20대 | 82.3 | 73.4 | 5.0 | 3.4 | 3.8 | |
| | 30대 | 78.5 | 66.6 | 5.9 | 4.2 | 2.9 | |
| | 40대 | 82.1 | 64.8 | 6.4 | 6.7 | 4.5 | |
| | 50대 | 81.1 | 62.5 | 9.6 | 5.9 | 4.8 | |
| | 60대 | 71.6 | 58.5 | 5.7 | 4.1 | 4.0 | |
| | 70대 이상 | 67.8 | 56.1 | 1.6 | 3.2 | 5.9 | |
| 성 & 연령별 | 남자 | 10대 | 72.8 | 72.1 | 8.0 | 0.0 | 1.1 |
| | | 20대 | 78.3 | 79.6 | 6.9 | 5.5 | 2.2 |
| | | 30대 | 74.7 | 77.4 | 9.0 | 5.4 | 1.5 |
| | | 40대 | 81.0 | 75.0 | 10.5 | 7.1 | 4.5 |
| | | 50대 | 80.8 | 65.7 | 13.6 | 9.1 | 7.1 |
| | | 60대 | 69.3 | 65.5 | 9.7 | 6.0 | 2.4 |
| | | 70대 이상 | 62.9 | 60.8 | 2.9 | 6.0 | 3.4 |
| 성 & 연령별 | 여자 | 10대 | 63.9 | 77.6 | 3.4 | 2.6 | 2.7 |
| | | 20대 | 87.5 | 65.3 | 2.6 | 0.6 | 5.9 |
| | | 30대 | 83.1 | 53.5 | 2.1 | 2.8 | 4.6 |
| | | 40대 | 83.3 | 53.3 | 1.7 | 6.2 | 4.4 |
| | | 50대 | 81.4 | 58.6 | 4.6 | 1.8 | 2.0 |
| | | 60대 | 74.4 | 49.8 | 0.9 | 1.7 | 6.1 |
| | | 70대 이상 | 73.5 | 50.5 | 0.0 | 0.0 | 8.8 |

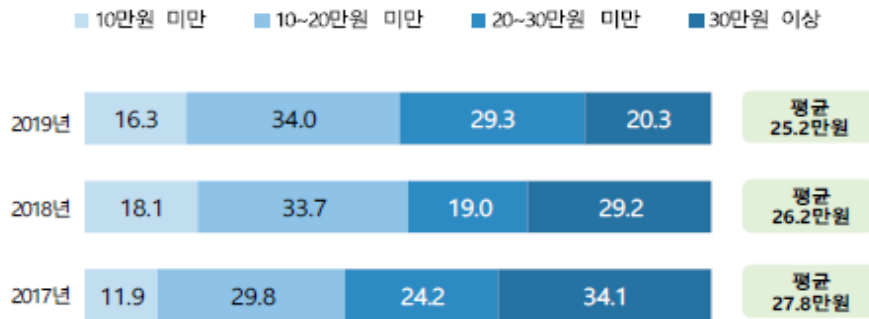
※ 출처: 문화체육관광부(2019 국민생활체육조사)

나) 스포츠 용품 구입비용

2019년 기준 생활체육 참여자들의 연간 스포츠용품 구입비용에 대해 조사한 결과 1년에 평균 252,000원을 지출하는 것으로 나타났다. 좀 더 구체적으로 살펴보면 10만 원에서 20만 원 미만인 34.0%로 가장 많이 나타났고, 20만 원에서 30만 원 미만(29.3%), 30만 원 이상(20.3%), 10만 원 미만(16.3%)의 순으로 나타났다.



〈그림 3-16〉 스포츠용품 구입비용



※ 출처: 문화체육관광부(2019 국민생활체육조사)

〈표 3-51〉 스포츠용품 구입비용

(단위: %, 만원)

| | | 10만원 미만 | 10~20만원 미만 | 20~30만원 미만 | 30만원 이상 | 평균(만원) | |
|---------|--------|---------|------------|------------|---------|--------|------|
| 전 체 | | 16.3 | 34.0 | 29.3 | 20.3 | 25.2 | |
| 도시 규모별 | 대도시 | 16.4 | 36.2 | 29.7 | 17.8 | 24.2 | |
| | 중소도시 | 14.7 | 31.6 | 30.0 | 23.8 | 26.9 | |
| | 읍/면 이하 | 20.5 | 33.8 | 26.8 | 19.0 | 23.8 | |
| 성별 | 남자 | 11.0 | 32.3 | 30.7 | 25.9 | 28.3 | |
| | 여자 | 23.3 | 36.2 | 27.5 | 13.0 | 21.1 | |
| 연령별 | 10대 | 17.6 | 47.3 | 25.6 | 9.5 | 18.4 | |
| | 20대 | 10.8 | 33.5 | 35.5 | 20.3 | 25.0 | |
| | 30대 | 13.2 | 36.3 | 32.1 | 18.4 | 23.5 | |
| | 40대 | 11.6 | 31.2 | 32.9 | 24.3 | 28.1 | |
| | 50대 | 18.8 | 29.1 | 26.0 | 26.1 | 30.4 | |
| | 60대 | 27.2 | 31.3 | 22.7 | 18.9 | 22.6 | |
| | 70대 이상 | 38.1 | 42.0 | 10.8 | 9.1 | 14.8 | |
| 성 & 연령별 | 남자 | 10대 | 14.3 | 49.5 | 24.3 | 11.8 | 18.2 |
| | | 20대 | 7.2 | 32.5 | 34.0 | 26.3 | 27.1 |
| | | 30대 | 10.8 | 30.7 | 37.4 | 21.1 | 25.7 |
| | | 40대 | 5.8 | 28.8 | 32.5 | 32.9 | 32.9 |
| | | 50대 | 10.9 | 26.1 | 29.4 | 33.6 | 35.8 |
| | | 60대 | 18.3 | 29.1 | 25.2 | 27.4 | 27.7 |
| | | 70대 이상 | 26.2 | 50.1 | 14.1 | 9.6 | 17.1 |

| | | 10만원 미만 | 10~20만원 미만 | 20~30만원 미만 | 30만원 이상 | 평균(만원) |
|-------------------|--------|---------|------------|------------|---------|--------|
| 표본 연 & 연 조사 | 10대 | 24.1 | 43.0 | 28.2 | 4.7 | 18.7 |
| | 20대 | 15.6 | 34.8 | 37.4 | 12.2 | 22.4 |
| | 30대 | 16.1 | 43.3 | 25.6 | 15.0 | 20.8 |
| | 40대 | 18.1 | 34.0 | 33.3 | 14.6 | 22.7 |
| | 50대 | 28.8 | 32.8 | 21.7 | 16.8 | 23.7 |
| | 60대 | 38.2 | 33.9 | 19.6 | 8.2 | 16.2 |
| | 70대 이상 | 54.9 | 30.5 | 6.2 | 8.4 | 11.4 |

※ 출처: 문화체육관광부(2019 국민생활체육조사)

(3) 생활체육동호회 클럽 현황

〈표 3-52〉 체육동호회조직 가입 여부

(단위: %)

| | | 가입하여 현재 활동 중 | 가입 했지만, 현재 비활동 | 미가입 | |
|-------------------|--------|-----------------|-------------------|------|------|
| 전 체 | | 10.6 | 2.4 | 87.1 | |
| 도시 규모 별 | 대도시 | 10.9 | 2.8 | 86.3 | |
| | 중소도시 | 11.3 | 2.1 | 86.6 | |
| | 읍/면 이하 | 8.3 | 2.2 | 89.5 | |
| 성 별 | 남자 | 13.7 | 2.7 | 83.6 | |
| | 여자 | 7.4 | 2.1 | 90.5 | |
| 표본 연 & 연 조사 | 10대 | 5.7 | 1.3 | 93.0 | |
| | 20대 | 10.1 | 1.7 | 88.2 | |
| | 30대 | 11.5 | 3.4 | 85.1 | |
| | 40대 | 14.6 | 4.0 | 81.4 | |
| | 50대 | 14.3 | 2.8 | 82.9 | |
| | 60대 | 9.4 | 1.7 | 88.9 | |
| | 70대 이상 | 2.9 | 0.7 | 96.4 | |
| 표본 연 & 연 조사 | 남 자 | 10대 | 7.8 | 1.9 | 90.3 |
| | | 20대 | 12.5 | 2.0 | 85.6 |
| | | 30대 | 15.2 | 5.2 | 79.6 |
| | | 40대 | 18.6 | 2.7 | 78.7 |
| | | 50대 | 18.7 | 2.7 | 78.6 |
| | | 60대 | 12.1 | 2.7 | 85.2 |
| | | 70대 이상 | 2.6 | 0.6 | 96.8 |



| | | | 가입하여 현재 활동 중 | 가입 했지만, 현재 비활동 | 미가입 |
|----------------------------|--------|--------|-----------------|-------------------|------|
| 성 별 연 령 구 분 | 여 자 | 10대 | 3.5 | 0.7 | 95.8 |
| | | 20대 | 7.4 | 1.3 | 91.3 |
| | | 30대 | 7.5 | 1.4 | 91.1 |
| | | 40대 | 10.5 | 5.3 | 84.3 |
| | | 50대 | 10.0 | 2.9 | 87.2 |
| | | 60대 | 6.9 | 0.6 | 92.5 |
| | | 70대 이상 | 3.2 | 0.7 | 96.1 |

※ 출처: 문화체육관광부(2019 국민생활체육조사)

2019년 기준 체육 동호회 조직에 가입하여 활동하고 있는 비율이 10.6%, 가입은 했으나 활동하고 있지 않은 응답자는 2.4%, 미가입자는 87.1%로 나타났다.

〈표 3-53〉 체육동호회 조직 가입 종목(상위 10개 종목)

(단위: %)

| | | 축구· 풋살 | 수영 | 보디 빌딩 | 등산 | 골프 | 요가· 필라 테스· 태보 | 볼링 | 배드 민턴 | 탁구 | 야구 |
|------------------|--------|-----------|------|----------|------|------|------------------------|------|----------|------|-----|
| 전 체 | | 15.9 | 10.6 | 9.9 | 8.2 | 7.7 | 7.3 | 6.4 | 5.2 | 4.9 | 4.5 |
| 도시 규모 별 | 대도시 | 16.1 | 10.4 | 10.2 | 9.1 | 9.8 | 8.9 | 7.8 | 4.5 | 4.6 | 4.9 |
| | 중소도시 | 17.4 | 11.0 | 8.8 | 7.1 | 7.3 | 6.7 | 4.6 | 6.0 | 5.1 | 4.1 |
| | 읍/면 이하 | 11.6 | 10.3 | 11.6 | 8.4 | 3.0 | 4.7 | 7.0 | 5.1 | 5.1 | 4.2 |
| 성 별 | 남자 | 24.5 | 4.4 | 10.3 | 9.9 | 8.7 | 0.0 | 7.0 | 5.8 | 6.0 | 6.9 |
| | 여자 | 0.0 | 22.2 | 9.1 | 5.1 | 5.9 | 20.9 | 5.4 | 4.1 | 2.8 | 0.0 |
| 연 령 구 분 | 10대 | 40.4 | 10.4 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 3.8 | 2.3 | 7.4 | 1.0 | 9.0 |
| | 20대 | 15.4 | 6.8 | 9.0 | 1.3 | 1.8 | 11.0 | 16.4 | 1.3 | 3.3 | 9.8 |
| | 30대 | 22.6 | 8.5 | 14.4 | 0.6 | 2.3 | 8.6 | 13.0 | 3.3 | 2.0 | 5.1 |
| | 40대 | 12.4 | 7.8 | 16.9 | 3.5 | 8.6 | 7.4 | 5.0 | 6.0 | 4.4 | 6.3 |
| | 50대 | 13.7 | 14.2 | 4.9 | 18.0 | 15.4 | 3.5 | 2.1 | 5.7 | 5.5 | 0.7 |
| | 60대 | 11.0 | 16.7 | 5.7 | 22.0 | 8.3 | 8.8 | 0.6 | 9.6 | 11.0 | 0.0 |
| | 70대 이상 | 0.0 | 12.2 | 3.4 | 4.6 | 7.4 | 14.4 | 0.0 | 2.7 | 10.2 | 0.0 |

| | | 축구· 풋살 | 수영 | 보디 빌딩 | 등산 | 골프 | 요가 필라 테스· 태보 | 볼링 | 배드 민턴 | 탁구 | 야구 |
|-------------|--------|-----------|------|----------|------|------|-----------------------|------|----------|------|------|
| 성 & 연령 별 | 남 자 | 10대 | 57.1 | 5.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 1.9 | 6.7 | 1.4 | 12.8 |
| | | 20대 | 23.4 | 4.9 | 11.4 | 1.9 | 2.7 | 0.0 | 15.3 | 2.0 | 3.3 |
| | | 30대 | 32.8 | 2.9 | 7.7 | 0.9 | 1.9 | 0.0 | 15.9 | 4.7 | 0.6 |
| | | 40대 | 19.1 | 5.1 | 20.2 | 4.1 | 8.4 | 0.0 | 5.9 | 6.8 | 5.4 |
| | | 50대 | 20.9 | 5.6 | 6.3 | 19.7 | 19.0 | 0.0 | 1.1 | 5.3 | 7.4 |
| | | 60대 | 17.6 | 0.8 | 7.6 | 30.6 | 9.5 | 0.0 | 1.0 | 10.7 | 16.7 |
| | | 70대 이상 | 0.0 | 7.7 | 0.0 | 13.1 | 11.3 | 0.0 | 0.0 | 7.7 | 19.2 |
| | 여 자 | 10대 | 0.0 | 22.2 | 6.9 | 0.0 | 0.0 | 13.1 | 3.1 | 9.1 | 0.0 |
| | | 20대 | 0.0 | 10.5 | 4.2 | 0.0 | 0.0 | 32.1 | 18.3 | 0.0 | 3.3 |
| | | 30대 | 0.0 | 20.9 | 29.3 | 0.0 | 3.1 | 27.8 | 6.6 | 0.0 | 5.2 |
| | | 40대 | 0.0 | 12.8 | 10.7 | 2.4 | 9.1 | 21.1 | 3.4 | 4.6 | 2.6 |
| | | 50대 | 0.0 | 30.3 | 2.3 | 14.8 | 8.7 | 10.0 | 4.0 | 6.5 | 1.9 |
| | | 60대 | 0.0 | 43.4 | 2.5 | 7.7 | 6.3 | 23.5 | 0.0 | 7.8 | 1.6 |
| | | 70대 이상 | 0.0 | 14.6 | 5.3 | 0.0 | 5.3 | 22.2 | 0.0 | 0.0 | 5.3 |

※ 출처: 문화체육관광부(2019 국민생활체육조사)

2019년 기준 체육 동호회에 가입하여 활동하고 있는 종목은 ‘축구, 풋살’이 15.9%로 가장 많았으며, ‘수영(10.6%)’, ‘보디빌딩(9.9%)’, ‘등산(8.2%)’, ‘골프(7.7%)’ 등의 순으로 나타났다.



2 4대 종목 수요조사 결과

1) 야구

(1) 참여 현황

가) 참여 기간

〈표 3-54〉 야구 참여 기간

| 구분 | 응답자 수(명) | 비중(%) | |
|-------|----------|-------|------|
| 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, 그 다음으로 1~2년(25.0%), 5~6년(20.5%) 순으로 나타났다.

나) 참여 빈도

〈표 3-55〉 야구 참여 빈도

| 구분 | 응답자 수(명) | 비중(%) | |
|-------|--------------|-------|------|
| 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 3-56〉 야구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료)

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

※ 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 3-57〉 야구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비)

| 구분 | 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

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 533,084원으로 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 순이었으며, 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.

〈표 3-58〉 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% |
| 기방 | 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)

라) 대회참가 횟수 및 회당 소비지출

〈표 3-59〉 야구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출

| 구분 | 회당 평균 |
|-----------------|---------|
| 대회 참가비 | 38,153원 |
| 숙박비 | 1,847원 |
| 음료 다과비 | 1,629원 |
| 식사비 | 3,613원 |
| 대중교통 | 501원 |
| 자기용 | 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 자기용(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 3-60〉 야구 연간 대회참가 소비지출

| 구분 | 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 3-61〉 축구 참여 기간

| 구분 | 응답자 수(명) | 비중(%) | |
|-------|----------|-------|------|
| 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

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.

〈표 3-62〉 축구 참여 빈도

| 구분 | 응답자 수(명) | 비중(%) | |
|-------|-------------|-------|------|
| 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)

(2) 소비지출 현황

가) 동호회 회비, 강습비, 시설 이용료

〈표 3-63〉 축구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료)

| 동호회 회비 | 강습비 | 시설이용료 | | |
|----------|--------|-------------|----------|--------------|
| 연간 평균 | 연간 평균 | 연간 이용 횟수 평균 | 회당 비용 평균 | 연간 시설 이용료 평균 |
| 172,367원 | 1,008원 | 3.4회 | 3,257원 | 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

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.

〈표 3-64〉 축구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비)

| 구분 | 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)

다) 용품 소비지출

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 281,675원으로 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 순이었으며, 연간 구입비용 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.

〈표 3-65〉 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% | 1.1 | 84.4% |
| 의류 | 1.2 | 33,938 | 74,154 | 0.4 | 32.5% | 0.8 | 67.5% |
| 축구공 | 0.3 | 10,154 | 15,891 | 0.1 | 40.0% | 0.2 | 60.0% |
| 가방 | 0.2 | 13,007 | 14,537 | 0.1 | 31.5% | 0.2 | 68.5% |
| 보호대 | 0.5 | 6,140 | 9,602 | 0.2 | 37.7% | 0.3 | 62.3% |
| 양말 | 1.5 | 5,345 | 15,371 | 0.6 | 40.3% | 0.9 | 59.7% |
| 전체 평균 | 5.1 | 168,027 | 281,675 | 1.6 | 31.4% | 3.5 | 68.6% |

※ 출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)



라) 대회참가 횟수 및 회당 소비지출

〈표 3-66〉 축구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출

| 구분 | 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 3-67〉 축구 연간 대회참가 소비지출

| 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

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.

〈표 3-68〉 농구 참여 기간

| 구분 | 응답자 수(명) | 비중(%) | |
|-------|----------|-------|------|
| 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)

나) 참여 빈도

〈표 3-69〉 농구 참여 빈도

| 구분 | 응답자 수(명) | 비중(%) | |
|-------|--------------|-------|------|
| 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 주 1회가 36.4%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 주 2회(25.8%), 한 달에 2~3회 이하(20.8%)의 순으로 나타났다.



(2) 소비지출 현황

가) 동호회 회비, 강습비, 시설 이용료

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.

〈표 3-70〉 농구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료)

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

※ 출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

나) 음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비

2014년 기준 연간 일상적 농구 참여활동 소비지출은 총 768,355원으로 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.

〈표 3-71〉 농구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비)

| 구분 | 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)

다) 용품 소비지출

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 273,699원으로 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 순이었으며, 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.

〈표 3-72〉 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(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

라) 대회참가 횟수 및 회당 소비지출

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(2,675원), 대중교통(1,483원), 기타 잡비(1,338원), 숙박비(1,313원)의 순으로 지출액이 나타났다.

〈표 3-73〉 농구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출

| 구분 | 회당 평균 |
|-----------------|---------|
| 대회 참가비 | 24,124원 |
| 숙박비 | 1,313원 |
| 음료 다과비 | 2,675원 |
| 식사비 | 3,127원 |
| 대중교통 | 1,483원 |
| 자가용 | 3,465원 |
| 기타 잡비 | 1,338원 |
| 회당 대회참가 소비지출 총액 | 37,526원 |

※ 출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

마) 연간 대회참가 소비지출

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.



〈표 3-74〉 농구 연간 대회참가 소비지출

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

※ 출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

4) 배구

(1) 참여 현황

가) 참여 기간

〈표 3-75〉 배구 참여 기간

| 구분 | 응답자 수(명) | 비중(%) | |
|-------|----------|-------|------|
| 참여 기간 | 1~2년 | 149 | 32.5 |
| | 3~4년 | 112 | 24.4 |
| | 5~6년 | 59 | 12.9 |
| | 7~8년 | 47 | 10.2 |
| | 9~10년 | 43 | 9.4 |
| | 11년 이상 | 48 | 10.7 |
| 합계 | 459 | 100.0 | |
| 평균 | 5.4년 | | |

※ 출처: 문화체육관광부(종목별 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

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.

〈표 3-76〉 배구 참여 빈도

| 구분 | 응답자 수(명) | 비중(%) | |
|-------|--------------|-------|------|
| 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)

(2) 소비지출 현황

가) 동호회 회비, 강습비, 시설 이용료

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.

〈표 3-77〉 배구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료)

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

※ 출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

나) 음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비

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.



〈표 3-78〉 배구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비)

| 구분 | 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)

다) 용품 소비지출

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 210,256원으로 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.

〈표 3-79〉 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)

라) 대회참가 횟수 및 회당 소비지출

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.

〈표 3-80〉 배구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출

(단위: 회, 원)

| 구분 | 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)

마) 연간 대회참가 소비지출

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 나타났다.

〈표 3-81〉 배구 연간 대회참가 소비지출

| 구분 | 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)



제3절 스포츠산업 가계지출 가구별 조사 결과

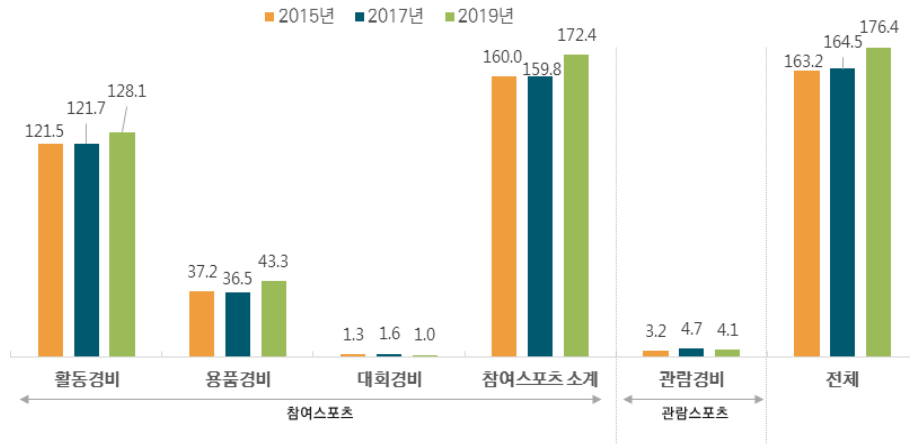
1 가구별 스포츠 소비지출

1) 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)

2019년 기준 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출액은 가구당 평균 176.4만 원으로 활동지출 128.1만 원, 용품지출 43.3만 원, 대회지출 1.0만 원, 관람지출 4.1만 원으로 나타났다.

〈그림 3-17〉 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)

(base = 전체 응답 가구 2015년 2,151가구/ 2017년 2,053가구/ 2019년 2,141가구, 단위: 만원)



※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2019)

지역별 연간 활동 지출에서는 2015년, 2017년 모두 제주지역의 연간 활동 지출이 다른 지역에 비해 현격한 차이를 보였으나 2019년에는 다른 지역과 비슷한 수준으로 크게 감소하였다. 월평균 가구 소득별로는 소득이 높을수록 연간 활동 지출 금액이 증가하였으며 특히 활동지출 항목에서 뚜렷하게 나타났다. 2017년 대비 참여스포츠는 용품지출은 18.6% 증가한 반면, 관람스포츠의 관람지출은 12.8%의 감소율을 보였다.

〈표 3-82〉 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 3-83〉 2017년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)

(단위: 만 원, %)

| 구 분 | 사례수 | 참여스포츠 | | | 관람스포츠 | 합계 | |
|------------|-----------|--------|--------|-------|-------|---------|-------|
| | | 활동지출 | 용품지출 | 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)

〈표 3-84〉 2019년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)

(단위: 만 원, %)

| 구 분 | 사례수 | 참여스포츠 | | | 관람스포츠 | 합계 | |
|---------------------|-----------|--------|--------|-------|-------|---------|-------|
| | | 활동지출 | 용품지출 | 대회지출 | 관람지출 | | |
| 전 체 | 2,141 | 128.1 | 43.3 | 1.0 | 4.1 | 176.4 | |
| 비중(%) | | (72.6) | (24.5) | (0.6) | (2.3) | (100.0) | |
| 지역 | 서울 | 421 | 183.1 | 58.0 | 0.9 | 5.3 | 247.4 |
| | 부산 | 147 | 91.9 | 33.1 | 4.2 | 4.7 | 133.9 |
| | 대구 | 102 | 62.2 | 33.0 | 0.0 | 1.6 | 96.8 |
| | 인천 | 118 | 158.3 | 50.1 | 0.6 | 3.6 | 212.5 |
| | 광주 | 64 | 104.3 | 103.3 | 0.9 | 2.8 | 211.3 |
| | 대전 | 66 | 60.8 | 25.2 | 0.5 | 5.9 | 92.4 |
| | 울산 | 54 | 133.9 | 33.5 | 0.3 | 5.3 | 173.1 |
| | 경기 | 540 | 161.2 | 42.9 | 0.6 | 3.6 | 208.4 |
| | 강원 | 64 | 61.0 | 21.2 | 0.1 | 2.2 | 84.6 |
| | 충청 | 161 | 47.4 | 17.6 | 0.5 | 4.4 | 69.9 |
| | 전라 | 138 | 140.6 | 58.4 | 2.3 | 4.7 | 205.9 |
| | 경상 | 240 | 86.8 | 33.3 | 0.7 | 3.9 | 124.6 |
| | 제주 | 26 | 69.3 | 23.1 | 2.8 | 0.0 | 95.2 |
| 월 평균 가구 소득 | 70만원 미만 | 11 | 36.1 | 4.7 | 0.1 | 0.5 | 41.4 |
| | 70~135만원 | 34 | 22.0 | 10.4 | 0.0 | 1.2 | 33.6 |
| | 135~200만원 | 84 | 54.0 | 15.2 | 0.3 | 1.3 | 70.8 |
| | 200~265만원 | 277 | 61.3 | 19.4 | 0.5 | 2.1 | 83.2 |
| | 265~335만원 | 306 | 82.4 | 28.9 | 1.2 | 3.2 | 115.7 |
| | 335~400만원 | 307 | 113.1 | 36.5 | 0.6 | 4.2 | 154.4 |
| | 400~500만원 | 351 | 118.4 | 39.8 | 1.1 | 4.8 | 164.1 |
| | 500~610만원 | 348 | 150.8 | 52.0 | 1.7 | 4.0 | 208.5 |
| | 610~810만원 | 284 | 211.1 | 67.0 | 1.2 | 5.5 | 284.8 |
| 810만원 이상 | 139 | 270.4 | 104.4 | 0.9 | 7.9 | 383.8 | |
| 가구 | 1인 가구 | 570 | 70.7 | 21.7 | 0.5 | 2.7 | 95.6 |
| | 2인 가구 | 476 | 102.1 | 39.4 | 1.5 | 3.2 | 146.2 |
| | 3인 가구 | 481 | 154.3 | 54.8 | 1.1 | 4.8 | 215.0 |
| | 4인 가구 | 453 | 162.6 | 54.4 | 1.0 | 5.3 | 223.3 |
| | 5인 가구 | 161 | 232.1 | 65.9 | 1.1 | 6.3 | 305.3 |

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2019)



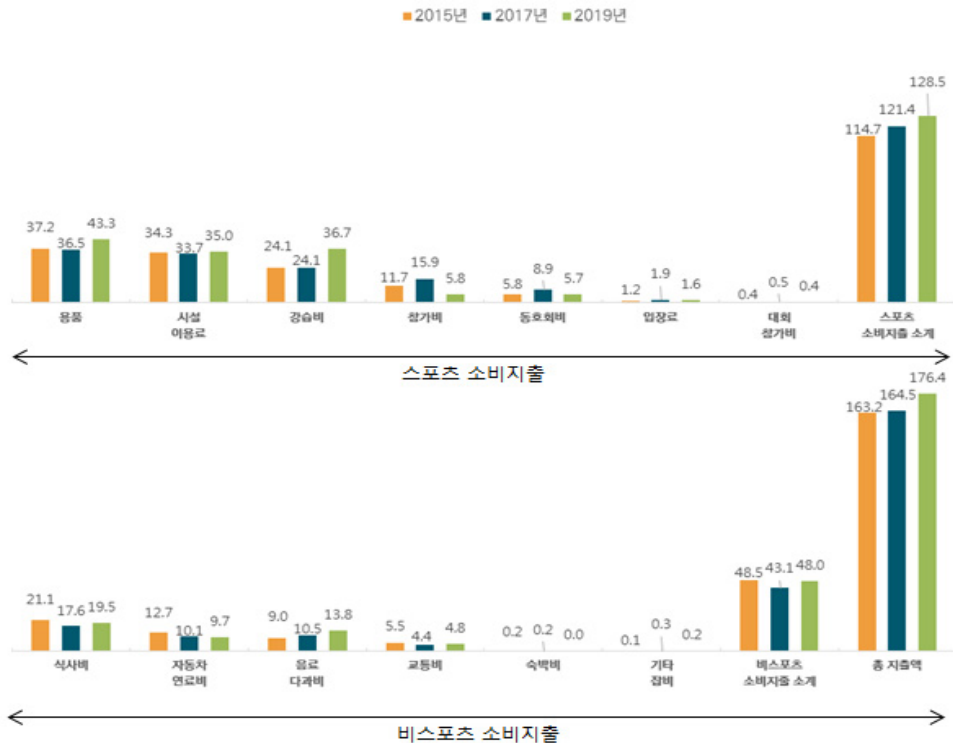
2) 지출항목별 연간 활동 지출

지출항목별 연간 활동 지출은 스포츠 소비지출과 비(非)스포츠 소비지출로 구분될 수 있고, 스포츠 소비지출은 128.5만 원, 비 스포츠 소비지출은 48.0만 원으로 나타났다. 2019년 지역별 스포츠 소비지출은 부산이 가장 많았으며, 대전, 광주, 강원도, 경상도, 경기도 등의 지역이 평균을 상회하였으며, 전라도, 울산, 충청도, 인천 등의 지역은 평균보다 낮게 나타났다. 스포츠 소비지출 중 용품, 강습비, 시설이용료는 각각 43.3만원(24.5%), 36.7만원(20.8%), 35.0만원(19.8%)으로 큰 비중을 차지하였다. 월평균 가구소득별로는 70만 원 미만의 가구를 제외한 모든 가구에서 용품, 시설이용료, 강습비는 가구소득이 높을수록 증가하는 경향을 보였으나, 참가비, 동호회비, 입장료, 대회참가비는 소득별로 편차를 보였다.

비스포츠 소비지출은 부산, 경상도, 광주가 60만원 이상의 많은 지출을 하고 있으며, 그 밖의 강원도, 대전, 서울이 평균보다 높은 것으로 나타났다. 월평균 가구소득별로는 식사비, 음료 다과비, 교통비, 숙박비, 기타잡비는 가구 소득이 높을수록 증가하는 경향을 보이고 있다. 2019년 스포츠 소비지출은 2017년 대비 5.8% 증가하였고, 비스포츠 소비지출은 11.4% 증가하였다.

〈그림 3-18〉 지출항목별 연간 스포츠 활동 지출

(base = 전체 응답 가구 2015년 2,151가구/ 2017년 2,053가구/ 2019년 2,141가구, 단위: 만원)



※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2019)

〈표 3-85〉 2015년 지출항목별 연간 활동 지출

(단위: 만 원, %)

| 구 분 | 사 례 수 | 스포츠 소비지출 | | | | | | | | 비 스포츠 소비지출 | | | | | | | 합계 | |
|-----------|---------------------------------|-----------|-----------|--------|-------|----------|-------|-----------|--------|------------|------------|-----------|-------|-------|----------|--------|---------|-------|
| | | 응품 이용료 | 시설 이용료 | 강습비 | 참가비 | 등호회 비 | 입장료 | 대회 참가비 | 소계 | 식사비 | 자동차 연료비 | 음료 대금비 | 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 |
| | 별 평 면 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 |
| 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 | 스포츠 소비지출 | | | | | | | | 비 스포츠 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 | 2,053 | 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(%) | | (22.7) | (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 |
| | 별 년 평균 가구 소득 | 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 |
| 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)

〈표 3-87〉 2019년 지출항목별 연간 활동 지출

(단위: 만 원, %)

| 구 분 | 사 례 수 | 스포츠 소비지출 | | | | | | | | 비 스포츠 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 | 2,141 | 43.3 | 35.0 | 36.7 | 5.8 | 5.7 | 1.6 | 0.4 | 1285 | 19.5 | 9.7 | 13.8 | 4.8 | 0.0 | 0.2 | 48.0 | 1764 | |
| 비중(%) | | (24.5) | (198) | (208) | (3.3) | (3.3) | (0.9) | (0.2) | (728) | (11.0) | (5.5) | (7.8) | (2.7) | (0.0) | (0.1) | (27.2) | (1000) | |
| 지 역 | 서울 | 421 | 43.3 | 35.0 | 36.7 | 5.8 | 5.7 | 1.6 | 0.4 | 128.5 | 19.5 | 9.7 | 13.8 | 4.8 | 0.0 | 0.2 | 48.0 | 176.4 |
| | 부산 | 147 | 58.0 | 45.8 | 61.8 | 6.0 | 5.7 | 2.3 | 0.4 | 180.1 | 28.7 | 11.3 | 19.4 | 7.5 | 0.0 | 0.4 | 67.3 | 247.4 |
| | 대구 | 102 | 33.1 | 26.6 | 25.5 | 4.3 | 7.1 | 2.0 | 1.1 | 99.7 | 11.6 | 8.8 | 9.1 | 4.4 | 0.1 | 0.3 | 34.2 | 133.9 |
| | 인천 | 118 | 33.0 | 20.6 | 15.9 | 0.2 | 1.5 | 0.6 | 0.0 | 71.8 | 9.7 | 12.8 | 1.9 | 0.4 | 0.0 | 0.1 | 25.0 | 96.8 |
| | 광주 | 64 | 50.1 | 39.1 | 49.6 | 5.1 | 2.6 | 1.6 | 0.0 | 148.1 | 30.9 | 9.8 | 21.3 | 2.1 | 0.0 | 0.3 | 64.4 | 212.5 |
| | 대전 | 66 | 103.3 | 33.0 | 11.9 | 11.6 | 1.5 | 1.0 | 0.5 | 162.9 | 10.6 | 12.8 | 23.9 | 0.9 | 0.0 | 0.1 | 48.4 | 211.3 |
| | 울산 | 54 | 25.2 | 11.6 | 18.8 | 3.7 | 6.0 | 2.2 | 0.3 | 67.8 | 9.6 | 7.5 | 5.4 | 1.6 | 0.0 | 0.5 | 24.6 | 92.4 |
| | 경기도 | 540 | 33.5 | 50.2 | 28.2 | 4.5 | 11.4 | 2.2 | 0.1 | 130.0 | 22.1 | 7.4 | 11.3 | 2.2 | 0.0 | 0.1 | 43.1 | 173.1 |
| | 강원도 | 64 | 42.9 | 46.5 | 48.2 | 2.9 | 7.2 | 1.6 | 0.3 | 149.7 | 25.3 | 9.0 | 16.7 | 7.5 | 0.0 | 0.2 | 58.7 | 208.4 |
| | 충청도 | 161 | 21.2 | 13.8 | 22.0 | 9.3 | 3.4 | 1.1 | 0.1 | 70.8 | 5.3 | 3.0 | 2.5 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 13.8 | 84.6 |
| | 전라도 | 138 | 17.6 | 14.9 | 6.6 | 4.5 | 6.8 | 1.6 | 0.2 | 52.2 | 4.7 | 5.2 | 5.5 | 2.1 | 0.0 | 0.3 | 17.7 | 69.9 |
| | 경상도 | 240 | 58.4 | 22.1 | 23.4 | 29.1 | 4.6 | 1.2 | 0.9 | 139.6 | 24.6 | 18.9 | 18.6 | 3.7 | 0.2 | 0.2 | 66.2 | 205.9 |
| | 제주도 | 26 | 33.3 | 30.6 | 22.8 | 2.0 | 4.1 | 1.4 | 0.2 | 94.3 | 10.6 | 7.9 | 9.0 | 2.7 | 0.0 | 0.1 | 30.3 | 124.6 |
| 월 평 균 가 구 소 득 | 70만원 미만 | 11 | 23.1 | 21.0 | 20.3 | 0.5 | 17.5 | 0.0 | 1.2 | 83.7 | 3.4 | 2.0 | 1.0 | 5.1 | 0.0 | 0.0 | 11.5 | 95.2 |
| | 70~135만원 | 34 | 4.7 | 8.9 | 8.2 | 0.0 | 6.3 | 0.4 | 0.1 | 28.5 | 3.3 | 0.0 | 6.7 | 2.8 | 0.0 | 0.0 | 12.8 | 41.4 |
| | 135~200만원 | 84 | 10.4 | 9.6 | 8.3 | 0.6 | 0.0 | 0.5 | 0.0 | 29.4 | 2.0 | 0.0 | 0.8 | 1.4 | 0.0 | 0.1 | 4.2 | 33.6 |
| | 200~265만원 | 277 | 15.2 | 14.4 | 9.7 | 3.6 | 2.9 | 0.4 | 0.2 | 46.4 | 9.8 | 6.4 | 6.0 | 2.1 | 0.0 | 0.0 | 24.4 | 70.8 |
| | 265~335만원 | 306 | 19.4 | 16.0 | 19.2 | 1.7 | 3.3 | 0.7 | 0.2 | 60.4 | 8.2 | 3.8 | 7.2 | 3.5 | 0.0 | 0.1 | 22.8 | 83.2 |
| | 335~400만원 | 307 | 28.9 | 22.3 | 21.0 | 3.7 | 4.8 | 1.2 | 0.3 | 82.3 | 12.3 | 6.9 | 10.3 | 3.6 | 0.0 | 0.2 | 33.4 | 115.7 |
| | 400~500만원 | 351 | 36.5 | 29.3 | 38.3 | 3.3 | 5.9 | 1.5 | 0.3 | 115.1 | 14.3 | 9.2 | 12.1 | 3.4 | 0.1 | 0.2 | 39.3 | 154.4 |
| | 500~610만원 | 348 | 39.8 | 36.7 | 34.9 | 4.1 | 4.9 | 1.9 | 0.4 | 122.8 | 16.1 | 8.4 | 12.4 | 4.1 | 0.1 | 0.2 | 41.3 | 164.1 |
| | 610~810만원 | 284 | 52.0 | 41.2 | 44.4 | 6.5 | 6.7 | 1.7 | 0.6 | 153.0 | 23.3 | 10.3 | 16.2 | 5.2 | 0.1 | 0.3 | 55.4 | 208.5 |
| 810만원 이상 | 139 | 67.0 | 54.6 | 61.3 | 12.4 | 8.7 | 2.1 | 0.5 | 206.6 | 33.4 | 15.5 | 20.9 | 8.0 | 0.0 | 0.3 | 78.1 | 284.8 | |
| 가 구 | 1인 가구 | 570 | 104.4 | 73.5 | 62.5 | 16.0 | 9.3 | 4.1 | 0.4 | 270.2 | 51.0 | 23.1 | 29.5 | 9.6 | 0.0 | 0.4 | 113.6 | 383.8 |
| | 2인 가구 | 476 | 21.7 | 19.8 | 17.3 | 2.6 | 3.1 | 1.0 | 0.2 | 65.8 | 11.8 | 5.8 | 8.2 | 3.7 | 0.0 | 0.2 | 29.8 | 95.6 |
| | 3인 가구 | 481 | 39.4 | 29.7 | 18.0 | 6.1 | 5.5 | 1.2 | 0.4 | 100.3 | 18.3 | 9.5 | 12.8 | 5.0 | 0.1 | 0.2 | 45.9 | 146.2 |
| | 4인 가구 | 453 | 54.8 | 40.9 | 45.8 | 7.2 | 7.4 | 2.0 | 0.5 | 158.6 | 22.1 | 11.7 | 17.1 | 5.2 | 0.0 | 0.2 | 56.3 | 215.0 |
| | 5인 가구 | 161 | 54.4 | 45.9 | 52.9 | 5.9 | 6.8 | 2.1 | 0.5 | 168.4 | 23.5 | 9.8 | 16.4 | 4.8 | 0.0 | 0.3 | 54.9 | 223.3 |

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2019)

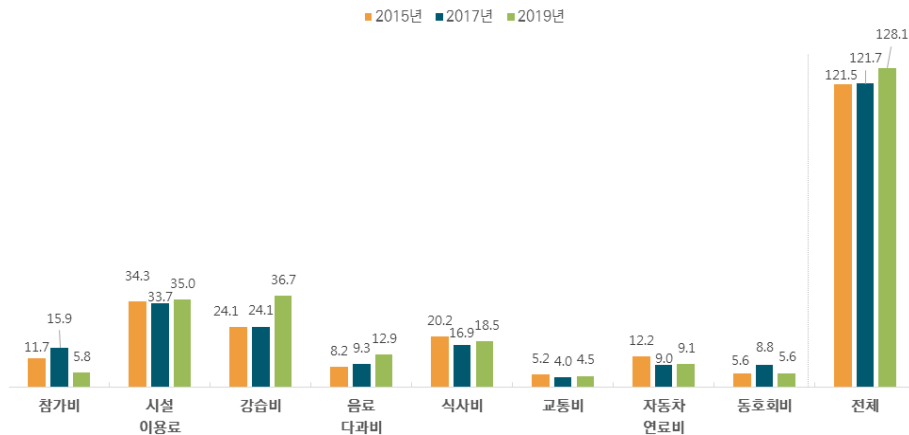


2 참여스포츠 연간 활동지출

2019년 기준 참여스포츠 연간 활동 지출은 128.1만 원으로 나타났으며, 강습비 36.7만원(28.6%), 시설 이용료 35.0만 원(27.3%), 식사비 18.5만 원(14.5%), 음료 다과비 12.9만원(10.1%) 등의 순으로 나타났다. 2017년 대비 지출은 6.4만원이 증가하였으며, 그 중 강습비가 52.1%로 크게 증가한 반면 참가비는 63.6%의 감소율을 보였다.

〈그림 3-19〉 참여스포츠 연간 활동 지출

(base = 전체 응답 가구 2015년 2,151가구/ 2017년 2,053가구/ 2019년 2,141가구, 단위: 만원)



※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2019)

지역별로는 서울, 경기도, 인천, 전라도, 울산이 평균보다 높게 나타났으며, 그 중 서울이 183.1만원으로 가장 높은 지출을 보였다. 서울은 모든 부문에서 전국 평균보다 높게 나타났으며, 특히 강습비는 61.8만원으로 전국에서 가장 많은 지출을 보이고 있다. 전라도는 참가비 29.1만원으로 전국 평균의 약 5배가량 높았고, 자동차연료비 또한 17.2만원으로 전국에서 가장 많이 지출하였다. 월평균 가구소득별로는 70만원 이상에서 135만원 미만의 가구가 22.0만원으로 가장 낮은 지출을 하는 반면 810만원 이상의 가구는 270.4만원으로 전체 가구에서 가장 높은 지출을 하고 있는 것으로 나타났다. 500만원 이상 610만원 미만의 가구부터는 평균 보다 높은 지출을 하였다. 가구별로는 1인 가구 70.7만원, 2인 가구 102.1만원으로 전국 평균보다 적게 지출하며, 3인 가구 154.3만원, 4인 가구 162.6만원, 5인 가구 232.1만원으로 전국 평균보다 많이 지출하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 3-88〉 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 | 2,151 | 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) | |
| 지역 | 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 평균 가구 소득 | 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 |
| 가구 | 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 3-89〉 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 별 평균 가구 소득 | 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)

〈표 3-90〉 2019년 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 | 2,141 | 5.8 | 35.0 | 36.7 | 12.9 | 18.5 | 4.5 | 9.1 | 5.6 | 128.1 | |
| 비중(%) | | (4.5) | (27.3) | (28.6) | (10.1) | (14.5) | (3.5) | (7.1) | (4.4) | (100.0) | |
| 지 역 | 서울 | 421 | 6.0 | 45.8 | 61.8 | 18.3 | 27.5 | 7.1 | 11.0 | 5.7 | 183.1 |
| | 부산 | 147 | 4.3 | 26.6 | 25.5 | 7.7 | 9.6 | 3.8 | 7.4 | 6.9 | 91.9 |
| | 대구 | 102 | 0.2 | 20.6 | 15.9 | 1.6 | 9.5 | 0.3 | 12.5 | 1.5 | 62.2 |
| | 인천 | 118 | 5.1 | 39.1 | 49.6 | 20.8 | 30.1 | 1.9 | 9.4 | 2.2 | 158.3 |
| | 광주 | 64 | 11.6 | 33.0 | 11.9 | 23.2 | 10.0 | 0.8 | 12.3 | 1.5 | 104.3 |
| | 대전 | 66 | 3.7 | 11.6 | 18.8 | 3.7 | 9.0 | 1.3 | 6.8 | 5.9 | 60.8 |
| | 울산 | 54 | 4.5 | 50.2 | 28.2 | 10.5 | 20.7 | 1.6 | 7.0 | 11.3 | 133.9 |
| | 경기도 | 540 | 2.9 | 46.5 | 48.2 | 16.0 | 24.5 | 7.1 | 8.8 | 7.2 | 161.2 |
| | 강원도 | 64 | 9.3 | 13.8 | 22.0 | 2.3 | 5.0 | 2.5 | 2.7 | 3.4 | 61.0 |
| | 충청도 | 161 | 4.5 | 14.9 | 6.6 | 4.4 | 4.2 | 1.8 | 4.2 | 6.8 | 47.4 |
| | 전라도 | 138 | 29.1 | 22.1 | 23.4 | 17.6 | 23.3 | 3.4 | 17.2 | 4.6 | 140.6 |
| | 경상도 | 240 | 2.0 | 30.6 | 22.8 | 8.2 | 9.6 | 2.6 | 7.1 | 3.8 | 86.8 |
| | 제주도 | 26 | 0.5 | 21.0 | 20.3 | 1.0 | 3.4 | 5.1 | 2.0 | 16.0 | 69.3 |
| 별 평 균 가 구 소 득 | 70만원 미만 | 11 | 0.0 | 8.9 | 8.2 | 6.7 | 3.3 | 2.7 | 0.0 | 6.3 | 36.1 |
| | 70~135만원 | 34 | 0.6 | 9.6 | 8.3 | 0.6 | 1.8 | 1.1 | 0.0 | 0.0 | 22.0 |
| | 135~200만원 | 84 | 3.6 | 14.4 | 9.7 | 5.5 | 9.6 | 2.1 | 6.2 | 2.9 | 54.0 |
| | 200~265만원 | 277 | 1.7 | 16.0 | 19.2 | 6.7 | 7.6 | 3.4 | 3.4 | 3.2 | 61.3 |
| | 265~335만원 | 306 | 3.7 | 22.3 | 21.0 | 9.6 | 11.5 | 3.3 | 6.5 | 4.5 | 82.4 |
| | 335~400만원 | 307 | 3.3 | 29.3 | 38.3 | 11.3 | 13.3 | 3.1 | 8.6 | 5.9 | 113.1 |
| | 400~500만원 | 351 | 4.1 | 36.7 | 34.9 | 11.5 | 15.0 | 3.7 | 7.7 | 4.8 | 118.4 |
| | 500~610만원 | 348 | 6.5 | 41.2 | 44.4 | 15.3 | 22.3 | 4.9 | 9.5 | 6.7 | 150.8 |
| | 610~810만원 | 284 | 12.4 | 54.6 | 61.3 | 19.9 | 32.1 | 7.6 | 14.8 | 8.5 | 211.1 |
| 810만원 이상 | 139 | 16.0 | 73.5 | 62.5 | 27.8 | 49.9 | 8.9 | 22.6 | 9.2 | 270.4 | |
| 가 구 | 1인 가구 | 570 | 2.6 | 19.8 | 17.3 | 7.6 | 11.2 | 3.5 | 5.4 | 3.1 | 70.7 |
| | 2인 가구 | 476 | 6.1 | 29.7 | 18.0 | 12.0 | 17.3 | 4.8 | 8.8 | 5.4 | 102.1 |
| | 3인 가구 | 481 | 7.2 | 40.9 | 45.8 | 16.2 | 21.1 | 4.8 | 11.1 | 7.2 | 154.3 |
| | 4인 가구 | 453 | 5.9 | 45.9 | 52.9 | 15.4 | 22.4 | 4.3 | 9.2 | 6.6 | 162.6 |
| | 5인 가구 | 161 | 11.5 | 55.3 | 87.4 | 17.4 | 29.8 | 6.2 | 16.6 | 7.9 | 232.1 |

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2019)

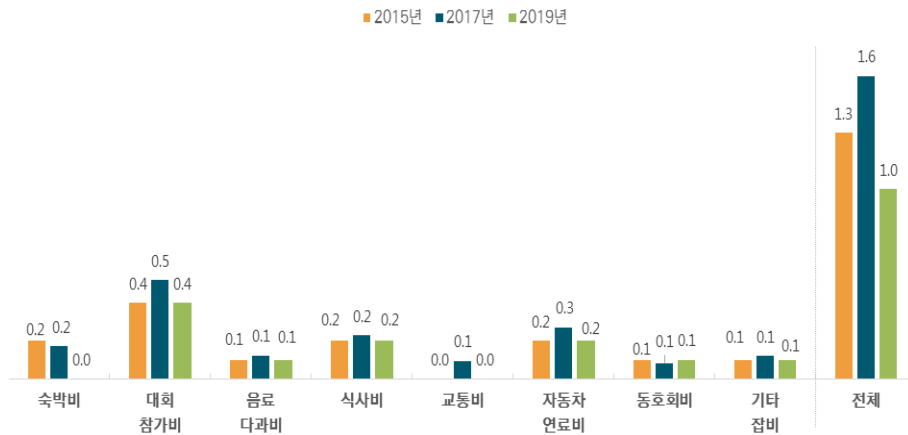


3 연간 대회참가 지출

2019년 기준 연간 대회참가 지출은 1.0만 원으로 나타났으며, 평균 횟수는 0.2회로 나타났다. 대회참가 지출 중 대회참가비는 0.4만 원(37.7%)으로 가장 많은 비중을 차지하였고, 자동차 연료비 0.2만 원(16.7%), 식사비 0.2만 원(15.2%), 동호회비 0.1만원(10.4%) 등의 순으로 나타났다. 월평균 가구소득별로는 610만원 이상 810만원 미만의 가구가 1.7만원으로 가장 높게 나타났으며, 가구원수별로는 1인 가구 0.9만원, 2인 가구 0.5만원, 3인 가구 1.5만원, 4인 가구 1.1만원, 5인 가구 1.0만원으로 나타났다. 2017년 대비 증감률을 살펴보면 숙박비와 교통비가 100%의 높은 감소율을 보였다.

〈그림 3-20〉 연간 대회참가 지출

(base = 전체 응답 가구 2015년 2,151가구/ 2017년 2,053가구/ 2019년 2,141가구, 단위: 만원)



※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2019)

〈표 3-91〉 2015년 연간 대회참가 경비지출

(단위: 만 원, 회, %)

| 구 분 | 사례수 | 평균 회수 (회) | 숙박비 | 대회 참가비 | 음료 다과비 | 식사비 | 교통비 | 자동차 연료비 | 동호회 비 | 기타 (잡비) | 합계 | |
|------------|-----------|-----------|--------|--------|--------|--------|-------|---------|-------|---------|---------|------|
| 전 체 | 2151 | 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 | 0.9 | |
| | 부산 | 150 | 0.1 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.8 | |
| | 대구 | 111 | 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 | 1.5 | |
| | 광주 | 64 | 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 | 0.1 | |
| | 울산 | 48 | 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 가구 소득 | 200만원 미만 | 146 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.1 |
| | 201~300만원 | 363 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 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 3-92〉 2017년 연간 대회참가 경비지출

(단위: 만 원, 회, %)

| 구 분 | 사례 수 | 평균 횟수 (회) | 숙비비 | 대회 참가비 | 음료 대박비 | 식사비 | 교통비 | 자동차 연료비 | 동호회 비 | 기타 (잡비) | 합계 | |
|------------|-----------|-----------|--------|--------|--------|--------|-------|---------|-------|---------|---------|-----|
| 전 체 | 2,053 | 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 | 0.1 | 2.5 |
| | 부산 | 136 | 0.0 | 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 | 0.2 | 1.4 |
| | 인천 | 121 | 0.0 | 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 | 0.0 |
| | 대전 | 64 | 0.2 | 0.0 | 1.0 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | 1.1 | 0.3 | 0.2 | 2.8 |
| | 울산 | 49 | 0.0 | 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 | 0.2 | 1.6 |
| | 강원도 | 61 | 0.8 | 1.0 | 1.2 | 0.4 | 1.2 | 1.7 | 2.1 | 1.0 | 1.1 | 9.9 |
| | 충청도 | 150 | 0.1 | 0.0 | 0.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.0 | 1.0 |
| | 전라도 | 132 | 0.3 | 0.2 | 0.7 | 0.2 | 0.8 | 0.0 | 0.5 | 0.1 | 0.0 | 2.5 |
| | 경상도 | 228 | 0.0 | 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 | 0.0 |
| 월 평균 가구 소득 | 70만원 미만 | 8 | 0.3 | 0.0 | 1.3 | 0.0 | 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 | 0.0 |
| | 135~200만원 | 117 | 0.0 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 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 | 0.0 | 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 | 0.3 | 2.5 |
| | 400~500만원 | 459 | 0.2 | 0.1 | 0.6 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 0.3 | 0.2 | 0.1 | 1.7 |
| | 500~610만원 | 342 | 0.2 | 0.5 | 0.7 | 0.2 | 0.4 | 0.1 | 0.6 | 0.1 | 0.2 | 2.8 |
| | 610~810만원 | 170 | 0.1 | 0.5 | 0.4 | 0.2 | 0.2 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.0 | 1.9 |
| 810만원 이상 | 44 | 0.3 | 0.0 | 1.9 | 0.1 | 0.3 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 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 | 0.1 | 0.6 |
| | 2인 가구 | 467 | 0.1 | 0.1 | 0.4 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | 0.0 | 1.0 |
| | 3인 가구 | 474 | 0.2 | 0.2 | 0.7 | 0.2 | 0.5 | 0.3 | 0.2 | 0.1 | 0.3 | 2.5 |
| | 4인 가구 | 439 | 0.2 | 0.5 | 0.8 | 0.2 | 0.3 | 0.0 | 0.6 | 0.1 | 0.1 | 2.6 |
| | 5인 가구 | 147 | 0.2 | 0.1 | 0.5 | 0.3 | 0.0 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.1 | 1.3 |

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2017)

〈표 3-93〉 2019년 연간 대회참가 경비지출

(단위: 만 원, 회, %)

| 구 분 | 사례 수 | 평균 횟수 (회) | 숙부비 | 대회 참가비 | 음료 대비 | 식사비 | 교통비 | 자동차 연료비 | 동호회 비 | 기타 (잡비) | 합계 | |
|------------|-----------|-----------|-------|--------|-------|--------|-------|---------|--------|---------|---------|-----|
| 전 체 | 2141 | 0.2 | 0.0 | 0.4 | 0.1 | 0.2 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 1.0 | |
| 비중(%) | | | (3.3) | (37.7) | (7.5) | (15.2) | (4.0) | (16.7) | (10.4) | (5.3) | (100.0) | |
| 지 역 | 서울 | 421 | 0.2 | 0.0 | 0.4 | 0.1 | 0.2 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | 1.0 | |
| | 부산 | 147 | 0.2 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | 0.9 | |
| | 대구 | 102 | 0.3 | 0.1 | 1.1 | 0.4 | 1.1 | 0.1 | 1.1 | 0.2 | 4.2 | |
| | 인천 | 118 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | |
| | 광주 | 64 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.2 | 0.3 | 0.6 | |
| | 대전 | 66 | 0.4 | 0.0 | 0.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.9 | |
| | 울산 | 54 | 0.1 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.5 | |
| | 경기도 | 540 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.3 |
| | 강원도 | 64 | 0.1 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.6 |
| | 충청도 | 161 | 0.3 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.1 |
| | 전라도 | 138 | 0.2 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.5 |
| | 경상도 | 240 | 0.5 | 0.2 | 0.9 | 0.1 | 0.3 | 0.0 | 0.5 | 0.0 | 0.1 | 2.3 |
| | 제주도 | 26 | 0.2 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.3 | 0.0 | 0.7 |
| 월 평균 가구 소득 | 70만원 미만 | 11 | 0.3 | 0.0 | 1.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 1.5 | 0.0 | 2.8 |
| | 70~135만원 | 34 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.1 |
| | 135~200만원 | 84 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 200~265만원 | 277 | 0.1 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.3 |
| | 265~335만원 | 306 | 0.1 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.5 |
| | 335~400만원 | 307 | 0.2 | 0.0 | 0.3 | 0.1 | 0.2 | 0.0 | 0.2 | 0.3 | 0.1 | 1.2 |
| | 400~500만원 | 351 | 0.1 | 0.1 | 0.3 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.6 |
| | 500~610만원 | 348 | 0.2 | 0.1 | 0.4 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | 0.0 | 1.1 |
| | 610~810만원 | 284 | 0.2 | 0.1 | 0.6 | 0.2 | 0.3 | 0.1 | 0.4 | 0.0 | 0.1 | 1.7 |
| 810만원 이상 | 139 | 0.3 | 0.0 | 0.5 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 1.2 | |
| 가 구 | 1인 가구 | 570 | 0.2 | 0.0 | 0.4 | 0.1 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | 0.9 |
| | 2인 가구 | 476 | 0.1 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.5 |
| | 3인 가구 | 481 | 0.2 | 0.1 | 0.4 | 0.1 | 0.3 | 0.0 | 0.4 | 0.1 | 0.0 | 1.5 |
| | 4인 가구 | 453 | 0.2 | 0.0 | 0.5 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.2 | 0.0 | 1.1 |
| | 5인 가구 | 161 | 0.3 | 0.0 | 0.5 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 1.0 |

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2019)



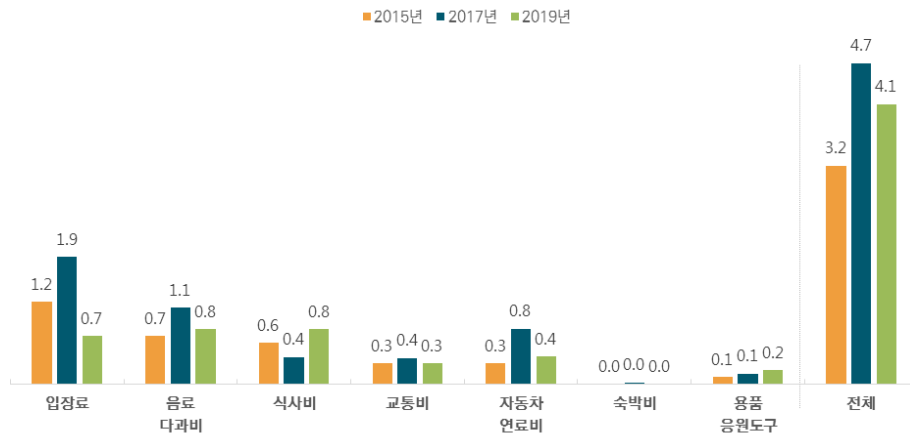
4 관람스포츠 연간 직접 관람 경비

2019년 기준 관람스포츠 연간 직접 관람 경비는 4.1만 원으로 나타났으며, 평균 관람 횟수는 0.7회로 나타났다. 연간 직접 관람 경비 중 입장료는 1.6만원(40.2%)으로 가장 큰 비중을 차지하였으며, 음료 다과비 0.8만원(19.2%), 식사비 0.8만원(19.0%), 자동차 연료비 0.4만원(9.9%), 교통비 0.3만원(6.7%) 등의 순으로 나타났다. 지역별로 광주, 서울, 전라도, 대전, 강원도, 충청도 등이 평균 관람 횟수 0.7회보다 높게 나타났으며, 특히 광주의 평균 관람 횟수는 1.2회로 가장 높게 나타났다. 월평균 가구소득별로는 500만원 이상 610만원 미만의 가구를 제외한 모든 가구 대부분 소득이 증가함에 따라 직접 관람 경비가 증가하는 경향을 보인다. 또한 가구별로 가구원수가 많을수록 경비가 증가하였으며, 5인 가구의 지출경비는 6.3만원으로 가장 많았다.

2017년 대비 증감률은 용품 및 응원도구와 식사비가 각각 100.0%의 증가를 보인 반면, 자동차 연료비는 50.0% 감소한 것으로 나타났다.

〈그림 3-21〉 관람스포츠 연간 직접 관람 경비

(base = 전체 응답 가구 2015년 2,151가구 / 2017년 2,053가구 / 2019년 2,141가구, 단위: 만원)



※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2019)

〈표 3-94〉 2015년 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 | 2,151 | 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) | |
| 지역 | 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 | |
| 월 평균 가구 소득 | 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 |
| 가구 | 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 3-95〉 2017년 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 | 2,053 | 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 | 3.7 |
| | 부산 | 136 | 0.8 | 0.9 | 0.6 | 0.4 | 0.4 | 0.7 | 0.0 | 3.1 |
| | 대구 | 95 | 0.3 | 1.2 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 0.5 | 0.0 | 2.5 |
| | 인천 | 121 | 0.7 | 1.2 | 0.6 | 0.1 | 0.1 | 0.5 | 0.0 | 2.7 |
| | 광주 | 61 | 1.9 | 2.4 | 2.1 | 0.3 | 0.3 | 0.5 | 0.0 | 5.9 |
| | 대전 | 64 | 2.6 | 4.4 | 3.4 | 0.8 | 0.8 | 1.5 | 0.0 | 11.4 |
| | 울산 | 49 | 0.5 | 0.6 | 0.4 | 0.1 | 0.1 | 0.7 | 0.0 | 2.0 |
| | 경기도 | 501 | 1.0 | 1.6 | 0.9 | 0.3 | 0.3 | 0.5 | 0.0 | 3.7 |
| | 강원도 | 61 | 2.8 | 9.5 | 4.5 | 3.4 | 3.4 | 5.1 | 0.5 | 26.5 |
| | 충청도 | 150 | 1.0 | 2.1 | 1.1 | 0.2 | 0.2 | 1.2 | 0.0 | 5.1 |
| | 전라도 | 132 | 1.7 | 2.6 | 2.2 | 0.4 | 0.3 | 1.3 | 0.0 | 7.1 |
| | 경상도 | 228 | 0.7 | 0.9 | 0.6 | 0.1 | 0.1 | 1.0 | 0.0 | 2.8 |
| | 제주도 | 22 | 1.0 | 1.3 | 1.5 | 0.5 | 0.5 | 1.0 | 0.0 | 4.7 |
| 별 평균 가구 소득 | 70만원 미만 | 8 | 2.4 | 3.7 | 3.8 | 0.9 | 0.9 | 0.0 | 1.0 | 10.3 |
| | 70~135만원 | 26 | 0.5 | 2.3 | 0.5 | 1.2 | 1.2 | 0.0 | 0.0 | 5.2 |
| | 135~200만원 | 117 | 0.6 | 0.9 | 0.8 | 0.1 | 0.1 | 0.4 | 0.0 | 2.4 |
| | 200~265만원 | 261 | 0.8 | 1.6 | 1.0 | 0.3 | 0.3 | 0.6 | 0.0 | 3.7 |
| | 265~335만원 | 273 | 0.5 | 0.9 | 0.7 | 0.2 | 0.2 | 0.5 | 0.0 | 2.4 |
| | 335~400만원 | 353 | 1.2 | 2.4 | 1.5 | 0.4 | 0.4 | 1.7 | 0.0 | 6.5 |
| | 400~500만원 | 459 | 1.2 | 2.1 | 1.0 | 0.5 | 0.4 | 0.7 | 0.0 | 4.9 |
| | 500~610만원 | 342 | 1.2 | 1.9 | 1.4 | 0.4 | 0.3 | 0.6 | 0.0 | 4.7 |
| | 610~810만원 | 170 | 1.6 | 2.4 | 1.4 | 0.9 | 0.9 | 1.1 | 0.2 | 7.2 |
| 810만원 이상 | 44 | 1.5 | 2.5 | 0.6 | 0.4 | 0.4 | 0.6 | 0.0 | 4.5 | |
| 가 구 | 1인 가구 | 526 | 0.8 | 1.5 | 1.3 | 0.3 | 0.3 | 0.7 | 0.0 | 4.1 |
| | 2인 가구 | 467 | 0.8 | 1.7 | 0.9 | 0.3 | 0.3 | 0.9 | 0.1 | 4.2 |
| | 3인 가구 | 474 | 1.1 | 2.0 | 1.0 | 0.4 | 0.4 | 0.8 | 0.0 | 4.8 |
| | 4인 가구 | 439 | 1.5 | 2.2 | 1.3 | 0.6 | 0.5 | 0.9 | 0.0 | 5.7 |
| | 5인 가구 | 147 | 1.3 | 2.1 | 1.3 | 0.6 | 0.6 | 0.6 | 0.0 | 5.3 |

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2017)

〈표 3-96〉 2019년 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 | 2,141 | 0.7 | 1.6 | 0.8 | 0.8 | 0.3 | 0.4 | 0.0 | 0.2 | 4.1 | |
| 비중(%) | | | (40.2) | (19.2) | (19.0) | (6.7) | (9.9) | (0.3) | (4.6) | (100.0) | |
| 지 역 | 서울 | 421 | 1.0 | 2.3 | 1.0 | 1.0 | 0.4 | 0.3 | 0.0 | 0.3 | 5.3 |
| | 부산 | 147 | 0.7 | 2.0 | 1.0 | 0.9 | 0.5 | 0.3 | 0.0 | 0.0 | 4.7 |
| | 대구 | 102 | 0.3 | 0.6 | 0.3 | 0.2 | 0.1 | 0.3 | 0.0 | 0.1 | 1.6 |
| | 인천 | 118 | 0.4 | 1.6 | 0.5 | 0.8 | 0.2 | 0.3 | 0.0 | 0.3 | 3.6 |
| | 광주 | 64 | 1.2 | 1.0 | 0.7 | 0.6 | 0.1 | 0.3 | 0.0 | 0.1 | 2.8 |
| | 대전 | 66 | 0.9 | 2.2 | 1.7 | 0.6 | 0.3 | 0.6 | 0.0 | 0.5 | 5.9 |
| | 울산 | 54 | 0.6 | 2.2 | 0.8 | 1.3 | 0.5 | 0.4 | 0.0 | 0.1 | 5.3 |
| | 경기도 | 540 | 0.6 | 1.6 | 0.7 | 0.7 | 0.3 | 0.2 | 0.0 | 0.2 | 3.6 |
| | 강원도 | 64 | 0.8 | 1.1 | 0.1 | 0.3 | 0.4 | 0.4 | 0.0 | 0.0 | 2.2 |
| | 충청도 | 161 | 0.8 | 1.6 | 0.9 | 0.5 | 0.2 | 0.9 | 0.0 | 0.3 | 4.4 |
| | 전라도 | 138 | 1.0 | 1.2 | 0.9 | 1.0 | 0.2 | 1.2 | 0.1 | 0.1 | 4.7 |
| | 경상도 | 240 | 0.5 | 1.4 | 0.7 | 1.0 | 0.1 | 0.6 | 0.0 | 0.1 | 3.9 |
| 제주도 | 26 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | |
| 월 평 균 가 구 소 득 | 70만원 미만 | 11 | 0.4 | 0.4 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.5 |
| | 70~135만원 | 34 | 0.3 | 0.5 | 0.2 | 0.2 | 0.3 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 1.2 |
| | 135~200만원 | 84 | 0.5 | 0.4 | 0.5 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 1.3 |
| | 200~265만원 | 277 | 0.4 | 0.7 | 0.4 | 0.4 | 0.1 | 0.3 | 0.0 | 0.1 | 2.1 |
| | 265~335만원 | 306 | 0.6 | 1.2 | 0.7 | 0.6 | 0.3 | 0.3 | 0.0 | 0.2 | 3.2 |
| | 335~400만원 | 307 | 0.7 | 1.5 | 0.8 | 0.9 | 0.2 | 0.5 | 0.0 | 0.1 | 4.2 |
| | 400~500만원 | 351 | 0.7 | 1.9 | 0.8 | 1.0 | 0.3 | 0.6 | 0.0 | 0.2 | 4.8 |
| | 500~610만원 | 348 | 0.9 | 1.7 | 0.8 | 0.7 | 0.3 | 0.4 | 0.0 | 0.2 | 4.0 |
| | 610~810만원 | 284 | 0.9 | 2.1 | 1.0 | 1.2 | 0.4 | 0.5 | 0.1 | 0.3 | 5.5 |
| 810만원 이상 | 139 | 1.1 | 4.1 | 1.6 | 1.0 | 0.5 | 0.3 | 0.0 | 0.4 | 7.9 | |
| 가 구 | 1인 가구 | 570 | 0.5 | 1.0 | 0.6 | 0.5 | 0.2 | 0.3 | 0.0 | 0.1 | 2.7 |
| | 2인 가구 | 476 | 0.6 | 1.2 | 0.6 | 0.7 | 0.1 | 0.4 | 0.0 | 0.2 | 3.2 |
| | 3인 가구 | 481 | 0.8 | 2.0 | 0.8 | 0.9 | 0.3 | 0.5 | 0.0 | 0.2 | 4.8 |
| | 4인 가구 | 453 | 1.0 | 2.1 | 1.0 | 1.0 | 0.4 | 0.5 | 0.0 | 0.3 | 5.3 |
| | 5인 가구 | 161 | 1.2 | 2.9 | 1.3 | 0.9 | 0.4 | 0.4 | 0.0 | 0.3 | 6.3 |

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2019)



제4장

스포츠산업 정책

2019 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 정부는 관련 법률을 제·개정하여 정책지원의 근거를 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 기자재'로 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 7,900만 원이 지원되었다. 1989년 3월 31일에는 「체육시설의 설치·이용에 관한 법률」이 제정됨으로써 민간 체육시설업의 효율적인 관리와 체계적인 육성을 할 수 있는 기반이 마련되었다.

1990년대 스포츠산업 정책은 제1차 국민체육진흥5개년계획(1993~1997)과 제2차 국민체육진흥5개년 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 국민체육진흥 5개년계획은 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, 스포츠 소비자의 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 스포츠산업



비전 2010은 스포츠산업 활성화와 국제경쟁력 강화를 위한 집중지원 전략의 필요성을 인식하고 체계적으로 스포츠산업을 지원하여 국가전략산업의 하나로 성장시키기 위한 의지를 담고 있다. 스포츠산업 진흥을 위한 추진과제 선정, 고부가가치 스포츠용품 개발 및 국제경쟁력 강화, 레저스포츠산업기반 확대, 프로스포츠산업의 성장기반 구축 등 향후 스포츠산업의 경쟁력을 강화할 수 있는 특성화 분야에 집중지원을 핵심으로 하였다. 문화체육관광부는 2018년에 2019-2023 제3차 스포츠산업 중장기 발전 계획을 발표했다. ‘경제 성장을 이끄는 스포츠산업’이라는 비전 아래 혁신·성장, 균형·일자리, 지속가능성의 세 가지 핵심가치를 추구한다. 첫째, ‘혁신·성장’ 가치아래 스포츠산업과 첨단기술 융합으로 4차 산업혁명이라는 외부적 변화에 대응해 스포츠기업의 체계적 육성을 통한 혁신·성장 동력을 창출하고자 한다. 둘째, ‘균형·일자리’를 목표로 스포츠산업의 지역별·업종별 균형 발전과 새로운 시장 수요에 대응하는 일자리 공급 체계를 구축하려고 한다. 셋째, 지속가능성 측면에서 지속가능한 스포츠산업 진흥기반 확립을 위한 지원 전담체계 구축 및 법·제도 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 기업이 2017년 6,200개에서 2023년 7,000개로 늘어나는 것을 목표로 한다. 기업 영세성 완화를 위해 10인 미만 기업의 비중을 2017년 96%에서 2023년 93%로 낮추는 것을 목표로 한다.

문화체육관광부의 2020 스포츠산업실태조사에 따르면 2019년 국내 스포츠산업 시장규모는 약 80조 원으로 전년대비 3.4%가 증가하였고, 스포츠산업에 종사하고 있는 종사자 수는 약 44만 9천 명으로 전년대비 3.3%가 증가한 것으로 집계되었다. 이에 정부는 ‘스포츠산업의 융·복합화를 통한 미래성장 동력 창출’을 비전으로 추진전략 및 추진과제를 마련하고 문화체육관광부는 문화융성을 통한 국민행복·창조경제 실현가시화를 목표로, 생활 속 문화 체감 확대, 콘텐츠·관광·스포츠 산업 집중 육성, 문화융성 가치의 사회·경제적 확산을 통해 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

〈표 4-1〉 FTA 추진 현황

| 구분 | 대상수 (건) | 국가명 |
|--------------------------|---------|---|
| 발효된 FTA | 16건 | 칠레, 싱가포르, EFTA(4개국), ASEAN(10개국), 인도, EU(27개국), 페루, 미국, 터키, 호주, 캐나다, 중국, 뉴질랜드, 베트남, 콜롬비아, 중미(5개국) |
| 서명, 타결, 협상중인 FTA | 14건 | 영국, RCEP, 인도네시아 CEPA, 이스라엘, 한·중·일, MERCOSUR(아르헨티나, 브라질, 파라과이, 우루과이, 베네수엘라 중 베네수엘라 제외 4개국), 필리핀, 러시아, 말레이시아, 한·ASEAN(추가자유화), 한·인도 CEPA(업그레이드), 한·칠레 FTA(업그레이드), 한·중 FTA(서비스, 투자후속 협상), 한·에라도르 SECA |
| 검토 중인 FTA (재개, 개시, 여건조성) | 2건 | PA, EAEU(5개국) |

※ 출처: 산업통상자원부(2019)

최근 들어 국가 간 자유무역협정(FTA: Free Trade Agreement) 및 세계무역기구(WTO: World Trade Organization)의 지역무역협정(RTA: Regional Trade Agreement)에 의한 관세 철폐 추세가 전 세계적으로 빠르게 확산되면서 국내·외적으로 자국 산업을 보호할 목적으로 제정되었던 산업, 무역, 금융 관련 각종 규제가 완화되거나 철폐되어가고 있다.

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.

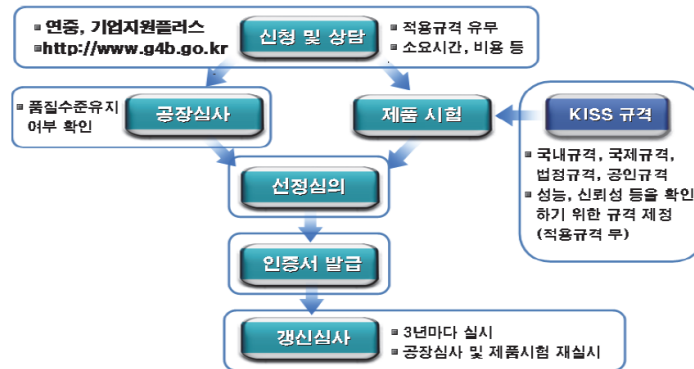


〈표 4-2〉 '19년 스포츠용품 시험 및 인증사업의 구성

| 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, 법정 의무인증, 법정입의 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, 한국기업데이터, 기업신용분석보고서를 활용한 성과조사 데이터 신뢰성 확보 |
| 우수체육용구 생산업체 지정 | 우수체육용구 지정 제도 보완 정착화 |

(2) 스포츠용품 시험 및 인증 사업의 추진과정

〈그림 4-1〉 KISS 인증절차



정부는 국내 스포츠용품업체의 기술력 향상 및 국제경쟁력 확보를 위해 2007년부터 2019년까지 총 140억 원을 투자하여 스포츠용품 인증사업을 추진하고 있으며, 2019년 1월부터 12월의 사업비용은 2018년과 동일한 1,219백만 원(국내인증 719백만 원, 해외인증 500백만 원)이다.

〈표 4-3〉 스포츠 인증 제도를 위한 투자현황

(단위: 백만 원)

| 구 분 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 계 |
|-------|-------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 품질 인증 | 경상보조 | 340 | 340 | 1,014 | 659 | 605 | 719 | 719 | 719 | 719 | 7,642 |
| | 자본보조 (장비구입) | 100 | 100 | 100 | 100 | 154 | | | | | |
| 해외인증 | 460 | 460 | 460 | 460 | 460 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 5,160 |
| 합 계 | 900 | 900 | 1,574 | 1,219 | 1,219 | 1,219 | 1,219 | 1,219 | 1,219 | 1,219 | 12,802 |

※12년은 시험소 이전 비용 포함

※15년부터 기금회계로 변경되었으며 민간경상보조금으로 해외인증 490천 원이 지원됨

이에 정부는 시험·검사를 위한 장비(총 114종, 2019년 말 기준)를 도입하여 2019년까지 총 24,728건의 스포츠용품을 시험하였다.

〈표 4-4〉 '19년 KISS 품질인증 실적

| 번호 | 업체명 | 품목명 | 모델명 |
|----|----------------|-----------|---------------------------|
| 1 | 1 (주)홍인터내셔널 | 다트 | VSPHOENX X |
| 2 | 2 코리아우드 | 실내체육관바닥재 | 스마트내진장선시스템(SM-SPSK) |
| | | | 예교장선조절시스템(ECO-SPK) |
| 3 | 4 (주)에이비텍 | 실내체육관바닥재 | DF-SUB/드라이코어 |
| 4 | 5 (주)한백아이디 | 실내체육관바닥재 | HB-ADS |
| | | | HB-SINGLE |
| 5 | 7 (주)반아테크 | 실내체육관바닥재 | HV 마루시스템 |
| 6 | 8 세민테크(주) | 실내체육관바닥재 | SMT-ENQ-200 |
| | | | SMT-ENQ-100 |
| 7 | 10 (주)효성월드그린 | 인조잔디 | WG-KM55 |
| | | | WG-XMN35(MAT) |
| | | | WG-F20 |
| | | | WG-XMN35(PAD) |
| 8 | 14 (주)더블유티씨 | 실내체육관바닥재 | 방진하부를 시스템(UNOBAT 62+ 보급형) |
| 9 | 15 라운드코리아(주) | 인조잔디 | RM55e |
| | | | RX35 |
| | | | RL19 |
| | | | RM20 |
| 10 | 19 빅라인스포츠 | 야구공 | KA-100 |
| 11 | 20 (주)스카이라인스포츠 | 야구공 | AAK-100 |
| 12 | 21 비인더스트리 | 야구펜스 보호패드 | BI-p80 |
| | | | BI-p100 |
| | | | BI-p150 |
| 13 | 24 (주)베스트필드 | 인조잔디 | GR550e |



| 번호 | 업체명 | 품목명 | 모델명 |
|----|-----------------|------------------|-------------------|
| | | | GR350 |
| | | | GR450 |
| | | | GR650 |
| 14 | (주)동양에코텍 | 인조잔디 | DYKM3500 |
| | | | DYKM5500 |
| 15 | 대성산업주식회사 | 실내체육관바닥재 | DS-SC-01 |
| | | | DS-LC-01 |
| 16 | 유레카코퍼레이션 | 실내체육관바닥재 | E-Cross Steel |
| | | | E-Cross Single |
| | | | E-Cross Double |
| 17 | (주)반아테크 | 실내체육관바닥재 | HVS-300-02마루시스템 |
| 18 | 주식회사에코코리아 | 실내체육관바닥재 | GFS-200-1 |
| 19 | 지에스산전(주) | 실내체육관바닥재 | GS-101 |
| 20 | (주)볼빅 | 골프공 | VIVID |
| | | 골프공 | VIVID LITE |
| 21 | 주식회사 제스트 | 자동배팅기 | AUTO BAT-Z2 |
| | | 자동배팅기 | AUTO BAT-ZB2 |
| 22 | (주)사선 | 스마트선글라스 | B:CON 10 |
| 23 | 주식회사 제트웨이크 | 전동 서프보드 | B200 |
| 24 | (주)아티스앤오션 | 다이브 컴퓨터 | 다이브로이드 미니 |
| 25 | 주식회사 제미타 | ZESS 스마트 보호구 | ZCG-01 |
| 26 | (주)홍진에이치제이씨 | 오토바이 경주용 헬멧 | RPHA 01R |
| 27 | (주)진글라이더 | 패러글라이더 | LEOPARO |
| 28 | (주)무토 | 유니폼 | Kyurugi&Poomsae |
| 29 | (주)케이에스아이테크 | 음파동수직진동운동기기 | KSI-01 |
| | | 음파동수직진동운동기기 | KSI-02 |
| 30 | (주)신일스푸츠 | 척추, 등 보호대 | IMPACT CORE B PRO |
| 31 | (주)넛소 | 농구공 | PATRIOT |
| | | 축구공 | 뉴투지(New Tuji) |
| | | 테니스공 | CZAR TOUR |
| 32 | 주식회사 유라이크 | 홀골프시뮬레이터(X-play) | TG100L |
| 33 | 주식회사 다빈치프로덕츠 | 패러글라이더 텐덤 | DUET(34,44) |
| | | 비상낙하산 | COMMA |
| | | 하네스 | HARMONY |
| 34 | 주식회사 대원포티스 | 승마시뮬레이터(Fortis) | Fortis P3 |
| | | 승마시뮬레이터(Fortis) | Fortis Soul |
| | | 승마시뮬레이터(Fortis) | Fortis P1 |
| 35 | 주식회사 바른자세연구소 | B3F SEATPOST | FORMEGA 01 |
| 36 | OP(Obey&Praise) | 전광스쿠어보드 | Score524mp3 |
| 37 | (주)피닉스다트 | 다트 | Phoenixdarts 5 |
| 38 | (주)에이버텍 | 실내체육관바닥재 | DRICORE.T |

| 번호 | 업체명 | 품목명 | 모델명 | |
|----|-----|------------|----------|---------------------|
| 39 | 66 | (주)한국에프앤에이 | 실내체육관바닥재 | 쿠션레벨링시스템(K-Sports1) |
| 40 | 67 | 양투카에스엘 | 인조잔디 | SL-GP-55 |
| | 68 | | 인조잔디 | SL-GP-45 |
| | 69 | | 인조잔디 | SL-GP-35 |
| | 70 | | 인조잔디 | SL-GP-20 |
| 41 | 71 | 아이이디건설주식회사 | 실내체육관바닥재 | HIDE-maroo 마루틀 |

〈표 4-5〉 '19년 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 |
| | | · 진자형 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 | · 벨트센서 | · 스윙 웨이트 측정기 |
| | | · 클럽헤드각측정기 | · 헤드-소프트브리기 | · 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 퍼팅시스템 시험기 | · 골프 퍼팅동작 분석기 |
| | | · 바닥재 내구성 시험기 | | |
| 2012 | 4 | · 동작분석시스템 | · 도막두께측정기 | · 체육관미끄럼시험기 |



| 구분 | 계 | 주요 품 목 | | |
|------|---|----------------|-----------------|------------------|
| | | · 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 | · 스포츠비탁재시험기 | · 다목적스포츠용품피로시험기 | · 축구공 내구성 시험기 |
| | | · 디지털캘리퍼스 | · 전자저울 | · 자동데이터입력시스템 |
| | | · 디지털 토크렌치 | | |
| 2018 | 6 | · 고속카메라 | · 소음진동계측시스템 | · 정밀영상분석시스템 |
| | | · 자전거페달 시험기 | · 자전거타이어내압시험기 | · 야구공 둘레길이 측정기 |
| 2019 | 6 | · 다채널 데이터 수집장치 | · 컴파운드 프레스 | · 환경챔버 |
| | | · 반발높이시험기 | · 수분흡수율시험기 | · 5축 CNC 가공장비 |

(3) 스포츠용품 시험 및 인증 사업의 추진실적 및 성과

2019년 정부는 스포츠용품 시험 및 인증 사업을 추진하여 스포츠용품 71개 모델의 품질인증을 지원하였으며, 2018년 대비 8.4% 증가한 4,426건의 스포츠용품을 시험·검사하였고, 국내 스포츠용품업체의 해외인증 획득을 28건 지원하였다.

〈표 4-6〉 스포츠용품 시험 및 인증현황

(단위: 건)

| 구분 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 계 |
|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 시험실적 | 313 | 368 | 580 | 732 | 772 | 1,669 | 2,734 | 3,334 | 2,425 | 3,005 | 4,083 | 4,426 | 24,728 |
| 품질인증 | 17 | 24 | 44 | 44 | 32 | 50 | 33 | 91 | 71 | 65 | 59 | 71 | 611 |
| 해외인증 | - | 13 | 22 | 27 | 24 | 24 | 17 | 27 | 25 | 25 | 36 | 28 | 268 |

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

〈표 4-7〉 '19년 스포츠용품 시험 및 인증 사업의 추진실적

(단위: 건)

| 구분 | 실적 수 | 실적내용 |
|---------------|-------|------------------------|
| 스포츠용품 품질인증 지원 | 71 | · 41개 기업의 71개 용품 인증 지원 |
| 스포츠용품 시험·검사지원 | 4,426 | · 전년대비 시험지원 실적 8.4% 증가 |
| 스포츠용품 인증기준 개발 | - | - |

〈표 4-8〉 '19년 스포츠용품 해외인증 지원현황

| No | 업 체 명 | 품 목 명 | 모 델 명 | 인증명 |
|----|------------|----------------------|--------------------|----------------|
| 1 | (주)헬스원 | COMMERCIAL TREADMILL | HERA9000PRO | CE |
| 2 | 주식회사 대원포티스 | Fortis | P2 | CE |
| | | Fortis | P1H | CE |
| 3 | 주식회사 제트웨이크 | 전동 서프보드 배터리팩 | B200-BP1-3K-AB | CB(IEC62133) |
| | | 전동 서프보드 배터리팩 | B200-BP1-3K-AB | UN DOT(UN38.3) |
| 4 | (주)디랙스 | 트레드밀 | NR30SXA | CE |
| | | 일립티컬 | DE6A | CE |
| | | 입식 바이크 | DA6U | CE |
| 5 | (주)넛소 | 축구공 | 뉴투지 HIGH END | FIFA |
| | | 테니스볼 | 짜르투어 | ITF |
| 6 | 솔티드벤처 주식회사 | 솔티드스마트인솔 | SV-BTINSOLE-001 | FCC |
| | | 솔티드스마트인솔 | SV-BTINSOLE-001 | CE |
| | | 솔티드스마트인솔 | SV-BTINSOLE-001 | TELEC |
| 7 | (주)진글라이더 | 패러글라이더 | YETI-5 | EN |
| | | 패러글라이더 | CALYPSO | EN |
| 8 | (주)다번치프로덕츠 | XC 선수용 패러글라이더 | OPERA | EN926-1/2 |
| | | 정밀착륙용 패러글라이더 | POINT | EN926-1/2 |
| 9 | 나라소프트 | VR Smartscreen | NS-Smartscreen-001 | FCC |
| | | VR Smartscreen | NS-Smartscreen-001 | CE |
| 10 | 흥진 HJC | 모터사이클 헬멧 | i90 | ECE R22-05 |
| 11 | 브라이트랩 | 스마트자전거라이트 | LUXI | FCC |
| | | 스마트자전거라이트 | LUXI | J-MIC |
| | | 스마트자전거라이트 | LUXI | CE |
| 12 | 주식회사 유비스랩 | 사커비팟 | UBLAB01 | IMS(FIFA) |
| | | 사커비팟 | UBLAB01 | CE |
| 13 | 핑테크 | 초레이 스윙라켓 | PT-001 | SRRC |

2) 스포츠산업용자 사업

(1) 스포츠산업체 자금 융자사업의 개념 및 필요성

국내 스포츠산업 구조는 스포츠산업 총 사업체수 10만 5,445개로 이중 개인사업체가 전 산업체 중 86.9%(2019년)를 차지하고 종사자 수 별 사업체 수가 전체의 87.1%(91,834개)가 4인 이하에 종사하고 있는 영세한 산업구조이다(문화체육관광부, 2020스포츠산업실태조사). 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 '19년 1~11월 문화체육관광 분야 주요 11개 품목의 수출은 전년동기대비 3.0% 감소한 1,779백만 달러, 수입은 5.3% 증가한 6,035백만 달러, 수지는 4,256백만 달러 적자로 집계되었다(2018년 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 적자). 이 중 '19년 1~11월 스포츠용품 수출은 전년동기대비 9.0% 증가한 173.8백만 달러, 수입은 1.0% 증가한 1,775.6백만 달러, 수지는 1,602백만 달러 적자로 집계되었다. 이런 상황에서 국내 스포츠산업체의 내수 시장 경쟁력은 점점 저하되고 있으며 국내 산업체들은 사업투자자금 부족으로 현 상황을 극복하지 못하고 있는 실정이다. 국내 스포츠 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 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 자금지원 확대 | 42.1 | 47.4 | 48.1 | 52.9 | 58.1 | 40.1 | 47.7 | 52.5 |

※ 2015년까지는 구분류 기준이며, 2016년부터 신분류에 따름

※ 출처: 2018년 스포츠산업 용자 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.

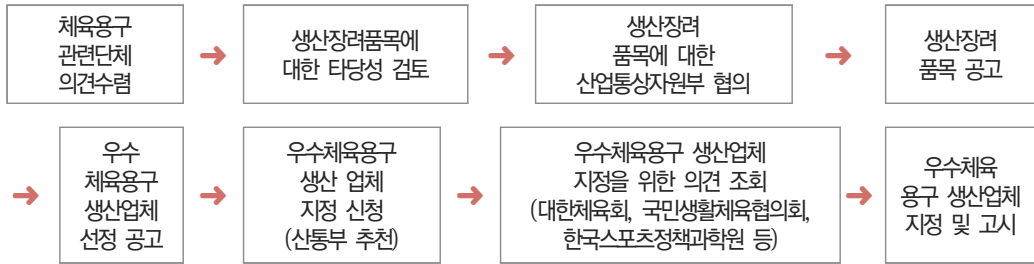
〈표 4-10〉 '19년 용자집행현황

(단위: 백만원, 건, %)

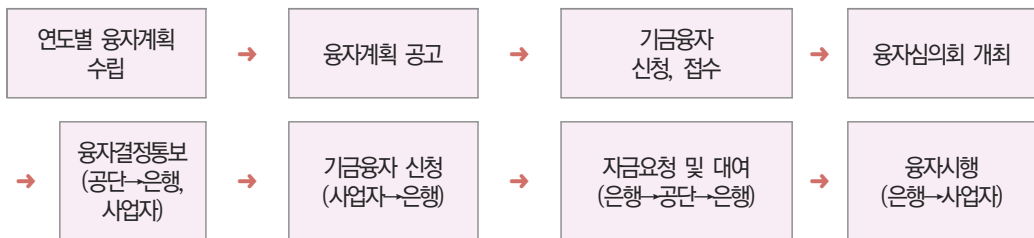
| 구분 | 사업예산 | 집행금액 | 지원건수 | 집행률 |
|-----------|--------|--------|------|------|
| 총 사업비 | 56,000 | 55,999 | 129 | 99.9 |
| 체육용구 생산업체 | 56,000 | 2,710 | 11 | 4.9 |
| 민간체육시설업체 | | 51,339 | 107 | 91.6 |
| 스포츠서비스업체 | | 1,950 | 11 | 3.5 |

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

〈그림 4-2〉 생산장려품목 및 우수체육용구 생산업체 지정 절차



〈그림 4-3〉 기금 용자 시행절차



2019년 상반기 기준 문화체육관광부장관이 지정한 우수체육용구 생산업체는 81개 업체 195개 품목이다.

〈표 4-11〉 '19년 스포츠용품 우수체육용구 생산업체

| 업체명 | 품목명 | 지정기간 | |
|-----------|----------|------------|------------|
| | | 시작일 | 종료일 |
| (주)넛소 | 축구공 | 2015-07-01 | 2019-06-30 |
| | 테니스공 | 2015-07-01 | 2019-06-30 |
| (주)넛소골프 | 골프공 | 2019-07-01 | 2023-06-30 |
| 용운체육산업(주) | 허들 | 2015-07-01 | 2019-06-30 |
| | 스타팅블록 | 2015-07-01 | 2019-06-30 |
| | 뽀들 | 2015-07-01 | 2019-06-30 |
| | 체조매트 | 2015-07-01 | 2019-06-30 |
| 원앤원(주) | 양궁활 | 2019-07-01 | 2023-06-30 |
| 주식회사 챔피온 | 탁구대 | 2015-07-01 | 2019-06-30 |
| 풍국레포츠 | 허들 | 2019-07-01 | 2023-06-30 |
| | 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 |

| 업체명 | 품목명 | 지정기간 | | |
|------------|----------------|------------|------------|------------|
| | | 시작일 | 종료일 | |
| | 철봉 | 2017-01-01 | 2020-12-31 | |
| 한아스포츠 | 허들 스타팅블록 | 2019-07-01 | 2023-06-30 | |
| | 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) | 매트(체조) | 2015-07-01 | 2019-06-30 |
| 매트(레슬링) | | 2015-07-01 | 2019-06-30 | |
| 개선스포츠 | 기계식 체력단련기구 | 2019-07-01 | 2023-06-30 | |
| 김해산업사 | 야구글러브 | 2015-07-01 | 2019-06-30 | |
| (주)신아스포츠산업 | 농구대 | 2019-07-01 | 2023-06-30 | |
| | 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 | |
| 대우스포츠산업(주) | 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 | |
| 승경세카(주) | 축구 골대 | 2017-01-01 | 2020-12-31 | |
| | 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 | |
| | (주)다에스엔티 | 배구지주 | 2016-01-01 | 2019-12-31 |
| | | 배구심판대 | 2016-01-01 | 2019-12-31 |
| 축구골대 | | 2016-01-01 | 2019-12-31 | |

| 업체명 | 품목명 | 지정기간 | |
|--------------|---------------------|------------|------------|
| | | 시작일 | 종료일 |
| | 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 |
| (주)대한전광 | 전광스코어판 | 2016-01-01 | 2019-12-31 |
| 이랜드체육조경(주) | 조립식아이스링크패널 | 2016-01-01 | 2019-12-31 |
| 에이뉴배트 | 야구배트(알루미늄) | 2016-01-01 | 2019-12-31 |
| (주)에스엠골프기기산업 | 골프연습용구 | 2016-01-01 | 2019-12-31 |
| (주)트렉스타 | 등산화 | 2016-01-01 | 2019-12-31 |
| (주)휴즈 | 야구배트(나무) | 2016-01-01 | 2019-12-31 |
| (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 |
| | 장구지주 | 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 |
| | 뒹들 | 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 | |



| 업체명 | 품목명 | 지정기간 | |
|-------------|-------------|------------|------------|
| | | 시작일 | 종료일 |
| | 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 | 카분활 | 2016-01-01 | 2019-12-31 |
| (주)제일체육공사 | 야외용체력단련기구 | 2016-01-01 | 2019-12-31 |
| 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 | 2017-01-01 | 2020-12-31 |
| | 배구지주 | 2017-01-01 | 2020-12-31 |
| | 농구대 | 2017-01-01 | 2020-12-31 |
| | 야외용 체력단련기구 | 2017-01-01 | 2020-12-31 |
| (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)베노 | 인조잔디 | 2017-01-01 | 2020-12-31 |
| 주식회사 키세스 | 줄넘기(디지털줄넘기) | 2015-07-01 | 2019-06-30 |
| 유한회사 싸카 | 축구경기복(아스토레) | 2019-07-01 | 2023-06-30 |
| (주)한궁세계화연구소 | 한궁보드 | 2019-07-01 | 2023-06-30 |
| | 한궁핀 | 2019-07-01 | 2023-06-30 |
| (주)코스모스산업 | 당구공 | 2015-07-01 | 2019-06-30 |



| 업체명 | 품목명 | 지정기간 | |
|------------------|-----------------------|------------|------------|
| | | 시작일 | 종료일 |
| (주)힐라인 | 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 | 2019-07-01 | 2023-06-30 |
| 디에스 트레이딩 | 요기복 | 2015-07-01 | 2019-06-30 |
| (주)소닉월드 | 기계식체력단련기구 | 2015-07-01 | 2019-06-30 |
| (주)신티에스 | 사이클경기복 | 2019-07-01 | 2023-06-30 |
| GT (Global Tech) | (자동)배팅티 | 2015-07-01 | 2019-06-30 |
| (주)토리랩 | 스코어보드 | 2016-01-01 | 2019-12-31 |
| (주)다오코리아 | 유도복, 유도매트 | 2016-01-01 | 2019-12-31 |
| (주)두미나 | 골프사프트 | 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 |
| 한진테크 | 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(카본활) | 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 |

| 업체명 | 품목명 | 지정기간 | |
|-----------------|-------------|------------|------------|
| | | 시작일 | 종료일 |
| 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 | 구멍조끼 | 2018-07-01 | 2022-06-30 |
| (주)본스포츠 | 목재야구배트 | 2018-07-01 | 2022-06-30 |
| 주식회사 대원그린 | 인조잔디 | 2018-07-01 | 2022-06-30 |
| 신산상사(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 |
| OP | 전광스코어보드 | 2019-07-01 | 2023-06-30 |
| 한일스포렉스 | 포환 | 2019-07-01 | 2023-06-30 |
| | 허들 | 2019-07-01 | 2023-06-30 |
| | 원반 | 2019-07-01 | 2023-06-30 |

(2) 스포츠산업체 자금 융자사업의 추진과정

① 우수체육용구 생산업체 대상 자금 융자사업

융자 대상 업체는 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, 2019년 기준 분기별 변동금리는 1/4분기 2.07%, 4/4분기 1.34%이다.

〈표 4-12〉 '19년 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 1/4분기 2.07% 4/4분기 1.34% |
| | 연구개발 | 3억 원 | 5년 (거치기간 2년) | |
| | 운전자금 | 2억 원 | 5년 (거치기간 2년) | |

② 체육시설업 대상 기금 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(2019년 1분기, 2.07%)로 인하하였다. 시설설치자금은 등록체육시설의 경우 30억 원(융자기간 10년), 신고체육시설은 2017년 10억에서 2018년에 20억 원(융자기간 10년)으로 확대하였으며, 개·보수자금은 등록체육시설과 신고체육시설 모두 10억 원(융자기간 5년)을 한도로 융자하고 있다.

〈표 4-13〉 체육시설업체 기금융자

| 융자대상 | | 융자분야 | 융자한도액 | 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 융자사업

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 융자사업을 시행하게 되었다. 스포츠 서비스업체 융자사업의 융자대상은 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. 2019년



설비자금 융자의 경우 10억 원 이내의 융자한도 내에서 10년(4년 거치)으로 하고 융자이율은 분기별 변동금리 4% 한도에서 '19.1분기 이율은 2.07%였다.

〈표 4-14〉 '19년 스포츠 서비스업체 자금융자 기준

| 융자 대상 | 융자분야 | 융자한도액 | 융자기간 | 융자이율 |
|---|---------|-------|---------------|--|
| 스포츠서비스업 (스포츠경기업, 스포츠 마케팅, 스포츠정보업) | 설비자금 | 10억 원 | 10년 (거치기간 4년) | 공공자금관리 기금융자계정 변동금리 ('19.1분기 2.07%) |
| | 연구개발 자금 | 3억 원 | 5년 (거치기간 2년) | |
| | 운전자금 | 2억 원 | 5년 (거치기간 2년) | |

〈표 4-15〉 '19년 스포츠 서비스 업종별 세부조건

| 구 분 | 세 부 조 건 |
|-------------|---|
| 스포츠 경기업 | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 공고일 현재 회사 설립 후 만 1년 경과하고, 스포츠 경기업을 운영하고 있는 자 |
| 스포츠 마케팅업 | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 개인 또는 법인이 스포츠서비스업 관련 회사를 설립 후 만 1년 경과하였으며 설립 이래 스포츠 마케팅 관련 실적이 있는 업체 <input type="checkbox"/> 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 <input type="checkbox"/> 프로종목(축구, 배구, 농구, 야구, 씨름, 볼링 등)의 주최 단체에 대한 연간 마케팅 대행 권한을 획득한 기업 <input type="checkbox"/> 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 <input type="checkbox"/> 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 <input type="checkbox"/> 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 | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 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. 2019년에는 총 사업비 560억 원 중 체육용구 생산업체에 27억 1,000만 원, 체육시설설치업체에 513억 3,900만 원, 스포츠서비스업체에 19억 5,000만 원을 융자했다.

〈표 4-16〉 스포츠산업체 자금 융자사업 현황

(단위: 백만 원, %)

| 구분 | 2017 | | | 2018 | | | 2019 | | |
|----------|--------|--------|------|--------|--------|------|--------|--------|------|
| | 계획 | 집행 | 비율 | 계획 | 집행 | 비율 | 계획 | 집행 | 비율 |
| 총사업비 | 38,300 | 38,300 | 100 | 42,000 | 41,576 | 99 | 56,000 | 55,999 | 99.9 |
| 체육용구생산업체 | - | 1,626 | 4.3 | - | 419 | 1 | - | 2,710 | 4.9 |
| 체육시설설치업체 | - | 36,354 | 94.9 | - | 40,507 | 96.4 | - | 51,339 | 91.6 |
| 스포츠서비스업체 | - | 320 | 0.8 | - | 650 | 1.5 | - | 1,950 | 3.5 |

〈표 4-17〉 대중제 전환 골프장 사업예산

(단위: 백만 원, %)

| 구분 | 2018년 | | | | 2019년 | | | |
|----------------|--------|-------------------|-----|-----|--------|-------------------|----|------|
| | 사업 예산 | 집행 금액 | 잔액 | 집행률 | 사업 예산 | 집행 금액 | 잔액 | 집행률 |
| 계 | 42,000 | 41,576 | 424 | 99 | 56,000 | 55,999 | 1 | 99.9 |
| 일반융자 | 28,000 | 27,449 | 551 | 98 | 40,214 | 40,213 | 1 | 99.9 |
| 회원제→대중제 전환 골프장 | 14,000 | 14,000 (4개 업체) | 0 | 100 | 15,786 | 15,786 (6개 업체) | 0 | 100 |

〈표 4-18〉 '19년 융자 신청금액, 결정금액, 집행금액 현황

(단위: 백만 원, 괄호 안 신청건수)

| 구분 | 계 | 1차 | 2차 |
|------|------------------|-----------------|-----------------|
| 신청금액 | 170,037 (307) | 81,858 (135) | 88,179 (172) |
| 결정금액 | 114,442 (269) | 61,988 (126) | 52,454 (143) |
| 집행금액 | 55,999 (129) | 29,773 (55) | 26,226 (74) |



〈표 4-19〉 '19년 국민체육진흥기금 스포츠산업 융자 현황

(단위: 백만 원, 괄호 안 지원건수)

| 구분 | 금액 | 결정건수 | 비고 |
|--------------|--------|------|--|
| 우수체육 용구생산 | 2,710 | 11 | 운전자금(7) 1,300, 설비(2) 1,078, 연구개발(2) 332 |
| 체육시설 | 51,339 | 107 | 볼링장(8) 5,300, 골프연습장(15) 8,473, 수영장(18) 9,207, 종합체육시설(3) 3,175, 골프장(16) 20,901, 테니스장(4) 760, 체력단련장(5) 559, 기타종목(38) 2,964 |
| 스포츠 서비스 | 1,950 | 11 | 운전자금(9) 1,600, 설비투자(1) 200, 연구개발(1) 150 |
| 계 | 55,999 | 129 | |

3) 스포츠산업 모태펀드 조성사업

(1) 모태펀드 개념 및 필요성

국내 스포츠산업체는 2016년까지 설립 5년 이하의 비중이 감소하는 추세였으나 2017년에 다시 53.6%로 증가하였다. 2019년 기준 5년 이하의 초기산업체는 54.2%로 가장 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났고, 6~10년 차인 중간단계 산업체가 전 산업체 중 23.0%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 5년 이하의 초기산업체와 6~10년 차인 중간산업체의 발전환경 조사결과 2019년 기준, 자금부족(31.7%)과 사업체 영세성(23.4%), 제도 규제 과다(14.4%) 등이 큰 장애요인인 것으로 나타났다.

〈표 4-20〉 스포츠산업체 설립연도 비율

(단위: 천개, %)

| 구분 | | 5년 이하 | 6~10년 | 11~15년 | 16~20년 | 21년 이상 |
|------|------|-------|-------|--------|--------|--------|
| 2017 | 사업체수 | 35.4 | 24.6 | 11.3 | 8.3 | 8.2 |
| | 비중 | 40.3 | 28.0 | 12.9 | 9.4 | 9.4 |
| 2018 | 사업체수 | 54.2 | 24.9 | 10.7 | 5.7 | 5.6 |
| | 비중 | 53.6 | 24.6 | 10.6 | 5.6 | 5.5 |
| 2019 | 사업체수 | 57.1 | 24.3 | 11.7 | 6.5 | 5.9 |
| | 비중 | 54.2 | 23.0 | 11.1 | 6.1 | 5.6 |

※ 출처: 문화체육관광부(2020) 스포츠산업실태조사(2019기준)

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 조성하여 2019년에도 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 한국영화에만 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.

〈표 4-21〉 스포츠산업 육성발전 장애요인

(단위: %)

| 구분 | 전문인력 부족 | 사업체 영세성 | 자금 부족 | 기술정보 부족 | 제도규제 과다 | 외국업체 시장잠식 | 정부지원 미흡 | 기타 |
|------|---------|---------|-------|---------|---------|-----------|---------|------|
| 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 |
| 2019 | 10.3 | 23.4 | 31.7 | 6.2 | 14.4 | 2.6 | 10.6 | 0.8 |

※ 출처: 문화체육관광부(2020) 스포츠산업실태조사(2019기준)

〈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〉 '19년 스포츠산업분야 모태펀드 출자규모 및 출자자 선정기준

| 항 목 | | 세 부 내 용 | |
|---------------|--|--|--------------------|
| 출자 규모 | | 스포츠산업 100억 원 | |
| 기본 조건 | | 스포츠산업진흥법상 스포츠산업, 스포츠산업 특수 분류상 연관 산업에 해당하는 기업 및 프로젝트에 결성액의 60%이상 투자 | |
| 출자 대상 및 신청 자격 | 창업투자조합 | 비상장 창업기업(업력 7년 이내 중소기업)·벤처기업에 전문적으로 투자 | 창업투자회사 |
| | 한국벤처 투자조합 | 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〉 '19년 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 제한하는 경우 |
| 6. 자조합 운용사가 접수 마감일 기준으로 1년 이내에 모태조합이 출자한 자조합을 해산하고, 자조합 수익률이 기준 수익률을 초과한 경우 |

출자자 주요조건으로는 업무집행조합원 의무투자비율을 출자 약정총액의 1% 이상으로 하였으며, 펀드운영 결과 손실금에 대해서는 우선손실충당을 하지 않는 것으로 하였다. 투자 의무에 대해서는 스포츠산업 분야에 총액의 60% 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 3% 이상을 적용하였다. 이외의 출자자 주요조건은 타 계정과 유사한 범위 내에서 결정하였다.

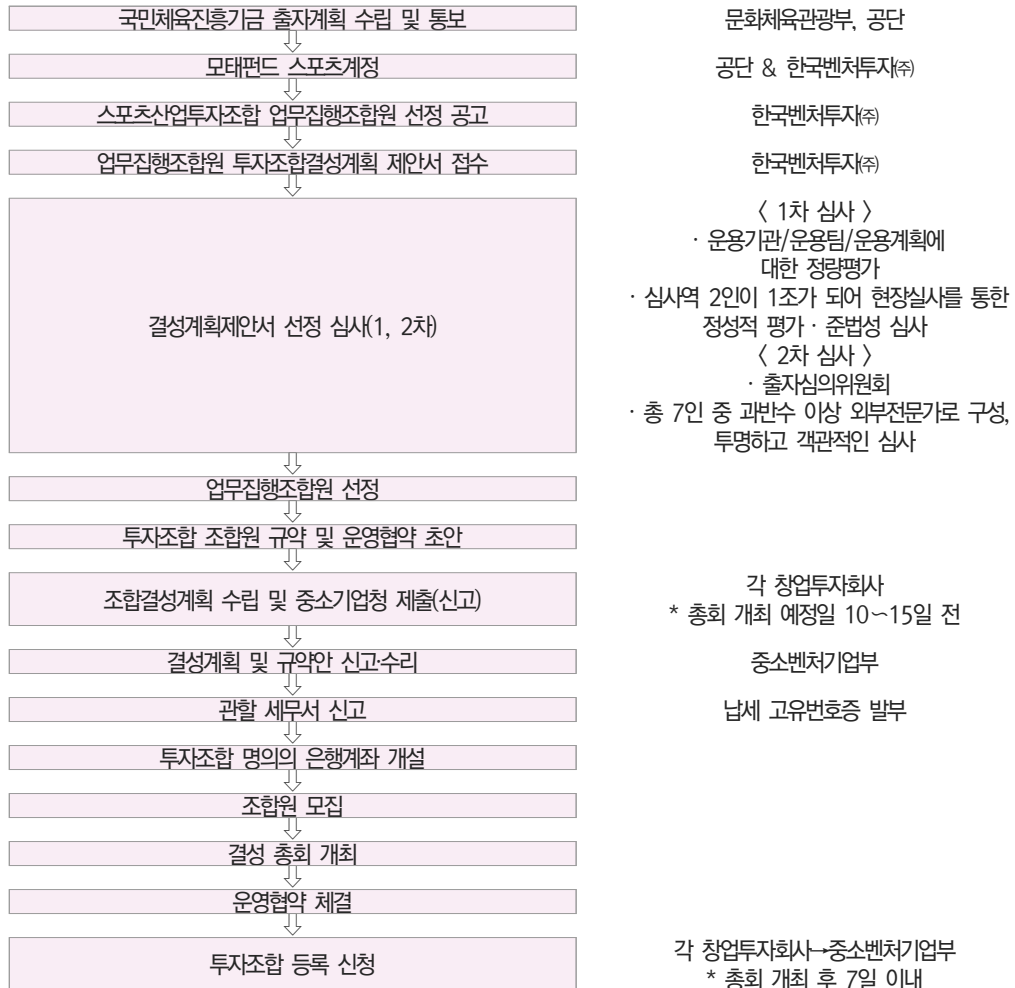
〈표 4-24〉 '19년 모태펀드 출자사업 공통 출자 주요조건

| 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 * '일정 비율'이라 함은 해당 조합에 부여된 최소 투자의무비율(60%) |
| 증액방식조합 (Multiple Closing) 출자 조건 | • 한국모태펀드 출자금 운용계획 공고에 따라 최초 조합결성일로부터 6개월 이내에 신규 선정 절차와 동일하게 진행 |
| 출자금 납입방식 | • 일시납, 분할납(draw-down), 수시납(capital call) 중 선택 가능 |
| 조합 존속기간 | • 존속기간 5년 이상 8년 이내, 투자기간 2년이상 4년 이내 |
| 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 초과사: 2.1% 이내 |
| 기준수익률 | • 3% 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 • 조합재산의 관리는 수탁회사와 업무지시서를 통해서만 가능 |
| 회계감사인 | • 한국벤처투자(주)에서 지정요건을 만족하는 회계감사인을 업무집행조합원이 선정 |
| ERP | • ERP(기업전체의 효율적 통합정보시스템) 사용 의무화 |

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



〈그림 4-5〉 투자조합 결성 절차



〈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 |
| 2019 | (결성실패) | - | - |
| 합계 | 6 | 1,015 | 570 |

* 2019년 운용펀드사의 민간자본 미결성으로 2020년에 2019년, 2020년 펀드 결성 예정

2019년 모태조합 운용 스포츠계정은 총 1개, 총 결성액 153억 원(공단출자 100억 원+민간출자 53억 원)으로 조성되었다. 이 중 모태출자액은 100억 원이다. 2015년부터 2019년까지 5년간의 총 결성액은 1,015억 원, 모태출자 금액은 607억 원이 운용되었다. 다만 2019년 운용펀드사의 민간자본 미결성으로 인해 2020년에 2019년 펀드와 2020년 펀드를 공고를 통해 결성할 예정이다.

〈표 4-26〉 조합원 연도별 출자내역

(*18년말 납입기준, 단위: 억 원)

| 조합원 | 출자금 약정 내역 | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|-----------|-------|-------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| | '05 | '06 | '07 | '08 | '09 | '10 | '11 | '12 | '13 | '14 | '15 | '16 | '17 | '18 | '19 | 계 |
| 한국벤처투자(주) | 1 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 |
| 중소기업진흥공단 | 1,700 | 1,100 | 900 | 800 | 2,850 | 1,000 | 320 | 700 | 800 | 1,000 | 2,020 | 1,000 | 8,300 | 4,500 | 3,033 | 26,990 |
| 문화체육관광부 | - | 500 | 1,000 | - | 1,200 | - | 120 | - | - | 200 | 670* | 460* | 680* | 710* | 1,230 | 5,541 |
| 특허청 | - | 550 | 550 | - | 330 | - | - | - | - | - | 170 | - | - | 200 | 605 | 1,800 |
| 영화진흥위원회 | - | - | - | - | - | 110 | 460** | 450** | 400** | 100 | 100 | 100 | 180 | 100 | 95 | 2,000 |
| 과학기술정보통신부 | - | - | - | - | - | 100 | - | - | - | 500 | 500 | 370 | 200 | 150 | 210 | 1,820 |
| 고용노동부 | - | - | - | - | - | - | 25*** | 25*** | 25*** | 25*** | - | - | - | 75*** | - | 175 |
| 보훈부 | - | - | - | - | - | - | - | - | 200 | 300 | 300 | - | - | - | - | 800 |
| 국민체육진흥공단 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 200 | 200 | 70 | 100 | 100 | 570 | |
| 환경부 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 200 | 130 | 280 | 330 |
| 교육부 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 120 | 150 | 106 | 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 | 5,659 | 40,297 |

〈표 4-27〉 '19년 모태펀드 자펀드 누적 결성액 및 투자실적

(*19년말 기준, 단위: 개, 억 원)

| 구분 | 중진 | 지방 | 엔젤 | 문화 | 관광 | 특허 | 영화 | 과기정통 | 보건 | 스포츠 | 중진/특허 | 청년 | 교육 | 환경 | 혁신모험 | 계 | |
|---------|-------|--------|-----|----|-------|-----|-----|------|-----|-----|-------|-----|-------|-----|------|-------|--------|
| 자펀드결성 | 조합수 | 31 | 1 | - | 10 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 6 | 6 | - | 21 | 85 |
| | 결성액 | 16,011 | 100 | - | 2,036 | 270 | 718 | 170 | 350 | 300 | 170 | 180 | 1,550 | 257 | - | 8,209 | 26,915 |
| | 출자약정액 | 3,265 | 60 | - | 1,268 | 150 | 270 | 120 | 220 | 180 | 100 | 100 | 835 | 150 | - | 3,260 | 10,611 |
| 자펀드투자실적 | 금액 | 2,299 | 41 | 12 | 1,085 | - | 292 | 50 | 73 | 130 | - | - | 232 | - | - | - | 4,215 |



(3) 모태펀드 추진실적 및 성과

2019년 정부는 모태펀드 스포츠계정에 총 153억 원을 조성하였다. 이 중 정부출자액은 100억 원, 민간 출자액은 53억 원이다. 2015년부터 2019년까지 스포츠계정에 조성된 총 금액은 1,015억 원이며, 투자액은 607억 원으로 투자율은 59.8%에 달했다.

〈표 4-28〉 모태펀드 스포츠계정 출자 및 결성현황

(단위: 백만 원)

| 구분 | 조합명 | 결성액 (정부출자/민간출자) | 투자액 (주목적투자) | 투자율 (주목적투자) |
|------------|-------------------------------|----------------------------|--------------------|------------------|
| '15년 출자 | 유틀씨 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 | 유틀씨 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) | 60,704 (46,192) | 59.8% (45.5%) |
| '19년 출자 | MK 스포츠산업육성펀드 (결성실패) | - | - | - |

4) 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업

(1) 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업의 개념 및 필요성

국내 스포츠산업은 2019년 기준 종사자 4인 이하의 소규모 사업체가 전체 사업체 중 87.1%를 차지하고 있으며 5~9인 사업체가 8.7%, 10~19인 미만 사업체가 2.5%로 나타났다. 특히, 20~49인 이상 사업체는 단 1.0%에 불과해 대부분의 스포츠사업체가 소규모로 구성되어 있는 것으로 조사되었다. 조직형태별 사업체 수는 개인사업체가 86.9%를 차지하고 있으며 다음으로는 회사법인이 10.7%를 점유하고 있는 것으로 조사되었다. 이처럼 국내 스포츠산업의 구조가 영세한 산업체 중심으로 구성되다 보니 내수시장 내의 경쟁력 강화를 위한 산업체의 조직 경영 및 사업 마케팅 관리가 부족한 실정이다. 2020년 스포츠산업 실태조사 결과 보고서(2019년 기준)에 따르면 국내 스포츠산업체의 매출증대를 위한 필요요인으로 홍보 및 마케팅 강화(52.6%)와 내수시장확대(24.3%)가 전체의 76.9%를 차지하고 있지만 영세한 국내 스포츠산업체들은 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(31.7%)이었다.

〈표 4-29〉 '19년 조직형태별 사업체 수

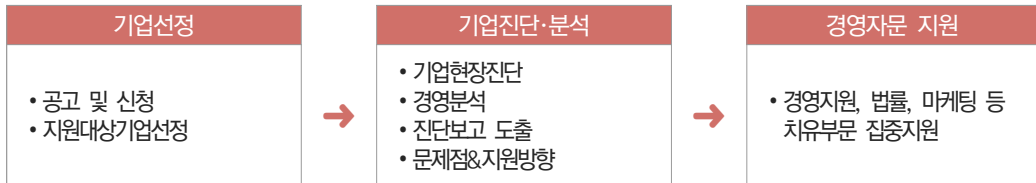
(단위: 개, %)

| 구분 | 사업체 수 | 비중 |
|--------|---------|-------|
| 개인사업체 | 91,681 | 86.9 |
| 회사법인 | 11,256 | 10.7 |
| 회사외 법인 | 1,428 | 1.4 |
| 비법인단체 | 1,080 | 1.0 |
| 합계 | 105,445 | 100.0 |

※ 출처: 문화체육관광부(2020) 스포츠산업실태조사(2019 기준)

이에 정부는 2019년 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, IPO로 구분하였다. 지원 대상을 스포츠용품업과 스포츠서비스업으로 한정한 이유는 국내 스포츠용품 시장을 나이키, 아디다스와 같은 외국계 기업이 주도함에 따라 국내 스포츠기업의 무역수지 적자규모가 지속적으로 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 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 수출(A) | 123,031 | 116,759 | 103,609 | 107,175 | 135,055 | 127,180 | 134,053 |
| 수입(B) | 611,849 | 655,739 | 637,846 | 656,368 | 732,497 | 836,654 | 867,583 |
| 무역수지(A-B) | △488,818 | △538,980 | △534,237 | △549,193 | △597,442 | △709,474 | △733,530 |

※ 출처: 관세청(2019)

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〉 '19년 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% | | |

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

〈표 4-32〉 '19년 스포츠기업 비즈니스 지원 사업 최종 선정기업

| 연번 | 기업명 | 연번 | 기업명 | 연번 | 기업명 | 연번 | 기업명 |
|----|----------------|----|---------|----|---------|----|----------|
| 1 | 골프코리아 | 9 | 스마트핏 | 17 | 카이로케어 | 25 | 미라클스포츠 |
| 2 | 그린비아이티 | 10 | 스키에이트 | 18 | 케이원에코텍 | 26 | 아이디어링크 |
| 3 | 금강페이버 | 11 | 씨애피 | 19 | 케이지플렉스 | 27 | 오션테크 |
| 4 | 디알지코리아 | 12 | 아티스앤오션 | 20 | 코리아골프클럽 | 28 | 케이에스아이테크 |
| 5 | 디카팩 | 13 | 우지인피트니스 | 21 | 파닉스레포츠 | 29 | 쿠팡 |
| 6 | 렉시 | 14 | 유정퍼싱 | 22 | 화랑 | 30 | 파이박스 |
| 7 | 바디맵 | 15 | 제미타 | 23 | 건강한친구들 | 31 | 포티움 |
| 8 | 쇼미미디어엔 트레이딩 | 16 | 자하이웰 | 24 | 레드블루 | | |

2019년 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, 2019년 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업을 평가, 분석하였다.

(3) 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업 추진실적 및 성과

2019년 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업 공모결과 스포츠용품 및 스포츠서비스업 49개 기업이 신청하였으며, 심의위원회 평가 결과 최종 31개 산업체가 선정되었고 컨설팅 업체를 별도 모집하지 않았다. 산업체의 컨설팅 수요를 고려, 산업체와 컨설팅 업체가 1대1로 연결되었다.

〈표 4-33〉 중소 스포츠기업 비즈니스 지원사업체 선정실적

(단위: 개)

| 구분 | 신청기업 수 | | | 선정기업 수 | | |
|--------|--------|------|------|--------|------|------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 지원 산업체 | 37 | 39 | 49 | 24 | 24 | 31 |
| 컨설팅 업체 | 24 | 24 | - | 24 | 24 | 31 |

* 2019년에는 컨설팅 업체를 별도로 모집하지 않음

2019년 중소 스포츠기업 비즈니스 사업 공모결과 스포츠용품 및 스포츠서비스업 49개 기업이 지원해 18개사가 부적격 판정을 받아 총 31개 기업이 선정되었다. 지원사업 시행에 따른 예상 경제 효과(향후 3년)는 약 896.8억 원으로 예측되었다. 이는 세부적으로 지원기업에서 2020년 약 181.3억 원, 2021년 약 292.3억 원, 2022년 약 423.2억 원이다.

〈표 4-34〉 중소스포츠기업 비즈니스 지원 실적 경제적 효과

(단위: 백 만 원, %)

| 연도 | 구분 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 합계 | 달성률 |
|--------|----|-------|-------|--------|--------|--------|--------|-------|
| 2017 | 예상 | 3,040 | 5,990 | 9,290 | | | 18,320 | 84.9 |
| | 실적 | 5,933 | 6,589 | 3,027 | | | 15,549 | |
| 2018 | 예상 | | 4,963 | 9,071 | 14,915 | | 28,940 | 98.0 |
| | 실적 | | 6,621 | 6,820 | 14,915 | | 28,356 | |
| 2019 | 예상 | | | 8,812 | 16,740 | 22,882 | 48,434 | 104.6 |
| | 실적 | | | 10,930 | 16,740 | 22,882 | 50,552 | |
| 평균 달성률 | | | | | | | | 95.8 |



2017-2019년 지원기업 경제적 성과 조사 결과 3개년도 예측액 956억 원 대비 달성실적 943억 원으로 3개년 평균 95.8%의 달성율을 기록했다.

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 2019년까지 중소 스포츠기업 비즈니스 지원 사업을 지속 관리한 결과 2016-2019년 지원기업에 대하여 디자인권 33건, 지적재산권 출원(특허 36건, 상표권 25건 등 가시적인 사업효과가 달성되었다.

〈표 4-35〉 지원 기업 실적 비경제적효과

(단위: 건)

| 구분 | 2016년 지원기업 ('17-'18년) | 2017년 지원기업 ('18년) | 2018년 지원기업 | 2019년 지원기업 |
|------|--------------------------|----------------------|------------|------------|
| 디자인권 | 5 | 10 | 10 | 8 |
| 특허권 | 2 | 15 | 9 | 10 |
| 상표권 | 6 | 6 | 6 | 7 |
| 고용창출 | 9 | 22 | 23 | 31 |
| 합계 | 22 | 53 | 48 | 57 |

KPI(단기성과)는 96.6%로 2018년보다 0.9p 상승하였으며, 컨설팅 품질평가는 2018년보다 하락(10.3p)하였다. 이에 반해 고객만족도는 94.9점으로 2018년보다 0.8p 하락하였다.

〈표 4-36〉 중소스포츠기업 비즈니스 지원사업 성과

| 구분 | 2018 | 2019 |
|----------------------------|-------|-------|
| KPI(단기성과) 달성율 | 95.7% | 96.6% |
| 컨설팅 품질평가 | 95.7점 | 85.4점 |
| 중소스포츠기업 비즈니스 지원사업 수혜기업 만족도 | 95.7점 | 94.9점 |

5) 스포츠산업 일자리 지원 사업

(1) 스포츠산업 일자리 지원센터

① 스포츠산업 일자리 지원센터 운영사업의 개념 및 필요성

한국고용정보원(2009)의 「산업·직군별 고용구조조사(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. 2009~2020 스포츠산업 실태조사 결과에 따르면 스포츠산업체의 발전 장애요인으로 전문 인력부족 요인이 지속적으로 나타나고 있다.

특히, 2019년 기준 국내 스포츠산업은 종사자 4인 이하의 소규모 사업체가 전체 사업체 중 87.1%를 차지하고 있고 9인 이하의 사업체가 95.8%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 높으며, 이로 인해 스포츠산업체는 전문 인력난을 겪고 있는 것으로 해석할 수 있다.

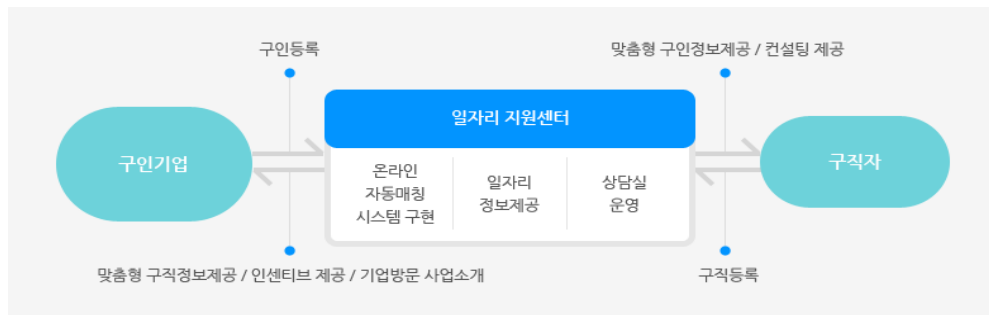
〈표 4-37〉 스포츠산업체 전문 인력에 대한 필요성

(단위: %, 전체 100% 기준)

| 구분 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 전문인력부족(신분류) | 8.1 | 11.8 | 7.0 | 9.2 | 7.9 | 7.5 | 14.5 | 12.9 | 10.3 |

※ 출처: 문화체육관광부(2020) 스포츠산업실태조사(2019년 기준)

〈그림 4-7〉 일자리 지원센터 운영체계



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.

② 스포츠산업 일자리 지원센터 추진과정

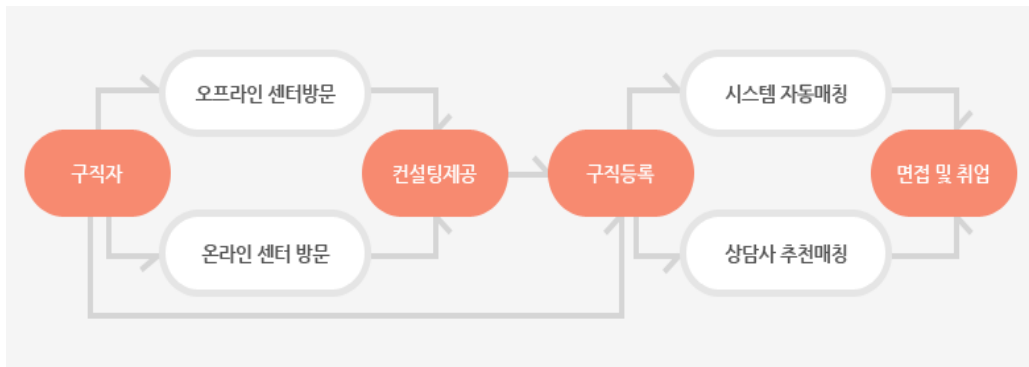
2014년 정부는 스포츠산업 일자리 지원센터 운영을 위해 공공부문 일자리 정보(지역고용센터, 중소기업청 등) 및 민간부문 일자리 정보(잡 코리아, 알바몬 등 기존 채용사이트 등)와 협력 네트워크를 우선 구축하였으며, 2014년 7월~11월 스포츠산업 일자리 지원 온라인 정보시스템을 구축하였다.



〈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 문자메시지서비스 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 면접제의를하기 | <ul style="list-style-type: none"> • 기업의 최종 채용결과 전산 입력 |

〈그림 4-9〉 온·오프라인 일자리 지원센터 운영도



또한, 2014년 10월 정부는 스포츠산업 일자리 지원사업의 오프라인 역량을 강화하기 위해 스포츠산업분야 일자리 상담실을 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원 내의 별관에 설치하였으며(2019년 1월부터는 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 2019년에도 스포츠산업 잡매칭을 통한 우수인재 채용으로 기업 경쟁력을 확보하여, 구직자와 구인기업의 직접 의사소통을 위한 플랫폼 기능을 수행하고 스포츠 분야 특화 잡프로파일링을 구축한 뒤, 전문상담인력을 활용한 맞춤형 취업중개활동을 지원하였다.

③ 스포츠산업 일자리 지원센터 추진실적 및 성과

2019년 스포츠산업 일자리 지원센터 운영사업을 통해 총 11,930명의 일자리를 매칭하였으며, 775명의 채용이 성사되었다. 2018년의 일자리 매칭 11,308건, 채용성사 745명에 비해 각각 5.5%, 4.0% 상승했다.

〈표 4-38〉 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 | 745 |
| 2019 | 281,523 | 1,235 | 73 | 1,308 | 11,930 | 775 |
| 합계 | 827,275 | 18,957 | 2,465 | 21,422 | 39,796 | 2,563 |

〈표 4-39〉 '19년 스포츠산업 일자리지원센터 홍보실적

| 구분 | 운영목적 | 운영성과 |
|------------------------------------|--|---|
| 일자리 멘토링 ·컨설팅· 취업 상담 지원 | 스포츠산업분야 구직 희망자에게 스포츠산업 일자리 멘토링 지원 및 취업지원서비스 제공으로 취업역량 강화 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 취업지원 멘토링 및 컨설팅 <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠기업채용설명회, 상설취업컨설팅 등 (참여인원 : 459명) ○ 찾아가는 멘토링 및 상담 <ul style="list-style-type: none"> - 전국체육대학 체육전공자(9월~11월) - 10개 대학 1,135명 참여 ○ 테마분야 취업설명회 <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠 공공분야 구직희망자 (217명 참여/ 2회 실시) |

(2) 창업 활성화 지원 영역 사업

① 스포츠산업 창업지원센터 운영사업의 개념 및 필요성

2019년 기준 통계청 고용동향조사 결과 고용률은 2019년 연간 6.9%로 전년대비 0.2% 증가하였고, 취업자는 27,123천 명으로 전년대비 301천 명(1.1%) 증가하였다. 또한, 실업률이 3.8%로 전년과 동일하였으며, 실업자는 1,063천 명으로 전년대비 10천 명(-0.9%) 감소하였다. 이에 정부는 스포츠융합기업의 창업 및 공공스포츠서비스 수요에 대응할 공익지향 스포츠기업을 육성하기 위해 스포츠산업 창업 지원센터를 운영하는 사업을 추진하였다.

〈표 4-40〉 통계청 고용동향조사 결과

(단위: %, %p)

| 구분 | 2017. 12 | 2018. 12 | 2019. 12 | 전년대비 |
|-------|----------|----------|----------|------|
| 고용률 | 66.6 | 66.6 | 66.8 | △0.2 |
| 실업률 | 3.7 | 3.8 | 3.8 | - |
| 청년실업률 | 9.9 | 9.5 | 8.9 | ▽0.6 |



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 4-41〉 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 • 스포츠키업 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 스포츠정책과 학원이 지정하여 운영하고 있으며, 지역창업 거점센터는 2017년 2개소에서 6개소로 확대하여 운영하고 있다.

② 스포츠산업 창업지원센터 운영사업 추진과정

스포츠산업 창업지원센터는 문화체육관광부와 국민체육진흥공단, 한국스포츠정책과학원 주관 지원 사업으로 2019년에는 국민대, 인천대, 경기대, 한남대, 조선대, 대구대 총 6개소를 선정하였다. 각 지역거점센터에서는 창업교육과 창업보육을 지원하였다.

〈표 4-42〉 '19년 스포츠산업 창업지원센터

| 구분 | 내용 | 비고 |
|------|------------------------------|----|
| 지역센터 | 국민대, 한남대, 인천대, 대구대, 조선대, 경기대 | 6곳 |
| | 보육지원, 교육지원 | |

2019년 스포츠관련 창업교육 및 보육사업 지원 절차는 다음과 같다.

〈그림 4-10〉 스포츠 창업교육 및 보육사업 지원 절차



〈표 4-43〉 '19년 스포츠산업 창업지원센터 운영사업 추진과정(창업활성화 사업 운영현황)

| 구분 | 내용 | 일자 | 참여인원 |
|---------------------|---|---|-------------------------------|
| 창업올림피아드 | 6명 시상(최우수상 1명, 우수상 2명, 장려상 3명) 최우수상, 우수상 총 3팀은 희망 스포츠산업 창업지원센터에서 보육지원 (팀당 25백만원, 지원금 10% 본인부담) | 2019.4.17.~7.19 | 20개팀 (185팀 접수) |
| 창업 데모 데이 | 국내 | VC·엔젤투자자·엑셀러레이터 대상 파칭 및 투자 연계, 참여자 네트워킹 11개 기업 선정 | 총 20개팀 187명 |
| | 해외 | 글로벌 창업 센터 방문, CEO간담회, 창업 성공 사례 교류, 전문가 특강, 심천 데모데이 개최 (창업자 6명/ 현지 VC 5개 회사 7명 참석) | 총 11명 (창업자 6명, AC센터 5명) |
| 통합 워크숍 | 상반기 | 스포츠산업 발전방향 및 트렌드 공유, 스포츠 시설 체험, 창업지원센터/엑셀러레이터/보육기업 간 상호이해 및 정보교류 | 50명 |
| | 하반기 | 스포츠산업 창업 지원 담당자의 창업자에 대한 적극적인 지원 활동의 동기부여 및 창업 지원 전문가로서의 함양 제고 | 16명 |
| 창업 보육 수료 기업 실태조사 | 보육 수료팀의 사업운영 실태 및 애로사항 점검 | 2019.4.18.~6.7 | 50개팀 |



2019년 1월~12월 정부는 스포츠시장 내 창업 저변확대 및 사업 운영기관 간 네트워크와 정보교류를 통한 협력체계 구축 등 사업 내실화를 도모하기 위한 목적으로 창업 올림피아드, 창업 데모데이, 통합 워크숍, 실태조사를 실시하였다.

③ 스포츠산업 창업지원센터 운영사업 추진실적 및 성과

2019년 스포츠산업 창업지원센터를 운영한 결과 창업 지원과 붐 조성을 통한 스타트업 육성 및 산업 경쟁력이 강화되었다.

〈표 4-44〉 스포츠산업 창업지원센터 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 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 국민대 | 53 | 55 | 46 | 4 | 12 | 15 |
| 인천대 | 47 | 43 | 46 | - | 11 | 12 |
| 경기대 | 42 | 40 | 56 | 4 | 3 | 6 |
| 한남대 | 40 | 56 | 54 | - | 10 | 12 |
| 조선대 | 46 | 40 | 44 | 6 | 10 | 10 |
| 대구대 | 53 | 44 | 59 | 1 | 12 | 11 |
| 계 | 281 | 278 | 305 | 15 | 58 | 66 |

〈표 4-45〉 2019년 스포츠산업 창업보육 운영

| 연도 | 신규 창업 | 지식재산권 | 일자리 창출 |
|-----|-------|-------|--------|
| 국민대 | 4 | 36 | 38 |
| 인천대 | 8 | 29 | 24 |
| 경기대 | 6 | 22 | - |
| 한남대 | 3 | 55 | 12 |
| 조선대 | 3 | 12 | 7 |
| 대구대 | 2 | 44 | 8 |
| 계 | 26 | 198 | 89 |

〈표 4-46〉 2019년 스포츠산업 창업보육실적

| 구 분 | 일자리 창출(명) | 매출액(백만원) | | | 자금유치 (백만원) | 지재산권 (건) |
|-----------|--------------|----------|--------|-------|---------------|-------------|
| | | '18 | '19 | 증가(%) | | |
| 신규(32팀) | 14 | 549 | 967 | 76.1 | 370 | 48 |
| 사회적기업(6팀) | 6 | 273 | 314 | 15 | 131 | 15 |
| 공모전(3팀) | 5 | 24 | 143 | 495.8 | 600 | 15 |
| 후속지원(27팀) | 39 | 10,914 | 13,171 | 20.7 | 4,084.5 | 77 |
| 합계(66팀) | 64 | 11,760 | 14,595 | 24.1 | 5,185.5 | 155 |

2019년 스포츠산업 창업보육 실적은 매출액이 전년대비 24.1% 증가한 14,595백만 원이었으며 일자리창출 64명, 지식재산권 155건 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〉 '19년 액셀러레이터 사업규모

| 구분 | 비율 | 지원금 | 사용분야 |
|--------|----------------|------------|---|
| 액셀러레이터 | 운영비(15%) 이내 | 7.5백만 원 이내 | 인건비, 수당, 여비, 평가비 등 |
| | 서비스지원비(15%) 이상 | 7.5백만 원 이상 | 창업기업 교육, 투자연계 서비스 (멘토링, 교육, 자금지원 관리, 데모데이 등) |
| 스타트업 | 자금지원(70%) 이내 | 35백만 원 이내 | 사업화지원금 (사업모델개발·보완, 기술·제품개발 등) |



② 스포츠산업 액셀러레이터 운영사업 추진과정

〈표 4-48〉 '19년 액셀러레이터 지원사업의 운영 및 추진과정

| 구분 | 주요내용 | |
|---------|--|--|
| 사업목적 | • 스포츠산업분야 유망 스타트업 발굴 및 투자연계형 전문보육지원으로 사업모델 혁신 및 경영안정화 도모 | |
| 사업기간 | • 지원기간 : 2019년 6월 ~ 2019년 12월 | |
| 대상 | • 5년 미만 창업기업 | |
| 규모 | • 총 34개사 * 평가결과에 따라 액셀러레이터별 차등 지원 | |
| 추진절차 | • 세부운영일정 | |
| | | |
| 프로그램 운영 | 프로그램 | 세부사업의 추진 내용 |
| | 초기투자 | 보조금의 최소 20% 이상 직접 씨드투자(자원 : 기관 조출펀드 또는 자본금 등) |
| | 자금지원 | 기업 당 35백만원 이내 사업화 지원 및 관리 ※ 사업수익 모델 개발 및 보완, 기술 및 제품개발, 마케팅, 판로개척 등 |
| | 홍보지원 | 국내외 매체, 협력기관 등의 홍보채널을 활용하여 액셀러레이터 및 스타트업에 대한 홍보(프로그램에 대한 브랜드 전략 포함) |
| | 교육/ 멘토링 | 선발기업의 특징, 요구사항, 성장단계를 고려한 맞춤형 교육·멘토링 지원 |
| | 데모데이 | 국내외 투자자 등을 대상으로 후속투자 유치기회 제공 |
| | 네트워크 | 선발기업의 국내외 시장창출을 지원하기 위한 투자자, 고객, 파트너사, 졸업기업, 스타트업 지원기관 등과의 네트워킹 지원 |
| | 사후관리 | 후속투자 유치, 상호협력 등 후속지원 |
| 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 협력관계 구축으로 투자연계형 액셀러레이터(중소벤처기업부 등록 액셀러레이터 중 선발)를 4개 기관 내외로 선정하여 34개 기업을 지원(기업당 50백만 원 규모로 산정)하였다. 총 34개사 액셀러레이터를 보육한 성과로 72명의 일자리가 창출되었으며, 2019년 스포츠산업 액셀러레이터 운영사업의 매출액은 9,614백만 원으로 전년대비 186.7% 증가하였다.

〈표 4-49〉 '19년 액셀러레이터 실적 및 현황

| 액셀러레이터 | 소재지 | 스타트업 수 | 비고 |
|----------|-----|--------|--------------------------|
| 상상이비즈 | 수도권 | 11개사 | 중소벤처기업부 등록 액셀러레이터로 선발 |
| 와이앤아처(주) | | 8개사 | |
| 컴퍼니비(주) | | 8개사 | |
| 로우파트너스 | | 7개사 | |

〈표 4-50〉 스포츠산업 액셀러레이터 보육성과('18-'19년 비교)

| 구 분 | 일자리 창출(명) | 매출액(백만원) | | | 자금유치 (백만원) | 지재권 (건) |
|-------|--------------|----------|-------|-------|---------------|------------|
| | | '18 | '19 | 증가(%) | | |
| 총 34팀 | 72 | 3,353 | 9,614 | 186.7 | 7,795 | 64 |

6) 스포츠산업 선도기업 육성 사업

(1) 스포츠산업 선도기업 육성 사업의 개념 및 필요성

국내 전체 산업 평균 매출액 증가율(2018-2019)은 1.4%이며, 그 중 제조업은 -1.65%, 서비스업은 5.33%인 반면 스포츠산업은 3.4%로 지속적인 성장을 하고 있으며, 스포츠산업의 평균 (2018-2019) 영업이익률은 8.6%로 전체산업 평균인 5.4%보다 커 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 2019년 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 현상수요를 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 4-51〉 '19년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 일정 및 추진절차(1차 사업-계속 지원)

| 구 분 | 일정 | 추진내용 |
|-------------|-------------|--|
| 최종 운영위원회 개최 | 2월 | <ul style="list-style-type: none"> 1차년도 지원사업 성과평가 결과 심의·의결 연차평가 실시(10개사 대상 지속지원 여부 결정) |
| 성과보고회 개최 | 3월 | <ul style="list-style-type: none"> 우수사례 공유 |
| 수행기관 선정 | 3월 | <ul style="list-style-type: none"> 자율매칭(요건심사, 수행계획서 평가) 입찰매칭(입찰공고, 요건심사, 제안서 평가 등) |
| 협약 및 계약체결 | 3월 | <ul style="list-style-type: none"> 3자 협약 : 공단-PMO-지원기업 3자 계약 : 지원기업-PMO-수행기관 |
| 사업수행 및 관리 | ~'20년 2월 | <ul style="list-style-type: none"> 지원기업이 필요로 하는 분야에 대하여 통합 지원 중간평가, 현장점검, 최종평가 등 사업관리 |
| 사후관리 | '20년 3월 | <ul style="list-style-type: none"> 완료보고, 성과평가, 연차평가, 만족도 조사 등 |

〈표 4-52〉 '19년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 일정 및 추진절차(2차 사업-신규 지원)

| 구 분 | 일정 | 추진내용 |
|----------------------|-------------|---|
| 사업계획 수립 | 1월 | <ul style="list-style-type: none"> 문체부 승인 |
| 운영위원회 구성 | 1월 | <ul style="list-style-type: none"> PMO(운영관리기관) 선정 |
| 사업공고 (홈페이지 등) | 2월 | <ul style="list-style-type: none"> 지원내용, 신청자격, 선정절차, 평가항목 등 공고 사업설명회 개최 |
| 신청서 접수 (요건 심사) | 3월 | <ul style="list-style-type: none"> 업종, 기업규모, 기업특성 등 신청자격 심사 지원대상 부적격 기업 선별 |
| 종합평가 (분야평가, 현장실사) | 4월 | <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 | 4월 | <ul style="list-style-type: none"> 평가결과 종합 * 예비기업 선정(필요시) |
| 수행기관 선정 | 5월 | <ul style="list-style-type: none"> 자율매칭(요건심사, 수행계획서 평가) 입찰매칭(입찰공고, 요건심사, 제안서 평가 등) |
| 협약 및 계약체결 | 6월 | <ul style="list-style-type: none"> 3자 협약 : 공단-지원기업-PMO 3자 계약 : 지원기업-PMO-수행기관 |
| 사업 수행 및 관리 | ~'20년 2월 | <ul style="list-style-type: none"> 지원기업이 필요로 하는 분야에 대하여 통합 지원 중간평가, 현장점검, 최종평가 등 사업관리 |
| 사후관리 | '20년 3월 | <ul style="list-style-type: none"> 완료보고, 성과평가, 연차평가, 만족도 조사 등 |

〈표 4-53〉 '19년 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(용품 제조, 서비스, 시설) 비중이 10% 이상인 스포츠기업 • 「중소기업기본법」 제2조 규정에 의한 중기업 • 스포츠용품 제조업 : 최근 3년간 평균 매출액 80억 원 초과 1,500억 원 이하 • 스포츠서비스, 시설업 : 최근 3년간 평균 매출액 30억 원 초과 600억 원 이하 * 평균 매출액 등의 산정은 중소기업기본법 시행령 제7조에 따름 | | | |
| 지원기업 선정 | <ul style="list-style-type: none"> • 모집규모 - 계속지원 : 1기 기업(1차사업) 10개사, 2기 기업(2차사업) 7개사 - 신규지원 : 중소스포츠기업 10개사 내외(예산 소진 상황에 따라 유동적) • 지원기간 : 본 사업 지원대상으로 선정된 기업은 3년간 자격 부여 | | | |
| 지원내용 | 사업명 | 지원내용 | | |
| | 사업고도화 지원 (지원한도 1억원/년) | <ul style="list-style-type: none"> • 기업진단 및 역량 강화 <ul style="list-style-type: none"> - 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 <ul style="list-style-type: none"> - 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 <ul style="list-style-type: none"> - 해외 홍보광고 영상 제작, 해외 매체 홍보활동 지원 - 해외 온오프라인 입점 지원 등 | | | |
| 연차별 지원내용 | 구분 | 지원사업 | 지원비율 | 비고 |
| | 1차년도 (역량 강화) | 사업고도화 지원(필수) 해외판로개척 지원 해외마케팅 지원 | 총 사업비의 80% | - 지원기업은 연도별 필수 사업 포함 2개 사업분야 이상 지원 신청해야 하며, 기업당 지원액은 연간 최대 2.8억원을 초과하지못함 * 한 사업분야에 전체 지원금액의 50%초과 지원 제한(한분야 최대 1.4억원) |
| | 2차년도 (수출기반 조성) | 사업고도화 지원 해외판로개척 지원(필수) 해외마케팅 지원 | | |
| | 3차년도 (글로벌 성장) | 사업고도화 지원 해외판로개척 지원 해외마케팅 지원 | | |



〈그림 4-11〉 스포츠산업 선도기업 육성사업 추진절차



(3) 스포츠산업 선도기업 육성 사업 추진실적 및 성과

① 선도기업 1기

〈표 4-54〉 '19년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업 및 과업수(선도기업 1기)

| 연번 | 기업명 | 과업수 | 연번 | 기업명 | 과업수 |
|----|--------|-----|----|-----------|-----|
| 1 | 개선스포츠 | 4 | 6 | 원앤원 | 3 |
| 2 | 나옴케어 | 4 | 7 | 브이씨 | 5 |
| 3 | 디렉스 | 4 | 8 | 코베아 | 8 |
| 4 | 원창머티리얼 | 4 | 9 | 학산 | 5 |
| 5 | 위피크 | 5 | 10 | 흥진 에이치제이씨 | 3 |
| 합계 | | | | | 45 |

수행된 과업에 대하여 품질평가(40점), 만족도 평가(30점), 성과물평가(30점)가 실시되었는데, 45개 과업 모두 성과평가 결과 기준인 70점 이상으로 승인되었으며, 2차년도 연차평가 결과, 계량과 비계량 지표를 더한 평가점수가 기준인 70점을 모두 상회하여 승인되었다.

② 선도기업 2기

2019년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 공모결과 총 19개 기업(제조업 11개사, 서비스업 5개사, 시설업 3개사)이 신청하였으며, 심의위원회 평가 결과 최종 10개 산업체가 선정되었다. 수행기관은 자율매칭과 입찰매칭으로 나누는데, 자율매칭 수행기관의 경우 13개 과업에 대해 13개사를 최종 선정하였고, 입찰매칭 수행기관은 총 21개 과업에 대해 19개사를 최종 선정하였다.

〈표 4-55〉 '19년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업 및 과업수(선도기업 2기)

| 연번 | 기업명 | 과업수 | 연번 | 기업명 | 과업수 |
|----|-----------|-----|----|------------|-----|
| 1 | 렉스코 | 5 | 6 | 아이온커뮤니케이션즈 | 3 |
| 2 | 브라운스포츠 | 4 | 7 | 스포츠투아이 | 5 |
| 3 | 세마스�포츠마케팅 | 5 | 8 | 앤앤컨퍼니 | 3 |
| 4 | 알톤스포츠 | 3 | 9 | 진글라이더 | 3 |
| 5 | 우진프라스틱 | 4 | 10 | 헬리눅스 | 3 |
| 합계 | | | | | 38 |

수행된 과업에 대하여 품질평가(40점), 만족도 평가(30점), 성과물평가(30점)가 실시되었는데, 38개 과업 모두 성과평가 결과 기준인 70점 이상으로 승인되었으나, 세마스�포츠마케팅과 앤앤컨퍼니는 2차년도 사업을 포기하였고, 1차년도 연차평가 결과는 알톤스포츠(56.7점)를 제외한 6개 기업이 계량과 비계량 지표를 더한 평가점수가 기준인 70점을 상회하여 승인되었다.

3 스포츠산업 신시장 개척지원

1) 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원 사업

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

2019년 기준(신분류 기준) 국내 스포츠산업은 내수중심의 시장구조로 수출보다 내수가 약 43배 높다. 2010년 수출 1조 8,550억 원 이후 점차 스포츠산업 수출 비중이 감소하였으나 2017년부터 반등하여 2019년 매출액 중 내수가 78조 8,868억 원, 수출이 1조 8,160억 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 4-56〉 스포츠산업 전체 요약

| 년도 | 업체 수(개) | 종사자(천명) | 매출액(십억원) | 내수(십억원) | 수출(십억원) | 영업이익(십억원) |
|------|-------------|---------|----------|---------|---------|-----------|
| 2019 | 신분류 105,445 | 449 | 80,684 | 78,868 | 1,816 | 6,949 |
| 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 |



| 년도 | | 업체 수(개) | 종사자(천명) | 매출액(십억원) | 내수(십억원) | 수출(십억원) | 영업이익(십억원) |
|------|-----|---------|---------|----------|---------|---------|-----------|
| 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(2020) 스포츠산업실태조사(2019 기준)

대외경쟁력 강화와 관련하여 산업체는 홍보 강화와 함께 정책부처 지원, 대형화·전문화가 필요한 것으로 나타났다. 이와 더불어 산업체들은 여전히 수출경쟁력 강화와 연관이 높은 국산제품 품질제고, 자체브랜드 개발 등을 중요시 여기고 있어 관련된 정부 정책 지원요구가 여전하다.

〈표 4-57〉 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 |
| 2019 | 12.5 | 15.0 | 8.1 | 27.8 | 17.0 | 17.1 | 2.0 | 0.4 |

※ 출처: 문화체육관광부(2020) 스포츠산업실태조사(2019기준)

이에 정부는 국내 스포츠산업체의 해외수출 경쟁력 강화 제고를 목적으로 스포츠산업체의 글로벌화를 지원하고 있다. 스포츠산업 글로벌화 지원 사업은 SPOEX 2019 개최지원사업, SPOEX 수출상담회 개최, 글로벌화지원, 해외전시참가지원, 중소 스포츠기업비즈니스 지원 사업이 추진되었다. 이렇듯 글로벌 기업으로의 자생적 성장유도를 위한 단계별 지원 사업을 세분화해 운영하여, 지원사업간 연계성 강화를 통해 시너지효과를 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 4-58〉 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 | • 2019. 01~ 2019. 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="font-size: 2em;">➡</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> 현장간담회 및 해외진출 관련 전문기관 교육지원 -사업수행중- </div> <div style="font-size: 2em;">➡</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> 성과·만족도조사 (대면), 통합성과 간담회 - 사업종료후- </div> </div> | | |
| 사업예산 | • 4,624 (백만 원) | | |
| 세부사업 내용 | 사업명 | 예산 (백만원) | 세부사업의 추진 내용 |
| | SPOEX 2019 | 1,516 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 국내 스포츠산업전 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 일시/장소 : 2019. 2. 28-3. 3 / 코엑스 A~D홀 - 유치목표 : 502개사, 2,100부스 규모 - 홍보, 부대행사(빅바이어 수출상담회 등) 개최 등 |
| | SPOEX FALL 수출 상담회 | 202 | <ul style="list-style-type: none"> ○ SPOEX FALL 수출상담회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 일시/ 장소 : 2019. 10. 29~30/ 수원 라마다호텔 - 국내기업 82개사, 해외바이어 13개국 31개사 수출상담회 진행 - 상담실적 501건, 계약예상실적 921만\$ |
| | 글로벌화 지원 | 843 | <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) - 사업기간: '19. 2~12 - 지원 : 해외시장 진출 컨설팅(40백만 원 한도) 및 마케팅 비용(40백만 원 한도), 각 기업 부담비율 (20~30%내외) |
| | 해외 전시참가 지원 | 873 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 기업관(단체관) 참가 지원(연4회) / 731백만 원 <ul style="list-style-type: none"> - 대상 : 국내 스포츠용품 생산제조기업, 서비스기업 - 선정 : 전시회별 10개 기업 내외(공모) - 지원 : 전시부스 임차료 및 장치비, 운송비(편도), 공동통역 등 ○ 개별참가 지원(사후정산) / 142백만 원 <ul style="list-style-type: none"> - 대상 : 국내 스포츠용품 생산제조기업 - 선정 : 25개 기업 내외(공모) - 지원 : 부스임차료, 장치비, 운송비(편도) (최대 7백만 원 한도) |



| 구 분 | | 주요내용 | | | | |
|-----------------------------------|--------------|---|--------------|----------|-----------|-----------|
| 중소 스포츠 기업 비즈 니스 지원 | 1,190 | ○ 중소기업 지원기업 모집 - 지원분야(5개) : 영업마케팅, 제품경쟁력, 원가생산성, 경영지원, IPO전략 지원 - 지원기업 : 중소기업 24개 기업 내외 - 지원내용 | | | | |
| | | 컨설팅 지원분야 | 지원금 | 신청 회차 | 지원 비율 | 수행 기간 |
| | | 경영컨설팅 (영업마케팅, 제품경쟁력, 경영지원, 원가생산성) | 최대 40백만 원 | 1회차 | 총사업비의 80% | 최대 6개월 |
| | | | | 2회차 | 총사업비의 70% | |
| 3회차 | 총사업비의 60% | | | | | |
| | | 4·5회차 | 총사업비의 50% | | | |
| IPO지원(주식상장) | 최대 60백만 원 | 1회차 | 총사업비의 90% | | | |

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

〈표 4-59〉 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원 사업 세부사업 간 우대 프로그램

| 구 분 | 우대사항 | 적용기준 |
|--|--|-----------------------|
| 서울국제 스포츠레저산업전 (SPOEX) SPOEX 지역 수출상담회 | <ul style="list-style-type: none"> 글로벌화 전략수립·마케팅, 해외전시, 로드쇼 참여 시 가점 부여 | 최근 2년 이내 참가기업 대상 |
| 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 1년차 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 4-60〉 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 기업육성 | 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 해외마케팅 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 역량강화 | 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 해외마케팅 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 2019년(Seoul International Sports & Leisure Industry Show 2019)에 총 참관객 수는 61,253명으로 전년대비 1.2% 증가했다.



〈표 4-61〉 서울국제스포츠박람회 전시규모 현황

| 구 분 | 국 내 | | 해 외 | | 계 | 참관객 |
|------|-------|---------|------|------|---------------|---------|
| | 업 체 | 부 스 | 업 체 | 부 스 | | |
| 2017 | 433개사 | 1,628부스 | 38개사 | 41부스 | 471개사/1,669부스 | 55,328명 |
| 2018 | 463개사 | 2,031부스 | 17개사 | 19부스 | 480개사/2,050부스 | 60,536명 |
| 2019 | 469개사 | 2,066부스 | 33개사 | 34부스 | 502개사/2,100부스 | 61,253명 |

2019년에는 총 502개사(국내 469개 업체, 해외 33개 업체)가 참여했다. 품목별로는 수중/수상스포츠가 153개사(30%)로 가장 많이 참가했고, 헬스/피트니스가 145개사(29%)로 그 뒤를 이었다.

〈표 4-62〉 서울국제스포츠레저산업전 품목별 참가비율

(단위%)

| 구 분 | 아웃 도어/캠핑 /캠핑카 | 수중/ 수상스포츠 | 자전거 | 헬스/ 피트니스 | 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/캠핑 | 수중/ 수상스포츠 | 자전거 | 헬스/ 피트니스 | 스포츠 용품 | 캠핑카 | 계 | |
| 2016 | 12.7 | 14.1 | 13.9 | 27.7 | 12.1 | 19.5 | 100 | |
| 2017 | 9.9 | 16.4 | 10.2 | 24.5 | 18.9 | 20.1 | 100 | |
| 2018 | 16 | 18 | 9 | 25 | 19 | 13 | 100 | |
| 구 분 | 아웃 도어/캠핑 | 수중/ 수상스포츠 | 자전거/ 익스트림 | 헬스/ 피트니스 | 스포츠 용품 | 캠핑카/ 카리반 | 운동장 체육시설, 창업관 및 VR특별관 | 계 |
| 2019 | 7 | 30 | 7 | 29 | 9 | 12 | 6 | 100 |

〈표 4-63〉 서울국제스포츠박람회 대륙별 참관객 현황

(단위: %)

| 구분 | 아시아 | 유럽 | 북미 | 중남미 | 오세아니아 | 중동 | 아프리카 | 기타 |
|------|------|-----|-----|-----|-------|-----|------|------|
| 2019 | 52.3 | 7.9 | 1.9 | 0.2 | 1.4 | 0.2 | 0.2 | 35.9 |

2019년 총 참관객 61,253명으로 전년 60,536명 대비 1.2% 증가했으며, 해외바이어는 549명으로 전년 476명 대비 15.3% 크게 증가했다. 참가업체 총 502개사 중 해외 참가 업체는 33개로 아시아 52.3%, 유럽 7.9%, 북미 1.9%, 오세아니아 1.4%, 중남미 0.2%, 중동 0.2%, 아프리카 0.2%, 기타 35.9% 비율로 참여했다.

2019년 서울 국제스포츠레저산업전에서는 기간 동안 부대행사로 SPOEX 2019 해외 빅 바이어 수출상담회를 개최하였다. 총 8천 1백만 불(상담액 6천 1.3백만 불, 계약예상액 1천 9.7백만 불)로 2018년 7천 1백만불보다 성과가 향상되었다. 참가 바이어는 12개국(러시아, 남아공, 스웨덴, 대만, 인도네시아, 베트남, 일본, 중국, 체코, 태국, 터키, 미국) 40개사였으며, Seller로 주요 국내 업체 136개사가 참여하였으며, 총 상담건수는 432건으로 집계되었다.

〈표 4-64〉 SPOEX 2019 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 기구 유통 및 17개 매장 및 소름 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 |
| 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 |



| 구분 | 본사 (참가국) | 바이어 사명 | 분류 | 상세 |
|----|-------------|-----------|-----------|--|
| 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 2019 해외 바이어 수출상담회는 2일간 총 141개사를 통해 약 61백만 불의 상담 실적을 달성하였고, 계약예상액은 19.7백만불로 예상되었다.

〈표 4-65〉 SPOEX 2019 해외 바이어 수출상담회 상담실적(총괄)

(단위: USD)

| 날짜 | 참여기업 | 상담건수 | 상담실적 | |
|---------|-------|------|------------|------------|
| | | | 수출상담액(A) | 계약예상액(B) |
| 2.28(목) | 78개사 | 236건 | 38,491,747 | 12,932,180 |
| 3.1(금) | 63개사 | 196건 | 22,836,038 | 6,800,010 |
| 합계 | 141개사 | 432건 | 61,327,785 | 19,732,190 |

② SPOEX FALL 지역수출상담회

스포츠산업의 지역균형발전 도모와 지방기업체의 실질적인 성과창출 및 기회제공을 통한 해외시장 진출 지원을 목적으로 SPOEX FALL 지역수출상담회를 2019년 10월 29일부터 30일까지 수원에서 개최하였다. 해외바이어(13개국 31개사)를 초청하여 1:1 수출상담회를 통하여 국내 기업 82개사에서 생산하는 품질이 우수하고 경쟁력을 갖춘 우수상품의 해외 판로 개척을 지원하였다.

〈표 4-66〉 '19년 SPOEX FALL 지역수출상담회 현황

| 구분 | 참가기업 분포 | 업체 수 |
|----|--|------|
| 국내 | 경기 35개사, 서울 27개사, 인천 1개사, 영남권 8개사, 충청권 7개사, 강원권 3개사, 제주 1개사 | 82개사 |
| 해외 | 베트남 5개사, 홍콩 1개사, 싱가포르 5개사, 일본 1개사, 중국 4개사, 말레이시아 1개사, 인도네시아 4개사, 핀란드 1개사, 대만 3개사, 네덜란드 1개사, 인도 2개사, 영국 1개사, 미국 2개사 | 31개사 |

2019 SPOEX FALL 지역수출상담회는 국내기업체 82개 업체가 참가하였고 해외바이어는 13개국 31개 업체가 참가하였다. 82개사의 품목별 현황은 헬스/피트니스/볼 관련 업체가 19개사, 골프 관련 업체 18개사, 스포츠용품/기타 업체 16개사, 바이크/스포츠웨어/아웃도어 관련 업체 29개사로 바이크/스포츠웨어/아웃도어 관련 업체가 가장 많이 참가하였다.

〈표 4-67〉 '19년 SPOEX FALL 지역수출상담회 국내기업 품목별 참가 현황

| 품목 | 업체 수 |
|----------------|------|
| 헬스/피트니스/볼 | 19 |
| 바이크/스포츠웨어/아웃도어 | 29 |
| 골프 | 18 |
| 스포츠용품/기타 | 16 |
| 합계 | 82 |

〈표 4-68〉 SPOEX FALL 지역수출상담회 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 | 366건 | 35,478 (한화 약 461억) | 84건 | 7,096 (한화 약 92억) |
| 2019 | 수원 | 국내기업 82개사 해외바이어 13개국 31개사 | 501건 | 40,122 (한화 약 521억) | 106건 | 9,217 (한화 약 119억) |

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 4-69〉 '19년 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 4천만 원 | 1회차 - 총 사업비의 80% 2회차 - 총 사업비의 70% |

글로벌화 지원 사업은 2019년 참가기업 30개사(해외진출 컨설팅 7개사, 해외시장 마케팅 23개사)를 대상으로 카탈로그를 제작하고, 홈페이지를 구축하는 등 마케팅 홈페이지 제작(10건), 쇼핑몰 제작(4건), 광고 제작(15건), 카탈로그 제작(13건)으로 지원을 진행하였다.

〈표 4-70〉 '19년 글로벌화 지원 사업 지원실적

(단위: 건)

| 구분 | 홈페이지 제작 | 쇼핑몰 제작 | 광고 제작 | 카탈로그 제작 |
|----|---------|--------|-------|---------|
| 건수 | 10 | 4 | 15 | 13 |

2019년 스포츠산업 글로벌화 지원사업의 예상 경제적 성과는 향후 3년간 약 1,858.9억 원(2020년 약 631억 원, 2021년 약 930억 원, 2022년 약 297.9억 원)으로 나타났으며 고객만족도 평가는 93.1점으로 나타났다.

〈표 4-71〉 스포츠산업 글로벌화 지원 사업 수혜기업 만족도

| 구분 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------------------|-------|------|------|
| 글로벌화(컨설팅·마케팅) 수혜기업 만족도 | 85.8점 | 92.4 | 93.1 |

④ 해외전시회 참가 지원 사업

〈표 4-72〉 해외전시 참가 지원 사업 참가개요

| 구분 | 2017년 | 2018년 | 2019년 | 비고 |
|----------|------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|--|
| 수출 상담건수 | 6,311건 | 6,921건 | 4,138건 | ·17년도 47개사 ·18년도 46개사 ·19년도 39개사 |
| 수출 상담금액 | 179,797천 달러 (한화 약 1,978억) | 180,509천 달러 (한화 약 1,986억원) | 122,482천 달러 (한화 약 1,347억원) | |
| 계약(예상)실적 | 33,196천 달러 (한화 약 365억) | 24,007천 달러 (한화 약 264억원) | 17,457천 달러 (한화 약 239억원) | |

2019년 해외전시 기업관 참가지원 사업은 미국 PGA Merchandise Show, 독일 국제헬스클럽 레저박람회 (FIBO), 중국 스포츠쇼(CSGF), 일본 SPORTEC 총 4개 전시회에 39개 업체, 78개 부스 참가를 지원하였다.

2019년 해외전시 업체당 평균 상담건수는 약 106건, 해외전시 업체당 평균 계약건수는 약 12건이었으며 총 수출 상담금액은 약 122,482천 달러, 계약(예상)실적은 17,457천 달러였다.

〈표 4-73〉 '19년 해외전시 참가 지원 사업 참가실적

| 참가 전시회 | 참가일시 | 업체 수 | 수출 상담실적 | | 계약실적 | |
|---------------------------------|--------------------------|----------------|---------|------------|------|-----------|
| | | | 건수 | 금액(USD) | 건수 | 금액(USD) |
| 미국 PGA Merchandise Show | 2019.01.23.(수) ~01.25(금) | 11개 업체 18부스 | 1,543 | 21,339,000 | 186 | 5,378,000 |
| 독일 국제헬스 클럽레저박람회(FIBO) | 2019.04.04.(목) ~04.07(일) | 9개 업체 22부스 | 1,147 | 29,685,500 | 98 | 6,445,000 |
| 중국 국제체육용품박람회 (China Sport Show) | 2019.05.23.(목) ~05.26(일) | 9개 업체 18부스 | 808 | 24,828,840 | 102 | 3,459,040 |
| 일본 SPORTEC | 2019.07.09.(화) ~07.11(목) | 10개 업체 20부스 | 640 | 7,028,900 | 91 | 2,175,100 |

2) 지역 융·복합 스포츠산업 기반 확충 사업

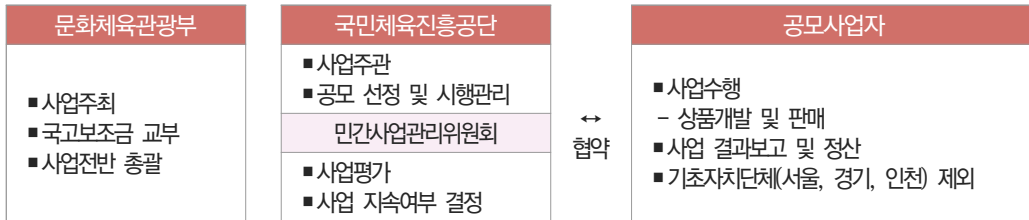
(1) 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업

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 2010 내 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 진흥센터 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 스포츠자원을 상품화하기 위한 지역 융·복합 스포츠산업 발굴사업, 2015년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업을 추진하였다. 2016년 중앙정부의 제9차 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 바꿔 지역 혁신기술의 융복합화를 통한 우수한 융복합 강소기업을 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



<표 4-74> 지역 융·복합 스포츠산업 거점 기관 추진 사업 내용(대전)

| 구 분 | 전략별 사업 내용 |
|------|--|
| 거점조성 | · 스포츠융복합 중장기 로드맵 수립, 공동활용 및 사업화지원 장비 지원운영 |
| 기반조성 | · 스포츠융복합 예비창업가 교육 운영 · 스포츠융복합 예비창업가 창업성장 운영(창업아이디어구체화지원사업 등 추진) |
| 기업지원 | · 스포츠융·복합 중소기업의 성장 및 상품화 지원 · 전략제품화지원: 스포츠산업 제품의 창출을 위한 One-Stop 상품화 지원 · 전략제품화지원: 스포츠산업 국내외 특허출원 및 분석 지원 · 시장진출 지원: 국내외 전시회참가 지원을 통한 기업 경쟁력 강화 및 국내외 시장 확대 · 인증획득지원: 국내외 인증획득 및 시험분석, 기술규제조사 · 마케팅지원: 홈페이지 개설, 광고비, 소셜·온라인마케팅준비 등 지원 |
| 성과확산 | · 대전 스포츠융복합산업 체험관 구축운영 · 대전 스포츠산업 성과분석 및 만족도 조사 · 스포츠융복합 창업성과확산 |

<표 4-75> 지역 융·복합 스포츠산업 거점 기관 추진 사업 내용(부산)

| 구 분 | 전략별 사업 내용 |
|---------------------------|--|
| 거점조성 | · 지역거점센터 및 창업보육지원센터구축, 공용시험장비구축, 아동/노인 운동평가 시스템 구축 |
| 기반조성 (산업 성장 자원 확보) | · 아이디어공모전&창업경진대회 개최 · 창업지원(창업보육팀 육성, 기술개발 지원, 지적재산권 지원, 시장진출 지원 등)운영 · 창업 멘토링 및 인력양성(멘토링, 일자리 상담지원, 창업캠프 등) · 신규사업(연구개발(R&D))기획 |
| 기업지원 (산업 고도화) | · 스포츠융·복합 중소기업의 성장 및 상품화 지원 · 시제품단계: 전략제품화, 시제품제작, 디자인개발, 제품홍보, 디자인컨설팅 지원 · 제품화단계: 국내외시험인증, 지식재산권서비스(국내외), 특허로드맵 구축 등 지원 · 사업화단계: 국내외 전시회, 공동관, 수출상담회, 국내외 유통거점지원 등 |
| 성과확산 (산업 지원 시스템 구축) | · 실태조사 및 성과분석(글로벌 시장동향 조사 및 분석, 지역산업실태조사 등) · 산업육성 연구회 운영 · 기술정보제공 등 |

대전테크노파크의 경우 스포츠융·복합산업육성사업단의 운영 및 총남대, 대덕이노폴리스벤처협회 등 협력 기관 장비 활용 등의 클러스터를 구축하였다. 지역의 특화산업과 스포츠산업의 융복합을 통한 거점조성, 기업지원 기반조성, 성과확산 등의 지원을 통해 스포츠산업을 미래 新성장동력으로 육성하고 나아가 경제활성화와 일자리 창출은 물론 지속가능한 스포츠 산업육성에 노력하였다.

부산테크노파크의 경우 부산가톨릭대, 한국표준과학연구원, 한국건설생활환경시험연구원의 협력기관과 스포츠융·복합사업단 운영을 통해 ICT·IoT·센싱(생체동작인식)기술이 접목된 스마트 헬스케어기반의 스포츠 융·복합 산업분야에 대한 창업보육 및 인력양성(스타트업 기업육성)과 선도기업 육성 프로그램기반의 전방위적 원스톱 기업지원(전략제품화지원, 시제품제작, 디자인지원, 애로기술해소, 시험인증 및 컨설팅지원, 국내외특허출원, 국내외전시회 참가지원 등)으로 부산·경남권 스포츠 융·복합 산업육성의 거점기능 확립 및 활성화사업을 추진하였다.

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 여부를 결정하였다. 2019년 지역 융·복합 스포츠산업 육성 발굴 사업은 지난해와 연계되어 2019년 5월부터 2020년 4월까지 시행되었다.

〈표 4-76〉 (대전)지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 추진과정

| 구분 | 주요내용 | | | |
|-------------|---|------------------------|--|--|
| 사업목적 | <ul style="list-style-type: none"> · 스포츠산업의 ICT융복합을 통한 미래성장 동력 창출, 스포츠 저변 확대 및 새로운 일자리 창출 · 스포츠산업 신규 시장 창출을 위한 스포츠과학기술과 문화의 융합 지역 거점 구축 | | | |
| 사업기간 | · 2019. 07. 01 ~ 2020. 04. 30 | | | |
| 사업예산 | · 37억 원(국비 25억 원, 지방비 12억 원) | | | |
| 사업 추진과정 | ① 사업설명회 공모기관 대상 사업설명회 실시 | ➔ | ② 사업계획서 접수 사업계획서 접수 (광역자치단체장 협력확인서 필) | |
| | ④ 발표평가 발표평가(PT) 실시 | ➔ | ⑤ 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 조성 | · 스포츠융복합 중장기 로드맵 수립 | 1건 | · ICT스포츠융복합산업 로드맵 수립 |
| | | · 공동활용 및 사업화지원 장비 지원운영 | 70건 | · 既 구축장비활용 연계지원 추진 |
| | 기반 조성 | · 스포츠융복합 예비창업가 교육 | 2건 | · 스포츠산업발굴, 기초예비사업가 성장을 위한 기본 사업 |
| | | · 스포츠융복합 예비창업가 창업성장 | 14건 | · 기초 창업교육 및 아이디어 구체화 위한 교육, 캠프, 기업탐방, 박람회 참가 |
| | 기업 지원 | · 전략제품화지원사업 | 6건 | · 스포츠산업 대표 제품의 브랜드 창출을 위한 One-Stop 상품화 지원 |
| | | · 시제품제작지원사업 | 13건 | · 시제품 제작 및 가공 생산 서비스 지원개발지원 |
| · 지식재산권지원사업 | | 35건 | · 국내외 특허출원 및 분석 지원 | |



| 구 분 | 주요내용 | | | |
|-----|------------------|----------------------------|---|-----------------------|
| | ·국내외인증획득지원사업 | 13건 | ·국내외 인증획득 및 시험분석, 기술규제조소 및 분석 지원 | |
| | ·시장진출지원사업 | 4건 | ·국내외 전시회참가 지원을 통한 기업 경쟁력 강화 및 국내외 시장 확대 | |
| | ·스포츠융복합 스타트업성장지원 | 12건 | ·엑셀러레이터를 통한 창업 및 투자(융자)유치 지원 | |
| | ·스포츠융복합 마케팅지원사업 | 16건 | ·홈페이지 개설, 광고비, 소셜·온라인마케팅접비 등 마케팅 지원 | |
| | ·스포츠융복합 실증화지원사업 | 3건 | ·VR기업 등 제품의 운동효과에 대한 데이터 분석 지원 | |
| | 성과 확산 | ·대전 스포츠융복합산업 체험관 건축운영 | 1건 | ·홍보체험 전용 공간 구축운영 |
| | | ·대전 스포츠산업 성과분석 및 만족도 조사 | 1건 | ·지원사업에 대한 성과조사분석 |
| | | ·스포츠융복합 창업성과확산 | 6건 | ·창업교육 성과확산 및 올림피아드 개최 |
| | 합 계 | 197건 | | |

〈표 4-77〉 (부산)지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 추진과정

| 구 분 | 주요내용 | | | |
|-------------------|---|-------------------------|---------------------------|---|
| 사업목적 | <ul style="list-style-type: none"> · ICT·IoT·센싱기술이 접목된 스마트 헬스케어기반의 스포츠 융·복합 산업분야에 창업보육 및 인력 양성과 선도기업 육성을 위한 전방위적 원스톱 기업지원으로 스포츠 융·복합산업 활성화 · 국내 스포츠산업의 고도화 및 시장경쟁력 확보를 위한 지역 핵심 거점 구축 | | | |
| 사업기간 | · 2019. 05~ 2020. 03. 31 | | | |
| 사업예산 | · 3,553백만 원 | | | |
| 사업 추진과정 | <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> ① 사업설명회 공모기관 대상 사업설명회 실시 </div> <div style="font-size: 2em; color: green;">➔</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> ② 사업계획서 접수 사업계획서 접수 (광역자치단체장 협력확인서 필) </div> <div style="font-size: 2em; color: green;">➔</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> ③ 서면평가 응모기관 대상 서면평가 실시 </div> <div style="font-size: 2em; color: green;">➔</div> </div> | | | |
| | <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> ④ 발표평가 발표평가(PT) 실시 </div> <div style="font-size: 2em; color: green;">➔</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> ⑤ 종합심의 현장·서면평가 및 발표평가 결과 종합 </div> <div style="font-size: 2em; color: green;">➔</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> ⑥ 사업자 선정 최고특점기관(1개) 최종사업자 선정 </div> </div> | | | |
| 전략별 대표 추진사업 | 4대 구분 | 주요사업 | 사업내용 | |
| | 거점 조성 | 스포츠융복합산업지 원 거점구축 | 1식 | 공간구축, 스포츠산업창업보육지원센터 운영 |
| | | 장비구축 | 1식 | 공용시험장비 구축 (13종) |
| | | 아동 운동평가 시스템 구축 | 1식 | 국제표준 측정기법으로 데이터 구축 국제표준 측정기법 디지털화 |
| | | 노인 운동평가 시스템 구축 | 1식 | 새로운 측정기법 개발하여 데이터 구축 측정기법 디지털화 및 제품화 |
| | | 체력관리용 운동기구 및 프로그램 개발 | 1식 | 시스템화된 운동 기법 프로그램 개발 |
| | 기반 조성 | 아이디어 공모전 | 1건 | 아이디어공모전 및 창업경진대회 운영(5팀선정) |
| 창업지원 | | 36건 | 창업보육팀 육성(6개사), 기술개발(11건), | |

| 구분 | 주요내용 | | |
|-------|-------------|-----|--|
| | | | 지적재산권(4건), 시장진출, 투자활성화(3건), 스타트업R 컨설팅(2건), 창업교육(6건) 등 |
| | 멘토링 | 6건 | 창업지원 멘토링(6건/48회) |
| | 인력양성 | 21건 | 창업캠프(1건), 기술경영 컨설팅(12건), 창업·일자리 상담 등 |
| | 연구개발(R&D)기획 | 4건 | 신규사업(연구개발(R&D)) 기획회(4건) 운영 |
| 기업 지원 | 시작품 단계 | 34건 | 전략제품화기술개발(5건), 시제품제작지원(10건), 디자인개발(5건), 성능평가기준안개발(1건), 카탈로그 등 제품 홍보 지원(8건) 등 |
| | 제품화 단계 | 54건 | 시험인증지원, 기술문서 컨설팅, SW품질검증, 특허로드맵, 국내외 특허 출원 및 등록 등 |
| | 사업화 단계 | 46건 | 앱/홈페이지 제작지원, 국내전시회, 국내 유통상담회, 해외전시회 등 |
| 성과 확산 | 실태조사 및 성과조사 | 1식 | 지역산업 실태조사(해양스포츠산업 등) 및 사업성과모니터링, 글로벌 시장동향 조사 및 분석 |
| | 신업육성연구회 운영 | 1식 | 지역 융복합 프로젝트 연구회 운영 |
| | 기술정보제공 | 10건 | 기술정보제공(웹구축) |
| | 제품시연회 | 1식 | 유치원, 중·고등학교 등 제품실증 |
| 합 계 | 220건 | | 국비, 시비, 민자 |

③ 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업의 성과

2019년도 지역 융·복합 스포츠산업 거점육성사업의 대전지역은 대전테크노파크, 대덕이노폴리스벤처협회, 충남대학교, 한국산업기술시험원의 수행기관을 두고 사업을 수행하였다. 기업지원 수는 61개사이며, 수혜 기업 25개사에서 신규 고용인원은 81명으로 전년도 대비 30명 증가(58.8%)했다. 또한, 스타트업성장지원 사업으로 투자 유치(4건), 기술 이전(1건) 금액은 총 1,710백만 원이며, 특허출원에서는 27건으로 국내 출원 10건, 해외 17건(PCT 2건, PCT 국내단계 8건, 개별국 7건)이고 국내외인증획득사업은 13건으로 국내인증 4건과 해외인증 9건의 성과를 냈다.

〈표 4-78〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 연차별 중점육성방향(대전)

| 구분 | 2017년 | 2018년 | 2019년 |
|-------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 핵심키워드 | 기업지원체계 구축 | 우수기업 발굴·육성 | 시장확장 강화 |
| 특허/인증 | 16건/5건 | 22건/11건 | 35건/13건 |
| 성과지표 | 고용증가 7.6% 매출증가 13.3% | 고용증가 7.9% 매출증가 19.4% | 고용증가 58.8% 매출증가 129% |

부산의 지역 융·복합 스포츠산업 거점육성 사업은 2019년 수혜기업 48개사 125건의 기업을 지원하였다. 수혜기업의 지원사업 참여 후 매출액은 14.6%, 수출액은 15.5%의 상승효과가 나타났으며, 사업기간 내 총 70명의 신규고용 창출을 하였다. 세부적으로는 부산테크노파크가 센터구축 및 운영전반을 담당하면서 부산가톨릭대학교에서는 스포츠산업창업보육지원센터 구축을 통해 창업지원 업무를 담당하고 한국건설생활환경시험연구원은 기업지원(제품화단계)에서 성능평가, 시험인증 등의 업무를 한국표준과학연구원은 국제 표준 평가법 시스템구축 및 DB확보 등의 업무를 수행하였다.

〈표 4-79〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 연차별 중점육성방향(부산)

| 구분 | 2019년 |
|---------|----------------------------------|
| 핵심키워드 | 지역거점 기반구축 |
| 수혜기업 | 48개사 |
| 기업지원 건수 | 125건 |
| 성과지표 | 매출증가 14.6%, 수출증가 15.5%, 고용창출 70명 |

〈표 4-80〉 '19년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 거점조성 분야 실적(대전)

(단위: 건(식), %)

| 추진내용 | 목표 | 실적 | 달성율 | 세부내용 |
|----------------------|----|----|-----|--|
| 스포츠융복합 중장기 로드맵 수립 | 1 | 1 | 100 | · 스포츠융복합산업 로드맵 수립목적 및 필요성, 추진체계 분석 과업 및 육성로드맵(안) : 스포츠융복합산업 비전, 목표, 추진전략, 추진방향, 세부추진과제 등 1건 과제 |
| 공동활용 및 사업화지원 장비 지원운영 | 60 | 70 | 117 | · 보유장비 공동 활용 실적 : 10개사 70건 |
| 합계 | 61 | 71 | 116 | |

〈표 4-81〉 '19년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 거점조성 분야 실적(부산)

(단위: 식, %)

| 추진내용 | 목표 | 실적 | 달성율 | 세부내용 |
|----------------------|----|----|-----|---|
| 산업지원거점구축 | 2 | 2 | 100 | - 공간구축 - 스포츠산업 창업보육지원센터 운영 |
| 장비구축 | 13 | 13 | 100 | - 공용시험장비 구축(13대) |
| 아동 운동평가 시스템 구축 | 1 | 1 | 100 | - 국제표준 측정기법으로 데이터 구축 - 국제표준 측정기법 디지털화 |
| 노인 운동평가 시스템 구축 | 1 | 1 | 100 | - 새로운 측정기법 개발하여 데이터 구축 - 측정기법 디지털화 및 제품화 |
| 체력관리용 운동기구 및 프로그램 개발 | 1 | 1 | 100 | - 시스템화된 운동기법 프로그램 개발(아동/노인) |
| 합계 | 18 | 18 | 100 | |

〈표 4-82〉 '19년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기업지원 분야 실적(대전)

(단위: 건, %)

| 추진내용 | 목표 | 실적 | 달성률 | 세부 내용 |
|-------------|----|----|-----|---|
| 전략제품화지원사업 | 6 | 6 | 100 | · (주)아이엔에스 등 6개사 |
| 시제품제작지원사업 | 12 | 13 | 108 | · (주)새온 등 13개사 |
| 지식재산권지원사업 | 20 | 35 | 175 | · 특허출원(27건), 특허분석(8건) · (주)테스크로 등 19개사 |
| 국내외인증획득지원사업 | 10 | 13 | 130 | · (주)조은정밀 등 7개사 |

| | | | | |
|----------|----|-----|-----|---|
| 시장진출지원사업 | 15 | 4 | 27 | · 코로나19로 인한 전시회 3건 취소 · 2020 올랜도골프전시회 참가 |
| 스타트업성장지원 | 10 | 12 | 120 | · 4개사의 투자유치(총 17.1억원) |
| 마케팅지원사업 | 10 | 16 | 160 | · ㈜블스아이 등 16개사 |
| 실증화지원사업 | 3 | 3 | 100 | · ㈜씨에스씨 등 3개사 |
| 합 계 | 86 | 102 | 118 | |

〈표 4-83〉 '19년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기업지원 분야 실적(부산)

(단위: 건, %)

| 추진내용 | 목표 | 실적 | 달성률 | 세부 내용 |
|----------------------|-----|-----|-------|-------------------|
| 전략제품화기술개발사업 | 5 | 5 | 100.0 | 스마트핏 등 5개사 |
| 시제품제작지원사업 | 10 | 10 | 100.0 | 엑소시스템즈 등 10개사 |
| 디자인개발지원사업 | 5 | 5 | 100.0 | 미리내커뮤니케이션즈 등 5개사 |
| 제품홍보지원사업 | 10 | 8 | 80.0 | 트레이닝마스크코리아 등 8개사 |
| 디자인컨설팅지원사업 | 5 | 5 | 100.0 | 아인 등 5개사 |
| 국내시험인증지원사업 | 5 | 4 | 80.0 | (주)MedLAB 등 4개사 |
| 국외시험인증지원사업 | 5 | 5 | 100.0 | 삼인라이프 등 5개사 |
| 기술지도 및 컨설팅지원사업 | 10 | 10 | 100.0 | 위니코나(주) 등 10개사 |
| 지식재산권서비스(국내)지원사업 | 10 | 10 | 100.0 | 하이텍로직 등 10개사 |
| 지식재산권서비스(국외)지원사업 | 2 | 2 | 100.0 | 나노텍세라믹스 등 2개사 |
| 특허로드맵 구축지원 사업사업 | 1 | 1 | 100.0 | 에어랩 |
| 비즈니스모델지원사업 | 1 | 2 | 200.0 | 마이스포(주) 등 2개사 |
| 앱, 홈페이지 제작지원사업 | 5 | 5 | 100.0 | 엑스슈 등 5개사 |
| 신문, 지하철, 광고 등 홍보지원사업 | 5 | 5 | 100.0 | 으뜸(주) 등 5개사 |
| 국내전시회 개별참가 지원사업 | 10 | 1 | 10.0 | (주)인터오션 |
| 국내 유통상담회 지원사업 | 10 | 0 | 0.0 | 코로나19로 취소 |
| 해외전시회 개별참가 지원사업 | 5 | 5 | 100.0 | 리디자인 등 5개사 |
| 국내전시회 공동관참가지원사업 | 1 | 1 | 100.0 | 사람을 보호하는 기업 등 6개사 |
| 해외전시회 공동관참가지원사업 | 1 | 1 | 100.0 | (주)힐닉스 등 6개사 |
| 해외비즈니스 참가지원사업 | 6 | 6 | 100.0 | (주)론팩 등 6개사 |
| 국내외 유통거점 지원사업 | 3 | 2 | 66.7 | 지에이치이노텍 등 2개사 |
| 국내시험인증 지원사업 | 10 | 10 | 100.0 | SY이노테크 등 10개사 |
| 성능평가기준(안)개발 지원사업 | 1 | 1 | 100.0 | (주)서브원 |
| 소프트웨어품질검증 지원사업 | 5 | 5 | 100.0 | (주)건강한 친구들 등 5개사 |
| 기술문서컨설팅 지원사업 | 5 | 5 | 100.0 | 제이어스(주) 등 5개사 |
| 합 계 | 136 | 114 | 93.4 | |



〈표 4-84〉 '19년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기반조성 분야 실적(대전)

(단위: 건, %)

| 추진내용 | 목표 | 실적 | 달성율 | 세부 내용 |
|-------------------|----|----|-----|--|
| 스포츠융복합 예비창업가 교육 | 4 | 2 | 50 | <ul style="list-style-type: none"> · 예비창업가 발굴교육 32명 수료 · 예비창업가 심화교육 18명 수료 · 전자 특허출원 16건 |
| 스포츠융복합 예비창업가 창업성장 | 14 | 14 | 100 | <ul style="list-style-type: none"> · 사업계획서 제작 멘토링 14팀 · 역량강화 멘토링 5팀 · 산업창업팀 사업화 지원 7팀 · 시제품 5개 제작 완료 · 2019 ICT융합 엑스포 35명 참관 · 중국 심천 하이테크 페어 4명 참관 · 역량강화 지원 5팀 |
| 합 계 | 18 | 16 | 88 | |

〈표 4-85〉 '19년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기반조성 분야 실적(부산)

(단위: 건(식), %)

| 추진내용 | 목표 | 실적 | 달성율 | 세부 내용 |
|-------------|--------|--------|-------|---|
| 아이디어 공모전 | 1 | 1 | 100.0 | - 아이디어공모전&경진대회 1건(5팀선정) |
| 창업지원 | 36 | 45 | 125.0 | <ul style="list-style-type: none"> - 창업보육팀 육성 6팀 지원 - 시제품 생산지원 9건(300%) - 인증지원 2건 - 지적재산권 지원 4건 - 시장진출 지원 0건(코로나-19) - 투자 활성화 지원 3건 - 스타트업 IR 컨설팅 지원 2건 - 창업교육(아이템/기술 확보) 6건(120%) - 우수 창업기업 후속지원 - 스포츠기업경영 시뮬레이션 지원 1건 |
| 멘토링 | 6(40회) | 6(48회) | 120.0 | - 창업지원 멘토링 6건(48회) |
| 인력양성 | 21 | 13 | 62.0 | <ul style="list-style-type: none"> - 창업·일자리 상담지원 0건(코로나-19) - 창업캠프 1건 - 기술경영 컨설팅 및 지도자 자문 12건 |
| 연구개발(R&D)기획 | 4 | 4 | 100 | - 신규사업(연구개발(R&D))기획회 4건 |
| 합 계 | 68 | 69 | 101% | |

〈표 4-86〉 '19년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 성과확산 분야 실적(대전)

(단위: 건(식), %)

| 추진내용 | 목표 | 실적 | 달성률 | 세부 내용 |
|----------------------|----|----|-------|---|
| 성과분석 및 만족도 조사 | 1 | 1 | 100.0 | · 지역산업 사업 성과 및 만족도 분석 |
| 대전 스포츠융복합산업 체험관 구축운영 | 1 | 1 | 100.0 | · 체험홍보관 구축(2개사) · ICT융복합 스포츠산업 기업체험관 조성 · (장소1) D∞-Station 원도심권 · (장소2) 대전광역시 어린이회관 |
| 스포츠융복합 창업성과확산 | 12 | 6 | 100.0 | · 1회 스포츠융복합산업 세미나 70명 · 1회 스포츠융복합산업 연구회 28명 · 2회 스포츠융복합산업 연구회 20명 · 3회 스포츠융복합산업 연구회 25명 · 4회 스포츠융복합산업 연구회 20명 · 1차 사업단 성과 홍보, 운영 17명 |
| 합 계 | 14 | 8 | 100.0 | |

〈표 4-87〉 '19년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 성과확산 분야 실적(부산)

(단위: 건(식), %)

| 추진내용 | 목표 | 실적 | 달성률 | 세부 내용 |
|-------------|----|----|-------|--|
| 실태조사 및 성과분석 | 3 | 3 | 100.0 | - 지역산업 실태조사(해양스포츠산업 등) 및 사업성과 모니터링 1건 - 글로벌 시장동향 조사 및 분석 - 사업성과 전문가 모니터링 |
| 산업육성 연구회 운영 | 1 | 1 | 100.0 | - 지역 융복합 프로젝트 연구회 운영 |
| 기술정보제공(웹구축) | 10 | 10 | 100.0 | - 기술정보제공 10건 |
| 제품시연회 | 1 | 1 | | - 유치원, 중·고등학교 등 제품실증 |
| 합 계 | 15 | 15 | 100.0 | |

(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” 및 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 참여하여 지역 발전계획과의 연계를 통한 지속가능한 발전기반을 구축하고, 지역 특화 스포츠융·복합산업의 발굴과 사업화를 통한 지역경제 활성화에 기여하는 것을 목적으로 한다. 사업추진 효율성 제고를 위해 중기(3개년) 지원을 실시하며, 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

2019년 3월부터 12월까지 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업의 3개년 간 사업비 지원을 통해 스포츠자원과 지역별 비교 우위산업 등이 융·복합된 지역 연계 사업을 진행하였다. 이를 통해 수익창출 기반이 마련된 지자체의 자립화를 도모하였다.

〈표 4-88〉 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업 추진과정

| 구분 | 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"> 2019. 05 ~ 2019. 12(신규사업), 2019. 01 ~ 2019. 12(기존사업) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 사업예산 | <ul style="list-style-type: none"> 4,137백만 원 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 사업 추진과정 | <p>지역 융·복합 스포츠산업육성 발굴사업 공모분야</p> <p>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 ▼ 사업관리(민간 사업관리위원회 구성)</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <p>사업결과평가(결과 및 회계 평가) ▼ 사업실적평가 후 지속여부결정</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <p>2019년 결과 총 8개 지자체(기존 5개 지자체: 삼척시, 예천군(이상 3년차), 밀양시, 보은군, 기장군(이상 2년차)와 신규 3개 지자체: 평창군, 하동군, 장흥군)를 지원</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 공모 선정절차 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 세부 사업 내용 및 현황 | <ul style="list-style-type: none"> 매칭조건 및 지원 한도 안내 <table border="1"> <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">비고</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>5억 원</td> <td>5억 원</td> <td rowspan="3">10억 원</td> <td rowspan="3">총사업비의 50%</td> </tr> <tr> <td>2년차</td> <td>50%</td> <td>50%</td> <td>5억 원</td> <td>5억 원</td> </tr> <tr> <td>3년차</td> <td>50%</td> <td>50%</td> <td>5억 원</td> <td>5억 원</td> </tr> </tbody> </table> | 연차 | 매칭조건(%) | | 사업비(억 원) | | 사업비 합계액 | 비고 | 국비 | 지방비 | 국비 | 지방비 | 1년차 | 50% | 50% | 5억 원 | 5억 원 | 10억 원 | 총사업비의 50% | 2년차 | 50% | 50% | 5억 원 | 5억 원 | 3년차 | 50% | 50% | 5억 원 | 5억 원 |
| 연차 | 매칭조건(%) | | 사업비(억 원) | | 사업비 합계액 | 비고 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 국비 | 지방비 | 국비 | 지방비 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1년차 | 50% | 50% | 5억 원 | 5억 원 | 10억 원 | 총사업비의 50% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2년차 | 50% | 50% | 5억 원 | 5억 원 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3년차 | 50% | 50% | 5억 원 | 5억 원 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| 구 분 | 주요내용 | | | | |
|-----|---|-----------|--------|-------|----------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • '19 지속지원 사업현황(2,3년차) | | | | |
| | | 사업예산(백만원) | | | 비고 |
| | 주관기관 | 보조금 | 지자체부담금 | 총 사업액 | |
| | 삼척시 | 300 | 300 | 600 | 5:5 ('19년 3년차) |
| | 예천군 | 300 | 300 | 600 | 5:5 ('19년 3년차) |
| | 가장군 | 500 | 500 | 1,000 | 5:5 ('19년 2년차) |
| | 밀양시 | 500 | 500 | 1,000 | 5:5 ('19년 2년차) |
| | 보은군 | 500 | 500 | 1,000 | 5:5 ('19년 2년차) |
| | 합계 | 2,100 | 2,100 | 4,200 | - |
| | <ul style="list-style-type: none"> • 스포츠융복합 산업 예시 ▶ 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 스포츠산업진흥 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 홍보비 등 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 ▶ 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

2019년 지역 특화 스포츠관광 프로그램 산업 육성 사업은 2018년 대비 참가인원 22.7% 증가, 경제유발효과 13.3% 증가, 일자리창출 28.0% 증가의 성과를 나타내었다. 7개 지자체의 총 참가인원은 98,539명이었으며, 1,448명의 일자리가 새로 발생되었다.



〈표 4-89〉 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업 성과

| 구분 | '15년 (5개소) | '16년 (6개소) | '17년 (6개소) | '18년 (9개소) | '19년 (7개소) |
|--------------|---------------|---------------------|--------------------|------------------------|--------------------|
| 참가인원(명) | 7,214 (-) | 18,989 (▲163.2%) | 15,511 (▼18.3%) | 80,329 (▲417.9%) | 98,539 (▲22.7%) |
| 경제유발효과(백만 원) | - | 1,385 (-) | 2,060 (▲48.7%) | 5,708.888 (▲177.1%) | 6,468 (▲13.3%) |
| 일자리창출(명) | 84 (-) | 195 (▲132.1%) | 432 (▲121.5%) | 1,131 (▲161.8%) | 1,448 (▲28.0%) |

※ 경제유발효과(참가인원수에 따른 1인당 경제소비 비용)는 '16년부터 해당 지자체를 통해 조사

〈표 4-90〉 '19년 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업의 성과

| 지자체 | 연차 | 사업내용 | 총사업비 (지원금) | 참가 인원 (명) | 경제유발 (백만원) | 일자리 창출 (명) |
|-----|-------------|---|------------------------|-----------------|---------------|------------------|
| 삼척시 | 3 년 차 | 치어업 삼척 스포츠문화 관광산업육성 프로젝트 | 600백만원 (300백만원) | 15,820 | 1,241 | 99 |
| 예천군 | | 활 테마 클러스터 조성사업 | 600백만원 (300백만원) | 10,634 | 1,432 | 68 |
| 기장군 | 2 년 차 | 야구 테마 스포츠관광 클러스터 조성사업 | 1,000백만원 (500백만원) | 15,680 | - | 106 |
| 밀양시 | | 밀양요가 웰니스스포츠 융·복합 관광산업 육성 | 1,000백만원 (500백만원) | 10,064 | 440 | 235 |
| 보은군 | | 지역특화 육상토달 매니지먼트 사업 | 1,000백만원 (500백만원) | 36,028 | 2,290 | 560 |
| 평창군 | 1 년 차 | 야구 테마 스포츠관광 클러스터 조성사업 | 1,000백만원 (500백만원) | 11,880 | 858 | 156 |
| 하동군 | | MY(Miryang Yoga) 웰니스스포츠 MICE Tour (밀양요가 웰니스스포츠 융·복합 관광산업 육성) | 500백만원 (250백만원) | 3,037 | 756 | 141 |
| 합계 | | - | 5,700백만원 (2,850백만원) | 103,143 | 7,017 | 1,365 |

※ 장흥군은 2019년 12월 선정(양평군 사업포기)되었으므로 2019년 12월부터 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 웨필드, 버밍엄, 맨체스터 등이 국제적 스포츠 이벤트 유치와 시설의 투자를 통해 스포츠 도시로의 전환을 하였다. 국내에서도 스포츠를 도시 경제성장으로 동력화하고 스포츠도시브랜드화를 지향하는 지방

자치단체의 자발적 노력의 사례(육상도시 대구, 여자축구도시 충북 보은, 생활체육도시 경기 가평, 승마도시 경북 상주, 빙상도시 강원 강릉, 전지훈련도시 전남 남해)들이 등장하고 있다. 우리나라는 수도권을 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 4-91〉 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 | | | | | | |
| 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" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 33%;">1단계</td> <td style="width: 33%;">2단계</td> <td style="width: 33%;">3단계</td> </tr> <tr> <td>인구 수 기준</td> <td>국제 규모 스포츠 이벤트 개최 유무</td> <td>스포츠 인프라 구축 및 보급률</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> - [1단계 : 도시규모] 인구 5만 이상 ~ 50만 미만 거주 중소도시 | 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 | | | | | |



| 구분 | 주요내용 | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|---|----------|----------|---------------------|--|---------------------|--|----------------|--|-----------------|---|---------------------|--|--------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> - [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 | | | | | | | | | | | | | |
| 사업 내용 지원 사업 | <ul style="list-style-type: none"> · 162개 시·군·구(서울, 인천, 경기 제외 / 제주포함) - 광역시(39개), 광역도(123개) | | | | | | | | | | | | | |
| | <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 ▶ (스포츠믹스 육성 사업추진) : 부문 및 범주화(예시) <table border="1" data-bbox="393 741 1258 1655"> <thead> <tr> <th data-bbox="393 741 667 772">부문별(대분류)</th> <th data-bbox="667 741 1258 772">범주화(중분류)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="393 772 667 919">스포츠도시 정체성 및 운영기능 강화</td> <td data-bbox="667 772 1258 919"> <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠도시 사업계획 수립 및 컨설팅* - 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="393 919 667 1124">스포츠도시 방문 및 주민 참여 강화</td> <td data-bbox="667 919 1258 1124"> <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 사업중사자 인센티브 제공 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="393 1124 667 1245">스포츠도시 지역 환경 개선</td> <td data-bbox="667 1124 1258 1245"> <ul style="list-style-type: none"> - 관광 관련 인프라 개선 및 확충 - 보유 스포츠시설 개·보수 확충 - 전지훈련지 기능 확립을 위한 인프라 구축 - 공중접객시설 등 도시 기반시설 개선 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="393 1245 667 1419">스포츠도시 브랜드 제고 활동</td> <td data-bbox="667 1245 1258 1419"> <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="393 1419 667 1568">스포츠도시 사업 지속가능 역량 제고</td> <td data-bbox="667 1419 1258 1568"> <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="393 1568 667 1655">스포츠도시 통합기능 수행능력 강화</td> <td data-bbox="667 1568 1258 1655"> <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 data-bbox="403 1663 531 1689">* 필수추진사업</p> | 부문별(대분류) | 범주화(중분류) | 스포츠도시 정체성 및 운영기능 강화 | <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠도시 사업계획 수립 및 컨설팅* - 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 사업중사자 인센티브 제공 | 스포츠도시 지역 환경 개선 | <ul style="list-style-type: none"> - 관광 관련 인프라 개선 및 확충 - 보유 스포츠시설 개·보수 확충 - 전지훈련지 기능 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 |
| 부문별(대분류) | 범주화(중분류) | | | | | | | | | | | | | |
| 스포츠도시 정체성 및 운영기능 강화 | <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠도시 사업계획 수립 및 컨설팅* - 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 사업중사자 인센티브 제공 | | | | | | | | | | | | | |
| 스포츠도시 지역 환경 개선 | <ul style="list-style-type: none"> - 관광 관련 인프라 개선 및 확충 - 보유 스포츠시설 개·보수 확충 - 전지훈련지 기능 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 | 빙상스포츠클ubs 조성 및 육성사업 | -빙상스포츠클ubs 메카조성 컨설팅 용역추진 -유치원초중학생 방과후 수업과 연계빙상종목체험 -일반 시민들 대상, 칼링종목 활성화 추진 -빙상스포츠클ubs 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 4-92〉 스포노믹스 육성 사업의 성과

| 지자체 (연차) | 추진내용 | 총사업비 (지원금) | 평가 결과 |
|---------------|--|------------------------|------------------|
| 강릉시 (2년차) | <ul style="list-style-type: none"> ○ 사업명 : 빙상스포츠클ubs 조성 및 육성을 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) |



4 스포츠산업 기반기술 강화

1) 스포츠산업기술 개발 및 서비스 사업화

(1) 스포츠산업기술 연구개발지원사업

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 2019년 기준 전체 연구·개발사업(205,328억 원) 중에서 문화체육관광 포함 728억 원(0.04%)에 불과하여 매우 부족한 실정이다. 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 종료되었다. 이에 스포츠산업기술 연구개발지원사업의 신규사업으로 스포츠서비스 사업화지원이 2018년부터 시작되었으며, 스포츠 창업·선도기업 육성 핵심기술 개발이 2019년부터 시작되었다. 2019년 스포츠산업 기술 연구개발지원사업 예산 49억 원 중 스포츠 서비스 사업화 지원에 29억 5,500만원, 스포츠 창업·선도기업 육성 핵심기술 개발에 19억 4,900만원을 배정하였다. 스포츠산업기술 연구개발지원사업은 고부가가치 용품개발, 중소기업 애로기술 개발 지원, 서비스 R&D 지원을 통한 스포츠산업 경쟁력 강화, 훈련(경기)장비 개발을 통한 전문스포츠 경기력 향상, 스포츠 참여 활성화 기술 개발을 그 목적에 두고 있다.

〈표 4-93〉 스포츠산업기술 연구개발지원사업 예산현황

| 구 분 | '11년 | '12년 | '13년 | '14년 | '15년 | '16년 | '17년 | '18년 | '19년 |
|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 예산 (억 원) | 70 | 72 | 77 | 87 | 130 | 141 | 97 | 78 | 49 |

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.

〈표 4-94〉 부처별 연구·개발사업 예산 현황

| 구분 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---------------|---------|---------|---------|
| 과학기술정보통신부 | 67,484 | 67,357 | 69,956 |
| 방위사업청 | 27,838 | 29,017 | 32,285 |
| 산업통상자원부 | 32,057 | 31,623 | 32,068 |
| 교육부 | 17,481 | 17,488 | 19,286 |
| 중소벤처기업부 | 11,172 | 10,917 | 10,744 |
| 농촌진흥청 | 6,356 | 6,533 | 6,504 |
| 해양수산부 | 5,935 | 6,145 | 6,362 |
| 보건복지부 | 5,243 | 5,479 | 5,511 |
| 국무조정실·국무총리비서실 | 4,546 | 4,784 | 5,002 |
| 국토교통부 | 4,738 | 5,058 | 4,822 |
| 환경부 | 3,026 | 3,010 | 3,315 |
| 농림축산식품부 | 2,095 | 2,198 | 2,239 |
| 산림청 | 1,038 | 1,093 | 1,187 |
| 기상청 | 1,286 | 1,328 | 1,105 |
| 식품의약품안전처 | 844 | 857 | 891 |
| 문화체육관광부 | 753 | 761 | 728 |
| 원자력안전위원회 | 645 | 692 | 744 |
| 행정안전부 | 430 | 576 | 689 |
| 국방부 | 383 | 456 | 495 |
| 문화재청 | 403 | 451 | 445 |
| 특허청 | 372 | 368 | 374 |
| 기타 | 491 | 491 | 576 |
| 총합(억 원) | 194,615 | 196,681 | 205,328 |

주: 1. 각 연도 분예산 기준

2. 기타는 경찰청, 해양경찰청, 소방방재청, 기획재정부, 고용노동부, 통일부, 외교부, 여성가족부, 인사혁신처, 공정 거래위원회, 법제처, 대검찰청 등

자료: 국회예산정책처, “국가연구개발사업 분석”(2019)

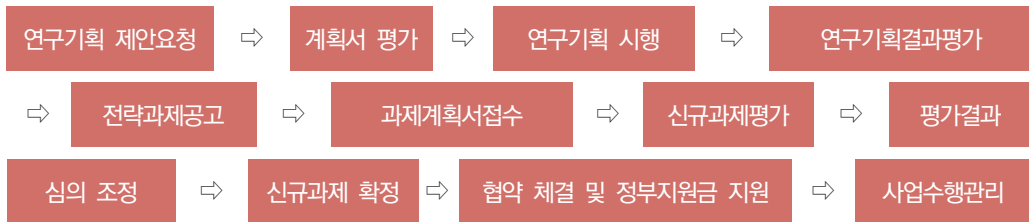
〈그림 4-13〉 스포츠산업기술 연구개발지원 사업 추진 체계



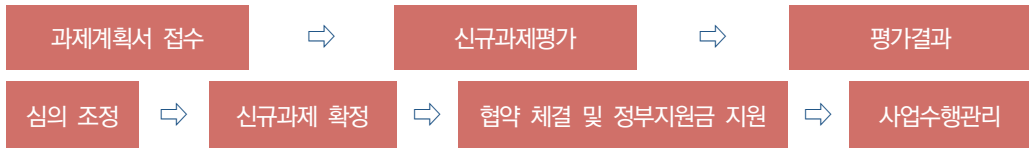
② 스포츠산업기술 연구개발지원 사업의 추진과정

정부는 자유공모과제, 지정공모과제, 정책과제로 구분하여 공모하였으며 자유공모과제는 스포츠산업 중사 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 적절한 기관 혹은 업체를 선정하여 지원하게 된다. 지정과제의 선정은 연구기획 제안요청서부터 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

〈표 4-95〉 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 |
| '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 | - | - | - | - |
| '19년 | 12 | 4,583 | - | - | - | - | 5 | 2,750 | 7 | 1,833 | - | - |
| 합계 | 251 | 90,433 | 25 | 11,590 | 32 | 27,723 | 60 | 25,177 | 110 | 16,983 | 24 | 8,960 |

주: 스포츠산업기술기반조성('07~'19), 스포츠서비스 사업화지원('19)

정부는 2019년 총 12개의 스포츠산업기술 연구개발지원사업의 과제지원은 지정공모과제 5개, 자유공모 7개로 총 12개로 구성되어있다.

〈표 4-96〉 2019년 스포츠산업기술 연구개발지원 사업 추진과제 현황

| 연도 | 과제명 | 기관명 |
|------|---|-------------|
| 2019 | 드론스포츠 경기 운영 및 중계용 서비스 기술 개발 | 포항공대산학협력단 |
| | 생활스포츠 활성화를 위한 스마트 디바이스 기반 경기지원 서비스 기술 개발 | 아이온커뮤니케이션즈 |
| | 스포츠 평가기반의 맞춤형 시니어 피트니스 서비스 기술 개발 | 동아대산학협력단 |
| | 스포츠 복지를 위한 장애인 체육시설 유니버설 디자인 기술 개발 | 가천대산학협력단 |
| | 유소년 운동능력 발달을 위한 피트니스 관리서비스 기술 개발 | 숭실대산학협력단 |
| | 정밀 GPS와 관성센서 통합기술을 활용한 고정밀 경기력 측정 기술 및 스포츠 트랙터 개발 | 브이씨 |
| | 수출형 스포츠 데이터 수집 및 서비스 플랫폼 개발 | 아이온커뮤니케이션즈 |
| | 스마트인솔(갈창)활용 밸런스 트레이닝 서비스 | 솔티드 |
| | 모바일 게임 기반 시피트니스 트레이너 | 현대엠아이비인태내셔널 |
| | 5G Smart Healthy Cube | 그림에쓰엔씨 |
| | 운동기능향상을 위한 하이브리드 스마트 의복 및 모니터링 시스템 | 포티움 |
| | 리얼 사이클링 기반 헬스케어 플랫폼 및 콘텐츠 개발 | 리얼디자인테크 |

2019년 스포츠산업 기술개발사업을 추진한 결과 국외 논문(SCI) 3편, 국외 논문(비SCI) 13편을 발간하였으며, 국내외 특허 출원(33건) 및 등록(18건)을 달성하였고, 3건이 사업화되었다.

〈표 4-97〉 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 |
| 2019 | 3 | 13 | 20 | 33 | 18 | 3 | 3 |
| 계 | 51 | 157 | 361 | 317 | 133 | 56 | 66 |

※ 출처: 2011~2017 - 국가과학기술정보서비스(2017)
2019 - 스포츠산업기술개발사업 성과추적 조사 결과보고서(2020)



(2) 스포츠서비스 사업화(R&D)지원

① 스포츠서비스 사업화(R&D) 지원 사업의 개념 및 필요성

스포츠의 사회적 약자들의 체육활동을 촉진하기 위해 서비스 기술개발을 강화하는 사업으로 민간 기업의 참신한 신기술 아이디어를 적극발굴하고 기술혁신의 변화시키는데 활용될 수 있기 때문에 스포츠서비스 사업화 지원사업을 추진하였다.

② 스포츠서비스 사업화(R&D) 지원 사업의 추진과정

| 스포츠서비스 사업화(R&D) 지원 사업 | | | | | | |
|--|---|---|-------|---------|-----|---------------|
| 사업기간 | 사업승인일 ~ 2019.12.31. * 계속과제 : '18~'19년, 신규과제 : '19~'21년 | | | | | |
| 지원대상 | 대학, 연구기관, 기업 | | | | | |
| 사업규모 | 지원규모 : 2,955백만 원 * 1차년도 지원예산(2,156백만 원) | | | | | |
| 사업내용 | - 스포츠서비스(R&D) 지원사업 과제 | | | | | |
| | 내역 사업명 | 과 제 명 | | 예산(백만원) | 비고 | |
| | | | '18 | '19 | | |
| | 경기력향상 서비스 고도화 | 드론스포츠 경기운영 및 중계용서비스 기술 개발 | | 450 | 850 | 지정공모 (계속) |
| | 생활스포츠 서비스 시장창출 | 생활스포츠 활성화를 위한 스마트 디바이스 기반 경기지원 서비스 기술 개발 | | 950 | 850 | 지정공모 (계속) |
| | 스포츠 사회서비스 시장창출 | 스포츠 평가기반 맞춤형 시니어 피트니스 서비스 기술 개발 | | 650 | 350 | 품목지정 (계속) |
| | | 스포츠 복지를 위한 장애인 체육시설 유니버설 디자인 기술 개발 | | - | 300 | 지정공모 (신규) |
| | | 유소년 운동능력 발달을 위한 피트니스 관리서비스 기술 개발 | | - | 400 | 지정공모 (신규) |
| | | 활체어 장애인을 위한 체감형 운동서비스 기술 개발 | | | 400 | 예비과제 (1순위) |
| | | 운동부진 아동을 위한 운동협응력 향상서비스 기술 개발 | | | 300 | 예비과제 (2순위) |
| 계 | | | 2,050 | 3,450 | | |
| * 지정공모(신규) 지원대상 없을 시 예비과제 우선순위에별 공모 추진 | | | | | | |

〈그림 4-16〉 스포츠서비스(R&D) 지원사업 과제 선정 절차



③ 스포츠서비스 사업화(R&D) 지원 사업의 성과

〈표 4-49〉와 같이 스포츠서비스 사업화(R&D)지원 사업은 지정공모 5개, 자유공모 7개 총 12개의 과제를 지원하였으며, 이는 스포츠산업 환경변화에 따른 수요자 위주의 스포츠서비스 시장을 확대하였으며, 또한 경기력 향상 고도화, 생활스포츠 활성화, 사회적 약자의 체육활동 촉진을 위한 서비스 기술개발을 강화시켰다.

(3) 가상현실 스포츠실 보급 사업

최근 국회가 미세먼지에 대한 법안을 의결하는 등 미세먼지에 대한 국민적 관심과 우려가 높아지고 있다. 호흡기가 취약한 초등학생들은 미세먼지, 폭염 등으로 체육활동이 위축되는 등의 문제가 발생하여 특별한 대응 방안이 절실한 상황이었다. 그리하여 문화체육관광부는 국민체육진흥공단과 함께 「국민체육진흥법」 제18조 및 「스포츠산업진흥법」 제6조에 의거하여 첨단기술을 기반으로 하는 가상현실 스포츠시스템의 보급 및 설치를 지원함으로써 야외체육활동의 대안을 제시하였다.

가상현실 스포츠실은 실내에 설치된 화면과 움직임을 인식하는 전방위 센서를 통해 학생들이 화면 위에 있는 공을 활용하여(던지기, 차기, 맞추기 등) 화면 속의 신체 동작을 따라하는 시스템으로, 시공간에 구애받지 않고 보다 안전한 환경에서 체육활동을 즐길 수 있는 공간이다.

〈표 4-98〉 가상현실 스포츠실 보급 사업 추진과정

| 구분 | 주요내용 | | | | | | |
|---------|--|---------|-------------|---------|---|---|-----------|
| 사업목적 | <ul style="list-style-type: none"> 미세먼지, 폭염 등 날씨와 상관없이 체육활동을 즐길 수 있는 여건 마련 및 흥미로운 콘텐츠 제공으로 적극적인 체육활동 참여기회 확대 스포츠산업의 잠재적 가능성을 발굴하고 고부가가치 미래전략산업으로 육성하기 위한 기반 조성 | | | | | | |
| 사업기간 | 사업승인일 ~ 2020년 12월 | | | | | | |
| 사업예산 | 4,032백만 원(지방비 매칭예산 별도) | | | | | | |
| | 구분 | '19년 예산 | 수량 | 개소당 지원금 | 시설내용 및 지원비율 등 | | |
| | 가상현실 스포츠실 보급 | 4,032 | 112 | 36 | 초등학교 내 청소년용 가상현실 스포츠실 설치비 지원 *지원비율 : 기금 50%, 지방비 50% | | |
| 사업주요 내용 | <ul style="list-style-type: none"> (기본방향) 본 사업 미설치 지자체 우선배정을 통한 지역 간 균형배치 지원 (지원범위) 초등학교 내 청소년용 가상현실 스포츠실 설치비 지원 <ul style="list-style-type: none"> ※ 설치과정에 수반되는 조달청 수수료 및 심의위원 수당 등 편성 가능 ※ 업체선정 시 문체부 「가상현실 스포츠실 설치 및 유지보수업체 공모 가이드라인」 준용 (고려사항) 기존 지원학교 추가설치 불가, 유희교실 활용 및 특수학교 우선 지원 | | | | | | |
| 공모 선정절차 | 입찰공고 게시 (나라장터) | > | 업체선정 (경쟁입찰) | > | 시설설치 및 운영 | > | 결과보고 및 정산 |
| | (지자체, 학교) | | (지자체, 학교) | | (지자체, 학교) | | (지자체)공단 |



| 구분 | 주요내용 |
|--------|--|
| 기관별 역할 | <ul style="list-style-type: none"> 문화체육관광부 : 관계부처 협의, 사업계획 승인 및 주요사항 변경 국민체육진흥공단 : 지원계획 수립, 지원대상 추천 요청 및 확정, 기금 교부정산, 사업일반내용 변경 승인, 사업관리, 설치 및 활용 실태점검, 지자체 및 학교관계자 교육 등 광역시도 : 지방비 예산 매칭 주관 및 학교선정 <ul style="list-style-type: none"> ※ 광역시·도별 행정여건에 따라 지자체(교육청, 교육지원청) 역할 분담 및 지방비 예산 매칭 지원 병행 대상학교 : 1개 교실 규모 이상의 설치 공간 제공, 담당교사 지정, 가상현실 스포츠실 운영, 사후관리 및 운영활성화 등 |

2016년 서울 옥수초, 신정초에 시범 설치를 시작으로 2017년 지자체 추천 10개 초등학교 대상으로 시범사업을 추진하였다. 2018년에는 121개소, 2019년 104개소가 설치되어 전국 총 237개소 설치 지원 되었으며, 이는 기금 및 지방비(50:50)으로 매칭되었다.

〈표 4-99〉 2019년 가상현실 스포츠실 보급사업 지자체별 기금지원 규모

| 구분 | 설치규모(개소) | 지원금액(백만원) | 구분 | 설치규모(개소) | 지원금액(백만원) |
|-----|----------|-----------|------|----------|-----------|
| 대구시 | 5 | 180 | 충청북도 | 5 | 180 |
| 인천시 | 5 | 180 | 충청남도 | 11 | 396 |
| 광주시 | 5 | 180 | 전라북도 | 11 | 396 |
| 대전시 | 3 | 108 | 전라남도 | 7 | 252 |
| 울산시 | 3 | 108 | 경상북도 | 4 | 144 |
| 세종시 | 1 | 36 | 경상남도 | 10 | 360 |
| 경기도 | 32 | 1,152 | 합계 | 104 | 3,744 |
| 강원도 | 2 | 72 | | | |

이러한 가상현실 스포츠실 보급사업으로 「2019 정부혁신 우수사례 경진대회」 행정안전부장관상(동상)을 수상하였으며, 가상현실 스포츠실 초등학교 보급사업 실태조사('19.6월) 및 초등학교 선생님 및 학부모 시연회('19.11월/대구, 서울 2회 개최) 등을 실시하였으며 그 결과 학생, 학부모, 교사 대상 만족도가 높은 것으로 나타났다. 가상현실 스포츠실 보급사업은 이용자들의 니즈를 파악하여 가상현실 스포츠의 혁신성장 창출에 기여하고 있는 사업이며, 2023년까지 전체 초등학교의 약 10%(약 600여 개교)에 확대, 보급할 계획이다.

〈표 4-100〉 가상현실 스포츠실 보급 사업 추진결과

| 연도 | 배치계획 | 설치개소 | 기금지원액 | 사업기간 |
|------|-------|-------|----------|-------------------|
| '17년 | 10개소 | 10개소 | 360백만원 | 2017.10.~2018. 8. |
| '18년 | 178개소 | 121개소 | 4,680백만원 | 2018. 1.~2019.12. |
| '19년 | 112개소 | 104개소 | 3,744백만원 | 2019. 1.~2020.12. |

5 스포츠산업 전문 인력 양성 사업

1) 스포츠산업 융합분야 CEO 아카데미 지원 사업

(1) 스포츠산업 융합분야 CEO 아카데미 지원 사업 개념 및 필요성

국내 많은 스포츠단체가 경영상의 어려움으로 사업의 확장 및 새로운 시장 창출을 위한 노력이 미흡한 실정이며 이는 장기적인 스포츠산업 발전의 커다란 장애요인이 되고 있다. 실제로 2010년 문체부가 실시한 국내 체육단체 경영평가 결과 스포츠단체 대다수가 경영마인드 부재, 회계 시스템 미비, 사업의 체계성 미비 등의 사유로 '미흡'이라는 낮은 평가를 받기도 하였다. 따라서 정부는 이에 대한 해결 방안으로 스포츠산업진흥법 제8조(스포츠산업 전문 인력의 양성) 및 스포츠산업 중장기 발전계획('14~'18)에 의거 스포츠산업부문의 전문적인 지식 및 현장사례 습득을 통한 스포츠산업 CEO의 경영마인드 함양을 위해 2014년부터 스포츠산업 융합분야 CEO 아카데미 사업을 신설 추진하였다. 특히 스포츠산업 부문의 관·학 관계자는 물론 스포츠산업과 융합이 가능한 분야(미디어, IT, 디자인, 그린스포츠 등)의 CEO 및 임원진을 교육대상자로 확대하여 스포츠산업 융합분야의 체계적인 육성을 도모하였다. 2016년에는 운영기간의 의견을 반영하여 전체 교육생 대비 스포츠산업 종사자의 비율을 2015년 60%에서 70%로 상향 조정하였다. 또한 강의식 교육, 세미나, 해외연수 등으로 이루어졌던 교육 커리큘럼과 함께 스포츠산업 분야 소상공인 대상 CEO 멘티 활동 등 사회공헌 교육 프로그램 등의 교육과정의 다양화를 추진하였다.

(2) 스포츠산업 융합분야 CEO 아카데미 지원 사업 추진과정

스포츠산업융합분야 CEO 아카데미 지원 사업은 융·복합, 지식사회에 부합한 스포츠단체 경영을 위한 전문적인 지식 및 사례 중심의 교육을 통해 스포츠산업 융합분야 경영자의 융·복합적 경영마인드 함양과 경영 개선을 목적으로 한다.

본 사업의 추진과정은 다음과 같으며 2014년 6월 사업공모를 통해 총 4개 대학(기관)이 신청하였고, 선정 심의위원회의 평가를 거쳐 스포츠산업 융합에 특화된 아카데미 개설 및 교육이 가능한 우수 기관으로 서강대학교 'STAR(Sport, Technology, Arts, & Recreated) 최고위과정'이 최종 선정되었다. 선정된 사업단은 아카데미 운영 후 최종보고서와 사업비 사용 실적보고서 평가를 거쳐 지속 지원 여부가 결정된다.



〈표 4-101〉 스포츠산업 융합분야 CEO 아카데미 지원 사업 추진과정

| 구 분 | 주요내용 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|---|-------------------------|----------|----------|------------------|--|------|------|----------|----------|----------|----------|------------|----------------------|-------------------------|----------|-----|------------------|
| 목 적 | • 스포츠산업 관계자의 융·복합 경영마인드 함양 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 추진과정 | <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; text-align: center;">사업계획서 접수 및 승인 (개발원)</div> <div style="font-size: 2em; color: green;">➔</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; text-align: center;">지원금 지급 (개발원 > 대학)</div> <div style="font-size: 2em; color: green;">➔</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; text-align: center;">교육생 선발 및 교육 (대학)</div> <div style="font-size: 2em; color: green;">➔</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; text-align: center;">결과보고 및 정산 (대학 > 개발원)</div> <div style="font-size: 2em; color: green;">➔</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; text-align: center;">최종평가 (개발원)</div> </div> | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 지원내용 | <ul style="list-style-type: none"> • 스포츠산업융합분야 CEO 최고위 교육과정 운영 지원 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #f2d2d2;">구 분</th> <th style="background-color: #f2d2d2;">교육운영</th> <th style="background-color: #f2d2d2;">운영지원</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="background-color: #f2d2d2;">대 상</td> <td>서강대학교</td> <td>한국스포츠개발원</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #f2d2d2;">역 할</td> <td>교육커리큘럼 구성 및 운영, 홍보 등</td> <td>사업계획 승인, 사업비 지원, 성과평가 등</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | | 구 분 | 교육운영 | 운영지원 | 대 상 | 서강대학교 | 한국스포츠개발원 | 역 할 | 교육커리큘럼 구성 및 운영, 홍보 등 | 사업계획 승인, 사업비 지원, 성과평가 등 | | | |
| 구 분 | 교육운영 | 운영지원 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 대 상 | 서강대학교 | 한국스포츠개발원 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 역 할 | 교육커리큘럼 구성 및 운영, 홍보 등 | 사업계획 승인, 사업비 지원, 성과평가 등 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 지원기간 | <ul style="list-style-type: none"> • 2014년 ~ 2017년 • 2017년 04월 ~ 11월 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 지원대상 | • 1개 기관 (스포츠산업 융합에 특화된 아카데미 개설 및 교육 가능 기관) | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 교육기간 | <ul style="list-style-type: none"> • 5개월 과정(스포츠산업 융합에 특화된 커리큘럼) <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #f2d2d2;">양성기관</th> <th style="background-color: #f2d2d2;">과정명</th> <th style="background-color: #f2d2d2;">교육 기간</th> <th style="background-color: #f2d2d2;">교육 시간</th> <th style="background-color: #f2d2d2;">교육 인원</th> <th style="background-color: #f2d2d2;">비고</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>서 강 대학교</td> <td>STAR 최고위 과정</td> <td>8월~ 12월</td> <td>80 시간</td> <td>32명</td> <td>'17년 연차평가로 종료</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | | 양성기관 | 과정명 | 교육 기간 | 교육 시간 | 교육 인원 | 비고 | 서 강 대학교 | STAR 최고위 과정 | 8월~ 12월 | 80 시간 | 32명 | '17년 연차평가로 종료 |
| 양성기관 | 과정명 | 교육 기간 | 교육 시간 | 교육 인원 | 비고 | | | | | | | | | | | | | |
| 서 강 대학교 | STAR 최고위 과정 | 8월~ 12월 | 80 시간 | 32명 | '17년 연차평가로 종료 | | | | | | | | | | | | | |
| 커리큘럼 (선정기관 자율반영) | <ul style="list-style-type: none"> • 교육내용: 스포츠산업 및 타 산업간 융합 프로그램, 인문학 프로그램 등 • 예시) 스포츠 경영특강, 스포츠 마케팅, 스포츠 공학론, 스포츠 커뮤니케이션, 기술개발 전략, 신사업전략과 정책, 생산공정론, 벤처파이낸스, 스포츠와 금융, 해외방문 프로그램, 융·복합기술 사업특강, 미래기술 특강 등 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 지원규모 (보조금) | <ul style="list-style-type: none"> • 150,000천원 ※ 총 사업비는 보조금 80%와 민간부담금 20%로 매칭하여 편성 (보조금은 1인당 최대 8백만 원 지원) | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 교육대상 | <ul style="list-style-type: none"> • 스포츠산업분야 및 스포츠산업과의 융합희망 타 산업분야 CEO 및 임원진 25명 내외 ※ 교육생은 관·학 관계자 및 스포츠산업과 융합이 가능한 분야 (커뮤니케이션, IT, 디자인, 그린스포츠 등)에서 선발 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 선정 평가기준 | <ul style="list-style-type: none"> • 사업계획 및 평가계획의 구체성, 교육과정의 합리성, 선발 및 사후관리 체계성, 운영여건의 합리성, 교수진의 역량, 지원 인프라 조성계획 등 | | | | | | | | | | | | | | | | | |

(3) 스포츠산업 융합분야 CEO 아카데미 지원 사업 성과

2014년도 스포츠산업융합분야 CEO 아카데미 지원 사업에 선정된 서강대학교 'STAR 최고위과정'은 스포츠산업 관련 산업계 CEO, 프로구단 경영인, 국내·외 학계 및 체육 경기단체 임원 등으로 구성된 1기 교육생 28명을 선발하여 총 16주간의 교육과정을 운영하였다. CEO 아카데미의 특징은 스포츠 분야의 미래 융합형 CEO양성을 위해 미국 카네기 멜론 대학교 ETC(Entertainment Technology Center)와의 협력교육으로 축적된 서강대의 핵심브랜드 사업인 융합분야 최고 교육프로그램을 CEO 아카데미 커리큘럼

에 반영하여 경영전문성과 창조 및 혁신이라는 두 모듈(Module)로 과정을 분류, 편성하였으며, 실무지식과 사례 중심의 경영지식 및 창조적 역량에 필요한 다양한 융합 지식을 제공하도록 구성되었다. 또한, 국내·외 우수기업 탐방을 통해 국내 스포츠산업 및 글로벌 트렌드를 체험하고 진단하는 기회를 제공함으로써 교육생들의 높은 호응을 얻었으며, 스포츠산업을 선도할 인재 육성의 산실로 평가받아 2014년 12월 헤럴드경제 교육부문 베스트 브랜드로 선정되었다.

〈표 4-102〉 스포츠산업 융합분야 CEO 아카데미 지원 사업 성과

| | | | | |
|--------------|--|---|---|----------------|
| 지원 기관 | 서강대학교 '제3기 STAR(Sport, Technology, Arts, & Recreated) 최고위과정' | | | |
| 교육 기간 | 2017. 8. 16 ~ 11. 29(20주) 교육과정 매주 수요일(18:30~21:30) | | | |
| 교육생 | 32명 | | | |
| 사업 성과 | 목표 | 달성도(%) | 성과 내용 | |
| | 모집인원 30명 | 110% | • 36명 접수, 32명 선발 | |
| | 수료인원 32명 | 100% | • 총 32명 수료 | |
| | STAR 오픈포럼 1회 | 100% | • STAR 오픈포럼 1회 | |
| | 국외연수 1회 | 100% | • 국제홍콩전자박람회 | |
| | 국내연수 1회 | 100% | • 국내연수: Design Thinking Workshop I, II • 사례탐방: 렛츠런파크, 컴퓨터박물관 | |
| | 스포츠를 통한 사회봉사 1회 | 100% | • 농청인 어울림 탁구대회 | |
| 산학협력 파트너십 구축 | 추가 사항 | <ul style="list-style-type: none"> • (주)에이치엠 마쯔모토 • 포이보스, 스포츠인텔리전스 • SK스포츠단, 피그말리온 • KBS 스포츠기획부 • (주)ESPOTEC • (주)미래씨티아이 • (주)웃음건축 | | |
| 홍보 | 300% | <ul style="list-style-type: none"> • 모집광고: 1회 • 신문기사: 1회 • 인터넷기사: 1회 | | |
| 정규 교육 과정 | 테마 | 경제·경영 전문성 모듈 | 창조적 리더십모듈 | 스포츠산업 R&D모듈 |
| | 모듈별 테마 1 스포츠 디지털 비즈니스 교육 | 새로운 IT 세상 | 스포츠 융합 분야 명사의 리더십 | 스포츠 디지털의 미래 |
| | 모듈별 테마 2 스포츠 알고리즘 비즈니스 | 산업에서의 빅데이터 활용 | 스포츠 전문가의 상상력 특강 | 스포츠 스마트 기계 |
| | 모듈별 테마 3 스포츠 미래전략 | 스포츠 산업의 세계적 동향 | 스포츠 산업 정책 | 스포츠 산업과 디지털 메시 |
| | 모듈별 테마 4 스포츠 산업 마케팅 및 미디어전략 | 기업 운영의 타당성 분석 | 스포츠 소통과 커뮤니케이션 | 스포츠 마신 러닝전략 |
| | 모듈별 테마 5 국내·외 스포츠산업 현장체험 | 스포츠 산업 실전 사례 | 스포츠 산업 성공사례 | 해외 스포츠 산업 |



| 지원 기관 | 서강대학교 '제3기 STAR(Sport, Technology, Arts, & Recreated) 최고위과정' | | | | |
|---|--|---|--|------------|------------|
| 현장 실무 교육 | 〈국내외 교육 현황〉 | | | | |
| | 구분 | 횟수 | 세부 내용 | | |
| | 스포츠를 통한 사회봉사 | 1 | <ul style="list-style-type: none"> • 농청인 어울림 탁구대회 <ul style="list-style-type: none"> - 사회의 오피니언 리더로서의 역할을 통한 장애인에 대한 문화를 올바르게 인식 할 수 있는 계기를 마련. 일시: 2017. 9. 23 장소: 서강대 체육관 | | |
| | 국내·외 포럼개최 | 1 | <ul style="list-style-type: none"> • 1차 제1회 STAR 오픈포럼 일시: 2017. 9. 28 장소: 서강대 정하상관 311 주제: 4차 산업혁명, AI, 인공지능 시대의 사회적 변화, 4차 산업혁명 시대의 바람직한 대응 전략 | | |
| | 해외연수 | 1 | <ul style="list-style-type: none"> • Hong Kong Jockey Club, Aberdeen Marina Club 일시: 2016. 10.13-15 장소: 홍콩 IT박람회 주제: 빅데이터, IoT와 스포츠가 융합된 국제항공전자박람회 참가, 이를 통해 스포츠산업융합의 단초를 제공 | | |
| 국내연수 | 1 | <ul style="list-style-type: none"> • 제주도 체육회 일시: 2017.11.03~04 장소: 케슬렉스 컨벤션, 넥스컴퓨터박물관, 렛츠런팜제주 특징: Design Thinking Workshop I, II 국내사례탐방: <ol style="list-style-type: none"> 1) 문화·관광 콘텐츠 개발 육성지원 정책 동향을 벤치마킹하여 새로운 스포츠산업 융복합의 아이디어 탐색, 2) 빅데이터, IoT와 스포츠가 융합된 대표적 예로 게임을 설정하고, 게임의 역사를 살펴 스포츠산업의 단초 제공 3) 6차 산업으로서 말 산업 동향을 벤치마킹하여 스포츠산업융합의 아이디어 탐색 | | | |
| 운영 현황 | 구 분 | 2014년(1기) | 2015년(2기) | 2016년(3기) | 2017년(4기) |
| | 협약기간 | '14. 7~12월 | '15. 7~12월 | '16. 5~12월 | '17. 4~11월 |
| | 총 사업비 | 288,500 | 302,400 | 329,402 | 334,241 |
| | 기금지원 | 200,000 | 150,000 | 150,000 | 150,000 |
| | 수료인원 | 28명 | 30명 | 33명 | 32명 |
| ※ 문체부 및 기재부 심의 결과 사업 효과성 및 지속 필요성 부족으로 '17년 CEO 아카데미 사업종료 | | | | | |

2014년 1차년도 사업 실적 평가를 통해 2015년 2차년도 계속 지원이 결정되었다(정부출연금 1.5억 원). 제2기 CEO 아카데미는 글로벌 경영환경 변화에 적응하고 스포츠 융합산업을 이끌어 나갈 리더 양성을 위해서 도전, 변화, 창조라는 3C(Challenge, Change, Creative)를 교육목표로 설정하였으며, 사물인터넷(IoT)과 빅데이터를 활용한 스포츠산업관련 첨단 분야를 핵심주제로 선정하였다. 따라서 제2기 STAR 최고위과정 교육과정은 '경제·경영 전문성모듈', '창조적 리더십모듈', '스포츠 산업 R&D모듈' 세 개의 모듈로 구분하고, 모듈별로 스포츠 맞춤형 교육, 스포츠 빅데이터, 스포츠 미래전략, 스포츠산업 마케팅 및 미디어

전략, 국내외 스포츠산업 이론과 실제로 분류, 5가지 테마별 프로그램을 구성하였다. 2016년 제3기 'STAR 최고위과정'의 수료인원은 33명으로 수료율 100%를 달성했으며 강의 만족도 4.5점의 높은 만족도를 보였다. 이는 맞춤형 교육 및 멘토 프로젝트형 교육과정으로 유연하고도 특화된 형태의 수요자 중심의 교육과정을 구성하였기 때문으로 파악된다. 2017년 제4기 'STAR 최고위과정'의 수료인원은 32명으로 수료율 100%를 달성했다. 4기 과정은 지난 1~3기 과정을 통한 경험을 바탕으로 교육목표의 구체화를 통해 안정적인 운영이 가능했다. 또한 스포츠를 통한 사회봉사 프로그램인 농·청인 어울림 탁구대회를 개최하여 사회의 오피니언 리더로서의 역할을 통한 장애인에 대한 문화를 올바르게 인식할 수 있는 계기를 마련하였고 농·청인 48명의 만족도는 100%를 보였다. 하지만 2017년 6월, 문체부 및 기재부 심의결과 스포츠산업분야 CEO아카데미 사업 효과성 및 지속 필요성 부족으로 판단되어 2018년 예산 삭감이 결정되었고 이에 따라 2017년을 끝으로 사업이 종료되었다.

2) 스포츠산업 전문 인력 양성 지원 사업

(1) 실무맞춤형 전문인력양성사업

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.

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



〈표 4-103〉 '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 |
| | 골프장 코스관리자 과정 | 100 | - | - | - | - | 23 | - | - | - | - |
| 동명대 (부산) | 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 |
| | 프로스포츠 산업 및 용품 교육과정 | 60 | - | - | - | - | 28 | - | - | - | - |
| 목포대 (전남) | 모터스포츠 시설과 모터스포츠 이벤트 경기운영 전문가 프로그램 | - | - | - | - | 76 | - | - | - | - | 44 |
| | 레저스포츠시설을 활용한 스포츠 이벤트 관광·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 | - |
| | 스포츠시설을 통한 참여스포츠 관광 마케팅 전문가 과정 | 75 | - | - | - | - | 59 | - | - | - | - |
| 호남대 (광주) | 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 | - | - |
| | 골프 전문 인력(캐디) 과정 | 72 | - | - | - | - | 53 | - | - | - | - |
| 남서울 대 (충남) | 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.

〈표 4-104〉 스포츠산업 실무맞춤형 전문인력 양성 지원 사업 추진과정

| 구분 | 주요내용 | | | | |
|---------|---|--|-----|----------------------------|---------|
| 목적 | • 스포츠산업 현장맞춤형 인재양성을 위한 산학연계 전문인력양성 및 전문성 강화 | | | | |
| 추진과정 | <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">스포츠산업체 과제 공모 및 평가(5개 선정) (공단)</div> <div style="font-size: 2em;">➔</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">산업체 주관 컨소시엄 매칭 (산업체)</div> <div style="font-size: 2em;">➔</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">매칭완료 컨소시엄(과제)에 대한 평가 및 선정(3개 선정) (공단)</div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; margin-top: 10px;"> <div style="font-size: 2em;">➔</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">과제수행 (컨소시엄)</div> <div style="font-size: 2em;">➔</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">최종 성과평가 (공단)</div> </div> | | | | |
| 지원내용 | <ul style="list-style-type: none"> • 기업애로 사항을 반영한 단기해결(5개월 내) 가능과제 수행 지원 • 스포츠산업 관련 기업 중 애로 사항, 필요성을 반영한 과제 공모 (최종 5개 업체 선정, 산업체 당 1개 과제 제한) • 기 선정 산업체(5개)가 주관하여 대학(원)과 컨소시엄 매칭 후 프로젝트 평가 실시 * 최종 과제(3개) 선정 | | | | |
| 지원기간 | • 협약체결일 ~ 5개월 이내 | | | | |
| 지원대상 | • 스포츠산업체 및 대학(원) / 3개소 이내 선발 | | | | |
| 사업기간 | • 사업 승인일 ~ 2019. 12월 | | | | |
| 사업비 | • 280백만 원 | | | | |
| 운영현황 | <ul style="list-style-type: none"> • 기술개발, 시제품 제작, 디자인 등 단기수행 과제(5개월 이내) <ul style="list-style-type: none"> - 참여자 학점논문 인정 등 학업연계 및 본 과제참여 인력 지원 방안 수립 - 연구인력 선발부터 과제수행 계획 전 과정에서 기업 수요반영 및 참여 보장 | | | | |
| | 주관 기관 | 컨소시엄 | 분야 | 과제명 | 예산 (천원) |
| | 고려대 | (주)더폴스타 * IT기반 데이터 분석 (주)인사이트코리아 * 경영, 리더십, 컨설팅 | IT | 스폰서십 효과 및 빅데이터 분석 프로세스 개선 | 66,000 |
| | 을지대 | (주)자이크로 * 체육용품 제조 | 마케팅 | 베트남 스포츠시장 개척 모델 개발 및 역량 교육 | 66,000 |
| | 인천대 | (주)미라클스포츠 * 스포츠 시설업 | 체육 | 생존수영 전문지도인력 양성 사업 | 66,000 |
| 선정 평가기준 | <ul style="list-style-type: none"> • 기업주관 컨소시엄구성 <ul style="list-style-type: none"> - 기업 : 과제선정, 컨소시엄구성 - 대학 : 과제실행 | | | | |

2019년 실무맞춤형 전문인력 양성 사업의 추진성과는 다음과 같다. 고려대, 을지대, 인천대에서 운영되었으며, 실무맞춤형 과제 실행에 총 48명이 참여하였고, 이 중 23명이 취업하였다. 고려대에서는 총 8명이 참여하였으며, 이 중 취업 3명, 창업 2명(예정)이며, 을지대에서는 총 13명이 참여하였고 이 중 3명이 취업예정이다. 또한 인천대에서는 총 27명이 참여하였으며, 이 중 17명이 취업하였다.



〈표 4-105〉 2019년 스포츠산업 실무맞춤형 전문인력양성 사업 운영 현황

| 주관기관 | 우수성과 | 참여인원 | 기타 |
|------|---|------------------------------|--|
| 고려대 | 빅데이터 스포스십 효과분석 솔루션 개발(BM특허 예정) | 총 8명, 취업 3명, 창업 2명(예정) | 졸업논문 1건, 전문가 세미나 1건, 외부전문교육 2건, 타연구과제 연계 1건 졸업실습보고서 5건 등 |
| 을지대 | 글로벌 스포츠마케팅 멘토링 진행 및 베트남 관련 스포츠기업활동 지원 | 총 13명, 취업 3명(예정) | 현장실습결과보고 3건, 베트남현지 온라인 플랫폼 구축2건, MOU체결 6건 |
| 인천대 | 생존수영 프로그램 제작, 생존수영 프로그램 가이드북 제작 | 총 27명 취업 17명 | 생존수영 지도자 자격증 검정과정 구성, 생존수영 관련교육 6일(40시간 등) |

(2) 스포츠융복합 대학원 운영사업

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

〈표 4-106〉 스포츠융복합대학원 지원 사업 추진과정

| 구분 | 주요내용 |
|------|--|
| 목적 | • 4차산업 관련 전략분야 전문성을 강화하고 기술 융복합을 바탕으로 글로벌 시장을 선점할 수 있는 핵심인재 양성 |
| 추진과정 | <pre> graph LR A[사업 승인 (문체부)] --> B[공모·평가 위원회 개최 (공단)] B --> C[평가결과 통보 (공단→문체부)] D[전문인력양성기관 지정 (문체부)] --> E[사업운영·관리 (공단)] </pre> |
| 지원내용 | <ul style="list-style-type: none"> • 스포츠융복합 석사과정 개설, 선발, 운영 및 관리 전반에 관한 사항 • 대학원생 장학금, 인건비, 기자재/재료 구입비 등 <ul style="list-style-type: none"> - 교육인원 : 매년 20명 이상 석사 신입생 선발 및 교육 실시 - 교육기간 : 2년(1~2학기 : 정규수업/ 3학기 : 현장/ 4학기 : 논문작성 및 제출) * 매년 연차평가를 통해 예산조정 및 지원 중단 조치 가능 |

| | 구 분 | '19년 | | '20년 | | '21년 | | '21년 | | '23년 | |
|------------|--|--|--|--------------|-----|--------------|-----|--------------|-----|--------------|----|
| | 1기 선발·교육 | 준비 | 1학기 | 2학기 | 3학기 | 4학기 | | | | | |
| | 2기 선발·교육 | | | | 1학기 | 2학기 | 3학기 | 4학기 | | | |
| | 3기 선발·교육 | | | | | | 1학기 | 2학기 | 3학기 | 4학기 | 종료 |
| | 교육생 합계 (예산추정 2,450백만원 (개소)) | - | 20명 (350) | 40명 (600) | | 60명 (600) | | 40명 (600) | | 20명 (300) | - |
| 지원기간 | • 최대 5년간 지원(3+2년) 지원 | | | | | | | | | | |
| 지원대상 | • 고등교육법 및 동법 시행령에 따라 설립된 대학(원) 2개소 | | | | | | | | | | |
| 사업기간 | • 사업 승인일 ~ 2019. 12월 | | | | | | | | | | |
| 사업비 | • 720백만원(1차) | | | | | | | | | | |
| 운영현황 | <ul style="list-style-type: none"> • (지원분야) 스포츠분야 유망 新산업·서비스*에 특화된 융복합 인재 양성을 목표 * 스포츠 빅데이터 분석 및 코칭, 스포츠 의학 트레이너 과정, 미래기술 선도 전략 등 • (학과개설) 일반(전문) 대학원에 '스포츠산업 융복합 전문학과'를 신설하거나 기 설치된 학과를 '스포츠산업 융복합 전문학과'로 개편, 운영 • (교수인력) '스포츠산업 융복합 전문학과' 소속 교수 인력 확보 | | | | | | | | | | |
| | 선정대학 | 학과/과정명칭 | 융합분야 과정 | | | | | | | | |
| | 포항공대 | 스포츠IX대학원 (공학 석사) | 인공지능 기반 Data Science, 스포츠 영상분석 인공지능, 다공학 융합기술 기반 차세대 스포츠산업기술 등 | | | | | | | | |
| 성균관대 | 스포츠인터랙션 사이언스학과 (체육학/공학석사 선택) | 혼합현실 기술 및 콘텐츠 교육, 스포츠 웹마케팅 등 빅데이터, 스포츠디지털헬스케어, 데이터시 기반 디지털헬스 등 | | | | | | | | | |
| 선정 평가기준 | • 고등교육법 및 동법 시행령에 따라 설립된 대학 중 지원분야, 사업수행능력 우수성, 사업수행계획 우수성, 고용연계, 리스크관리 등을 평가하며 상기내용은 상황에 따라 변경이 가능함 | | | | | | | | | | |

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

스포츠융복합 대학원 사업을 추진한 결과 스포츠융복합대학원 설립에 총 14개 대학이 신청하였으며, 외부전문가 및 국민주주단 심사를 통해 공정하고 객관적인 심사로 최종 2개 대학(포항공대, 성균관대)이 선정되었다. 포항공대와 성균관대에 최적의 스포츠 + 공학 분야 융복합 과정이 신설됨에 따라 시설 등을 구축하였으며 성균관대 20명, 포항공대 14명이 참여하였다.



3) 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 155명을 대상으로 스포츠산업체에 인턴사원으로써 현장의 실무를 익힐 수 있는 현장중심 교육과정을 개발하여 창의적이고 실무역량을 갖춘 전문 인력 양성을 지원해왔다.

〈표 4-107〉 스포츠경영관리사 인턴십 지원 사업 실적 현황

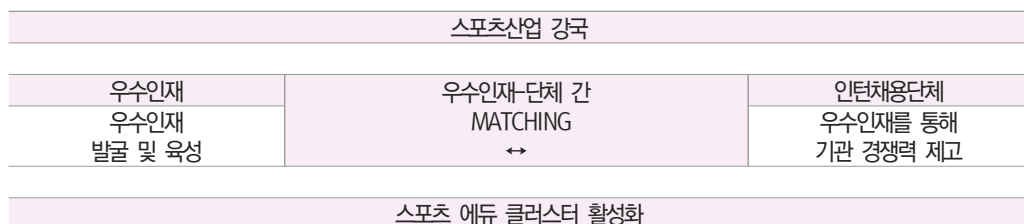
(단위: 명)

| 구 분 | 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.

〈그림 4-17〉 스포츠 에듀 클러스터 활성화



(2) 스포츠산업분야 인턴십 지원 사업 추진과정

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

〈표 4-108〉 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="border: none;">채용기업 공모 및 선정</td> <td style="border: none;">➔</td> <td style="border: none;">인턴 모집 공고 및 채용계약체결</td> <td style="border: none;">➔</td> <td style="border: none;">협약체결</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">운영기관↔기업</td> <td style="border: none;"></td> <td style="border: none;">인턴↔기업</td> <td style="border: none;"></td> <td style="border: none;">운영기관↔기업</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">➔</td> <td style="border: none;"></td> <td style="border: none;">인턴 근무 및 급여지급</td> <td style="border: none;">➔</td> <td style="border: none;">지원금 지급(매월)</td> </tr> <tr> <td style="border: none;"></td> <td style="border: none;"></td> <td style="border: none;">인턴↔기업</td> <td style="border: none;"></td> <td style="border: none;">운영기관↔기업</td> </tr> </table> | | | | | 채용기업 공모 및 선정 | ➔ | 인턴 모집 공고 및 채용계약체결 | ➔ | 협약체결 | 운영기관↔기업 | | 인턴↔기업 | | 운영기관↔기업 | ➔ | | 인턴 근무 및 급여지급 | ➔ | 지원금 지급(매월) | | | 인턴↔기업 | | 운영기관↔기업 |
| 채용기업 공모 및 선정 | ➔ | 인턴 모집 공고 및 채용계약체결 | ➔ | 협약체결 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 운영기관↔기업 | | 인턴↔기업 | | 운영기관↔기업 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ➔ | | 인턴 근무 및 급여지급 | ➔ | 지원금 지급(매월) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 인턴↔기업 | | 운영기관↔기업 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 지원대상 | • 인턴희망자, 국내외 스포츠산업체/체육분야 협단체 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 지원내용 | <ul style="list-style-type: none"> • 스포츠산업분야 인턴채용 기업(기관) 보조금 지원 <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>구 분</th> <th>인턴사원</th> <th>채용기업</th> <th>운영기관</th> <th>관리기관</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>대 상</td> <td>스포츠산업 종사 희망자</td> <td>국내외 스포츠기업체·협단체</td> <td>공모·선정(위탁) *주GHR</td> <td>공단</td> </tr> <tr> <td>역 할</td> <td>인턴근무 및 실무체험</td> <td>인턴고용 및 복무관리</td> <td>모집·교육·관리</td> <td>사업운영 관리</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | 구 분 | 인턴사원 | 채용기업 | 운영기관 | 관리기관 | 대 상 | 스포츠산업 종사 희망자 | 국내외 스포츠기업체·협단체 | 공모·선정(위탁) *주GHR | 공단 | 역 할 | 인턴근무 및 실무체험 | 인턴고용 및 복무관리 | 모집·교육·관리 | 사업운영 관리 | | | | | |
| 구 분 | 인턴사원 | 채용기업 | 운영기관 | 관리기관 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 대 상 | 스포츠산업 종사 희망자 | 국내외 스포츠기업체·협단체 | 공모·선정(위탁) *주GHR | 공단 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 역 할 | 인턴근무 및 실무체험 | 인턴고용 및 복무관리 | 모집·교육·관리 | 사업운영 관리 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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 55만원 이상 자부담 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 지원기간 | <ul style="list-style-type: none"> • 사업승인일 ~ 2019. 12월 (국내 : 4개월 + 정규직 전환 시 4개월 추가 / 해외 : 3 or 6개월) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 사 업 비 | • 1,347백만 원 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 지원규모 | <ul style="list-style-type: none"> ※ 국내인턴 • 지원인원 및 금액: 120명, 1인 120만원/월(기업부담 55만원) • (기본사항)기본 4개월 + 정규직 전환시 4개월 추가지원(최대 8개월 지원) • 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 • 지원인원: 45명 • 지원금액: 1인 체재비 대상국가에 따라 차등지급(108~200만원/월), 항공·비자·보험료 실비지원 • 지원기간: 3개월(취업비자 無)/ 6개월(취업비자 有) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |



| 구 분 | 주요내용 |
|------|---|
| 참여대상 | <ul style="list-style-type: none"> ※ 국내인턴 <ul style="list-style-type: none"> • 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 <ul style="list-style-type: none"> • 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. 2018년부터는 인턴십 지원 4개월에 정규직 전환시 4개월 추가 지원을 통해 최대 8개월까지 지원이 늘어났다. 이는 인턴십 지원사업을 통해 장기적 채용 효과를 유도하고자 하였다.

〈표 4-109〉 '19년 체육분야 해외 인턴십 지원 사업 추진과정

| 구 분 | 주요내용 |
|------|---|
| 목 적 | <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"> • 2019. 05 ~ 2020. 01 (인턴 근무 기간 : 3~6개월 / 국가별, 채용기관별 상이) |
| 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 <ul style="list-style-type: none"> - 국내 기관에서 인턴십 통해 경력설계를 돕고, 실무능력 갖춘 전문 재원양성 |
| 사업기간 | <ul style="list-style-type: none"> • 1차: 2019년 05월 ~ 2019년 08월 (4개월 + 정규직 전환시 4개월) • 2차: 2019년 9월 ~ 2020년 01월 (4개월) |

| 구분 | 주요내용 | |
|------|---|---|
| 추진과정 | 기관공모 | ▶ 온라인 신청 (http://spois.kspo.or.kr) ▶ JOB FAIR 신청 (이메일) |
| | ↓ | |
| | 기관선정 | ▶ 선정기관 최종발표 |
| | ↓ | |
| | 인턴공모 | ▶ 온라인 신청 (http://spois.kspo.or.kr) |
| | ↓ | |
| | 인턴면접 | ▶ 선정기관별 자체 시행 |
| | ↓ | |
| | 최종발표 | ▶ 인턴수행자 최종선정 및 결과통보 ▶ 근로계약 체결 |
| ↓ | | |
| 직무교육 | ▶ 사전 직무교육 | |
| ↓ | | |
| 인턴근무 | ▶ 인턴근무(4개월 +정규직 전환 4개월) ▶ 인턴근무(4개월) | |
| 지원대상 | <ul style="list-style-type: none"> • 인턴수행자 : 고졸자, 대학 졸업 또는 졸업예정자, 사이버대 재학자 가능 • 채용기관 : 국내 스포츠산업체 및 체육관련 단체 (스포츠 관련 영리법인, 기관, 단체, 협회, 연맹 등) | |
| 지원규모 | <ul style="list-style-type: none"> • 지원인원 : 120명 • 지원금액 : 120만원/월(채용기관 대응자금 최소 55만원 이상) • 지원조건 <ul style="list-style-type: none"> - 월 20일(또는 160시간) 이상 근무시 전액지급(근로계약에 따른 유급휴가 근무안정) - 기준 미충족시 일할계산(5만원/일) 및 1일 4시간 미만 근무시 근무 지급제외 | |
| 추진과정 | 인턴공모 | ▶ 온라인 신청 (http://spois.kspo.or.kr/job) |
| | ↓ | |
| | 서류발표 | ▶ 채용기관 서류 심사 ▶ 면접대상자 선발 |
| | ↓ | |
| | 인턴면접 | ▶ 선정기관별 면접 전형 자체 시행 |
| | ↓ | |
| | 최종발표 | ▶ 인턴수행자 최종선정 및 결과통보 |
| ↓ | | |
| 직무교육 | ▶ 사전 직무교육 (서울 강남 TOZ Moim Center 2호점) | |
| ↓ | | |
| 인턴근무 | ▶ 7~10월 중 출국 및 근무 | |
| 지원대상 | <ul style="list-style-type: none"> • 인턴 수행자 <ul style="list-style-type: none"> - 만 34세 이하의 대학졸업(예정)자 - 인턴신청일 현재 미취업 상태인 자(군필 또는 면제자) - 고졸자, 대학졸업 또는 졸업예정자, 사이버대 재학자 참여 가능 • 채용기관 <ul style="list-style-type: none"> - 해외 스포츠산업체 및 체육관련 단체(스포츠 관련 영리법인, 기관, 단체, 협회, 연맹, 연구소 등) | |



| 구 분 | 주요내용 | | | |
|-------|--|----------------------------|------------|-------------|
| 지원범위 | <ul style="list-style-type: none"> • 양복항공권 제공 (국제선 이코노미석 기준) + 비자발급비 • 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 | | |
| 사 업 비 | 인턴 체제비 교부현황 | | | |
| | 지원기관 | 지원인원 | 지원기간 | 총 체제비 |
| | 14개 | 26명 | 3개월/6개월 | 158,520,000 |

(3) 체육분야 인턴십 지원 사업 성과

2019년 체육분야 국내 인턴의 경우 1, 2차 총 135개사, 142명을 지원하였다. 그 중 85명은 정규직 전환 등의 취업으로 이어졌으며 채용비율은 59.9%로 전년보다 10.6% 증가하였다. 해외인턴은 14개 기업에서 26명이 근무하였다.

〈표 4-110〉 '19년 체육분야 인턴 지원 사업 모집공모 및 채용결과

| 구 분 | 인턴채용 희망기업 공모 | 인턴사원 모집 공모 | 인턴채용 및 협약체결 |
|------|---|---|---------------------|
| 내용 | 온라인 신청 (http://spobiz.kspo.or.kr/job) | 온라인 신청 (http://spobiz.kspo.or.kr/job) | 협약체결 (운영기관↔채용기관) |
| 공모결과 | 135개 기업, 142명 채용 | | |

〈표 4-111〉 '19년 체육분야 국내인턴 지원 사업 1,2차 선정 기관 현황 (135개)

| | | | |
|----------------|----------------|-----------------------|-------------------------|
| (주)아이플 | 재)대한건기연맹부산경기연맹 | (주)제이에스매니지먼트 | (주)스포티즌 |
| (주)컨시더씨 | 부산광역시승마협회 | 주식회사 필드웨어 | 주식회사퍼플고릴라 |
| 스포츠안전재단 | 트루스포츠 | 한국유소년축구연맹 | (사)한국스포츠클럽마케팅협 회사울지사 |
| (사)스페셜올림픽코리아 | 아이엠스포테인 | (사)한국티볼협회 | (주)사이넷 |
| (주)자이크로 | 국제e스포츠연맹 | 주식회사SYMEX | 체육인재개발교육원 |
| (주)자이엔에스코퍼레이션 | 우지인피트니스(주) | 사단법인 대한산악연맹 | (주)메이저스포츠산업 |
| (주)세마스포츠키링 | 주식회사 솔런코리아 | (주)에스포텍 | 에스씨이노베이션 |
| (사)한민족마상무예격구협회 | 해왕잠수 | 대한하키협회 | (재)천안시축구단 |
| 더 넘버스 커뮤니케이션 | 주식회사 오마이플레이 | (사)대한력비협회 | 주식회사마앤피플 |
| 사단법인 남북체육교류협회 | 송강카누학교 서울분교 | 주식회사 마이플레이컴퍼니 | (주)에스씨이노베이션 |
| 디에스트레이딩 | 오트웍스 | 스피크재활의학과의원 /퍼포먼스센터 | 한국스포츠키링협회 |

| | | | |
|-------------------|-----------------------|----------------|----------------|
| (주)아이공간 | (주)그린헬스케어 | 주식회사 바디스앤소울스 | 아틸런(주) |
| 아이공간 군포산본점 | 주식회사 렉시 | (사)대한스포츠아카데미협회 | (주)애슬릿미디어 |
| (주)비주얼스포츠 | (주)피오디커뮤니케이션즈 | 위피크 주식회사 | (주)에스포텍 |
| (주)크풋 | (주)브레인워시 | (주)스포츠플러스 | (주)장애인스포츠과학연구소 |
| 사회적협동조합 플랜비스포츠 | (사)한국대학스포츠협의회 | 피터팬 유아체육 | 대한스포츠스태킹협회 |
| 주식회사 스포츠패나틱 | (주)브라보앤뉴 | 솔티드벤처 주식회사 | 큐एम아이티 |
| (주)화랑 | 스포츠잡알리오 | (주)씨앤피에스 | (주)유비스랩 |
| 주식회사 보다스포츠 | 더브릿지컨설팅 | (사)한국e스포츠협회 | (주)피트 |
| (유)연천마라클아구단 | 큐एम아이티(QMIT) | 대한스포츠스태킹협회 | (주)스포츠유나이티드 |
| 발광엔터테인먼트 | 주식회사 커무브 | (주)유니비즈컨설팅 | 한국경륜선수협회 |
| 주식회사 좋은스포츠 | (주)애슬릿미디어 | 주식회사마애플 | (주)대한스포츠문화산업협회 |
| 해솔 의정부 지부 | (주)위드라인 | 스포츠본 주식회사 | (재)국제스포츠전략위원회 |
| 클라임코리아주식회사 | 재단법인 국민체력센터 | (주)스포츠코리아 | 더 넘버스커뮤니케이션 |
| 스포타트 주식회사 | (주)브리온컴퍼니 | 주식회사 와이즈웰니스 | (사)대한력비협회 |
| 랭핏 | (사)대한복슬레이 스켈레톤경기연맹 | 밸런스워킹pt교육연구소 | 주식회사 찍컴퍼니(미머디) |
| 핑테크 | 주식회사 더풀스타 | (주)하이파이브교육 | 사단법인 한국특수체육협회 |
| 유한회사 옥도 | 주식회사 스포츠웨이브 | 배턴터치 | 아이엠스포테인 |
| 사단법인 한국운동건강협회 | 사단법인 대한민국의농구협회 | (주)챔프부코리아 | (주)위드라인 |
| 주식회사 뉴스포츠코리아 | 사단법인 한국풋살연맹 | 액티브라이프 | 체육인재개발교육원 |
| (주)티디지 | 주식회사 더라커룸 | 주식회사 유티인프라 | (주)스포츠플러스 |
| 주식회사 찍컴퍼니 | (주)한국스포츠심리개발원 | 주식회사 유니콘웨일 | 디에프코리아 |
| 주식회사 마이플레이컴퍼니 | 주식회사 레드블루 | (주)에이브이스포츠 | 아이풀 |
| (주)코어커뮤니케이션 | (주)브리온컴퍼니 | 더좋은운동으로 | |

〈표 4-112〉 '19년 체육분야 국내 인턴 지원사업 채용 연계 실적

| 년도 | 인턴희망 기업모집 | 인턴근무 희망자 모집 | 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 | 1,542명 | 87개 | 100명 | 54명 | 54% |
| | 90개 | 990명 | - | 50명 | 20명 | 40% |
| 2019 | 209개 | 1,597명 | 135개 | 142명 | 85명 | 59.9% |



〈표 4-113〉 '19년 체육분야 인턴 지원 사업 인턴사원 성과

| 구분 | 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% |
| 2019 | 135개 | 120명 | 142명 | 59.9% | 14개 (9개국) | 45명 | 26명 | 11.5% |

〈표 4-114〉 '19년 체육분야 해외인턴 지원사업 선정기관 현황

| | | | | | |
|------|-----------------------------------|-----------|------|----------------------------|------------------|
| 독일 | Apertura Sports GMBH | 마케팅 | 영국 | CALVIN SPORTS MANAGERMENTS | 경영지원 |
| | MMC SPORTS | 지역개발부 | | SPORTS UNITED | 경영지원 |
| 미국 | AQUA RACERS SWIM CLUB | 프로그램 오피스 | | | |
| | UEC | 마케팅 | | | |
| 베트남 | ZAICRO | 마케팅 | | | |
| 싱가포르 | Singapore Cycling Federation | 마케팅 | | 이스라엘 | COLOSSEUM ISRAEL |
| | Singapore Ice Skating Association | 마케팅 | 태국 | TRUE SPORTS | 연구개발 |
| 호주 | BASEBALL VICTORIA | 스포츠운영/마케팅 | 포르투갈 | NARRATIVA | 마케팅 |
| | | | | SC Beira Mar | 마케팅 |

〈표 4-115〉 '19년 체육분야 인턴십 지원사업 국내인턴 인턴종료 후 취업현황

| 인턴근무 인원 수 | 인턴종료 후 채용현황 | | | 인턴계속 채용률 | 인턴채용 기관수 | 계속채용 기관 수 | 기관계속 채용률 |
|--------------|-------------|----|-----|-------------|-------------|--------------|-------------|
| | 정규직 | 인턴 | 합계 | | | | |
| 142명 | 85명 | 0명 | 85명 | 59.9% | 135개 | 85개 | 63% |

〈표 4-116〉 '19년 체육분야 해외 인턴 지원 사업 인턴종료 후 취업현황

| 인턴근무 인원 수 | 인턴종료 후 채용현황 | | | 인턴계속 채용률 | 인턴채용 기관수 | 계속채용 기관 수 | 기관계속 채용률 |
|--------------|-------------|----|----|-------------|-------------|--------------|-------------|
| | 정규직 | 인턴 | 합계 | | | | |
| 26명 | 0명 | 3명 | 3명 | 11.5% | 14개 | 3개 | 21.4% |

4) 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 2018년까지 스포츠산업 채용박람회(JOB FAIR) 개최를 지원하였다. 채용박람회는 스포츠 산업계 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 자리매김 하고 있다. 2018년 스포츠산업 채용박람회 'JOB FAIR 2018'에는 138개 기업, 9,853명이 참가해 스포츠 분야 진출 희망자에게 실질적인 정보를 제공하고, 채용연계로도 이어졌다.

〈표 4-117〉 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 | • 2018년 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), 10사~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 채용박람회(JOB FAIR)는 2018년까지 국민체육진흥공단에서 직접 개최함

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 4-118〉 '제8회 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 4-119〉 '제8회 스포츠산업 JOB FAIR 2018' 전시 규모

| 구 분 | 부스 수(3×3m) | 비 고 |
|-----------------|------------|---|
| 채용관 | 62 | 3m*3m/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 |
| 채용게시대 | 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 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 4-120〉 '18년 스포츠산업 채용박람회 추진 실적

| 구분 | 제8회 스포츠산업 JOB FAIR 2018 |
|--------------|--|
| 일시 | • 2018년 10월 26일(금) 10:00 ~ 17:00 |
| 장소 | • KSPO DOME |
| 주최 | • 문화체육관광부 |
| 주관 | • 국민체육진흥공단 |
| 참가실적 최종실적 | • 참가기업: 138개사 • 채용인원: 62명 • 참가자수: 9,853명 • 상담 및 면접인원 : 6,183명 |

〈표 4-121〉 '제8회 스포츠산업 JOB FAIR 2018' 참가 구직자 현황

| 구 분 | | 인 원 |
|-----------|-------------|-------|
| 서버등록 출입자 | 사전등록 | 1,112 |
| | 현장등록 | - |
| 서버미등록 출입자 | 단체등록 | 1,388 |
| | 일반출입자 및 미등록 | 825 |
| 참가 구직자 수 | | 9,853 |



6 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 스포츠산업대상’을 시행하여 스포츠산업 발전을 위해 진력한 우수 스포츠산업체를 발굴하고 그 공로를 포상함으로써 종사자의 사기 진작을 도모하고, 국민의 스포츠산업에 대한 인식 변화와 업체의 국제경쟁력 강화 기반을 마련하였다.

(2) 스포츠산업 인프라 구축 사업 추진과정

① 스포츠산업 실태조사

스포츠산업 실태조사는 국가승인통계(제11321호)로 지정된 2009년 기준조사부터 2019년 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)를 적용하여 조사가 수행되었다. 연도별, 부문별 전년도 조사와 비교 분석이 가능하도록 표준화된 구축 틀을 활용하여 2019년 기준조사를 실시하였다. 또한, 전년도 조사와 시계열 분석이 가능하도록 구성하여 스포츠산업이 대표 통계가 될 수 있도록 진행되었다.

〈표 4-122〉 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 (제11321호) |
| 2010 | 통계청 | 1억2천 | 4~12월 | 69,315개/ 2,400개 | 한국표준산업분류 특수분류 | 국가승인 통계 유지 |
| 2011 | 통계청 | 1억2천 | 4~12월 | 69,027개/ 2,540개 | 한국표준산업분류 특수분류 | 국가승인 통계유지 |
| 2012 | 민간업체 | 2억 | 5~12월 | 신분류 기준 84,246개/6,935개 구분류 기준 68,826개/5,407개 | 한국표준산업분류 특수분류 | 국가승인 통계유지 |
| 2013 | 민간업체 | 2억 | 4~12월 | 신분류 기준 90,493개/7,317개 구분류 기준 70,617개/5,690개 | 한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0) | 국가승인 통계 유지 |
| 2014 | 민간업체 | 2억 | 5~12월 | 신분류 기준 92,293개/7,715개 구분류 기준 71,140개/5,600개 | 한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0) | 국가승인 통계유지 |
| 2015 | 민간업체 | 2억 | 5~12월 | 신분류 기준 93,350개/7,509개 구분류 기준 76,001개/ 93,350개 | 한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0) | 국가승인 통계유지 |
| 2016 | 민간업체 | 3.5억 | 5~12월 | 신분류 기준 95,387개/12,406개 | 한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0) | 국가승인 통계유지 |
| 2017 | 민간업체 | 3억 | 3~12월 | 신분류 기준 101,207개/12,253개 | 한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0) | 국가승인 통계유지 |
| 2018 | 민간업체 | 3억 | 5~12월 | 신분류기준 103,145개/12,319개 | 한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0) | 국가승인 통계유지 |
| 2019 | 민간업체 | 3억 | 5~12월 | 신분류기준 105,445개/12,007개 | 한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0) | 국가승인 통계유지 |



〈표 4-123〉 '19년 스포츠산업 실태조사 사업개요

| 구 분 | 주요 내용 | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------|---|--|-------|-------|------|-------|-------------------------------|-------------------|--|-------|---|-------|--|-------|------------------------|
| 목 적 | <ul style="list-style-type: none"> • 한국표준산업분류 중 개편된 스포츠산업 특수분류(스포츠산업 v3.0) 적용을 통한 국가승인 통계 유지 - 기존 스포츠산업 경영정보조사는 주무부서인 문화체육관광부의 내부 정책의사결정에 목적을 두고 진행한 사업이었지만, 2009년 기준조사부터 2015년 기준조사까지 국민에게 스포츠산업의 사회적, 경제적 가치 등을 알리기 위한 공표를 목적으로 두고 진행 • 최신 모집단 확보를 위한 모집단 정비 • 스포츠산업 정책 활용 목적뿐만 아니라 스포츠산업 진흥 및 육성의 공식적인 지표 활용의 극대화 추구 • 총량개념의 통계를 통한 스포츠산업 전반의 실태 및 동향 파악 | | | | | | | | | | | | | | |
| 사업기간 | • 2019. 5. ~ 2019. 12. | | | | | | | | | | | | | | |
| 소요예산 (보조금) | • 3억 원 | | | | | | | | | | | | | | |
| 조사 설계 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>구 분</th> <th>세부 내용</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>조사 지역</td> <td>• 전국</td> </tr> <tr> <td>조사 범위</td> <td>• 스포츠 활동을 지원하는 시설업, 용품업, 서비스업</td> </tr> <tr> <td>표본 크기 (sample)</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • 총 12,007업체 - 스포츠 시설업: 5,006개 - 스포츠 용품업: 3,412개 - 스포츠 서비스업: 3,589개 </td> </tr> <tr> <td>조사 내용</td> <td>• 사업체 일반현황, 종사자 수, 사업의 종류, 사업실적, 스포츠산업 비중, 특성항목, 사업체 경영전망, 설문문항 등(16개 항목)</td> </tr> <tr> <td>조사 방법</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • 사업체를 방문하여 조사하는 면접조사를 원칙으로 하되 방문 조사가 어려운 경우 해당 사업체는 e-mail 조사를 병행 실시 • 응답자 화신 편의성을 고려 전화, 이메일, Fax 조사 병행 </td> </tr> <tr> <td>조사 기간</td> <td>• 2019. 9. 15 ~ 11. 27</td> </tr> </tbody> </table> | 구 분 | 세부 내용 | 조사 지역 | • 전국 | 조사 범위 | • 스포츠 활동을 지원하는 시설업, 용품업, 서비스업 | 표본 크기 (sample) | <ul style="list-style-type: none"> • 총 12,007업체 - 스포츠 시설업: 5,006개 - 스포츠 용품업: 3,412개 - 스포츠 서비스업: 3,589개 | 조사 내용 | • 사업체 일반현황, 종사자 수, 사업의 종류, 사업실적, 스포츠산업 비중, 특성항목, 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 화신 편의성을 고려 전화, 이메일, Fax 조사 병행 | 조사 기간 | • 2019. 9. 15 ~ 11. 27 |
| | 구 분 | 세부 내용 | | | | | | | | | | | | | |
| | 조사 지역 | • 전국 | | | | | | | | | | | | | |
| | 조사 범위 | • 스포츠 활동을 지원하는 시설업, 용품업, 서비스업 | | | | | | | | | | | | | |
| | 표본 크기 (sample) | <ul style="list-style-type: none"> • 총 12,007업체 - 스포츠 시설업: 5,006개 - 스포츠 용품업: 3,412개 - 스포츠 서비스업: 3,589개 | | | | | | | | | | | | | |
| | 조사 내용 | • 사업체 일반현황, 종사자 수, 사업의 종류, 사업실적, 스포츠산업 비중, 특성항목, 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 화신 편의성을 고려 전화, 이메일, Fax 조사 병행 | | | | | | | | | | | | | |
| 조사 기간 | • 2019. 9. 15 ~ 11. 27 | | | | | | | | | | | | | | |
| 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 시상하는 것을 목적으로 하며 국내 스포츠산업의 경쟁력을 제고하고 관련 종사자의 사기를 진작한다. 2019년에는 스포츠산업 대상과 S-IDEA 2019 공모전 두 가지로 나누어 표창하였다.



〈표 4-124〉 '제15회 대한민국 스포츠산업대상' 포상사업 추진과정

| 구 분 | 주요내용 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|--|--------|--------|-------------|---|----------|---|--------|---|--------|---------------------------------|--------------|------|-------|---|-------------|-------|-------|---|-------------|-----------|-----------|---|-----------|---|-----------|---|---------------------------|-----|-------|---|---------|----------|------|--------|---|---------|-----|---|-----------|-----|---|-----------|
| 목 적 | <ul style="list-style-type: none"> 스포츠산업 발전에 기여한 우수 기업을 발굴·시상하여 새로운 성장 동력 산업으로 주목받고 있는 스포츠산업 분야 종사자들의 사기 진작과 국내 스포츠 산업의 경쟁력 제고 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 추진과정 | '대한민국 스포츠산업대상' 시상 계획 공고 ↓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 신청 접수 / 제출 서류 확인 ① 신청서(또는 추천서) ② 공적요지 ③ 세부 공적내용 ④ 공적내용의 각 항목별 증빙자료, ⑤ 사업자등록증 및 법인 등기부등본 ⑥ 최근 3년간 대차대조표 및 손익계산서, 현금흐름표 ↓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1차 심사: 신청 기업 중 우수 후보군(약 2~3배수) 선정 ↓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 2차 심사: 기업 소개(PT) 및 질의응답(필요시 현장실사 병행) ↓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 결과발표: 개별 통보 ↓ 시상식 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 포상대상 | <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: 30%;">분 야</th> <th style="width: 70%;">내 용</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>기업·단체</td> <td>스포츠 용품 제조, 서비스업, 유통임대업 등 스포츠산업 전 분야에서 스포츠산업 발전에 기여한 공로가 큰 기업·단체</td> </tr> <tr> <td>프로스포츠단</td> <td>창의적인 마케팅 활동을 통해 고객서비스 향상 및 수익 사업 창출 등 프로스포츠 활성화에 기여한 프로스포츠단</td> </tr> <tr> <td>지방자치단체</td> <td>스포츠이벤트, 스포츠관광, 지역 스포츠산업체 육성 등 지역 스포츠산업 발전 및 활성화에 기여한 지방자치단체</td> </tr> <tr> <td>개인</td> <td>스포츠산업 발전, 일자리 창출 등에 기여한 공로가 큰 자</td> </tr> </tbody> </table> | 분 야 | 내 용 | 기업·단체 | 스포츠 용품 제조, 서비스업, 유통임대업 등 스포츠산업 전 분야에서 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 스포츠산업 발전 및 활성화에 기여한 지방자치단체 | 개인 | 스포츠산업 발전, 일자리 창출 등에 기여한 공로가 큰 자 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 분 야 | 내 용 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 기업·단체 | 스포츠 용품 제조, 서비스업, 유통임대업 등 스포츠산업 전 분야에서 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 스포츠산업 발전 및 활성화에 기여한 지방자치단체 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 개인 | 스포츠산업 발전, 일자리 창출 등에 기여한 공로가 큰 자 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 포상규모 | <ul style="list-style-type: none"> 대통령 표창 1, 총리 표창 1, 장관 표창 5, 이사장 표창 9 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 20%;">분 야</th> <th style="width: 15%;">훈 격</th> <th style="width: 10%;">수 량</th> <th style="width: 20%;">상 금</th> <th style="width: 35%;">비 고</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="5" style="text-align: center; vertical-align: middle;">스포츠 산업 대상</td> <td rowspan="2" style="text-align: center; vertical-align: middle;">본 상</td> <td style="text-align: center;">대 상</td> <td style="text-align: center;">대통령 표창</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">상금 10백만원과 상패</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">최우수상</td> <td style="text-align: center;">총리 표창</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">상금 7백만원과 상패</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">우 수 상</td> <td rowspan="3" style="text-align: center; vertical-align: middle;">장관 표창</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td rowspan="3" style="text-align: center; vertical-align: middle;">상금 4백만원과 상패</td> <td rowspan="5" style="text-align: center; vertical-align: middle;">문체부 선정</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">우수프로스포츠단상</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">우수지방자치단체상</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">공 로 생(개인)</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td rowspan="4" style="text-align: center; vertical-align: middle;">2019 S-IDE A 공모전</td> <td style="text-align: center;">대 상</td> <td style="text-align: center;">장관 표창</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">상금 5백만원</td> <td rowspan="4" style="text-align: center; vertical-align: middle;">공단 선정</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">최우수상</td> <td rowspan="3" style="text-align: center; vertical-align: middle;">이사장 표창</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">상금 3백만원</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">우수상</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">상금 각 1백만원</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">장려상</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">상금 각 50만원</td> </tr> </tbody> </table> | 분 야 | 훈 격 | 수 량 | 상 금 | 비 고 | 스포츠 산업 대상 | 본 상 | 대 상 | 대통령 표창 | 1 | 상금 10백만원과 상패 | 최우수상 | 총리 표창 | 1 | 상금 7백만원과 상패 | 우 수 상 | 장관 표창 | 1 | 상금 4백만원과 상패 | 문체부 선정 | 우수프로스포츠단상 | 1 | 우수지방자치단체상 | 1 | 공 로 생(개인) | 1 | 2019 S-IDE A 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 |
| 분 야 | 훈 격 | 수 량 | 상 금 | 비 고 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 스포츠 산업 대상 | 본 상 | 대 상 | 대통령 표창 | 1 | 상금 10백만원과 상패 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 최우수상 | 총리 표창 | 1 | 상금 7백만원과 상패 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 우 수 상 | 장관 표창 | 1 | 상금 4백만원과 상패 | 문체부 선정 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 우수프로스포츠단상 | | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 우수지방자치단체상 | | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 공 로 생(개인) | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2019 S-IDE A 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: 2019년 12월 18일 / 서울 올림픽파크텔 1층 올림피아홀 참석인원 : 200명 내외(수상자, 주요인사 및 참관객) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

(3) 스포츠산업 인프라 구축 사업 성과

① 스포츠산업 실태조사

2019년 기준 스포츠산업 실태조사는 2018년 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 보완 과정을 거쳤으며, 2015년 기준조사에서는 스포츠산업 특수 분류를 체계적으로 정리하여 기존 표본 추출들을 재정비함으로써, 모집단의 대표성을 확보하였다. 2019년 기준조사 결과 모집단은 신분류 기준 105,445개로 추정되었다. 2018년 기준조사와 비교 분석한 결과 신분류 기준 전체 사업체는 2,300개가 늘었으며 특히 스포츠서비스업의 사업체가 전년 대비 2,141개사 증가하였다.

〈표 4-125〉 '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 4-126〉 '17년~'19년 대분류별 모집단 비율(신분류 기준)

(단위: 개, %)

| 구 분 | 2017 기준 | | 2018 기준 | | 2019 기준 | |
|---------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
| | 사업체 수 | 비중 | 사업체 수 | 비중 | 사업체 수 | 비중 |
| 스포츠시설업 | 38,363 | 37.9 | 41,423 | 40.2 | 42,122 | 39.9 |
| 스포츠용품업 | 35,845 | 35.4 | 34,161 | 33.1 | 33,621 | 31.9 |
| 스포츠서비스업 | 26,999 | 26.7 | 27,561 | 26.7 | 29,702 | 28.2 |
| 합 계 | 101,207 | 100.0 | 103,145 | 100.0 | 105,445 | 100.0 |

2017년 기준조사부터는 지역별(17개 시도) 결과를 정식으로 공표하기 시작하였으며, 2012년 기준조사와 동일하게 통계청의 나라통계시스템을 이용하여 자료처리를 실행하였고, 단조로운 설문 조사표를 가능한 구체화하여 통계조사 결과에 대한 양적·질적 분석을 확대하였다. 또한, 응답자의 적극적인 협조유도를 위하여 응답자 맞춤형 조사표 설계 및 조사 방식을 도입하고, 조사표의 일관성 및 항목 간 연계성을 고려한 문항을 재구성함으로써 조사의 체계성과 신뢰성을 제고하였다. 이러한 개선노력을 통해 국가승인통계 유지 는 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. 2016년(12회)부터는 스포츠산업 디자인 공모전 시상식이 함께 진행되었다. 시상식을 통해 스포츠산업 발전을 위한 정부의 향후 비전 제시 및 관련 업계의 공감대 형성의 장을 마련하고, 정부와 산업계, 학계와의 유기적인 상호협력을 통해 성공적인 사업으로 정착될 수 있도록 사업역량 강화를 추진하고 있다.

〈표 4-127〉 스포츠산업대상 및 디자인 공모전 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 | 스포츠영상분석시스템 |
| 공로상 | 장관 표창 | 원앤원스포츠 | 양궁 제조 | |
| 2006 (제2회) | 대 상 | 대통령 표창 | 코오롱글로벌(주) | 종합스포츠센터 |
| | 최우수상 | 장관 표창 | 원앤원스포츠 | 양궁활 제조 |
| | | | (주)이동수에프엔지 | 골프구단 |
| | 특별상 | 장관 표창 | 태히메카트로닉스(주) | 런닝머신 제조 |
| | 프로경기단상 | 장관 표창 | (주)한화이글스 | 프로구단 |
| | 우수상 | 공단이사장 표창 | (주)볼빅 | 골프공 제조 |
| | | | 수원월드컵경기장관리재단 | 경기장 운영 |
| (주)삼성라이온즈 | | | 프로구단 | |
| 프로스포츠 스타상 | 공단이사장 표창 | 송진우 | 프로야구 선수 | |
| 2007 (제3회) | 대 상 | 대통령 표창 | 신신상사(주) | 볼류 제조 |
| | 최우수상 | 총리 표창 | 프로스펙스 | 풋살경기 |
| | | | (주)SK와이번스 | 프로구단 |
| | 우수상 | 장관 표창 | 이글아이드 | 골프화 제조 |
| | | | (주)현대시멘트레저사업본부 | 대중골프장 |
| | 프로경기단상 | 장관 표창 | KTF매직왕스농구단 | 프로농구단 |
| | 스포츠마케팅우수 지자체 | 장관 표창 | 대구광역시 | 지방자치단체 |
| | | | 대전광역시 | |
| 장려상 | 공단 이사장 표창 | (주)알와이앤코리아 | 가능성신발 제조 | |
| | | (재)에텐스포츠타운 | 종합스포츠투레저시설 | |



| | | | | |
|---------------|-----------|-------------|--------------|--------------|
| 2008 (제4회) | 대상 | 대통령 표창 | (주)홍진에이치제이씨 | 오토바이 헬멧 제조 |
| | 최우수상 | 총리 표창 | (주)삼익스포츠 | 양궁 제조 |
| | 우수상 | 장관 표창 | (주)오투런 | 종합체력진단시스템 제조 |
| | | | (주)엠에프에스코리아 | 골프클럽 제조 |
| | | | (주)아이비스포츠 | 스포츠마케팅 |
| | 프로경기단상 | 장관 표창 | (주)롯데디자인츠 | 프로구단 |
| | 지자체상 | 장관 표창 | 양산시 | 지방자치단체 |
| 목포시 | | | | |
| 장려상 | 공단 이사장 표창 | (주)휴먼넷 | 종합스포츠센터 | |
| | | (주)세마스포츠마케팅 | 스포츠마케팅 | |
| 2009 (제5회) | 대상 | 대통령 표창 | (주)골프존 | 골프시뮬레이터 제조 |
| | 최우수상 | 총리 표창 | KBS스포츠국 | 스포츠방송업 |
| | 우수상 | 장관 표창 | (주)스카이칠십이 | 골프장 운영 |
| | | | (주)학산 | 스포츠신발, 의류 제조 |
| | | | 우진프라스틱 | 아웃도어용 버클 제조 |
| | 프로경기단상 | 장관 표창 | (주)강원도민축구단 | 프로구단 |
| | 지자체상 | 장관 표창 | 제주특별자치도 | 지방자치단체 |
| (주)씨카 | | | 스포츠용품 도소매 | |
| 장려상 | 공단 이사장 표창 | (주)스포츠테레카 | 야구장 선수 보호용 | |
| | | (주)디자인파크개발 | 야외체육시설 제조 | |
| 2010 (제6회) | 대상 | 대통령 표창 | (주)디자인파크개발 | 야외체육시설 제조 |
| | 최우수상 | 총리 표창 | 코오롱FnC부문 | 아웃도어 제조 |
| | 우수상 | 장관 표창 | 군산레저산업(주) | 골프장 운영 |
| | | | 한솔개발(주) | 종합레저스포츠시설 운영 |
| | | | (주)블랙아크 | 등산용품 아웃도어 제조 |
| | 프로경기단상 | 장관 표창 | 부산KT 프로농구단 | 프로구단 |
| | 지자체상 | 장관 표창 | 경남 통영시 | 지방자치단체 |
| 전북 군산시 | | | | |
| 장려상 | 공단 이사장 표창 | 엔에이치엔(주) | 인터넷 스포츠 중계 | |
| | | (주)알피니스트 | 등산용품 제조 | |
| 2011 (제7회) | 대상 | 대통령 표창 | (주)볼빅 | 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 | 대한야구캠프 | 야구장 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 |
| | | | 알톤스포츠 | 자전거 제조 |
| | | | 태영산업 | 헬스기구 제조 |
| | 금룡 | 인조잔디 총진재 | 천안 현대캐피탈 배구단 | 프로구단 |
| | 프로경기단상 | 장관 표창 | 동부 프롤미 농구단 | 프로구단 |
| | | | 지자체상 | |
| 개인상 | 공단 이사장 표창 | 최종필 | 대구대 교수 | |
| | | 임효순 | 스포츠 용품 개발 | |
| 2013 (제9회) | 대 상 | 대통령 표창 | 코베아 | 캠핑 등산 용품 |
| | 최우수상 | 총리 표창 | (주)블루원 | 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 | 아외운동기구 |
| | | | 디스커버리씨에스(주) | 인공암벽시설 |
| | 프로경기단상 | 장관 표창 | 창원LG세이커스 | 프로구단 |
| | 지자체상 | 장관 표창 | 충북 보은군 | 지방자치단체 |
| | | | 충남 아산시 | |
| 공로상 | 공단 이사장 표창 | 김양경 | 한국연식야구연맹 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 | |

| | | | | | |
|----------------|-----------|----------|------------------|--------------------|--------------|
| 2016 (제12회) | 스포츠 산업 대상 | 대상 | 대통령 표창 | (주)유컴테크놀로지 | 스포츠용품(골프) |
| | | 최우수상 | 총리 표창 | SK와이번스 프로야구단 | 프로구단 |
| | | 우수상 | 장관 표창 | 임페리얼스포츠 | 스포츠경기용품 제조 |
| | | | | (주)아이돌 | 유소년 스포츠 교육기관 |
| | | 에어포스 | 캠핑레저용품 업체 | | |
| | 지방자치 단체상 | 장관 표창 | 서귀포시 | 지방자치단체 | |
| | 공로상 | 장관 표창 | (주)저니맨스포츠 최익성 대표 | (주)저니맨 스포츠 대표 | |
| | 디자인 공모전 | 대상 | 장관 표창 | 김경석 | |
| | | 최우수상 | 이사장 표창 | 오인호 | |
| | | 우수상 | 이사장 표창 | 정하림 | |
| 홍지오, 박효원 | | | | | |
| 장려상 | 이사장 표창 | 이교진 | | | |
| | | | 이봉주 | | |
| 2017 (제13회) | 스포츠 산업 대상 | 대상 | 대통령 표창 | (주)우성이이비 | 스포츠용품 제조 |
| | | 최우수상 | 총리 표창 | (주)위피크 | 스포츠 네트워크 기업 |
| | | 우수상 | 장관 표창 | (주)컴아트시스템 | 카메라 개발 업체 |
| | | 지방자치 단체상 | 장관 표창 | 경북 김천시 | 지방자치단체 |
| | | 프로스포츠단상 | 장관 표창 | 울산현대프로축구단 | 프로구단 |
| | 공로상 | 장관 표창 | - | | |
| | 디자인 공모전 | 대상 | 장관 표창 | 김구한 | |
| | | 최우수상 | 이사장 표창 | 김희란 | |
| | | 우수상 | 장관 표창 | 김용한, 한은혜, 김용재, 김성우 | |
| | | 장려상 | 장관 표창 | 김솔, 최민호, 김은현, 박형민 | |
| 2018 (제14회) | 스포츠 산업 대상 | 대상 | 대통령 표창 | 충남 천안시 | 지방자치단체 |
| | | 최우수상 | 총리 표창 | (재)대구테크노파크 | 기타 공학 연구 개발업 |
| | | 우수상 | 장관 표창 | (주)티엘인더스트리 | 컴퓨터 제조업 |
| | | | | 부산 아이파크 | 프로축구단 |
| | | | | 경기 안산시 | 지방자치단체 |
| | 우수지방자치단체상 | | | | |
| | 공로상(개인) | | | 이정학 교수 | |
| | 디자인 공모전 | 대상 | 장관 표창 | 홍욱 | |
| | | 최우수상 | 이사장 표창 | 권나현, 이승현 | |
| | | | | 김지유 | |
| 우수상 | | 이사장 표창 | 김우형 | | |
| | | | 김주원, 정유진 | | |
| 장려상 | | 이사장 표창 | 이재욱 | | |
| | 신경연 | | | | |
| | 진다정, 정성훈 | | | | |
| | | | 김나영 | | |
| | | | 성민재, 이소현 | | |



| | | | | | |
|----------------|-----------------|-----------|----------|--------------|---------|
| 2019 (제15회) | 스포츠 산업 대상 | 대상 | 대통령 표창 | KT wiz 프로야구단 | 프로스포츠단 |
| | | 최우수상 | 총리 표창 | 동아알루미늄(주) | 스포츠용품제조 |
| | | 우수상 | 장관 표창 | (주)렉스코 | 헬스기구제조 |
| | | 우수프로스포츠단상 | | (주)아피스 | 낚시용품 |
| | | 우수지방자치단체상 | | 대구 FC | 프로스포츠단 |
| | 공로상 | | 경상북도 문경시 | 지방자치단체 | |
| | 디자인 공모 전 | 대상 | 장관 표창 | 신민호 | |
| | | 최우수상 | 이사장 표창 | 이채영, 서진 | |
| | | 우수상 | | 김지윤, 진유진 | |
| | | | | 우철재 | |
| 안선주 | | | | | |
| 장려상 | | 박수영, 한유진 | | | |
| | | | 김경아, 김호준 | | |
| | | | 신영균 | | |

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·중립적 정보를 제공하는 스포츠 컨슈머리포트 발간은 스포츠소비자의 권리 강화와 국산 스포츠제품의 성능과 품질의 우수성을 알려 해외시장 진출 및 소비자 인식 제고에 기여하였다. 2019년에는 2018 스포츠산업백서 발간을 비롯해 연간 9회의 SI포커스를 발행하고, 9회의 이슈페이퍼를 발행하며, 월 2회 총 20회의 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 2019년을 기준으로 주요 자료 및 성과에 대한 최신 정보를 수록하였으며, 주요 사업개요는 다음과 같다.

〈표 4-128〉 스포츠산업 백서 발간 사업개요

| 구 분 | 주요 내용 |
|------|--|
| 발간목적 | <ul style="list-style-type: none"> 국내 스포츠산업 현황 및 정부정책 성과 등을 소개 |
| 사업기간 | <ul style="list-style-type: none"> 2020. 3. ~ 12. |
| 사업예산 | <ul style="list-style-type: none"> 32,000천 원 |
| 사업내용 | <ul style="list-style-type: none"> 2019 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 4-129〉 SI 포커스 및 이슈페이퍼 발행 사업개요

| 구 분 | 주요 내용 | |
|-------|--|---|
| | SI 포커스 | 이슈페이퍼 |
| 발간목적 | <ul style="list-style-type: none"> 스포츠산업 동향에 대한 부문별 심층 분석을 통하여 스포츠산업 부문별 지원전략 및 정책 발굴 | <ul style="list-style-type: none"> 스포츠산업 전반 현안을 집중 분석하여 현상의 문제점을 파악하고 스포츠산업 성장에 필요한 대안 모색 |
| 발행기간 | 2019. 1 ~ 12(총 9회) | 2019. 1 ~ 12(총 9회) |
| 발행면수 | A4 20 ~ 30쪽 내외 | A4 15쪽 내외 |
| 사 업 비 | 27,500천 원 | |
| 발간방법 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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) | <ul style="list-style-type: none"> 스포츠산업 분류별(용품업, 시설업, 서비스업) 인력 현황 분석 스포츠산업 분류별(용품업, 시설업, 서비스업) 성장 동향 분석 스포츠산업 소비 실태 분석 | <ul style="list-style-type: none"> 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 4-130〉 스포츠산업 동향 뉴스레터 발간 사업개요

| 구 분 | 주요 내용 | | |
|-------|--|---|---------|
| 발간목적 | <ul style="list-style-type: none"> • 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 | • 2019. 3. ~ 2020. 2.(2019년 총 20회, 월 2회 격주 금요일 발간). | | |
| 발 송 | • 월 2회 (2019년 총 20회) | | |
| 발행형식 | • 메일링 서비스 및 홈페이지 게시 (www.spois.or.kr) | | |
| 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 | 4페이지 |
| | 스포츠 굿즈 & 컬처 | ○국내 스포츠 서비스 및 제품 동향 - 스포츠산업 관련 제도 등의 상식 소개 - SPOEX & SPOEX FALL 참여업체의 제품 소개 | 2페이지 |
| | 해외인턴의 해외 스포츠산업 TalkTalk | ○해외 스포츠산업의 업계/현장 등의 소개 - 해외인턴 지원사업을 통해 파견기간 인턴들의 업무소개 혹은 해당 나라의 스포츠 동향 소개 | 2페이지 |
| | 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 | 1페이지 |

④ 스포츠산업 컨퍼런스 개최

스포츠산업 컨퍼런스 개최 사업은 스포츠산업 최신 이슈전파 및 고부가가치 스포츠산업에 대한 통합적인 방향을 제시함으로써 스포츠산업의 현안사항을 중심으로 방향성을 탐색하고 미래를 조망할 수 있는 컨퍼런스를 운영하고자 하는 사업이다.

〈표 4-131〉 스포츠산업 컨퍼런스 개최 사업개요

| 구 분 | 주요 내용 | | | | |
|--|---|--------------------|---------------------------------------|--------|-----------------------|
| 사업목적 | <ul style="list-style-type: none"> 스포츠산업 시장 현황분석 및 최신정보를 공유하여 미래시장을 예측하고 국내 산업체의 발전을 위한 기반 마련 | | | | |
| 추진기간 | 2019. 3 ~ 2019. 12 | | | | |
| 사업내용 | ① 스포츠산업 컨퍼런스 개최 | | | | |
| | 국내 컨퍼런스 | 1회 (2019.8.30) | 스포츠시설 스마트기술을 입다 | 약 230명 | 올림픽파크텔 올림픽아울 |
| | 전문가간 담회 | 1회 (2018.6.27) | 스마트헬스케어 기반 스포츠산업 활성화 방안 포럼 | 약 90명 | 부산 BEXCO 컨벤션홀 |
| | | 2회 (2019.9.27) | 스포츠 외교의 중요성 (평창에서 서울 - 평양으로) | 약 70명 | 프리마호텔 에메랄드홀 |
| | | 3회 (2019.12.6) | 공공 레거시(Legacy) 향상을 통한 스포츠도시의 가치 창출 | 약 200명 | 조선대학교 법과대학 모의법정 |
| | 글로벌 컨퍼런스 | 1회 (2019.11.29) | 스포츠비즈니스에서 데이터의 중요성 | 약 300명 | 올림픽파크텔 올림픽아울 |
| ② 스포츠산업 컨퍼런스 개최현황 | | | | | |
| 2019년 | <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: 유희서비스시설 등 분야별 스포츠산업 현안 이슈를 중심으로 정책적 방향을 도출할 수 있는 주제 선정 | | | | |
| ③ 컨퍼런스 운영위원회 구축 및 운영 | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> 한국스포츠정책과학원, 학계, 업계 등으로 위원회 구성 | | | | | |
| 계 | 한국스포츠정책 과학원 | 학 계 | 언론계 | 산업계 | |
| 9명 | 2명 | 3명 | 1명 | 3명 | |
| <ul style="list-style-type: none"> 운영위원회 역할 : 주제선정, 연사리스트 작성 및 초청, 홍보 등 | | | | | |



| 구 분 | 주요 내용 | | |
|-----|---|--|--|
| | ④ 컨퍼런스 주제 선정 <ul style="list-style-type: none"> • 국민적 관심 제고를 위해 프로스포츠 등 국민적 관심도 높은 주제 선정 • 스페인 La Liga, 영국 프리미어 리그, MLB 등 해외 경기단체 및 국내 경기단체, 전문가 단체, 동호회 등 다양한 그룹 연계 가능 | | |
| | ⑤ 홍보 전략 | | |
| | 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 | |
| | ⑥ 행사진행 방안 <ul style="list-style-type: none"> • 행사운영 효율화를 위해 경쟁 입찰을 통한 행사대행사 선정 • 한국스포츠정책과학원과 대행사간 명확한 업무분장을 통한 운영효율성 제고 | | |
| 구 분 | 한국스포츠정책과학원 | 대 행사 | |
| 업 무 | ◦컨퍼런스 운영위원회 구성/운영 ◦컨퍼런스 개최 계획 수립 <ul style="list-style-type: none"> - 주제, 연사섭외 등 ◦TV 방송 및 신문 기획보도 콘텐츠 및 방향 수립 | ◦컨퍼런스 운영 세부사항 실행 <ul style="list-style-type: none"> - 컨퍼런스 진행 및 운영 - 연사 초청 및 행정처리 - 장소 대관 및 시스템 구축 - 결과보고 및 정산보고서 작성 | |
| 사업비 | • 300,000천 원 | | |

⑤ 스포츠산업 디자인 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 4-132〉 스포츠산업 디자인 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"> 사업승인일 ~ 2019. 12 | | |
| 사업내용 | <ul style="list-style-type: none"> 공모주제: 중소 스포츠기업에 대한 디자인 분야 공모분야: 아이디어 기획/ 대국민 디자인 | | |
| | 사업 | 내용 | 세부내용 |
| | 1단계 | 대상기업 선정 | 국내 기획·생산이 가능한(경쟁력이 있는) 제품군 선정 · 5개 기업 내외 선정 · 선정기업별 현안 사항을 고려한 디자인 주제 제시 |
| | 2단계 | 디자인 공모 수행 | 기업의 현안 사항을 해결할 디자인 공모 시행 · 공모기간 2개월 이상 · 전문가위원회 심의를 거쳐 제품군별 우수작 선정 · 우수작 대상 상품화 과정 참여기회 제공 (기업당 최대 3작품) |
| | 3단계 | 디자인 고도화 | 전문가 및 관련기업 멘토링을 통한 아이디어 고도화지원(2회이상) · 선정디자이너, 제품생산기업의 협업 프로세스 마련 · 기업, 멘토단, 디자이너가 참여하는 멘토링 캠프 수행 |
| | 4단계 | 우수작 시상 | 우수작 대상 발표보고회 및 시상 |
| | 5단계 | 상품화 지원 | 시제품, 디자인보완, 라이선싱 계약지원 · 디자인 및 특허 권리 등 라이선스 계약관련 지원 · 시제품 생산 및 상품화 지원(크라우드 펀딩 등) |
| | <ul style="list-style-type: none"> 심사기준: 아이디어 - 창의성 40%, 작품성 30%, 상징성 30% 시상규모: 총 상금 2,000만원 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 4-133〉 생활체육분야 스포츠산업 실태조사 개요

| 구분 | 세부항목 | | |
|------|---|--|---|
| 조사목적 | <ul style="list-style-type: none"> 생활체육분야(야구, 축구, 농구, 배구, 골프) 산업규모 산출 및 현황분석 해당 종목의 시장 활성화를 위한 정책수립의 기초자료 | | |
| 조사기간 | <ul style="list-style-type: none"> 2019. 8. 26. ~ 2019. 11. 01. | | |
| 조사대상 | <ul style="list-style-type: none"> 전국 축구 관련 시설업, 용품업, 서비스업 700개 업체 전국 야구 관련 시설업, 용품업, 서비스업 700개 업체 전국 농구 관련 시설업, 용품업, 서비스업 700개 업체 전국 배구 관련 시설업, 용품업, 서비스업 700개 업체 전국 골프 관련 시설업, 용품업, 서비스업 700개 업체 | | |
| 조사방법 | <ul style="list-style-type: none"> 1대1 방문조사 및 이메일, 팩스 조사 | | |
| 사업비 | <ul style="list-style-type: none"> 75,000 천원 | | |
| 사업내용 | 구분 | 항목 | 세부항목 |
| | 공통 문항 | 사업체 일반현황 | <ul style="list-style-type: none"> 업체규모, 업종분류 인력구성, 종사자수 |
| | | 경영현황 | <ul style="list-style-type: none"> 매출액, 영업비용, 매출원가, 판매관리비, 영업이익, 연구비용 |
| | | 국제 경쟁력 | <ul style="list-style-type: none"> 기술, 품질, 인적자원, 가격, 생산기반, 홍보마케팅, 정부지원 경쟁력 평가 |
| | | 시장 전망 | <ul style="list-style-type: none"> 단기(2019년) 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

스포츠산업 관련 대국민 인식 개선을 위한 홍보를 강화하고, 언론사들이 스포츠산업 기사를 다룰 수 있도록 유도하여 스포츠산업의 전략적 육성을 위한 사회적 공감대 형성에 기여하고자 하는 사업이다. 2019년에는 국민의 스포츠산업 이해 및 사업 참여를 도모하기 위해 통합설명회 2회 개최(2.15, 12.16) 및 동아일보 전면 1회(2.13) 광고 게재 등 적극적인 홍보를 실시하였다.

〈표 4-134〉 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 | <ul style="list-style-type: none"> 2019. 3. ~ 2019. 12. |
| 사업내용 | <ul style="list-style-type: none"> 보도매체: 동아일보(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 통합 설명회 2회 개최(2.15/ 12.16) |
| 사업비 | <ul style="list-style-type: none"> 150,000천 원 |

(3) 스포츠산업 정보 제공 및 저변 확대 사업 성과

① 스포츠산업 백서 발간

2020년까지 스포츠 산업백서는 연간 1회, 총 6회 발간되었다. 주요 목차는 스포츠산업 개관, 스포츠산업 공급수요 현황, 스포츠산업 정책, 프로스포츠, 스포츠산업 관련 법제 등으로 구성되었으며, 2019년 한 해 동안 추진된 스포츠산업 정책의 현황과 성과를 포괄적으로 수록하였다.

〈표 4-135〉 스포츠산업 백서 사업 실적

| 대상년도 | 발행 시기 | 쪽수 | 발행부수 |
|------|-----------|--------|--------|
| 2014 | 2015년 12월 | 379페이지 | 880부 |
| 2015 | 2016년 12월 | 493페이지 | 1,000부 |
| 2016 | 2017년 12월 | 463페이지 | 1,000부 |
| 2017 | 2018년 12월 | 458페이지 | 1,000부 |
| 2018 | 2019년 12월 | 500페이지 | 1,000부 |
| 2019 | 2020년 12월 | 500페이지 | 1,000부 |



② SI 포커스 및 이슈페이퍼

2019년 한 해 동안 SI 포커스는 총 9회가 발행되었으며 이슈페이퍼도 연간 총 9회가 발행되었다. 호별 제목 및 저자는 다음과 같다.

〈표 4-136〉 '19년 SI 포커스 발행 실적

| 발행호 | 발행일 | 제 목 | 저 자 |
|------|-------|--------------------------------------|----------|
| 제43호 | 04.02 | 국내 볼링산업 경영현황 분석: 실태조사를 중심으로 | 유익동 |
| 제44호 | 04.15 | 생활스포츠의 중심 수영: 실태조사로 본 국내 수영산업 경영분석 | 고경진 |
| 제45호 | 05.16 | 탁구로 하나 되는 세상: 실태조사 기반 탁구산업 경영현황 분석 | 신성연 |
| 제46호 | 06.17 | 몸과 마음을 치유하는 요가: 실태조사 기반 요가산업 경영현황 분석 | 박선영 |
| 제47호 | 10.01 | 국내 탁구산업 산업 경쟁력 분석: 실태조사를 중심으로 | 유익동, 김지영 |
| 제48호 | 11.18 | 국내 수영 산업 경쟁력 분석: 실태조사를 중심으로 | 마윤성 |
| 제49호 | 12.03 | 국내 볼링 산업 경쟁력 분석: 실태조사를 중심으로 | 김주영 |
| 제60호 | 12.23 | 국내 요가 산업 경쟁력 분석: 실태조사를 중심으로 | 김지영 |
| 제61호 | 12.31 | 스포츠산업 매출 규모 추이 분석 | 김상호 |

〈표 4-137〉 '19년 이슈페이퍼 발행 실적

| 발행호 | 발행일 | 제 목 | 저 자 |
|------|-------|------------------------------------|-----|
| 제44호 | 04.04 | 스포츠산업 정책 왜 필요한가? | 김상훈 |
| 제45호 | 05.31 | 국제경기대회 유치 및 사후활용 전략 | 김지영 |
| 제46호 | 07.11 | 스마트 헬스케어 시장의 현재와 미래 | 신선윤 |
| 제47호 | 08.01 | 스포츠산업 노동시장 고용 추이 및 특성 분석 | 김상호 |
| 제48호 | 10.01 | 스포츠산업 인력공급의 새로운 바람: 체육전공 입시제도의 변화 | 김세훈 |
| 제49호 | 10.16 | 교육중심 스포츠활동이 부가가치세법 상 면세가 되기 위한 기준들 | 주종미 |
| 제50호 | 12.02 | 우리나라 골프 피팅산업이 나아갈 방향 | 서호정 |
| 제51호 | 12.16 | 대학생 스포츠 동아리 참여 현황과 미래 스포츠 산업의 발전 | 권형일 |
| 제52호 | 12.31 | 한국 대학스포츠 현황 및 발전 방향 | 한진욱 |

③ 스포츠산업 동향정보 제공

한 해 동안 국내·외 스포츠산업의 현안사항에 대한 심층 분석과 정보제공을 통한 경영전략 수립 및 사업 개선을 지원하기 위한 발간사업으로는 스포츠산업분야 동향정보(뉴스레터), 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 정보를 제공하였다. 구독자가 2015년 7.6천 명으로 전년대비 27% 증가했으며 2016년에는 13천 명으로 전년대비 71.1%, 2017년에는 15천 명으로 전년대비 15.4%의 증가율을 보였다. 2018년 19천 명으로 전년대비 26.7%의 증가율을 보였으나 2019년에는 18천 명으로 전년대비 5.3% 감소하였다.

〈표 4-138〉 스포츠산업 동향정보 제공 사업 실적

| 발행연도 | 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 활용 과 전망, 생활스포츠와 스마트 컨디셔닝 |
| 2019 | 18천명 | 82점 | 레저스포츠 시장, 신 난방정책, 스포츠산업 자원사업 우수사례, 코로나19 관련 이슈 현안조사 정보제공 |

만족도에서는 2015년 평가 94점에서 2016년 평가 96.4점으로 전년대비 2.6%, 2017년 96.7점으로 0.3%의 증가율을 보였다. 하지만 2018년의 평가에서는 만족도 96.5점으로 전년대비 -0.5%, 2019년 만족도는 82점으로 전년대비 -14.8% 큰 감소율을 보였다.

스포츠산업 동향 뉴스레터는 2019년 한 해 동안 총 20회 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 4-139〉 '19년 스포츠산업 동향 뉴스레터 발행 실적

| 발행권 | 발행호 | 제 목 |
|-------|--------|--|
| 제107권 | 1월 1호 | 황금기를 달리고 있는 중국의 e스포츠산업 |
| 제108권 | 1월 2호 | 2019 스포츠산업을 변화시킬 6가지 이슈 |
| 제109권 | 2월 1호 | 2032 서울-평양 올림픽 공동개최의 경쟁구도 분석 그리고 세계성과 특수성 |
| 제110권 | 2월 2호 | 경제 성장을 이끄는 스포츠산업 중장기 발전 10대 과제 |
| 제111권 | 4월 1호 | 2019 문화체육관광부 예산 |
| 제112권 | 4월 2호 | '2019 ISPO 베이징' 중국, 스포츠 소비시장 51%에 달하는 젊은 소비층을 잡아라! |
| 제113권 | 5월 1호 | 일본 섬유 시장과 프랑스 섬유전시회에서 본, 스포츠 의류의 과학화 |
| 제114권 | 5월 2호 | 2019 FIFA 프랑스 여자 월드컵 |
| 제115권 | 6월 1호 | 중국 자산가들의 여가 소비성향과 폴란드 수상스포츠 전시회로 본 요트 시장 |
| 제116권 | 6월 2호 | 워라벨 트렌드로 소비자를 사로잡을 스포츠 체험 마케팅 열풍 |
| 제117권 | 7월 1호 | 국내에서 처음 개최되는 2019 광주 세계수영선수권대회 |
| 제118권 | 7월 2호 | 2020 도쿄올림픽 정식종목으로 채택된 3대3 농구 |
| 제119권 | 8월 1호 | 미국 피트니스 시장, 헬스테크의 진화와 흥미의 확산 |
| 제120권 | 8월 2호 | 2019 국내 레저스포츠 시장 분석 |
| 제121권 | 9월 1호 | 2019 해외 레저스포츠 시장 분석 |
| 제122권 | 9월 2호 | 스포츠산업 첨단 테크놀로지를 만나다: 해외편 |
| 제123권 | 10월 1호 | 스포츠산업 첨단 테크놀로지를 만나다: 국내편 |
| 제124권 | 10월 2호 | 2019 FIBO에서 보는 지는 핫 요가 뒤에 뜨는 급속 냉각 크라이오테라피 |
| 제125권 | 11월 1호 | R&D 특허기술동향1: 물 밖 인체 실감형 수영 트레이닝 운동기구 국내외 스포츠 박람회&컨퍼런스 |
| 제126권 | 12월 1호 | R&D 특허기술동향2: 스포츠 멀티 인공 환경 구현시스템 기반 기술 |

④ 스포츠산업 컨퍼런스 개최

2019년 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·지식을 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. 국내 컨퍼런스와 글로벌 컨퍼런스는 한국스포츠정책과학원의 페이스북 계정을 통해 생중계 되었고 글로벌 컨퍼런스는 추후 한글 자막을 삽입하여 유튜브 스포츠산업 글로벌 컨퍼런스 계정에 업로드 되었다.

〈표 4-140〉 스포츠산업 컨퍼런스 개최 사업 실적

| 연도 | 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 | <ul style="list-style-type: none"> • 1차 - 스포츠·레저 환경변화에 따른 스포츠기업 미래전략 • 2차 - 스포츠기업, 해외시장 진출 어떻게 할 것인가 |
| 2016 | 410명 | <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 빚어낼 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 |
| 2019 | 890명 | <ul style="list-style-type: none"> • 국내 컨퍼런스 1회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠시설 스마트 기술을 입다 • 전문가 간담회 3회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠헬스케어, 스포츠외교, 스포츠도시 • 글로벌 컨퍼런스 1회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠 비즈니스에서 데이터의 중요성 |

⑤ 스포츠산업 디자인공모

국내 스포츠용품기업의 히트아이템 발굴을 통한 경쟁력 강화를 위해 중소 스포츠기업에 대한 디자인 분야로 주제를 선정하였다. 국내 기획디자인·생산이 가능한 경쟁력이 있는 생산자모집에서부터 상품화지원까지 전과정을 대국민 디자인 공모를 받아 최종 선정된 5개 주제를 가지고 진행하였다. 2019년 한 해 동안 5개 기업 대상 57건의 디자인 접수로 총 8팀을 시상하여 저작권구입 및 상품화 5건(스키에이트, UI/UX 디자인, 스텝박스 등)으로 디자이너의 권리보호 및 실효성 강화가 이루어졌다.



〈표 4-141〉 스포츠산업 공모 사업 주요 실적

| | 디자인공모 | 사상 | 실적 |
|------|-------|----|--|
| 2019 | 57건 | 8팀 | • 저작권 구입 및 상품화 5건 (스키에이트, UI/UX 디자인, 스탬프박스 등) |

⑥ 생활체육분야 스포츠산업 실태조사

생활체육분야 스포츠산업 실태조사를 통해 5개 종목(야구, 축구, 농구, 배구, 골프)을 살펴본 결과 사업체수는 총 36,591개였으며, 매출액은 25.3조원, 종사자수는 233,943명으로 조사되었다.

〈표 4-142〉 2018년 생활체육분야 스포츠산업 실태조사 사업체수

(단위: 개사)

| 구분 | 합계 | 야구 | 축구 | 농구 | 배구 | 골프 |
|----------|--------|-------|--------|-------|-------|--------|
| 합계 | 36,591 | 4,271 | 10,607 | 4,372 | 2,454 | 14,887 |
| 스포츠 시설업 | 10,306 | 1,259 | 593 | 178 | 74 | 8,201 |
| 스포츠 용품업 | 22,350 | 2,757 | 8,353 | 3,610 | 2,282 | 5,348 |
| 스포츠 서비스업 | 3,936 | 255 | 1,661 | 584 | 98 | 1,338 |

〈표 4-143〉 2018년 생활체육분야 스포츠산업 실태조사 매출액

(단위: 십억 원)

| 구분 | 합계 | 야구 | 축구 | 농구 | 배구 | 골프 |
|----------|--------|-------|-------|-------|-----|--------|
| 합계 | 25,339 | 2,302 | 4,426 | 1,494 | 421 | 16,696 |
| 스포츠 시설업 | 8,702 | 286 | 221 | 50 | 7 | 8,138 |
| 스포츠 용품업 | 12,894 | 1,055 | 3,017 | 1,055 | 278 | 7,489 |
| 스포츠 서비스업 | 3,743 | 961 | 1,188 | 389 | 136 | 1,069 |

〈표 4-144〉 2018년 생활체육분야 스포츠산업 실태조사 종사자수

(단위: 명)

| 구분 | 합계 | 야구 | 축구 | 농구 | 배구 | 골프 |
|----------|---------|--------|--------|--------|-------|---------|
| 합계 | 233,943 | 20,49 | 53,279 | 21,919 | 5,047 | 133,207 |
| 스포츠 시설업 | 108,290 | 4,581 | 6,944 | 4,814 | 753 | 91,198 |
| 스포츠 용품업 | 93,382 | 11,021 | 33,272 | 13,061 | 3,281 | 32,747 |
| 스포츠 서비스업 | 32,271 | 4,889 | 13,063 | 4,044 | 1,013 | 9,262 |

⑦ 스포츠산업 홍보

국민의 스포츠산업 이해 및 사업 참여를 도모하기 위해 스포츠산업 홍보는 통합설명회 2회 개최(2.15, 12.16) 및 동아일보 전면 1회(2.13)광고 게재 등 스포츠산업 시행계획 공고 및 통합 사업설명회로 적극적인 홍보를 실시하였다. 하지만 스포츠산업체의 수도권 집중 현상이 고착화되어 수혜대상이 편중되어 있고 정책사업의 홍보부족에 따른 인지도 저하와 정책사업에 대한 신청이 저조하였다.

제5장

프로스포츠

2019 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 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 단순하게 레슬링과 권투가 직업의 하나로만 인식되어 있었기에 산업적인 측면보다는 어려운 시기에 국민의 여가를 즐기기 위한 활동으로 프로스포츠 이벤트들이 행해졌다.



국내 프로스포츠는 1982년 6개 팀으로 구성된 프로야구가 탄생하면서부터 정식으로 발전하기 시작하였다. 이후 1983년 프로축구, 1997년 프로농구, 2005년 프로배구가 출범하였다. 현재 국내에는 축구, 야구, 농구, 배구 4개 프로리그를 중심으로 프로스포츠 발전이 활발히 이루어지고 있다. 2002 FIFA 한·일 월드컵 축구경기대회에서의 우리나라 축구국가대표팀의 선전과 2008 베이징 하계올림픽 경기대회에서 야구의 우승으로 축구, 야구, 농구, 배구를 비롯한 국내 프로스포츠에 대한 국민의 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. 2019년에는 프로축구가 2012년 승강제 도입 이후 최다 관중(2,376,923명)을 기록하였다.

2) 프로스포츠 산업화

국내 프로스포츠는 대부분 지역연고제를 근간으로 이루어지고 있다. 지역연고제는 일반적으로 홈구장이 위치한 도시를 기반으로 하는 도시연고제를 의미한다. 각 프로리그는 2천만 명이 거주하고 있는 수도권과 광역도시(부산, 대구, 광주, 대전, 인천, 울산)를 중심으로 프로팀이 연고지를 두고 있다. 특히 주 5일 근무 및 수업, 국민의 스포츠 직·간접 참여의식 성장, 미디어 발달 등 급속한 사회 환경의 변화는 프로스포츠의 기능을 더욱 확대해 스포츠 대중화와 스포츠산업 발전의 기반이 되고 있다. 프로스포츠는 직접적으로 지역경제 및 스포츠산업과의 연계로 이어진다. 따라서 프로스포츠는 지역의 경제적 효과, 국민의 여가선용 기회와 지역화합 도모, 아마추어 선수들의 진로 개척에 중추적 역할을 하며 지속적인 성장을 하고 있다.

프로스포츠산업이 지역경제 활성화를 위한 중요한 산업 중 하나로 자리매김하면서 프로스포츠는 지역발전의 주요 수단으로 인식되고 있으며 각 지방자치단체는 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 경제적 효과는 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 인기에 편승해 해외중계를 가속화하였다. 이 결과, NBA는 2000년에 205개국에 중계를 송출하였고 관련 상품들을 판매하고 있다. 이후 미국 프로야구(Major League Baseball: MLB), 미식축구(National Football League: NFL), 유럽 축구리그(영국, 스페인, 이탈리아, 독일 등), FIFA(Federation Internationale de Football Association), IOC(International Olympic Committee) 등이 스포츠 세계화에 뛰어들었다. 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.

딜로이트(Deloitte)에 따르면 '빅5' 유럽 리그는 2018/19시즌에 170억 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. 빅5 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 메이저리그에 진출하면서 본격적인 글로벌화에 가세하게 되었다. 지역 민방이었던 경인방송이 공중파 3사를 제치고 박찬호의 경기를 생중계하면서 지역방송이 전국에 방송되는 진풍경을 연출하였다. 박찬호의 데뷔 이후로 김병현, 서재응, 김선우, 최희섭 등이 메이저리그에 진출하면서 MLB 경기들은 지속적으로 중계방송 되고 있다. 여자 골프에서는 과거 구옥희의 일본 여자프로골프 진출, 그리고 박세리, 김미현이 세계무대에 뛰어난 이래, 현재는 박인비, 유소연, 김인경까지 수십 명의 한국 선수들이 LPGA를 장악하고 있다. 특히 박성현은 2017년 미국여자프로골프(LPGA)투어에서 39년 만에 올해의 선수, 신인상과 상금왕까지 차지하며 신인 3관왕에 올랐다. 1998년 박세리가 LPGA 챔피언십에서 정상에 등극하면서 LPGA 대회를 중심으로 본격적으로 국내에 방송 중계가 되기 시작하였으며 위성TV, 공중파TV, 케이블TV 등을 통해 PGA 투어와 시니어 투어가 중계되기 시작하였다. 한국 여자 프로골퍼들의 LPGA에서의 활약은 LPGA투어 경기(KEB·하나은행 챔피언십)의 한국개최로 이어졌는데, 이는 방송 중계와 같은 미디어를 통한 접근을 넘어 더욱 확장된 차원에서 글로벌화의 좋은 예라고 할 수 있다. 1988년 구옥희의 LPGA 첫 우승 이후 한국여자프로골퍼는 교포 출신을 포함해 150여명의 선수들이 LPGA 투어 무대를 밟았고, 이들 중 한국선수 46명이 187승을, 교포선수 9명이 36승을 올려 총 55명의 선수가 223승을 합작했다. 여자 일본 프로골프의 경우도 이민영, 신지애, 김하늘, 안신애, 이보미 등이 활약하면서 국내에 방송 중계되고 있다. 남자 프로골프에서는 최경주가 2000년에 Q스쿨(Qualifying School: 자격시험)을 통과하고 미국 프로골프 투어(Professional Golf Association Tour: PGA Tour)에 참가하여 본격적인 PGA 투어의 국내 중계방송이 시작되었다. 최경주는 2002년 뉴올리언스 컴팩 클래식에서 우승하여 한국인으로 처음으로 PGA 투어 대회를 제패하였고 이후 양용은이



2009년 제91회 PGA 챔피언십에서 타이거 우즈를 꺾고 우승을 하면서 아시아 남자 골프 선수 최초로 메이저 대회에서 우승을 차지하였다. 현재 PGA 투어에는 최경주, 김시우, 안병훈, 송영한 등이 활약하고 있다. 2019년에는 강성훈이 PGA 투어 AT&T 바이런 넬슨 우승을 하며 활약을 보였다. 축구에서는 차범근이 서독, 허정무가 네덜란드 리그에서 활약한 이래 2002년 월드컵의 활약을 바탕으로 박지성, 이영표, 설기현, 송종국 등이 유럽리그에 진출하면서 네덜란드 프로축구와 영국 프리미어리그가 국내에 중계방송 되었으며 현재는 손흥민, 기성용 등이 세계축구의 중심에서 활약하면서 스페인리그, 독일 분데스리가 등 대부분의 유럽리그 경기들이 국내에 중계방송 되고 있다. 특히 손흥민은 41경기에 나와 18골 12도움을 기록하며 아시아인 최초로 EPL에서 10골-10도움을 달성하는 기록을 세웠다. 또한 이승우, 백승호, 이강인 등의 유망주가 유럽 축구팀의 유스 시스템 속에 성장하였다. 야구는 추신수(텍사스 레인저스), 류현진(토론토 블루제이스), 최지민(탬파베이 레이스) 등의 선수가 미국 메이저리그에서 활약하고 있다.

〈표 5-1〉 리그수입에 따른 전 세계 프로스포츠 순위(2019년 기준)

| 리그 | 종목 | 국가 | 팀수 | 총수익규모 |
|------------------|------|---------|----|---------|
| 1위 프로풋볼리그(NFL) | 미식축구 | 미국 | 32 | 145억 달러 |
| 2위 메이저리그(MLB) | 야구 | 미국/ 캐나다 | 30 | 103억 달러 |
| 3위 프로농구(NBA) | 농구 | 미국/ 캐나다 | 30 | 88억 달러 |
| 4위 프리미어리그(EPL) | 축구 | 영국 | 20 | 69억 달러 |
| 5위 라 리가(La Liga) | 축구 | 스페인 | 20 | 42억 달러 |

※ 출처: Plunkett research(2019), Deloitte(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(테니스), 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. 2019년 K리그1 선수는 467명(팀당 평균 38.9명), K리그2 등록 선수는 365명(팀당 평균 36.5명)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)가 처음으로 열려 한국이 4강에 진출하였고

2009년 WBC에서는 준우승을 차지하였으나 2013년 WBC에서는 1라운드에서 탈락하였다. 2015년 WBSC(World Baseball Softball Confederation)가 주최하여 세계 12개국에 참가한 국가대항 야구대회인 프리미어12에서는 한국이 결승에서 미국을 꺾고 대회 초대우승을 차지하였다.

프로농구와 프로배구도 외국인 선수제도를 리그 초기부터 도입함으로써 부족한 선수수급문제 해결, 경기력 향상 및 볼거리 제공으로 국내 프로스포츠의 글로벌화에 일정 부분 역할을 하고 있다.

2 프로스포츠 산업

1) 프로스포츠 관람객

국내 프로스포츠 관람객은 야구, 축구, 농구, 배구의 4대 종목 관람객을 합하여 2009년부터 2014년까지 증감을 반복하다가 2015년 1,160만 명, 2016년 1,246만 명으로 증가추세를 보였다. 하지만 2017년 12,119만 명, 2018년은 1,146만 명, 2019년 1,148만 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. 그러나 2018년에 이어 2019년에는 다시 753만 명으로 감소추세를 보였다. 프로축구의 경우 2011년 이후 지속적으로 관람객이 감소하였으나 2019년 다시 반등하였다. 1998년 처음으로 프로축구 관람객 수가 200만 명(2,179,288명)을 돌파한 뒤로 2000년에 200만 명 미만(1,909,839명)으로 떨어졌고 2017년에는 191만명으로 2000년 이후 처음으로 2백만 관중 돌파에 실패했으며 2018년도에는 157만 명을 기록하였다. 2019년에는 2012년 승강제 도입 후 최다 관중인 237만 명을 기록하였다. 남자농구(KBL)의 경우 2014년 이후 꾸준히 관중수가 감소하다가 2019년도에는 87만 명으로 반등하였다. 여자농구(WKBL)의 경우 2015년 16만 명의 관중을 동원한 이후 지속적으로 감소하여 2019년 12만 명을 기록하였다. 프로배구(KOVO)의 경우 2019년 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. 2019년 주요 프로스포츠 경기 당 평균 관중 수는 야구 10,280명, 축구 5,769명, 남자농구 2,992명, 여자농구 1,090명, 그리고 배구 2,535명으로 나타났다.



〈표 5-2〉 프로스포츠 전체관람객 추이

(단위: 명)

| 구분 | 야구 | 축구 | 농구(남) | 농구(여) | 배구 | 합계 |
|------|-----------|-----------|-----------|---------|---------|------------|
| 2010 | 6,236,626 | 2,703,323 | 1,133,841 | 91,584 | 317,945 | 10,483,319 |
| 2011 | 7,154,378 | 2,862,179 | 1,154,948 | 166,227 | 372,592 | 11,710,324 |
| 2012 | 7,533,408 | 2,419,143 | 1,333,787 | 150,752 | 427,222 | 11,864,312 |
| 2013 | 6,744,030 | 2,293,957 | 1,206,260 | 144,789 | 358,518 | 10,747,554 |
| 2014 | 6,754,619 | 2,084,768 | 1,303,988 | 159,201 | 416,288 | 10,718,864 |
| 2015 | 7,622,495 | 2,150,416 | 1,613,557 | 167,606 | 498,421 | 11,602,495 |
| 2016 | 8,631,829 | 2,139,826 | 1,030,846 | 158,607 | 507,479 | 12,468,587 |
| 2017 | 8,713,420 | 1,913,164 | 927,844 | 124,306 | 520,768 | 12,199,502 |
| 2018 | 8,400,502 | 1,570,628 | 848,395 | 123,000 | 517,674 | 11,460,199 |
| 2019 | 7,535,075 | 2,376,923 | 873,782 | 122,055 | 580,448 | 11,488,283 |

※ 출처: 문화체육관광부(2019 프로스포츠 경기단체 자료)

〈표 5-3〉 주요 프로스포츠 경기 수 및 경기당 평균 관중 수

(단위: 회, 명)

| 구분 | 야구 | | 축구 | | 농구(남) | | 농구(여) | | 배구 | |
|------|-----|--------|-----|--------|-------|-------|-------|-------|-----|-------|
| | 경기수 | 평균관중 | 경기수 | 평균관중 | 경기수 | 평균관중 | 경기수 | 평균관중 | 경기수 | 평균관중 |
| 2010 | 547 | 11,402 | 210 | 12,873 | 293 | 3,870 | 130 | 705 | 216 | 1,472 |
| 2011 | 547 | 13,079 | 246 | 11,635 | 291 | 3,941 | 115 | 1,445 | 187 | 1,848 |
| 2012 | 548 | 13,747 | 353 | 6,853 | 293 | 4,528 | 131 | 1,151 | 233 | 1,699 |
| 2013 | 593 | 11,373 | 409 | 5,609 | 290 | 4,160 | 114 | 1,270 | 192 | 1,867 |
| 2014 | 591 | 11,429 | 413 | 5,048 | 293 | 4,450 | 112 | 1,421 | 209 | 1,992 |
| 2015 | 736 | 10,357 | 453 | 4,747 | 293 | 3,971 | 112 | 1,496 | 227 | 2,196 |
| 2016 | 735 | 11,744 | 452 | 4,734 | 291 | 3,542 | 112 | 1,416 | 229 | 2,216 |
| 2017 | 736 | 11,839 | 412 | 4,644 | 293 | 3,167 | 111 | 1,120 | 231 | 2,254 |
| 2018 | 737 | 11,398 | 412 | 3,812 | 293 | 2,896 | 112 | 1,098 | 230 | 2,251 |
| 2019 | 733 | 10,280 | 412 | 5,769 | 292 | 2,992 | 112 | 1,090 | 229 | 2,535 |

※ 경기수 = 정규리그+포스트시즌+올스타전(축구는 컵대회 포함)

※ 출처: 문화체육관광부(2019 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 |
| 2010 | 19,675 | 58.0 | 36,952 | 29.4 | 6,354 | 60.9 | 2,066 | 34.1 | 4,409 | 33.4 |
| 2011 | 16,733 | 78.2 | 33,314 | 34.9 | 6,598 | 59.7 | 2,732 | 52.9 | 4,602 | 40.2 |
| 2012 | 16,844 | 81.6 | 33,120 | 20.7 | 6,707 | 67.5 | 2,980 | 38.6 | 4,629 | 36.7 |
| 2013 | 16,160 | 70.4 | 34,614 | 16.2 | 5,985 | 69.5 | 2,980 | 42.6 | 4,588 | 40.7 |
| 2014 | 16,985 | 67.3 | 31,513 | 16.0 | 6,078 | 73.2 | 2,982 | 47.7 | 3,907 | 51.0 |
| 2015 | 16,837 | 61.5 | 35,090 | 13.5 | 5,954 | 66.7 | 3,372 | 44.4 | 4,077 | 53.9 |
| 2016 | 18,195 | 64.5 | 32,074 | 14.8 | 5,597 | 63.3 | 2,998 | 47.2 | 4,106 | 54.0 |
| 2017 | 18,178 | 65.1 | 32,074 | 14.5 | 5,500 | 57.6 | 3,322 | 33.7 | 4,067 | 55.4 |
| 2018 | 17,945 | 63.5 | 32,074 | 11.9 | 5,512 | 52.5 | 3,164 | 34.7 | 3,946 | 57.0 |
| 2019 | 18,763 | 54.8 | 29,619 | 19.5 | 5,558 | 53.8 | 2,774 | 39.3 | 3,959 | 64.0 |

※ 구장 매진인원 총계/구장 수

※ 출처: 문화체육관광부(2019 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. 5대 메이저 프로스포츠(미식축구(NFL), 야구(MLB), 농구(NBA), 아이스하키(NHL), 프로축구(MLS))가 미국 스포츠 산업 수익창출의 중심이며, 2019년 연간 수익은 NFL 145억 달러(약 16조 1,791억 원), MLB 103억 달러(약 11조 4,927억 원), NBA 88억 달러(약 9조 8,190억 원), NHL 50억 달러(약 5조 5,790억 원)에 이른다(Plunkett Research, 2020). 미국 노동청 통계(U.S. Bureau of Labor Statistics, 2019)에 따르면, 11,330명의 스포츠선수, 241,390명의 코치 및 스카우트, 그리고 20,120명의 스포츠심판 및 임원이 스포츠산업에 종사하고 있다. 또한, 146,980명의 근로자가 관람스포츠산업에, 275,860명이 스포츠용품 소매업에 종사하고 있는 것으로 나타났다. 2019년 포브스가 미국 4대 프로스포츠의 평균 구단가치를 조사한 결과 미국프로풋볼(NFL)구단이 26억 달러(약 2조 8,997억 원)로 가장 높게 나타났다. NBA 구단 평균 가치가 18억 6,800만 달러(약 2조 830억 원), MLB 구단 가치는 평균 17억 7,600만 달러(약 1조 9,807억 원)를 기록하면서 처음으로 NBA가 MLB 평균 구단가치를 넘어섰다. NFL구단 평균가치는 6억 3,000만 달러(약 7,026억 원)로 나타났다.

최근 들어 미국에도 축구의 인기가 높아지면서 미국 프로축구(Major League Soccer: MLS)에는 현재 세계적으로 인기가 있는 선수들과 대부분의 미국 국가대표 선수들이 활약하고 있다. 이에 따라 MLS의 관람객 수와 시장 규모도 지속적으로 성장하고 있다. 유럽의 영국, 독일, 스페인, 프랑스, 이탈리아 등은 축구를 중심으로 농구, 핸드볼 등의 프로스포츠리그가 운영되고 있다.



국내 프로스포츠는 축구, 야구, 농구, 배구의 4대 종목 총 관람인원이 2008년 이후 계속해서 1,000만 명을 넘어서는 등 외형적으로는 성장하였으나, 국내 프로구단의 운영은 비즈니스 측면보다는 성적에 초점이 맞춰져 있다. 국내 프로구단들은 구단 운영을 위한 운영자금을 자체적인 사업을 통한 수익보다는 수입원 대부분을 모기업 지원금과 스폰서십 및 광고수입에 의존(전체 수입 중 입장료 수입 13% 미만, 사업 수익 20% 미만)하고 있으며, 지출은 선수단 운영비가 70% 이상을 차지(선수들의 몸값이 매년 큰 폭으로 상승)하고 있다. 2004년 KBO리그 소속 선수(외국인 및 신인 선수 제외) 평균 연봉은 7,129만 원이었으나 2019년 선수 평균 연봉은 1억 4,448만 원으로 102.7%가 늘었다. 반면 최저 연봉은 2004년 2,000만원에서 2019년 기준 2,700만 원으로 증가율은 35%에 불과하였다. 일본 프로야구의 경우(신인 연봉은 선수마다 상이)에는 최저 연봉은 440만 엔(약 4,400만 원)이지만 163km의 강속구를 던져 큰 주목을 받은 신인 사사키 로키의 연봉은 1,600만 엔(약 1억 6,000만 원)으로 최저 연봉의 4배 정도 많은 액수를 기록하였다. 프로축구 구단과 프로야구 구단은 모기업에서 분리되어 독립구단 형식을 갖추었으나, 프로농구 구단 및 프로배구 구단은 대부분 모기업의 하부 부서로 운영되고 있는 구조이다. 대표적인 관람 스포츠인 프로스포츠 리그는 스포츠산업의 한 축으로 성장 가능성이 크지만 현재 산업으로서의 성장이 정체되고 있는 양상이다.

〈표 5-5〉 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) | 586 | 832 | 155 | 89 | 105 | 86 | 2,018 | 1,354 | 5,225 |

※ 출처: 각 프로리그 협회 홈페이지(2019). 시즌 초 정기 선수등록 기준

〈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(2019 프로스포츠 경기단체 자료)

3) 국내 프로스포츠 시장규모 및 경제적 가치

프로스포츠의 성장을 위해서는 스폰서십, 방송중계권, 라이선싱, 선수 관리 및 계약, 스포츠이벤트, 스포츠마케팅 등의 여러 가지 연계활동을 통한 경제적 가치 창출이 중요하다. 포브스(Forbes)가 미국 경제지에서 매년 발표하는 전 세계 스포츠구단 가치 랭킹에서 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. 2019 전 세계 구단 가치 리스트에서 댈러스 카우보이스가 지난해보다 19% 상승한 50억 달러(약 5조 5,350억 원)의 구단 가치를 기록했다. 모든 프로스포츠를 통틀어 역대 최고 흑자 기록임은 물론, 2016년 스페인 프로축구 레알 마드리드를 제치고 1위로 올라선 뒤 4년 연속 최고 가치 구단으로 선정됐다. 특히 댈러스 카우보이스를 비롯한 NFL 구단들은 톱50 중 절반이 넘는 26개 팀이 이름을 올렸다. 팀당 +1년 2억 6천만 달러 이상의 중계료 수익이 있는 것으로 발표했다. 미국 프로야구(MLB) 뉴욕양키스는 지난해보다 구단 가치가 15% 상승해 46억 달러(약 5조 922억 원)로 2위를 기록했다. 스페인 프로축구 레알 마드리드가 42억 4천만 달러(약 4조 6,936억 원)로 3위, FC바르셀로나가 40억 2천만 달러(약 4조 4,501억 원)로 4위, 미국 프로농구(NBA) 뉴욕 닉스가 40억 달러(약 4조 4,280억 원)로 5위를 차지했다. 이러한 사례들에 비추어 보면 국내 프로스포츠는 상대적으로 프로스포츠 선진국에 비해 경제적 가치 규모가 작다고 할 수 있다.

〈표 5-7〉 프로스포츠 입장수입 규모

(단위: 억 원)

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------|----------|---------|---------|---------|
| 프로야구 | 870.9 | 898 | 923 | 948 |
| 프로축구 | 103 | 123 | 116 | 187 |
| 프로농구(남) | 57.5 | 74.6 | 64 | 66.6 |
| 프로농구(여) | 2.0 | 3 | 2.6 | 2.5 |
| 프로배구(남, 여) | 24.6 | 24.6 | 27.4 | 33.3 |
| 프로골프(남) | 1.1 | 1.3 | 1.6 | 0.1 |
| 프로골프(여) | 35.0 | 41.0 | 41.7 | 0 |
| 소계 | 1,094.10 | 1,165.5 | 1,186.3 | 1,237.5 |

※ 출처: 각 프로스포츠 연맹

2019년 5개 프로스포츠(야구, 축구, 농구, 배구, 골프)의 입장수입 규모는 총 약 1,237억 원이었으며 이중 프로야구가 948억 원으로 가장 큰 비중을 차지하였다. 프로축구가 187억 원으로 두 번째로 입장수입 규모가 큰 시장이었으며, 남자 프로농구가 약 66억 원으로 뒤를 이었다. 남자프로농구에 비해 여자프로농구의 입장수입 규모가 현저히 작다. 프로축구는 2018년 다소 감소하였으나 2019년에는 다시 증가한 것으로 나타났다. 남자프로농구는 2018년에 다소 감소하였다가 2019년에 증가한 것으로 조사되었다.

프로스포츠의 중계권 시장을 살펴보면 프로야구의 중계료가 약 540억 원으로 가장 큰 규모를 나타내고 있다. 이는 모바일·인터넷 등 뉴미디어 중계를 제외한 지상파, 케이블 등 TV방송기준으로, 연간 약 300억 원 규모로 추정되는 뉴미디어 중계료를 합하면 연 900억 원을 넘는 중계수익을 올리고 있다. 프로야구 중계료는 구단에 균등 배분되고 있기 때문에 프로야구 구단들은 연간 약 54억 원 정도의 중계권 수익을 올리고 있다고 볼 수 있다. 프로축구는 2013년부터 2017년까지 매년 60억 원 규모의 중계권 수익을 올리고 있다. 프로배구는 2016년부터 2018년까지 매년 40억 원을 중계료로 받고 있다. 여자프로농구의 경우 4억 원 규모의 중계권 수입을 올리는 것으로 나타났으며, 남자프로농구는 연간 약 33억 원 규모로 중계권 시장이 형성되어 있다고 조사되었다. 2019년 여자프로골프와 남자프로골프의 경우는 중계권 계약 규모가 알려져 있지 않다.



〈표 5-8〉 프로스포츠 중계권 시장규모

(단위: 억 원)

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------|------|------|------|------|
| 프로야구 | 340 | 579 | 600 | 540 |
| 프로축구 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| 프로농구(여) | 3 | 3 | 4.4 | 4 |
| 프로농구(남) | - | 33 | 33 | 33 |
| 프로배구(남, 여) | 40 | 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 청소년 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.

2019년 4개 프로스포츠 머천다이징 시장규모는 약 213억 원이다. 이중 프로야구가 116억 원으로 머천다이징 시장에서 대부분의 비중을 차지하고 있으며, 프로축구가 34억 원으로 머천다이징 시장 매출 규모가 전년도 24억 원에서 크게 증가하였다. 반면 프로배구(남, 여)는 2018년 1.7억 원에서 2.2억 원으로 증가하였으며, 남자프로골프는 5.9억 원 규모로 성장하였다. 한편, 여자프로골프의 경우, 협회에 따르면 다른 종목들과 달리 머천다이징 사업을 크게 하지 않은 것으로 보고되었다.

〈표 5-9〉 프로스포츠 머천다이징(라이선싱 포함) 시장규모

(단위: 억 원)

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------|------|--------|--------|-------|-------|------|-------|
| 프로야구 | 50 | 60 | 60 | 70 | 65 | 65 | 116 |
| 프로축구 | 19.7 | 20.251 | 33.684 | 27 | 37 | 24 | 34 |
| 프로농구(남) | 2.1 | 2.1 | 1.9 | 4.2 | 2.2 | - | 1.9 |
| 프로농구(여) | - | 0.3 | 0.9 | 0 | - | - | 0.1 |
| 프로배구(남, 여) | 0.2 | 0.3 | 0.4 | 0.6 | 0.6 | 1.7 | 2.2 |
| 프로골프(남) | 2.5 | 2.3 | 1.5 | 3.5 | 4.3 | 4.7 | 5.9 |
| 소계 | 74.5 | 85.251 | 98.384 | 105.3 | 109.1 | 95.4 | 213.2 |

※ 라이선스 로열티 포함

※ 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 있어 스폰서 시장규모 또한 대체로 크게 나타난다. 2019년 기준으로 모기업의 스폰서 금액을 제외한 프로야구 스폰서 시장규모는 약 1,079억 원으로, 구단 평균 107억 원이다. 한편, 프로축구의 스폰서 시장규모는 약 349억 원이었으며, 남자프로농구가 올해 공개한 자료에 따르면 남자프로농구의 스폰서 시장 규모는 약 90억 원으로 지난해에 비해 크게 감소하였다. 반면 여자프로농구의 스폰서 금액은 지난해에 비해 6억 원 증가하였으며, 프로배구(남, 여)는 0.5억 원이 증가한 123.3억 원이었다. 프로야구의 1군 등록선수는 구단별 27명이고 대부분 구단이 2군과 육성선수를 운영하기 때문에 구단별 선수 수는 60여 명이 넘는 경우가 많다. 프로축구의 경우 구단별 선수의 규모가 30~40명 정도이고 프로농구의 경우 구단별로 차이가 있지만 20명 정도이며 프로배구의 경우 구단별 선수의 수는 14~19명인 것으로 나타났다. 따라서 종목별 특성상 구단의 선수규모가 차이가 나게 되며 구단 규모가 작을수록 스폰서 금액 또한 작아진다. 구단 스폰서 금액(시장)이 시장을 통한 수입보다는 모기업 지원금, 상위부서 지원금 그리고 정부보조금에 의존하는 비율이 높기 때문이다. 프로골프의 경우 대회 수가 많은 여자 경기(2019년 기준 30개 대회) 스폰서 시장이 남자 경기(2019년 기준 15개 대회) 스폰서 시장보다 크다. 여자프로골프의 스폰서 시장 규모는 완만히 증가하였다가 2019년 300억 원 규모를 이루었고, 남자프로골프의 스폰서 시장 규모는 2017년부터 여자프로골프를 앞질렀지만 2019년 4억 원대를 기록하였다.

〈표 5-10〉 프로스포츠 스폰서 시장규모

(단위: 억 원)

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------|----------|---------|---------|---------|---------|
| 프로야구 | 1,200 | 1,100 | 1,098 | 1,100 | 1,079 |
| 프로축구 | 1,305.51 | 1,689 | 1,876 | 1,825 | 349 |
| 프로농구(남) | - | 294.7 | 412 | 282 | 90 |
| 프로농구(여) | 25.4 | 20 | 20 | 19 | 25.5 |
| 프로배구(남, 여) | 97.2 | 106.3 | 106.3 | 122.7 | 123.3 |
| 프로골프(남) | 16.9 | 190 | 284 | 362.1 | 4 |
| 프로골프(여) | 212.1 | 256.1 | 251.4 | 254.5 | 300 |
| 소계 | 2,857.11 | 3,656.1 | 4,047.7 | 3,965.3 | 1,970.8 |

※ 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. 2019년 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)한국여자 농구연맹 | (사)한국 배구연맹 | (사)한국프로 골프협회 |
| 대표 | 권오갑 | | 정운찬 | 이정대 | 이병완 | 조원태 | 구자철 | 김상열 |
| 구단수 | 12 | 10 | 10 | 10 | 6 | 7 | 6 | - |

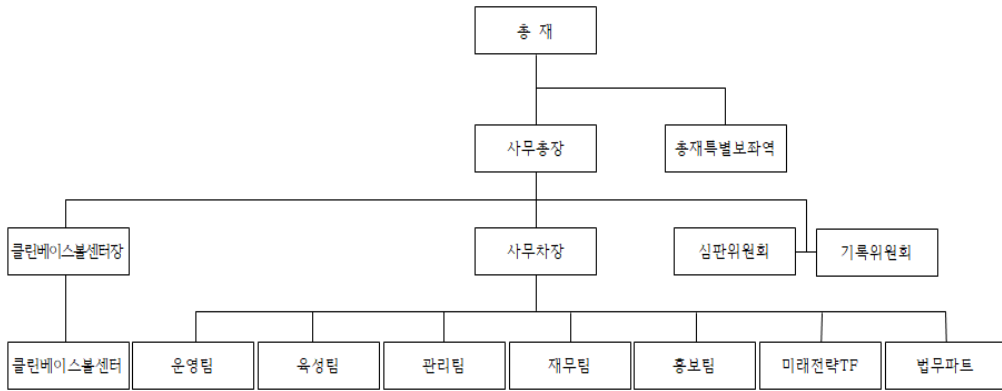
※ 출처: 각 단체 홈페이지(2019년 기준)

1) 프로야구

(1) 한국야구위원회

(사)한국야구위원회(Korea Baseball Organization)는 야구를 통해 대한민국 프로스포츠 발전에 기여하는 것을 목적으로 1981년 12월 11일 창립되었다. 대한민국 문화체육관광부 소관의 사단법인으로 각종 국제대회 참가 및 KBO 리그(국내 프로야구 리그)를 총괄하는 기구이다. 한국야구위원회의 주요 활동은 KBO 정규시즌, 올스타전, 포스트시즌, 한국시리즈 등의 리그 활동 관리, KBO 야구 경기의 기록 및 관련 자료의 수집과 조사 및 분석, 국제 야구 활동 교류추진, 아마추어 야구발전을 위한 제반 지원활동, TV 및 라디오 방송중계권 계약활동, 야구기술의 개발 및 지도 보급, 야구관계자의 상벌 및 복지사업, 야구박물관, 도서관 및 야구회관의 설치 운영, KBO 연감 및 간행물 발간, KBO 재산 및 회계 관리 등이 있다. 2008 베이징 하계 올림픽대회 야구 종목에서 한국대표팀이 구기 종목 사상 최초로 금메달을 획득한 이후 2009 제2회 월드 베이스볼 클래식(WBC)에서 준우승, 2010 광저우 하계 아시아 경기대회에서 금메달을 차지하였으며, 2015년에 열린 제1회 WBSC 프리미어12에서 우승하면서 국민적 인기를 구가하는 종목으로 발전하였다.

〈그림 5-1〉 한국야구위원회 조직도



※ 출처: KBO 홈페이지

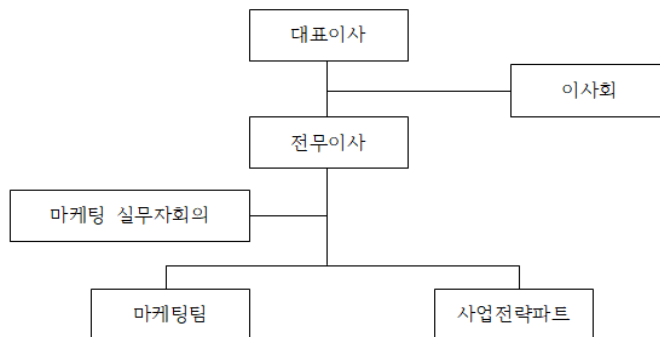
〈그림 5-2〉 KBO 전문위원회



※ 출처: KBO 홈페이지

주식회사 케이비오피((주) KBOP: Korea Baseball Organization Properties)는 2002년 2월에 설립된 (사)한국야구위원회의 자회사로서 KBO를 대신하여 통합 마케팅을 대행하는 회사이다. (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 31일 | 2000년 2월 12일 |
| 삼미 슈퍼스타즈 | 청보 핀토스 | 1982년 2월 5일 | 1985년 6월 29일 |
| 청보 핀토스 | 태평양 돌핀스 | 1985년 6월 29일 | 1988년 3월 8일 |
| 태평양 돌핀스 | 현대 유니콘스 | 1988년 3월 8일 | 1996년 3월 11일 |
| 현대 유니콘스 | | 1996년 3월 11일 | 2008년 3월 11일 |

※ 출처: 한국야구위원회(2019) 야구연감

한국 프로야구는 6개 구단으로 프로리그를 운영하다가 1986년 대전·충남을 연고로 빙그레 이글스가 창단되면서 7개 팀으로 늘어났다. 1990년 MBC 청룡이 LG에 인수되면서 LG트윈스가 되었고 1991년 쌍방울 레이더스가 전북을 연고로 창단하면서 8개 구단으로 리그가 진행되었다. 1993년에 빙그레 이글스가 한화 이글스로 바뀌었고 1999년 OB 베어스가 두산 베어스로 구단 명칭을 바꾸었다. 다음 해 쌍방울 레이더스가 해체되었고, 신인 지명권과 선수단은 새로 창단된 SK 와이번스가 인수하였다. 2001년 기아가 해태 타이거즈를 인수하면서 기아 타이거즈가 되었다. 2008년 현대 유니콘스가 해체되었으나 센테니얼 인베스트먼트가 선수단을 흡수하였고 우리담배가 스폰서를 맡아 우리 히어로즈가 창단되었다. 그러나 우리담배가 스폰서 계약을 해지하여 히어로즈라는 명칭으로 운영되었다. 2010년 빅센타이어가 네이밍스폰서가 되면서 빅센 히어로즈가 탄생하였다. 이후 빅센과의 스폰서 계약이 종료되고 키움증권과 새롭게 네이밍스폰서로 계약하면서 2019년 1월 15일 키움 히어로즈로 변경되었다. 2011년 엔씨소프트가 NC 다이노스를 창단하면서 9개 구단이 되었다. 그리고 2013년 kt 위즈가 탄생하면서 한국 프로야구는 10개 구단 시대를 맞이하였다. 2019년도 구단 순위는 두산이 총 144경기 중 88승 1무 55패로 1위를 차지하였으며 그 다음으로 키움, SK, LG, NC, kt, KIA, 삼성, 한화, 롯데 순으로 최종순위를 기록했다.

〈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 2일 |
| 삼성 라이온즈 | - | 1982년 2월 3일 |
| 롯데 자이언츠 | - | 1982년 2월 12일 |
| 한화 이글스 | 빙그레 이글스 | 1986년 3월 8일 |
| | 한화 이글스 | 1993년 11월 1일 |
| SK 와이번스 | - | 2000년 3월 31일 |
| 키움 히어로즈 | 우리 히어로즈 | 2008년 3월 24일 |
| | 히어로즈 | 2008년 8월 26일 |
| | 서울 히어로즈 | 2009년 7월 5일 |
| | 넥센 히어로즈 | 2010년 2월 9일 |
| | 키움 히어로즈 | 2019년 1월 15일 |
| NC 다이노스 | - | 2011년 3월 29일 |
| kt 위즈 | - | 2013년 1월 17일 |

※ 출처: 한국야구위원회(2019) 야구연감

〈표 5-14〉 '19년 KBO리그 팀 개요

| 팀 | 연고지 | 홈 경기장 | 제2 홈구장 | 창단연도 | 리그참가 | 감독 |
|----------|-----|--------------|--------------|-------|-------|-------|
| KIA 타이거즈 | 광주 | 광주-기아 챔피언스필드 | 군산월명종합운동장야구장 | 2001년 | 1982년 | 맏윌리엄스 |
| kt 위즈 | 수원 | 수원 kt 위즈 파크 | - | 2013년 | 2015년 | 이강철 |
| LG 트윈스 | 서울 | 서울종합운동장 야구장 | - | 1990년 | 1982년 | 류중일 |
| NC 다이노스 | 창원 | 창원NC파크 | - | 2011년 | 2013년 | 이동욱 |
| SK 와이번스 | 인천 | 인천 SK 행복드림구장 | - | 2000년 | 2000년 | 염경엽 |
| 키움 히어로즈 | 서울 | 고척 스카이돔 | - | 2008년 | 2008년 | 장정석 |
| 두산 베어스 | 서울 | 서울종합운동장 야구장 | - | 1982년 | 1982년 | 김태형 |
| 롯데 자이언츠 | 부산 | 사직야구장 | 울산문수야구장 | 1982년 | 1982년 | 허문회 |
| 삼성 라이온즈 | 대구 | 삼성 라이온즈파크 | 포항야구장 | 1982년 | 1982년 | 허삼영 |
| 한화 이글스 | 대전 | 한화생명 이글스 파크 | 청주야구장 | 1986년 | 1986년 | 한용덕 |

※ 출처: 한국야구위원회(2019) 야구연감



(3) 프로야구단 경기장 개요

현재 국내 프로야구는 두산과 LG가 잠실야구장을 공동으로 홈구장으로 사용하고 있고 키움은 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 | 키움 히어로즈 | 2015년 | 1,948억 원 | 18,000명 |
| 잠실야구장 | LG 트윈스 두산 베어스 | 1982년 | 126억 원 | 24,427명 |
| 사직 종합운동장야구장 | 롯데 자이언츠 | 1985년 | 165억 원 | 28,500명 |
| 대구 삼성 라이온즈파크 | 삼성 라이온즈 | 2016년 | 1,666억 원 | 29,000명 |
| SK 행복드림구장 | SK 와이번스 | 2002년 | 602억 원 | 27,877명 |
| 창원 NC파크 | NC 다이노스 | 2019년 | 1,270억 | 22,112명 |
| 수원 kt 위즈 파크 | kt 위즈 | 1989년 건립 2014년 리모델링 | 60억 원/건립 290억 원/리모델링 | 20,000명 |
| 한밭종합운동장 야구장 | 한화 이글스 | 1964년 | 3억 6천 7백만 원 | 13,000명 |
| 화성히어로즈 베이스볼파크 | 화성 히어로즈 | 2014년 | 21억 원 | 500명 |
| 이천베어스파크 | 두산베어스 2군 | 2014년 | 550억 원 | 400명 |
| LG 챔피언스파크 | LG트윈스 2군 | 2014년 | 700억 원 | 874명 |
| 롯데 상동야구장 | 롯데자이언츠 2군 | 2007년 | 250억 원 | 100명 |
| 포항야구장 | 삼성 라이온즈 NC 다이노스 2군 | 2013년 | 317억 원 | 15,000명 |
| 삼성 라이온즈 볼파크 | 삼성 라이온즈 2군 | 1996년 | 108억 원 | 1,165명 |
| 청주종합경기장 야구장 | 한화 이글스 | 1979년 | 29억 3천만 원 | 7,500명 |
| 함평-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 1982년 건립된 마산종합운동장 야구장을 사용하다 2019년 창원NC파크를 건립해 사용하고 있다. SK 와이번스는 2002년에 인천에 SK 행복드림구장을 건립하였으며 국내 야구장 중 최초로 외야에 투수 불펜을 설치하여 투수들이 안전하게 몸을 풀 수 있는 환경을 마련하였고 2009년 외야석 일부를 떼어내고 바비큐 존을 설치하였다. 내야석에도 탁자 지정석을 두 배로 늘리면서 좌석 수가 기존 30,400석에서 27,877석으로 줄어들었다. 삼성 라이온즈는 총사업비 1,666억 원이 투입돼

2016년 3월 19일에 개장한 대구 삼성라이온즈파크를 홈경기장으로 사용하고 있다. 한화 이글스는 1964년에 건립된 대전 한밭종합운동장 야구장을 홈구장으로 사용 중이며 이는 1982년 프로야구 원년부터 3년 동안 OB베어스(현 두산베어스)의 홈구장으로 사용되었다. 1985년 OB베어스가 서울로 연고지를 이전하고, 1985년 창단되어 1986년부터 1군 리그에 참가한 한화 이글스의 전신 빙그레 이글스가 대전구장을 홈구장으로 사용하게 된 바 있다. 롯데 자이언츠는 원년부터 1985년까지는 구덕 야구장을 사용했다가 1985년 완공된 사직 야구장으로 이전했다. 사직 야구장은 국내에서 펜스 높이가 가장 높기 때문에 타자들이 느끼는 체감 거리가 다른 곳보다 크다는 장점이 있다. 관중석 규모도 잠실 구장과 비슷하여 상당하다. 또한 제2홈구장을 사용하고 있는데, 과거에는 마산 야구장, 현재는 울산 문수 야구장을 사용하고 있다.

(4) 프로야구 현황 및 과제

가. 현황 및 문제점

1982년부터 프로야구 리그를 시작했으며, 2019년 현재 10개 구단이 KBO 리그에 참여하고 있다. 프로야구는 국내 타 종목에 비해서는 관람객이 많지만, 그마저도 18년 대비 19년 연간 관람객은 감소한 7,535천 명을 기록했다. 평균 관중은 10,280명으로, 해외 주요리그 평균 관중(미국 MLB 19년 기준 28,198명, 일본 19년 기준 30,928명)에 비해서는 아직 격차가 크다. 주로 리그 성적에만 집중하며 마케팅 및 경영철학 부족으로 적자(각 구단은 모기업의 지원에 의존하며 50~200억 원 적자)를 극복하지 못하고 있다.

〈표 5-16〉 '19년 프로야구 관람객 및 좌석점유율

| 구 분 | 경기 수 | 연간 관람객 | 평균관중 | 좌석점유율 |
|------|------|----------|---------|-------|
| 2019 | 733 | 7,535천 명 | 10,280명 | 54.8% |

한국 프로스포츠는 야구와 축구, 농구, 배구 등 4대 스포츠가 모두 흥행하며 세계적으로도 손꼽히는 규모를 갖추고 있으나 정작 경기장이 낙후되어 팬들의 외면을 받았고 구단도 수익 창출에 어려움을 겪었다. 프로야구가 직면하고 있는 최대 과제는 지자체 소유의 경기장을 단편적으로 운영하고 있는 것이다. 특히 경기장 임대문제는 프로스포츠 발전을 저해하고 있는 주요 요소로 꼽히고 있다. 수원시와 25년 장기계약을 체결한 kt를 제외한 구단들은 단기간 계약으로 경기장의 안정적이고 지속적인 활용이 불가능하다. 또한 미래를 준비하는 체계적인 유소년선수 육성시스템이 부재하고, 고교야구의 경우 주말리그의 문제점(재정지원, 경기장 확보, 심판 확보, 출전선수 편중 등)에 대한 개선 및 정착 방안 마련이 필요하다.

나. 개선방안

국내 프로야구 구단들이 리그 성적 중심에서 자립 경영 중심 체제로 패러다임을 전환해야 한다. 모기업의 지원금에 의존하여 경기에만 집중하기보다는 프로구단 운영을 비즈니스로 인식하는 사고의 전환이 필요하다. 1980년대 초반 프로야구와 프로축구 출범 뒤 30년을 넘긴 한국 프로스포츠에 프로스포츠가 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



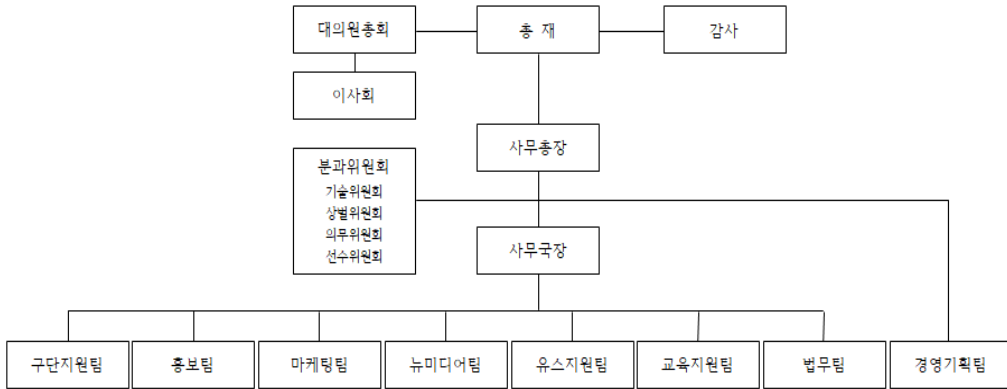
되었다. 지방자치단체가 소유하고 운영하는 경기장 임대 문제가 프로스포츠 발전을 저해하고 있는 주요 요소로 꼽히고 있었으나 ‘스포츠산업진흥법’의 개정 및 시행으로 지방자치단체는 공공체육시설의 효율적 활용과 프로스포츠의 활성화를 위해 필요한 경우 25년 이내의 기간을 정하여 관리를 위탁할 수 있도록 하였고 프로스포츠단의 연고 경기장으로 사용·수익을 허가하거나 관리를 위탁할 때에는 프로스포츠단과 우선하여 수의계약을 할 수 있도록 하여 경기장의 안정적이고 지속적인 활용을 위한 장기임대 시스템의 법적인 기반이 마련되었다. 또한, 야구저변이 부족하기 때문에 미래를 준비하는 체계적인 유소년선수 육성시스템을 마련하고, 고교야구 주말리그의 문제점(재정지원, 경기장 확보, 심판 확보, 출전선수 편중 등)에 대한 개선 방안 마련 및 경기장 확대 등의 야구 인프라 확충도 필요한 실정이다. 또한 KBO.com 등 리그수입 극대화를 위한 통합마케팅이 요구되고 있으며, 구단별 비즈니스보다는 리그중심의 리그십에 대한 이해를 높여야 프로야구의 자립경영이 가능할 것이다. 2018년에는 두산 베어스가 프로구단 간 성과평가에서 최고 등급(S등급)을 받았다. 두산 베어스는 비용총액 대비 마케팅 및 관리 비용의 증감량, 유료 평균 관중수, 입장수익, 성적, 마케팅 혁신 등의 평가항목에서 높은 점수를 받았다. 9년 연속(2009~2017년) 홈 관중 1백만 명 돌파 기록을 세운 두산은 흥행성이 낮은 게임과 좌석의 판매 증대를 위해 연 40회 이상 홈경기에서 다양한 타깃 마케팅을 펼쳤다. ‘베어스테이(가족 타깃)’, ‘미스터두데이(남성 타깃)’, ‘퀸스테이(여성 타깃)’, ‘두린이날(어린이 타깃)’을 비롯해 비인기 좌석은 스타선수 마케팅 일환인 ‘하슬두데이’ 등으로 관객을 유치했다. 또한 서울시로부터 잠실야구장 광고권 사용수익허가를 얻고, 모기업이 아닌 기업브랜드(한국타이어, 휠라코리아, 대화제약, 유안타증권 등)를 유니폼에 부착하는 등 모기업 광고지원금에 의존한 수입구조를 탈피해 다양한 기업 광고 유치에 힘썼다. 이외에도 인스타그램 채널과 구단 공식블로그 ‘두런두런’을 오픈하고, 약 1,800건의 경기 하이라이트 영상, 인포그래픽 등 SNS 콘텐츠를 제작해 팬들과의 온라인 커뮤니케이션도 활발히 가졌다. 그 결과 페이스북, 트위터, 유튜브, 인스타그램 등 구단 계정의 SNS 구독자 수가 전년대비 64%(총 구독자 19만명 증가) 증가한 점에서 높은 점수를 획득했다(한국프로스포츠협회, 2018). 야구 소비층을 넓히기 위해서는 무엇보다 젊은 팬들의 유입이 절실하지만, 최근 관중 수의 감소세를 보면 야구 소비층의 저변을 확대하기가 쉽지않은 상황이다. 구단 차원에서는 무엇보다 젊은 팬들을 야구장에 끌어들이기 위한 다양한 마케팅 아이디어가 필요하다. 야구장이 단순히 야구를 보러 가는 공간이 아니라, 놀거리가 가득한 공간으로 인식될 수 있도록 하는 것은 물론, 선수들의 스토리를 잘 발굴해 내는 것도 필요하다. SK와이번스, kt위즈, NC다이노스 등이 첨단기술을 접목한 스마트 경기장을 선보이며 AR을 활용한 관중 참여 등에 앞장서고 있는 것도 야구장으로 관중을 끌어 모으기 위한 방안 중 하나라고 할 수 있다.

2) 프로축구

(1) 한국프로축구연맹

한국프로축구연맹은 프로축구를 통한 국민의 여가선용, 스포츠 활성화 및 저변확대, 그리고 이를 기반으로 한 한국축구의 양적, 질적 성장을 목적으로 1994년 7월 30일 조직된 기관이다. 1983년 한국 최초의 프로축구리그인 슈퍼리그 출범 당시 리그 관장 기구였던 슈퍼리그 위원회가 대한축구협회에 통합된 후 대한축구협회 프로위원회가 프로축구를 관리했다. 1994년 7월 30일 한국프로축구연맹이라는 명칭으로 독립하였고 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. 2019년에도 전북 현대 모터스가 K리그1 우승을 차지하였고, 부산 아이파크가 5년 만에 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. 선수 등록은 선수규정 제4조 1항에 의거한다. |
| 6. | 유소년클럽시스템 가. 4단계 연령별 클럽(U10, U12, U15, U18) 보유 나. 상기 가항의 클럽 중 U12, U15, U18클럽은 협회에 등록되어야 한다 다. 유소년육성책임자(AFC A급 자격증 보유자) |
| 7. | 기타 연맹 규정 또는 이사회, 총회의 의결로 정하는 사항 |

※ 출처: 한국프로축구연맹(2019)

〈표 5-18〉 프로축구 K리그1 '19년 참가팀

(단위: 명)

| 구단 | 순위(2019) | 위치 | 홈구장 | 수용 인원 |
|------------|---------------------------|----|-------------------|--------|
| 전북 현대 모터스 | K리그1 우승 | 전주 | 전주월드컵경기장 | 42,477 |
| 제주 유나이티드 | K리그1 12위 | 제주 | 제주월드컵경기장 | 35,657 |
| 수원 삼성 블루윙즈 | K리그1 8위 | 수원 | 수원월드컵경기장 | 44,031 |
| 울산 현대 | K리그1 2위 | 울산 | 울산문수축구경기장 | 44,102 |
| FC 서울 | K리그1 3위 | 서울 | 서울월드컵경기장 | 66,806 |
| 강원 FC | K리그1 6위 | 강원 | 춘천송암스포츠타운 주경기장 | 20,000 |
| 포항 스틸러스 | K리그1 4위 | 포항 | 포항스틸야드 | 17,443 |
| 대구 FC | K리그1 5위 | 대구 | 대구스타디움 | 66,422 |
| 인천 유나이티드 | K리그1 10위 | 인천 | 인천축구전용경기장 | 20,300 |
| 경남 FC | K리그1 11위 | 경남 | 창원축구센터 | 15,116 |
| 상주 상무 | K리그1 7위 | 상주 | 상주시민운동장 | 15,042 |
| 성남 FC | K리그1 9위 (2018 K리그2 2위) | 성남 | 탄천종합운동장 | 16,867 |

※ 출처: 프로축구연맹(2019) 프로축구연감

〈표 5-19〉 프로축구 K리그2 '19년 참가팀

(단위: 명)

| 구단 | 순위(2019) | 위치 | 홈구장 | 수용 인원 |
|------------|----------|----|----------|--------|
| 아산 무궁화 | K리그2 7위 | 아산 | 이순신종합운동장 | 19,283 |
| 전남 드래곤즈 | K리그2 6위 | 광양 | 광양축구전용구장 | 13,496 |
| 부천 FC 1995 | K리그2 4위 | 부천 | 부천종합운동장 | 35,545 |
| 수원 FC | K리그2 8위 | 수원 | 수원종합운동장 | 11,808 |
| FC 안양 | K리그2 3위 | 안양 | 안양종합운동장 | 17,095 |
| 서울 이랜드 FC | K리그2 10위 | 서울 | 서울종합운동장 | 5,216 |
| 안산 그리너스 FC | K리그2 5위 | 안산 | 안산와-스타디움 | 35,000 |
| 대전 시티즌 | K리그2 9위 | 대전 | 대전월드컵경기장 | 40,535 |
| 부산 아이파크 | K리그2 2위 | 부산 | 구덕운동장 | 11,808 |
| 광주 FC | K리그2 1위 | 광주 | 광주월드컵경기장 | 40,245 |

※ 출처: 프로축구연맹(2019) 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 |
| | | I'Park에서 IPark로 구단명칭 영문철자 변경 | 2012년 2월 7일 |



| 구단명 | K리그 참가 기간 | 구단명칭 변경 | 창단일 / 변경일 |
|--------------|--------------|--|--|
| 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 |
| | | 인양 LG 치타스 | 1996년 4월 26일 |
| | | FC 서울 | 2004년 3월 19일 |
| 성남 FC | 1989년-현재 | 일화 천마 | 1989년 3월 18일 (창단식) |
| | | 천안 일화 천마 | 1996년 3월 27일 |
| | | 성남 일화 천마 | 1999년 12월 27일 |
| | | 성남 FC | 2013년 12월 9일 (성남 일화 천마 인수확정) 2014년 1월 25일 (성남 시민 프로축구단으로 재창단식) |
| 전북 현대 모터스 | 1995년-현재 | 전북 다이노스 | 1994년 12월 12일 (창단식) |
| | | 전북 현대 다이노스 | 1997년 3월 7일 |
| | | 전북 현대 모터스 | 2000년 6월 1일 |
| | | Chonbuk에서 Jeonbuk으로 구단명칭 영문철자 변경 | 2006년 1월 16일 |
| 전남 드래곤즈 | 1995년-현재 | - | 1994년 12월 16일 (창단식) |
| | | Chunnam에서 Jeonnam으로 구단명칭 영문철자 변경 | 2014년 1월 6일 |
| 수원 삼성블루윙즈 | 1996년-현재 | - | 1995년 12월 15일 (창단식) |
| 대전 시티즌 | 1997년-현재 | - | 1997년 3월 12일 (창단식) 2006년 3월 12일 (시민 프로축구단으로 전환 확정) |
| | | Taejon에서 Daejeon으로 구단명칭 영문철자 변경 | 2003년 1월 21일 |
| 대구 FC | 2003년-현재 | - | 2002년 12월 26일(창단 승인일) 2003년 3월 19일(창단식) |
| 인천 유나이티드 | 2004년-현재 | - | 2003년 12월 12일(창단 승인일) 2004년 3월 1일 (창단식) |
| 경남 FC | 2006년-현재 | - | 2006년 1월 17일 (창단식) |
| 강원 FC | 2009년-현재 | - | 2008년 12월 18일 (창단식) |

| 구단명 | K리그 참가 기간 | 구단명칭 변경 | 창단일 / 변경일 |
|---------------|--------------|------------|---|
| 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(2019) 프로축구연감

(4) 프로축구 현안 및 과제

가. 현황 및 문제점

1983년부터 프로축구 리그를 시작하여, 2019년 K리그1 12팀, K리그2 10팀이 리그에 참가하였다. 프로 축구 좌석 점유율은 19.5%로 국내 타 종목에 비교해 최하위 수준이다. 평균 관중 수 또한 5,769명으로, 해외 주요리그 평균 관중(독일(분데스리가) 4만 3천명, 잉글랜드(프리미어리그) 3만 6천명, 스페인(프리메라리가) 2만 6천명, 이탈리아(세리에A) 2만 3천명, 미국 1만 8천명, 일본 1만 7천명)과 비교했을 때 차이가 크다. 홈구장의 수용 인원이 가장 많은 곳은 FC 서울의 '서울월드컵경기장(6만 6,806명)'이고 홈구장의 수용인원이 가장 적은 곳은 상주 상무의 '상주시민운동장(1만 5,042명)'으로 서울월드컵경기장과는 5만 1,764명의 차이가 난다.

〈표 5-21〉 '19년 프로축구 관람객 및 좌석점유율

(단위: 개, 명, %)

| 구 분 | 경기 수 | 연간 관람객 | 평균관중 | 좌석점유율 |
|------|------|---------|--------|-------|
| 2019 | 412 | 2,377천명 | 5,769명 | 19.5% |

※ 출처: 문화체육관광부(2019 프로스포츠 경기단체 자료)

K리그는 K리그1 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 19.5%의 좌석점유율을 보이고 있다. 챌린지 구단의 경우 축구전문구장이 아닌 종합운동장을 홈구장으로 사용하고 있기 때문에 규모나 시설면에 있어서 축구에 적합하지 않고 좌석점유율이 낮는데 한몫을 하고 있다. 따라서 수용인원을 구단 상황에 맞게 최적화 시키는 축구장의 사이즈 조정(downsizing)이 필요하다. 의도적으로 경기장 수용 규모를 줄여 관중 점유율을 높이는 전략을 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 44,031명이며 2층을 개방하지 않을 경우 수용인원은 약 20,000명이다. 부산 아이파크는 월드컵경기장이었던 부산 아이파크 주경기장에서 규모가 작은 구덕운동장으로 이전하였다. 2018년에는 K리그1 FC서울, K리그2 부산 아이파크가 프로구단 간 성과평가에서 각각 최고 등급(S등급)을 받았다. FC서울은 2년 연속 K리그1에서 최고 등급을 받았는데, K리그 최초로 8년 연속(2010~2017년) 30만 관중을 유치하며 입장수익, 유료 평균 관중수, 기타수익, 마케팅 혁신 등의 평가항목에서 높은 점수를 받았다. 2016년부터 진행한 'FM서울 Football & Music'과 푸드트럭은 팬 눈높이에 맞춰 더욱 진화했고, 서울자키(Seoul Jockey)를 선임해 선수단 버스 Live캠, 팬 인터뷰, 풋볼앤쇼핑 등 그라운드 방송을 진행하며 팬들의 호응을 얻었다. 또한 북측광장 한 곳에서만 진행되던 버스킹 공연을 FC서울 팬 파크와 매표소까지 확대 운영했다. 결제와 구매대기 시간이 길었던 푸드트럭존에는 모바일 결제 시스템과 웨이팅 시스템을 도입해 관람객의 대기시간을 줄이고 한 차원 높은 서비스를 제공했다. K리그2에서 최고등급을 받은 부산 아이파크는 인터넷 동시접속자 수, 유료 평균 관중 수 증가율, 입장수익 증가율, 성적, 프로단체 정책사업 등의 항목에서 높은 점수를 얻었다. 부산은 홈 경기장을 프로야구 인기에 집중되어 있던 동부산권의 아시아드주경기장을 벗어나 서부산권인 구덕운동장으로 옮겼다. 레전드 데이를 열어 안정환, 김주성, 안영학 등을 초청하고, 홈경기 시작 전 프로선수 및 유소년 코치에게 축구를 배울 수 있는 어린이 축구교실을 운영하는 등 관람객 유치를 위해 노력했다. 또한 부산시 연제구 홈플러스 아시아드점 지하에 150평 규모의 실내 풋살구장 '더 킥오프(THE KICKOFF)'를 개장하고 축구저변 확대를 위해 노력했다(한국프로스포츠협회, 2018).

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' 등과 같은 경기장 명칭권(naming rights) 도입도 필요하다.

또한 프로축구는 프로그램 경쟁력 및 관중 확대를 위한 마케팅 강화가 시급하다. 기념품 다양화 및 디자인 개발, 경영 컨설팅 등을 통해 경영개선 및 자립 기반을 마련해야 한다. 또한 프로구단 수익의 중요 요소인 머천다이즈 상품의 개발 및 유통 활성화를 위해 프로축구연맹이 상품 개발 및 유통망 구축지원을 해야 한다. 세계 유수의 구단이 자체 Mega Store를 보유하여 높은 수익성을 올리고 있는 반면 K리그는 동대문(KIKA 사옥)에 스토어를 하나 운영하고 있는 실정이다. 향후 한국축구의 미래는 결국 K리그 활성화 정도에 달려있다. 손흥민을 비롯한 해외진출 선수들을 통해 높아진 축구 팬들의 눈높이에 맞출 수 있는 리그 전반의 질적 수준 제고가 동반되어야 함은 물론이다.

〈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(내셔널리그와 챌린저스리그 통합)→4부(직장리그와 생활리그 우수팀)→5부~8부(생활리그) |
| 대학 리그 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 현행 77팀이 리그운영 중이나 대학 간 경기력 격차가 큼 | <ul style="list-style-type: none"> ■ △최상위 16팀 △기타 61팀간 권역리그 △대학동아리리그 등 3단계로 개편 |
| 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

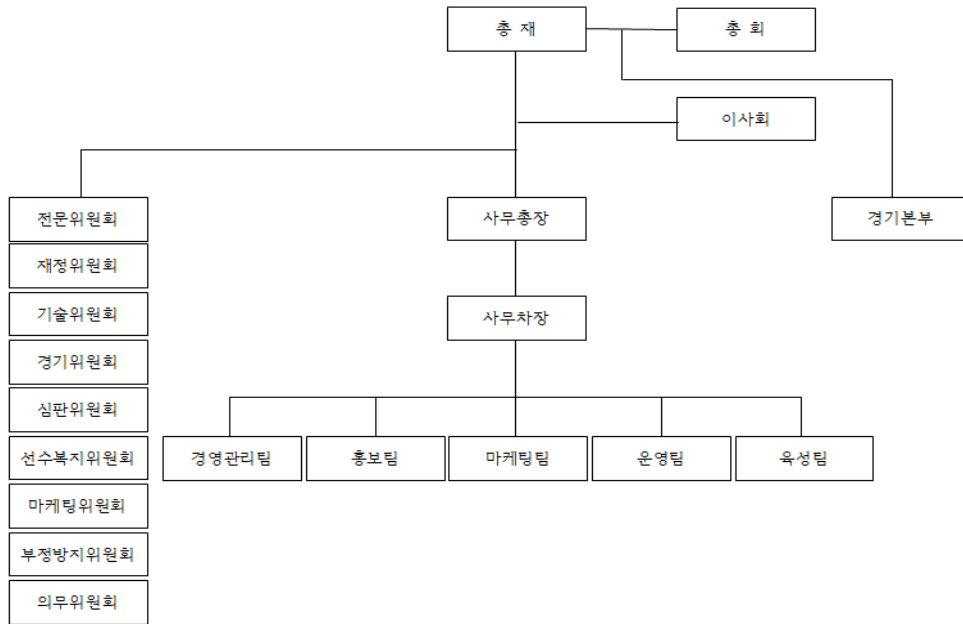
(1) 한국농구연맹

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 최강전을 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 기존 2개 퇴장에서 1개 퇴장으로 변경하는 등 제도를 시작으로 다양한 부분에 업그레이드를 시도하여 보다 쾌적하고 즐거운 관람 여건을 만들고 있다. 2018년부터는 4Q 또는 연장 쿼터 2분 이내 드로우인 시



상대팀이 라인을 넘어 수비 시 T파울 부과하며 언스포츠맨라이크 파울, 디스퀄링 파울, 파이팅 파울로 인한 드로우 인은 팀의 프론트 코트에서 시행한다. 이와 같은 모든 상황에서 샷클락은 14초로 되어지는 것으로 변경하였다. 또한 드리블 부분도 백보드에 볼을 던지는 것은 더 이상 드리블로 간주하지 않으며 드리블 이후 ‘백보드뱅크’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. 정규경기과 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 ~ 2017년 |
| | | 울산 현대모비스 피버스 | 2017년 ~ 현재 |
| 고양 오리온 오리온스 | 1997년 ~현재 | 대구 동양 오리온스 | 1997년 ~ 2003년 |
| | | 대구 오리온스 | 2003년 ~ 2011년 |
| | | 고양 오리온스 | 2011년 ~ 2015년 |
| | | 고양 오리온 오리온스 | 2015년 ~ 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 |
| | | 부산 KT 소닉붐 | 2009년 ~ 현재 |
| 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 맥카스 | 1997년 |
| | | 청주 SK 나이츠 | 1997년 ~ 2001년 |
| | | 서울 SK 나이츠 | 2001년 ~ 현재 |
| 원주 DB 프로미 | 1997년 ~현재 | 원주 나래 블루버드 | 1997년 ~ 1999년 |
| | | 원주 나래 해커스 | 1999년 |
| | | 원주 삼보 엑세서 | 1999년 ~ 2002년 |
| | | 원주 TG 엑세서 | 2002년 ~ 2003년 |
| | | 원주 TG삼보 엑세서 | 2003년 ~ 2005년 |
| | | 원주 동부 프로미 | 2005년 ~ 2017년 |
| | | 원주 DB 프로미 | 2017년 ~ 현재 |
| 서울 삼성 썬더스 | 1997년 ~현재 | 수원 삼성 썬더스 | 1997년 ~ 2001년 |
| | | 서울 삼성 썬더스 | 2001년 ~ 현재 |



| 구단명 | 리그 참가 기간 | 구단명칭 변경 | 창단일 / 변경일 |
|--------------|--------------|---------------|---------------|
| 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 |

2019-2020시즌 우승팀 원주 DB 프로미(Wonju DB Promy)는 2005년 10월 DB그룹이 TG 삼보 컴퓨터로부터 원주 TG삼보 엑서스 농구단을 인수하고 동부화재(지금의 DB손해보험)를 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 원주치약체육관을 홈구장으로 사용하다가, 2013년 8월 10일 준공된 원주 종합체육관으로 홈구장을 이전했다.

〈표 5-24〉 '19/'20년 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 |

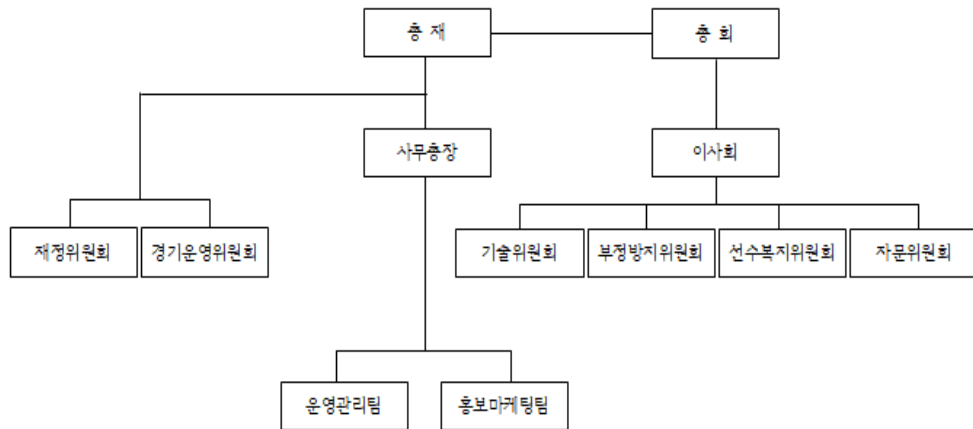
※ 출처: 한국농구연맹(2019)

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 5개 팀이 힘을 합쳐서 출범된 문화체육관광부 소관의 사단법인이다. 1997년 미국에서 세계 최초로 생긴 여자프로농구(Women's National Basketball Association: WNBA)에 이어 세계 두 번째로 설립된 여자프로농구리그이다. 2014년 인천아시아게임에서 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 활성화에 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 구단(삼성생명, 현대산업개발, 한빛은행, 국민은행, 신세계)이 참가하였다. 1998년 라피도컵 여름리그에서 삼성생명이 우승하면서 첫 우승팀의 영예를 차지하였다. 1999년 첫 여자프로농구 겨울리그가 치러졌고 지도자 및 선수 연봉제와 신인 드래프트 제도가 도입되었다. 2000년 금호생명이 창단하면서 6개 구단으로 늘고 외국인선수제도가 도입되었다.



〈표 5-25〉 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 |
| 하나은행 여자농구단 | 1998년~현재 | 광주 신세계 쿨캣 | 1998년 ~ 2006년 |
| | | 부천 신세계 쿨캣 | 2006년 ~ 2012년 |
| | | 부천 하나외환 | 2012년 ~ 2015년 |
| | | KEB하나은행여자농구단 | 2015년 ~ 2018년 |
| | | 부천 하나은행 | 2018년 ~ 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, 부천 하나은행, 부산 BNK 썸 등 총 6개 구단이 등록되어있다.

〈표 5-26〉 '19/'20년 여자 프로농구 참가 구단 개요

| 팀명 | 연고지 | 홈경기장 | 참가시즌 | 감독 |
|--------------|-----|---------------|--------|-----|
| KB 스타즈 | 청주 | 청주실내체육관 | 1998시즌 | 안덕수 |
| 용인 삼성생명 블루밍스 | 용인 | 용인실내체육관 | | 임근배 |
| 인천 신한은행 에스버드 | 인천 | 도원실내체육관 | | 정상일 |
| 아산 우리은행 위비 | 아산 | 아산이순신체육관 | | 위성우 |
| 부천 하나은행 | 부천 | 부천실내체육관 | | 이훈재 |
| 부산 BNK Sum | 부산 | 부산 스포월드 BNK센터 | 2019시즌 | 유영주 |

※ 출처: 여자농구연맹(2019)

(5) 프로농구 현안 및 개선방안

가. 현황 및 문제점

1997년부터 프로농구 리그를 시작하여, 현재 남자농구 10개 팀, 여자농구 6개팀이 리그에 참여하고 있다. 2014년 인천아시안게임 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〉 '19년 프로농구 관람객 및 좌석점유율

(단위: 개, 명, %)

| 구 분 | 농 구(남) | | | 농 구(여) | | |
|------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|
| | 경기 수 | 평균관중 | 좌석점유율 | 경기 수 | 평균관중 | 좌석점유율 |
| 2019 | 292 | 2,992명 | 53.8% | 112 | 1,090명 | 39.3% |

※ 출처: 문화체육관광부(2019 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)

| 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 2,248명 | 2,685명 | 2,446명 | 2,625명 | 2,479명 | 2,236명 |

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 아시안 챔피언스리그로 확장하여 경기력 향상과 함께 흥행을 통한 자생력 강화에 힘써야 한다. 또한, 선수수급문제를 해결하기 위해 아시아선수 쿼터제를 도입하여 중국 혹은 중동권의 장신선수를 수급하는 문제도 고민해봐야 할 것이다. 경기장 장기임대료 구단의 팬서비스 상품개발 및 시설투자를 유도하고 구단도 다양한 영리 상품개발 및 별도 법인화를 추진해야 한다. 2군 리그인 D-리그 활성화를 통해 경기력을 향상시키고 프로선수 수급문제를 해소할 수 있다. 이에 따라 농구 저변이 확대되고 단계별 농구 대표리그도 활성화될 것이며 이는 프로농구 기반 구축 및 선수 저변확대에 대한 노력으로 연결될 것이다. 이러한 개선방안 시행을 위해서는 농구 단체별 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 서울 장충체육관에서 개최한 것은 연고지 문제 해결을 위한 노력으로 보여졌다. 장충체육관에서의 올스타전을 성공적으로 개최하면서 연고지의 인구가 어느 정도 받쳐준다면 WKBL도 충분히 흥행할 수 있다는 것을 증명했으며 연고지 문제 해결방안에 대하여 계속해서 노력하고 있다.

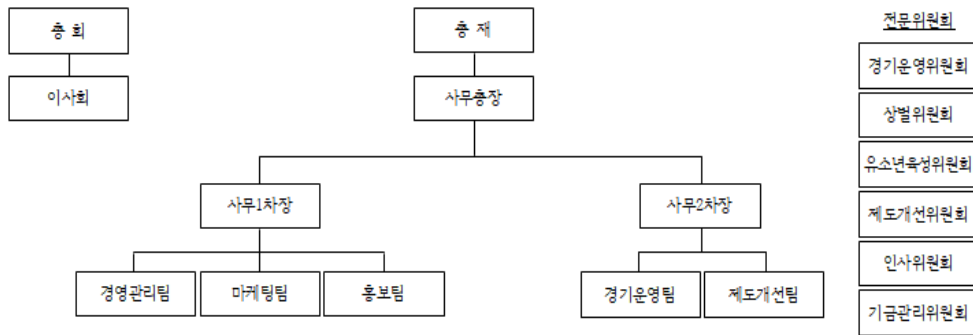
4) 프로배구

(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 2019시즌 580,448명의 관중수를 기록하며 꾸준한 성장세를 보이고 있다.

2006-2007시즌부터 선수, 지도자에 대한 인권교육을 강화하여 선수의 기본적인 인권을 보호하고 그 수준을 향상함으로써 폭력행위를 미연에 방지하고 프로배구의 건전한 발전을 도모하기 위하여 '선수인권보호규정'을 만들었고, 이러한 선수인권보호의 일환으로 선수 고충처리센터를 365일 24시간 상시 운영하고 있다. 또한, 스포츠 건전성 확보와 불법 스포츠 도박 근절로 프로배구를 사랑하는 팬과 선수, 코칭스텝, 심판 등 모두가 공정하고, 투명한 경기환경을 조성하여 건전한 V-리그를 만들기 위해 클린센터를 운영하고 있으며 승부조작 관련 제의, 가담, 관련 정보 등, 불법 스포츠 베팅 관련, 프로배구 관련 구성원이 금품수수를 하거나 향응을 받는 행위, 금품요구, 폭행 관련 행위 등에 대한 신고를 받고 있다. 클린센터는 익명 보장에 따라 신고자는 어떠한 불이익도 받지 않으며 신분에 대해 비밀을 보장받게 된다.

〈그림 5-7〉 한국배구연맹 조직도



※ 출처: 한국배구연맹 홈페이지

(2) 프로배구 역사

프로배구리그는 2004년 10월 한국배구연맹(KOVO)이 창립되면서 출범되었다. 2004년 12월 시범경기를 치른 뒤 2005년 2월 20일 첫 프로배구리그가 개막했다. 2005년 여자부 두 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 LG화재 그레이터스가 LIG 그레이터스로, 다시 KB 손해보험 스타즈로 구단명을 변경하였다. 2007년에는 판정시비를 줄이고 스포츠 공정성 확보를 위해 비디오 판정제도를 도입하였다. 2009년 GS 칼텍스가 서울로 연고지를 이전했고, 흥국생명미천안에서 인천으로 연고지를 옮겼다. 남자부에서는 자유계약선수제도(Free Agent)가 도입되었고, 현대건설 그린폭스가 현대건설 힐스테이트로 다시 구단명을 바꾸었다. 겨울스포츠로서 KBL, WKBL와 경쟁하는 위치에 있다. 2010년대 이후로는 케이블 중계의 경우 대체로 KBL보다 시청률이 높게 나왔고, 연고지 중심으로 관중 동원도 잘 되는 편이다. 2013 오프시즌에 KOVO와 KBSN이 3년에 100억이 넘는 중계권료 계약을 체결하기도 했다. 이후 2016시즌부터 5년간 200억 원 규모의 중계권 계약이 이어졌다.



〈표 5-29〉 '19/'20년 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 러시앤캐시 | 안산 | 안산성록수체육관 | 석진욱 |

현재 남자부 7개 팀(안산 OK저축은행 러시앤캐시, 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, GS 칼텍스 KIXX, KGC인삼공사 프로배구단)이 등록되어 있다.

〈표 5-30〉 '19/'20년 V-리그 경기 여자부 참가팀

| 팀명 | 연고지 | 홈 경기장 | 감독 |
|-----------------|-----|-----------|-----|
| 한국도로공사 하이패스 배구단 | 김천 | 김천실내체육관 | 김종민 |
| KGC인삼공사 프로배구단 | 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〉 '19년 프로배구 관람객 및 좌석점유율

(단위: 개, 명, %)

| 구 분 | 경기 수 | 연간 관람객 | 평균관중 | 좌석점유율 |
|------|------|--------|--------|-------|
| 2019 | 229 | 580천명 | 2,535명 | 64.0% |

※ 출처: 문화체육관광부(2019 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(한국도로공사 하이패스 배구단, 현대건설 힐스테이트, 인천 흥국생명 핑크스파이더스, GS칼텍스 서울 KIXX, 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 수준(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 4위, 2016년 리우올림픽 8강에 오른 선전 및 세계 최고 선수로 꼽히는 '배구여제' 김연경의 등장으로 여자배구도 인지도가 높아졌다. 이로 인해 KBS N 스포츠와 SBS 스포츠로 전 경기가 중계되면서 V리그의 2019/20시즌 남자부 경기의 시청률이 0.83%를 기록했고, 여자부 경기의 시청률은 1.05%로 나타났다. 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.

나. 개선방안

프로배구의 활성화를 위해서는 경기수를 확대하고 경기장 인프라 개선 및 팬 중심의 구단 운영을 통해 매출을 증대시켜 재정적 자립기반을 구축해야 한다. 이를 위해 다양한 영리 상품개발 및 독립 경영의 토대 마련을 위한 프로배구단의 별도 법인화 추진 등의 노력이 요구된다. 떨어지고 있는 시청률을 높이기 위해 수준급 용병의 영입을 통해 경기 수준을 제고하여야 하며 팬들과 소통하고 팬들을 우선으로 하는 다양한 마케팅 활동이 필요하다. 또한, 중계권료 상승을 위해 다양한 통계 분석과 인포그래픽스 방법 등 현재 경기 중계 수준을 넘어서는 고급화된 콘텐츠를 제공해야 한다. 이와 동시에 배구의 특성과 환경을 활용하여 스폰서 기업의 실질적인 사업적 성과와 연결시킬 수 있는 전략 및 마케팅 전문가를 양성할 필요가 있다. 2017년 한국프로스포츠협회는 체육진흥투표권 주최단체 등의 지원금(이하 주최단체지원금) 차등 지원을 위한 프로구단(프로농구, 프로배구)간 성과평가를 실시하였다. 문화체육관광부 훈령 제287호 「체육진흥투표권 주최단체 지원 등의 사업비 집행규정」 제9조(성과평가)에 의거하여 주최단체 등의 지원금 집행대상별 배분기준을 마련하였다. 국내경기 수익금은 종목 내 프로구단 간 성과평가를 통해 차등지원하며, 해외경기 수익금의 50%의 30%는 종목(축구, 야구, 농구, 배구) 간 성과평가를 통해 차등지원 하였다. 그리고 남녀골프(개인종목)는 별도로 평가하였다. 프로구단 간 평가는 지표항목 총 6개 항목(마케팅 및 관리 비용 15점,



미디어 10점, 관람객 15점, 매출수익 40점, 성적 10점, 기타(정성평가) 10점)으로 이루어졌다. 세부 평가지표로는 총 18개(마케팅 및 관리 비용의 총액, 비용총액 대비 마케팅 및 관리 비용의 전년 대비 증감률, 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 등)로 실시하였다. 또한, 마케팅 및 관리비용, 매출수익 등 회계 관련 지표는 종목별로 통일된 표준손익계산서를 도입해 검증하였다. 배구는 유소년·아마스포츠팀 60%, 프로스포츠팀 40%를 합산해 실시하는 종목 간 평가에서 타 종목(야구, 축구, 농구) 대비 단체 운영 및 사업평가, 프로리그 전체 관중 증가율, 프로리그 전체 매출 증가율에서 1위에 올라 최고 등급을 받았다.

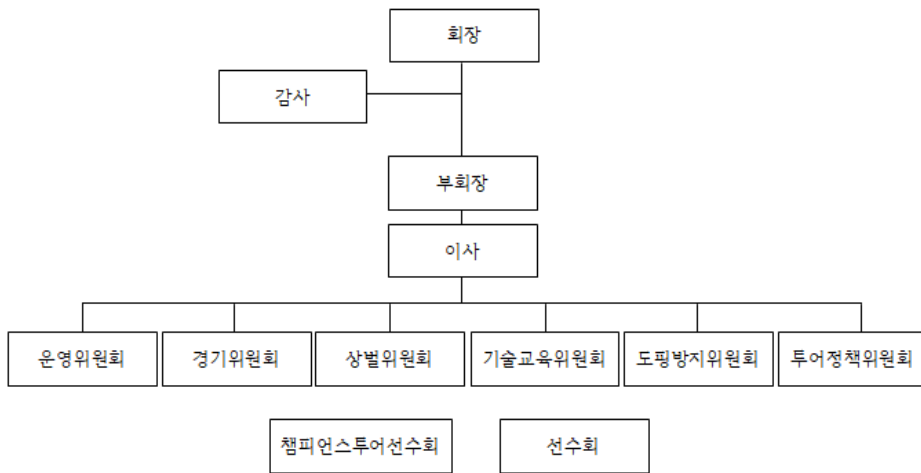
프로배구 남자부 현대캐피탈은 TV시청률과 인터넷 중계 동시접속자 수, 유료 평균 관중 수, 입장수익, 마케팅 혁신 및 사회공헌활동 항목에서 모두 다른 구단보다 앞섰고, 활발한 팬서비스와 관람석 개선 등으로 프로구단 성과평가에서 2년 연속 최고 등급인 S등급을 받았다. 여자부는 흥국생명이 TV시청률, 인터넷 중계 동시 접속자 수, 입장수익, 입장수익 증가율, 홈경기 승률 항목에서 높은 점수를 얻어 최고 등급을 받았다. 프로구단 간 성과평가는 구단들이 적극적으로 자생력을 기르고 경쟁력을 갖출 수 있는 환경을 조성하기 위해 도입됐다. 특히 변화를 도모하는 구단에는 더 많은 지원금이 배부될 수 있도록 인센티브를 통해 동기를 부여하고 있다. 프로배구의 연봉은 야구, 축구, 농구와 같은 다른 프로리그에 비해서 상대적으로 적은 편이다. 특히 비슷한 신체조건을 가진 한정된 선수들을 대상으로 경쟁해야 하는 농구와 배구의 경우 농구의 연봉이 상대적으로 높기 때문에 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 활성화시켜 유능하고 좋은 실력의 선수발굴에 더욱 치중하여야한다. 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 고조시켜 배구의 흥행도 기대해 볼 수 있을 것이다.

5) 프로골프

(1) 한국프로골프협회

한국프로골프협회(Korea Professional Golfers' Association)는 1968년 한국프로골프의 발전에 이바지하고 프로골퍼의 기량 및 자질향상을 도모하여, 골프를 통한 국위선양을 목적으로 설립되었다.

〈그림 5-8〉 한국프로골프협회 조직도(이사회 및 분과위원회)

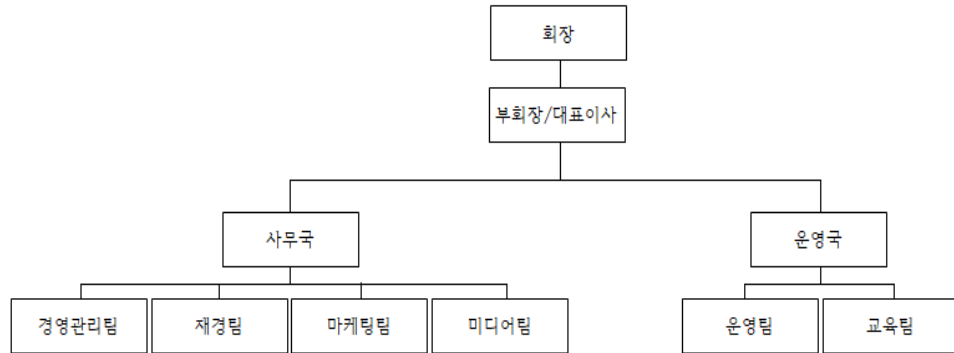


※ 출처: 한국프로골프협회 홈페이지

1958년 한국프로골프선수권대회, 한국오픈 골프선수권대회가 개최된 후 1963년 프로골프회가 창설되었고, 1968년 11월 12일, 문교부의 정식 설립 인가를 받은 한국프로골프협회가 발족하게 되었다. 레슨프로제도 도입(1983), 골프 코치스쿨 및 세미프로 선발전 실시(1988), 2부 투어대회 출범(1999) 등 골프지도와 우수골퍼들이 성장할 수 있는 제도적 기반들을 조성하였다. 2004년 SBS와 조인식을 가졌고 2005년 KOREAN TOUR를 창설하였다. 이후 2006년부터 2008년까지 12개 대회를 창설하였고 2009년 KPGA 아카데미 투어를 창설하였다. 2019년은 총 18개의 남자프로골프(KPGA)대회가 열렸고 총 상금규모는 141억 3천만원이었다.



〈그림 5-9〉 한국프로골프협회 조직도(사무국)



※ 출처: 한국프로골프협회 홈페이지

〈표 5-32〉 '19년 KPGA 대회 개요

(단위: 원)

| 대회명 | 장소 | 대회기간 | 총상금 |
|--------------------------------|------------------|-------------|-------|
| 제15회 DB손해보험 프로미 오픈 | 대유 몽베르 CC | 04.18-04.21 | 5억 |
| NS홈쇼핑 군산CC 전북오픈 | 군산 CC | 04.25-04.28 | 5억 |
| 제38회 GS칼텍스 매경오픈 | 남서울 CC | 05.02-05.05 | 12억 |
| 제2회 휴온스 엘라비에 셀러브리티 프로암 | 드림파크 CC | 05.09-05.12 | 6억 |
| SK telecom OPEN 2019 | 스카이72 골프 앤 리조트 | 05.16-05.19 | 12억 |
| KB금융 리브챔피언십 | 블랙스톤 이천 GC | 05.23-05.26 | 7억 |
| 제10회 데상트코리아 먼싱웨어 매치플레이 | 사우스케이프 오너스 골프클럽 | 06.06-06.09 | 10억 |
| KEB하나은행 인비테이셔널 | 88 CC | 06.13-06.16 | 12억 |
| 코오롱 제 62회 한국오픈 | 우정힐스 CC | 06.20-03.23 | 12억 |
| 제62회 KPGA 선수권대회 with A-ONE CC | 에이원 CC | 06.27-06.30 | 10억 |
| 우성종합건설 아라미르 CC 부산경남오픈 | 아라미르 CC | 08.29-09.01 | 5억 |
| 제35회 신한동해오픈 | 베어즈베스트 청라 GC | 09.19-09.22 | 12억 |
| 2019 DGB금융그룹 Volvik 대구경북오픈 | 골프존카운티 선산 | 09.26-09.29 | 5억 |
| 현대해상 최경주 인비테이셔널 | 정산 CC | 10.03-10.06 | 10억 |
| 제네시스 챔피언십 | 잭 니클라우스 골프클럽 코리아 | 10.10-10.13 | 15억 |
| 동아제약-동아ST 챔피언십 | 젠스필드 CC | 08.10-08.11 | 1억5천만 |
| 웰컴저축은행 위너스컵 | 라오리오베이 CC | 11.30-12.01 | 1억5천만 |
| 2019 KPGA 코리아투어 QT Final Stage | 군산 CC | 11.12-11.15 | 3천만 |

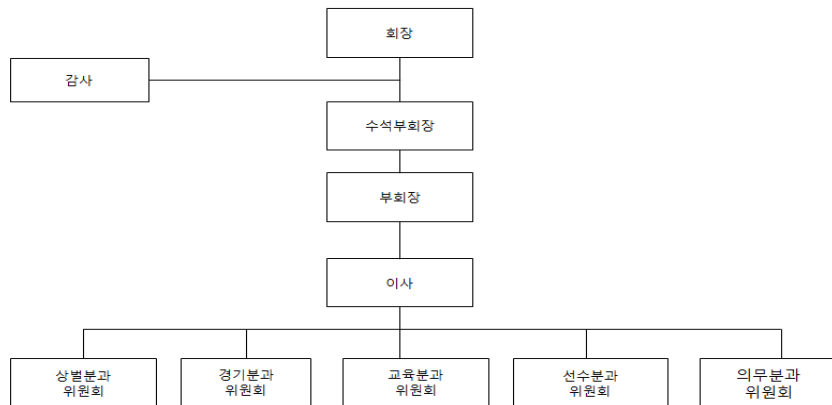
※ 출처: (주)한국프로골프투어(KGT) 홈페이지(kpga.co.kr)

(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.

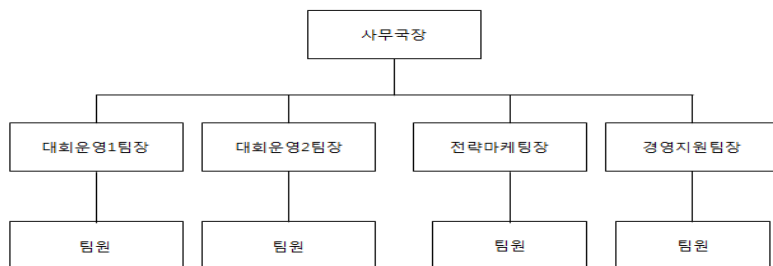
2000년 최초 대의원 총회를 개최하였고 SBS 골프 채널과 골프대회 실시간 중계실시 방송중계권료 계약을 체결하였다. 2001년 아마추어 시드전을 폐지하고 프로입문을 위한 나이제한(만 17세 이상)을 부활시켰다. 2003년 농심배 신인왕전이 최초로 개최되었으며 산후제도 시행 및 풀시드권 명수 규정을 40명에서 50명으로 변경하였다. 2006년에는 협회와 KB국민은행이 계약하여 KLPGA 역사상 최초로 투어제도를 도입하였다. 2007년 MBC투어를 출범하였고 스포츠토토 기금으로 유소년 체육 활성화 사업을 시행하였다. 2010년 정회원 및 준회원 선발전을 절대평가에서 상대평가로 변경(연간 정회원 총 61명, 준회원 총 100명 선발)하였다. 2019년에 총 30개의 한국여자프로골프(KLPGA)대회가 열렸고 총상금규모는 254억 원이다.

〈그림 5-10〉 한국여자프로골프협회 조직도(이사회 및 분과위원회)



※ 출처: 한국여자프로골프협회 홈페이지

〈그림 5-11〉 한국여자프로골프협회 조직도(사무국)



※ 출처: 한국여자프로골프협회 홈페이지



〈표 5-33〉 '19년 KLPGA 대회 개요

(단위: 원)

| 대회명 | 장소 | 대회기간 | 총상금 |
|------------------------------|------------------------------|-------------|--------------|
| 대만여자오픈 with SBS Golf | HSIN YI GOLF CLUB | 01.17-01.20 | 약 9억7천만 |
| 롯데렌터카 여자오픈 | 롯데스카이힐 제주 | 04.04-04.07 | 6억 |
| 셀트리온 퀸즈 마스터즈 | 보라 | 04.12-04.14 | 8억 |
| 넥센·세인트나인 마스터즈 2019 | 가야 | 04.19-04.21 | 6억 |
| 크리스 F&C 제41회 KLPGA 챔피언십 | 레이크우드 | 04.25-04.28 | 10억 |
| 제6회 교촌 허니 레이디스 오픈 | 페림 | 05.03-05.05 | 5억 |
| 2019 NH투자증권 레이디스챔피언십 | 수원 | 05.10-05.12 | 7억 |
| 2019 두산 매치플레이 챔피언십 | 라테나 | 05.15-05.19 | 7억 |
| 제7회 E1 채리티 오픈 | 사우스스프링스 | 05.24-05.26 | 8억 |
| 제9회 롯데 칸타타 여자오픈 | 롯데스카이힐 제주 | 05.31-06.02 | 6억 |
| 제13회 S-OIL 챔피언십 | 엘리시안 제주 | 06.07-06.09 | 7억 |
| 기아자동차 제33회 한국여자오픈 골프선수권대회 | 베어즈베스트 청라 | 06.13-06.16 | 10억 |
| BC카드·한경 레이디스컵 2019 | 포천힐스 | 06.20-06.23 | 7억 |
| 맥콜·용평리조트 오픈 with SBS Golf | 버치힐 | 06.28-06.30 | 6억 |
| 아시아나항공 오픈 | 웨이하이 포인트 중국 | 07.05-07.07 | 7억 |
| MY 문영 퀸즈파크 챔피언십 2019 | 솔모로 | 07.12-07.14 | 6억 |
| 제주 삼다수 마스터스 | 오라 | 08.09-08.11 | 8억 |
| 2019 BOGNER MBN 여자오픈 | 더스타휴 | 08.16-08.18 | 6억 |
| 하이원리조트 여자오픈 2019 | 하이원 | 08.22-08.25 | 8억 |
| 한화 클래식 2019 | 제이드펠리스 | 08.29-09.01 | 14억 |
| 제9회 KG·이데일리 레이디스 오픈 with KFC | 써닝포인트 | 09.06-09.08 | 6억 |
| 올포유·레노마 챔피언십 2019 | 사우스스프링스 | 09.19-09.22 | 8억 |
| OK저축은행 박세리 INVITATIONAL | 엘리시안 강촌 | 09.27-09.29 | 8억 |
| 하나금융그룹 챔피언십 | 스카이 72 | 10.03-10.06 | 15억 |
| 제20회 하이트진로 챔피언십 | 블루헤런 | 10.10-10.13 | 10억 |
| KB금융 스타챔피언십 | 블랙스톤 이천 | 10.17-10.20 | 10억 |
| BMW 레이디스 챔피언십 | LPGA 인터내셔널 부산 (구 아시아드 CC) | 10.24-10.27 | 약 24억 3천만 |
| SK네트웍스·서울경제 레이디스 클래식 | 핑크스 골프클럽 | 10.31-11.03 | 8억 |
| ADT캡스 챔피언십 2019 | 우정힐스 | 11.08-11.10 | 6억 |
| 효성 챔피언십 with SBS Golf | 트윈도브스 베트남 | 12.06-12.08 | 7억 |

※ 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(키움 히어로즈-고척돔구장) 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, 주차장 수익 대부분이 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 창원 NC파크 | 위탁 | 25년 계약 (330억 원) | 경기장 전체 운영권 구단에서 소유 |
| 한화 대전 한밭 | 위탁 | 3년 계약(14-17) | 경기장 전체 운영권 구단에서 소유 |
| 롯데 부산 사직 | 위탁 | 3년 계약(18-20) 약 20억 원 | 경기장 전체 운영권 구단에서 소유 * 부산시와 사직구장 리모델링 비용의 롯데 부담 조건으로 장기임대 협의 중 |
| LG, 두산 잠실 | 위탁 | 3년 계약(17-19) 연간 약 30억 원 | - 경기장, 매점 운영권만 구단 소유 - 광고권 입찰(스타애드컴 14-16, 연 103억원 계약): '12년부터 서울시소유로 전환, '17년부터 일부 배분 - 주차장 운영권 서울시 소유 |
| 키움 히어로즈 고척 | 일일대관 | 2년 계약(16-17) → 일일대관 (경기당 기본 21만 원, 입장수익의 10%, 사무실 임차료 등 지급) | - 16-17 2년 단기계약 후 재계약 조건 협의 - 광고권 2017년까지 구단소유 - VIP룸 및 스카이박스 1년 내내 구단이 전권 행사 (스카이박스의 경우 3개월 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 유치로 통해 천문학적인 금액의 이익을 창출하고 있다”고 발표했다. NBA 구단들은 입장권, 상품 판매 등에서 매출의 큰 성장세를 보이지 못하고 있다. 그로 인해 홈구장이 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 도입하였다. 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 이익제 공금지, 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 ②아시아게임: 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 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 배트 공인·국가대표요원 규정 등) ▲국민체육진흥법 중 벌칙규정 ▲한국도핑방지규정 중 선수협회가 지정하는 규정 ▲선수협회가 지정한 법률상식 등)을 통과해 공인을 받은 자로 자격을 제한하기로 했다. 2017년 12월 22일 시행된 제1회 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, ② 일본은 야구 규약에 근거 시행(근거법 부재)하고 있으며, 농구는 미국(NBA), 유럽리그(스페인, 독일, 그리스 등)에서, 배구는 이탈리아, 터키, 아제르바이잔, 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 수익차원에서 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 규정 유무(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) | ○ | ○ | x | ○ | ○ |
| 프로축구 (K리그) | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 프로농구 (KBL) | ○ | ○ | △ (규정위반시 등 포괄적 명시) | △ (규정상 시행 가능하나 내국인선수 에이전트 없음) | x |
| 프로배구 (KOVO) | ○ | ○ | △ (외국인선수 계약시로 한정) | △ (규정상 시행 가능하나 내국인선수 에이전트 없음) | x |
| 여자프로 농구 (WKBL) | ○ (변호사에 한함) | ○ | x | △ (규정상 시행 가능하나 내국인선수 에이전트 없음) | x |
| 남자프로 골프 (KPGA) | x | x | x | △ (규정상 시행 가능하나 내국인선수 에이전트 없음) | x |
| 여자프로 골프 (KLPGA) | x | x | x | △ (규정상 시행 가능하나 내국인선수 에이전트 없음) | x |

※ 출처: 각 협회별 홈페이지

가) 프로야구(KBO) 규약

〈표 5-37〉 프로야구(KBO) 규약

KBO 규약

제42조 [대리인]

- ① 선수가 대리인을 통하여 선수계약을 체결하고자 하는 경우에는 한국프로야구선수협회의 공인을 받은 자를 대리인으로 하여야 한다.
- ② 대리인은 동시에 구단 당 선수 3명, 총 선수 15명을 초과 하여 대리할 수 없다.
- ③ 대리인제도의 대리인제도의 운영은 KBO와 한국프로야구선수협회가 합의하여 시행한다.
- ④ 대리인제도의 시행일은 부칙에 따로 정한다.

부칙

제4조 [대리인제도의 시행일] 제42조 소정의 대리인제도는 2018년 2월 1일부터 시행 한다.

외국인 선수 계약서

제10장 독점 교섭기간·보류권

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...(중략)

제42조에 따라 한국프로야구선수협회의 공인을 받은 자로 한정하고, 동시에 구단 당 선수 3명 이상의 선수를 대리할 수 없도록 규정하고 있다. 부칙 제4조에 따라 대리인제도의 시행은 KBO 및 선수협회의 전체 합의에 따라 2018년 2월 1일부터 시행하고 있다. 외국인 선수에 대하여는 「외국인 선수 계약서」 제 10장에 따라 대리인을 인정하고 있다. 미국의 경우를 참고해 에이전트 공인심사 제도를 실시하고 있다. 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 규정을 만들어 시행하였다.

나) 프로축구(K리그) 규약

제2장 제1조에 따라 대한축구협회에 등록된 중개인을 대리인 자격으로 인정하고 있으며, 중개인에 대한 시행규정은 FIFA 및 협회 규정에 따라 적용한다. 2015년 FIFA의 에이전트 자격제도가 폐지되고 '중개인 제도'가 신설되었으며, 중개인은 에이전트와 달리 시험을 통해 자격증을 취득할 필요가 없고 축구협회에 등록과 보험가입으로 활동 가능하다.



〈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 민법상 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.

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 5-39〉 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 신고하여 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 마성년자(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 에이전트를 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, 선수협화규정에 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 성장하고 있다. 프로야구의 2017년 선수 평균 연봉은 3826만 엔(약 3억 9,112만 원)이며, 프로축구 J리그는 2천만 엔(약 2억 1천 만 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) | | 선수협의회 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 개척으로 전체 시장규모는 확대될 것으로 보인다. 2019년 스포츠 에이전트 업체 수 39개, 매출액 450억 원, 종사자 수 2백 명을 기록하였다. (2020 스포츠산업 실태조사(2019년 기준조사)에 따른 정부승인통계 참조)

〈표 5-43〉 '15~'19년 에이전트 관련 사업체 수 현황

(단위: 개, %)

| 구 분 | 2015 | | 2016 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|-------------|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| | 사업체 수 | 비중 | 사업체 수 | 비중 | 사업체 수 | 비중 | 사업체 수 | 비중 | 사업체 수 | 비중 |
| 스포츠 에이전트업 | 29 | 0.0 | 35 | 0.0 | 35 | 0.0 | 44 | 0.0 | 39 | 0.0 |
| 스포츠 마케팅 대행업 | 25 | 0.0 | 24 | 0.0 | 28 | 0.0 | 29 | 0.0 | 34 | 0.0 |
| 기타스포츠 마케팅업 | 728 | 0.8 | 724 | 0.8 | 825 | 0.8 | 744 | 0.7 | 771 | 0.7 |

〈표 5-44〉 '15~'19년 에이전트 관련 매출액 현황

(단위: 십억 원, %)

| 구 분 | 2015 | | 2016 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|-------------|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 | 매출액 | 비중 |
| 스포츠 에이전트업 | 20 | 0.0 | 23 | 0.0 | 28 | 0.0 | 34 | 0.0 | 45 | 0.1 |
| 스포츠 마케팅 대행업 | 8 | 0.0 | 9 | 0.0 | 11 | 0.0 | 21 | 0.0 | 22 | 0.0 |
| 기타스포츠 마케팅업 | 1,266 | 1.9 | 1,431 | 2.1 | 1,684 | 2.3 | 1,843 | 2.4 | 1,896 | 2.3 |

〈표 5-45〉 '15~'18년 에이전트 관련 종사자 현황

(단위: 백명, %)

| 구 분 | 2015 | | 2016 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|-------------|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| | 종사자 수 | 비중 | 종사자 수 | 비중 | 종사자 수 | 비중 | 종사자 수 | 비중 | 종사자 수 | 비중 |
| 스포츠 에이전트업 | 2 | 0.1 | 2 | 0.0 | 2 | 0.0 | 2 | 0.0 | 2 | 0.1 |
| 스포츠 마케팅 대행업 | 2 | 0.1 | 2 | 0.0 | 1 | 0.0 | 1 | 0.0 | 2 | 0.0 |
| 기타스포츠 마케팅업 | 70 | 1.8 | 75 | 1.9 | 85 | 2.0 | 83 | 1.9 | 80 | 1.8 |

〈그림 5-12〉 스포츠 에이전트 제도 기대효과



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 권익보호와 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.

제6장

스포츠산업 관련 법제

2019 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 제정되었다. 「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 부 장관은 명령을 하게 되는데 이를 시행규칙이라고 한다. 이외에 조례 등 지방자치단체에 의한 자치법규가 하위에 자리 잡고 있다. 여기서 국회에서 제정한 법을 법률이라고 하고, 대통령과 국무총리 및 각 부 장관이 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」, 「비독진흥법」, 「이스포츠(전자스포츠)진흥에 관한 법률」, 「게임산업 진흥에 관한 법률」(이상 문화체육관광부 소관 법률), 「수상레저안전법」(해양경찰청 소관 법률), 「한국마사회법」(농림수산식품부 소관 법률) 등이 있다. 이외에도 「정부조직법」, 「청소년기본법」, 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」, 「국가배상법」, 「공유재산 및 물품관리법」, 「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



다른 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 개정횟수는 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 22회 |
| 5 | 태권도진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률 | 2007.12.21 | 개정 19회 |
| 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 |

※2019년 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, 전문인력을 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 전문인력 양성을 위하여 연구소·대학 등 대통령령으로 인정하는 기관을 전문인력 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 지정



할 수 있고, 이 경우 시설 설치 및 보수 등에 필요한 자금의 전부 또는 일부를 지원할 수 있도록 하고, 지정된 스포츠산업진흥시설이 지정요건에 미달하는 때에는 그 지정을 해제할 수 있도록 규정하고 있다. 또한, 국가 또는 지방자치단체는 스포츠산업진흥시설의 지정 및 운영을 위하여 필요하다고 인정하는 경우에는 「국유재산법」 또는 「공유재산 및 물품관리법」의 규정에도 불구하고 국·공유재산을 수의계약으로 대부·사용·수익하게 하거나 매각할 수 있도록 하고, 스포츠산업진흥을 위하여 필요하다고 인정하는 경우 스포츠산업진흥시설을 지정받고자 하는 지방자치단체에 대하여 자금을 지원할 수 있도록 규정하고 있다.

다섯 번째는 ‘스포츠산업지원센터의 지정’에 관한 내용이다. 문화체육관광부장관은 스포츠산업의 발전을 위하여 국공립 연구기관, 대학, 특정연구기관 등을 스포츠산업지원센터로 지정할 수 있다. 지정된 센터는 스포츠산업 발전을 위하여 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 연고 경기장으로 사용·수익을 허가하거나 관리를 위탁할 수 있으며, 이때 해당 체육시설과 그에 따른 부대시설에 대하여 해당 프로스포츠단과 우선하여 수의계약 할 수 있다. 또한, 프로스포츠단은 필요한 경우 해당 체육시설을 직접 또는 보수할 수 있으나, 다만, 그 수리 또는 보수가 공유재산의 원상이 변경되는 경우 혹은 대규모의 수리 또는 보수에 해당할 경우에는 지방자치단체 장의 승인을 받아야 한다. 이때 지방자치단체는 수리 또는 보수에 필요한 비용의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

또한, 「스포츠산업진흥법」에는 ‘국제교류 및 해외시장 진출지원’에 관한 규정을 두고 있다. 국제교류 및 해외시장 진출지원을 위해 정부는 국내 스포츠산업의 경쟁력 강화와 스포츠산업 관련 상품의 해외시장 진출을 활성화하기 위하여 외국과의 공동제작, 방송 및 인터넷 등을 통한 해외마케팅과 홍보활동, 외국자본의 투자유치, 수출 관련 협력체계의 구축 등의 사업을 지원할 수 있도록 하고, 사업을 효율적으로 지원하기 위해 이에 필요한 비용을 보조할 수 있도록 규정하고 있다.

「스포츠산업진흥법」은 2007년 제정 이후 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, 스포

츠산업 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 수익계약 할 수 있도록 함 |
| 제18조 | 선수의 권리 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 명랑한 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 재개념을 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, 국민체육진흥의 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 39차례 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 의무화하며, 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.

2019년에는 체육단체의 범위 규정이 광범위하고 모호하여 법률해석 시 혼란을 가중하고 있어 체육단체의 범위에 통합체육회, 대한장애인체육회, 체육시설업협회 등이 포함됨을 명시하였다. 또한 종전에는 피성년후견인 또는 피한정후견인임을 이유로 체육지도자의 자격이 취소된 후 3년이 경과되지 아니한 사람은 체육지

도자가 될 수 없도록 하였으나, 앞으로는 해당 결격사유가 해소된 때에는 유예기간 없이 바로 체육지도자가 될 수 있도록 결격사유에 관한 제도를 합리적으로 개선하였다. 또한 체육단체의 장은 지방자치단체의 장 또는 지방의회의 의원이 겸직할 수 없도록 제한함으로써 체육단체를 정치적인 영향력에서 배제하도록 개정하였다.

다. 체육시설의 설치비용에 관한 법률

「체육시설의 설치비용에 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 보수·보강 등 필요 조치에 대한 이행 및 시정 명령을 준수하지 않은 체육시설업자 등에게 과태료 또는 영업정지 등의 제재조치를 할 수 있도록 하였다. 한편, 「도로교통법」에서 정하고 있는 어린이통학버스에 보호자를 동승시킬 의무를 위반하여 어린이 인명사고가 발생하는 경우 영업정지 등 제재조치를 하고 관련 정보를 공개할 수 있도록 하였다.

2016년 개정에서는 체육시설을 이용하는 일반이용자의 권익을 보호하기 위하여 일반이용자가 체육시설을 이용할 수 없게 된 경우 체육시설업자가 이용료를 반환하도록 하였다. 또한, 행정제재처분을 회피할 목적으로 체육시설업의 양도 등을 하는 것을 방지하기 위하여 행정제재 처분의 효과가 체육시설업을 양수한 자 등에게 승계되도록 하였다.

2017년에는 국민생활 및 기업 활동과 밀접하게 관련되어 있는 신고 민원의 처리절차를 법령에서 명확하게 규정하고 관련 민원의 투명하고 신속한 처리와 일선 행정기관의 적극행정을 유도하기 위하여, 체육시설업의 신고를 받은 경우에는 7일 이내에, 변경신고를 받은 경우에는 5일 이내에 신고수리 여부를 신고인에게



통지하도록 하고, 그 기간 내에 신고수리 여부 또는 처리기간의 연장 여부를 통지하지 아니한 경우에는 신고를 수리한 것으로 간주하는 제도를 도입하였다.

2018년에는 2번에 걸쳐 일부 개정되었는데, 첫 번째는 체육시설의 안전점검 결과를 의무적으로 공개하도록 하여 국민들이 보다 안전한 환경에서 체육시설을 이용할 수 있도록 하며, 행정법규 위반행위에 대해 다른 법률들과 비교해 그 처벌 정도가 합리적으로 설명할 수 없는 편차가 존재하는 경우 이를 조정하고자 하였다. 두 번째는, 최근 IT기술의 발달에 따른 가상환경 이용 시설에 대한 체육시설 분류기준과 안전기준을 명확히 하며 특히 ‘골프 연습장업’으로 신고하도록 되어 있는 스크린골프장이 기존 규정의 한계로 대부분 불법시설로 운영되어 이를 시정하고자 하였다.

라. 경륜경정법

「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 22차례 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 개선·보완하였다.

2017년에는 경륜이나 경정의 시행에 따른 수익금 중 일부를 문화체육관광부령으로 정하는 공익사업인 소외계층 지원사업과 생활체육증진사업, 지방체육 진흥 등을 위한 지방재정 확충 등의 목적으로 사용되고 있는 바, 이는 「국가재정법」에 따른 국가 재정의 투명성과 책임성을 제고하기 위하여 국가 재정활동으로 발행하는 수입과 지출을 모두 예산에 계상하도록 하는 예산총계주의 원칙에 위배되고, 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.

2019년에는 경주사업자가 아닌 자가 승자투표권 또는 이와 유사한 것을 발매하는 등의 유사행위를 금지하면서 이를 위반한 경우 벌칙을 부과하도록 하고 있는 바, 죄형법정주의 원칙에 부합하도록 그 구성요건을 구체적으로 규정하고 다른 법률의 유사 위반행위에 대한 벌칙 수준과의 형평성을 고려하여 벌칙을 상향하고, 법 문장의 어려운 용어를 쉬운 용어로 정비하였다.

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 명확하게 규정하고 관련 민원의 투명하고 신속한 처리와 일선 행정기관의 적극행정을 유도하기 위하여, 태권도공원 조성 기본계획 및 개발계획의 승인과 관련하여 협의를 요청받은 행정기관의 장은 그 협의를 요청받은 날부터 60일 이내에 의견을 제출하도록 하고, 그 기간 내에 의견을 제출하지 아니한 경우에는 의견이 없는 것으로 간주하는 제도를 도입하였다. 또한 과태료 부과·징수, 재판 및 집행 등의 절차에 관하여는 「질서위반행위규제법」이 우선적으로 적용되므로, 「질서위반행위규제법」에서 정하고 있는 내용과 중복되거나 저촉되는 내용으로 이 법에서 정하고 있는 과태료 처분에 대한 이의절차, 과태료 재판, 과태료 체납처분 관련 규정을 삭제하였다.

2018년에는 국기(國技)에 관한 법적 근거를 마련하여 태권도를 우리나라와 민족문화를 상징하는 상징물로서 국기(國旗)로서 태극기와 같은 법적 근거를 마련하고자 하였다. 또한 정부 직할 세종특별자치시가 출범한 이래로 문화체육관광부장관의 권한 일부를 위임하는 광역자치 단체장의 범위에서 누락된 부분을 보완하였다.

2019년에는 우리 민족 고유 무도인 태권도의 위상을 제고하고 계승하기 위하여 태권도대사범(跆拳道大師範) 지정 제도를 도입하였다.

바. 전통무예진흥법

「전통무예진흥법」은 2008년 3월28일 제정된 법으로 “문화적 가치가 있는 전통무예를 진흥하여 국민의 건강 증진과 문화생활 향상 및 문화국가 지향에 기여함”을 목적으로 하고 있다. 전체 6조로 구성되어 있으며, 국가로 하여금 기본계획 수립, 전통무예단체 육성, 전통무예지도자 육성 등의 사업들을 수행하도록 하고 있다.

2017년에는 전통무예의 지속가능한 발전을 위한 「국제연합교육과학문화기구(유네스코) 후원 청소년 발달과 참여를 위한 국제무예센터(카테고리 II)에 관한 대한민국 정부와 유네스코 간의 협정」에 따라 2016년 설립한 유네스코 국제무예센터의 법적 근거를 마련함으로써 전통무예의 보존 및 진흥에 기여하도록 개정하였다.



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 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.

「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 교육기관의료기관의 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 압표 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·마스코트 등 대회 관련 상징물 등을 사용하고자 하는 자는 사전에 조직위원회의 승인을 받도록 하였다. 대회 관련 상징물 등을 출원·등록하고, 상호 계약을 통해 대회 관련 상징물 등의 마케팅 권리를 취득한 대회 후원사 및 대회 경기를 중계할 권리를 가진 방송중계권자의 권리를 보호해야 하나, 대회 관련 상징물 등을 사용할 권리가 없는 자가 조직위원회의 사전승인을 받지 않고 무단으로 영업이나 사업에 사용하거나, 대회 후원사가 아닌 비후원사가 대회 관련 상징물 등을 사용할 권리를 취득하지 않고 무임승차를 통해서 대회 관련 상징물 등을 사용하지 아니한 경우라도 자기 사업이나 영업에 이용할 목적으로 대회와 연계시키거나 이를 연상시키는 마케팅 활동을 하고 있어, 이러한 활동을 적극적으로 막을 필요성이 있다는 지적이 제기됨에 따라 대회 관련 상징물 등을 사용할 권리가 없는 자가 대회 관련 상징물 등을 직접 사용하지 아니한 경우라도 자기의 영업을 위하여 상품과 서비스를 대회와 연계하여 대회나 조직위원회와 관련이 있는 것으로 오인하게 하는 표시·광고 등을 통하여 타인의 경제적 이익을 침해하는 등의 행위를 금지함으로써 정당한 대회 후원사 및 대회 경기 중계권자의 권리를 보장하고 대회의 성공적 개최에 이바지하였다. 이 법은 유효기간이 명시되어 있는 한시법(限時法)으로 부칙 제2조(유효기간)에 따라 이 법의 효력은 대회 종료 후 2014년 12월 31일로 폐지되었다.

2018년에는 「해양공간계획 및 관리에 관한 법률」 및 「중소기업진흥에 관한 법률」 개정이 반영되어 두 차례 개정이 있었다.



아. 국제경기대회지원법

「국제경기대회지원법」은 2012년 05월 03일 제정된 법으로서 “국내에서 개최되는 국제경기대회에 대한 지원 근거를 마련하여 대회의 성공적 개최를 지원함으로써 국민체육을 진흥하고 국가발전에 이바지함”을 목적으로 하고 있다.

국내에서 개최되는 국제경기대회는 국민체육 진흥과 더불어 관련된 산업의 발전 및 국가이미지 제고 등을 통해 국가발전에 기여하는 주요행사인 바, 이러한 국제경기대회의 성공적인 개최를 지원하고, 또한 그동안 서울 올림픽대회, 월드컵 축구대회 등 국가차원의 지원이 필요한 국제경기대회를 유치할 때마다 한시적인 특별법을 제정하는 식의 행정낭비를 개선하고, 국제경기대회 지원 기준 등에 대한 일반 원칙을 확립하고자 본 법을 제정하게 되었다.

이 법은 전체 6장 34조로 구성되어 있으며, 주요 내용은 문화체육관광부 장관이 국제경기대회 유치 및 개최 지원에 관한 정책을 총괄·조정하도록 하고, 국제경기대회를 유치하려는 지방자치단체 및 체육단체(경기단체 포함)의 장은 관련 국제스포츠기구의 장에게 유치 신청서 제출 전에 문화체육관광부 장관의 승인을 받도록 하고, 문화체육관광부 장관은 대회 유치 승인 시 미리 재원조달방안 등에 관하여 기획재정부 장관과 협의하도록 하여 대회 개최에 따른 재정소요를 고려할 수 있게 하였다. 또한, 대회 개최에 대한 평가가 이루어질 수 있도록, 대회조직위원회는 대회 종료 후 6개월 이내에 대회 평가결과를 문화체육관광부 장관에게 제출하도록 하고, 문화체육관광부 장관은 이를 포함한 대회결과를 국회 소관 상임위원회에 보고하도록 하고 있다.

2015년에는 서울에서 개최된 제5회 세계 시각장애인 경기대회와 2018년 창원에서 개최되는 제52회 세계 사격선수권대회가 성공적으로 개최될 수 있도록 정부지원을 위한 법령상 근거를 마련하였다. 또한, 타법 개정에 따라 「공공주택건설 등에 관한 특별법」을 공공주택의 공급·관리 등에 관한 사항을 포함하여 「공공주택 특별법」으로 변경하고, 기존에 상이하게 규정되었던 「공공주택건설 등에 관한 특별법」과 「임대주택법」의 공공주택 정의를 일원화하여 그 의미를 명확하게 규정하고 준주택에 대하여 공공주택의 규정을 준용할 수 있도록 하였다.

2016년에는 옥외광고산업의 지원을 강화하기 위하여 기존의 「옥외광고물 등 관리법」을 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률」로 법률 명칭을 변경하였고, 다양한 옥외광고물들이 공간의 특성 및 환경을 고려하여 설치 및 표시가 가능하도록 ‘자유표시구역’을 지정함으로써 옥외광고산업을 진흥시키는 한편, 옥외광고산업을 진흥하기 위하여 조직위원회는 대회 운영에 필요한 자금을 해당 변경된 법률에 근거하여 옥외광고사업 수익금을 재원으로 충당할 수 있도록 하였다.

「국제경기대회지원법」은 타법인 「주택법」이 주택의 건설 및 공급 및 주택시장의 관리에 관한 기본법으로 기능할 수 있도록 전체적인 체계와 조문을 정비하자 더불어 이 법도 일부 개정하게 되었다. 예를 들어, 대회관련 시설로 건립된 선수촌, 미디어촌을 일반인에게 제공할 경우 전용면적 85제곱미터를 초과하는 공동주택에 관하여는 「주택법」 제57조(주택의 분양가격 제한)에도 불구하고 분양가격을 제한하지 않도록 하였다.

2017년에는 타법 개정이 반영된 것 외에도 3월에는 국제경기대회 결정을 신중히 하도록 유치 승인 절차를 개선하고, 유치된 국제경기대회에 대하여 문화체육관광부장관이 효율적으로 관리·지원할 수 있도록 제도적 기반을 마련하였다. 또한 2018년에는 ‘준공학인필증’을 ‘준공학인증명서’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.

2019년 생활체육지도자의 근로 조건 및 복리후생과 관련하여 생활체육 진흥 기본계획에 생활체육지도자의 처우개선 및 복리후생 증진에 관한 사항을 포함하도록 일부 개정하였다.

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 일반인에게 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 환경보전에 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 개정된 것으로서 그 개정내용은 골프장 사업계획지 내 원형보전지 확보비율(20% 이상) 규정 삭제, 체사법 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 지난에 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 업무 처리에 관한 사항을 정함'을 목적으로 한다. 개정된 주요 내용은 훈령에 대한 재검토기한을 3년(2017년 3월 31일)으로 재설정 하고, 별지 제2호 서식(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 결정사유, 심사결과 제출, 그리고 수당' 등으로 이루어져 있다. |

| 순번 | 훈령·예규·고시 | 내용 |
|----|---|---|
| | | 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 | 「우수체육용구 생산업체 지정 및 관리요령」 문화체육관광부 고시 제2015-41호(2015.12.16.) | 이 규정은 「국민체육진흥법 시행규칙」 제28조에 의하여 체육용구 등의 우수업체의 지정대상업종·신청절차 및 사후관리방법 등을 규정함을 목적으로 한다. 그 주요 내용은 '지정대상, 지정신청, 지정승인 및 유효기간, 우수업체에 대한 기술지도, 우수업체에 대한 국민체육진흥 기금 용자, 지정업체의 준수사항, 체육용품심의위원회 설치 및 운영, 그리고 규제의 제검토' 등으로 이루어져 있다. 이 규정은 1990년 10월 26일 체육부 고시로 제정되었고, 이후 10회 개정 과정을 거쳤으며, 최근 2015년 12월 15일 개정에서는 제10조(규제의 재검토)를 신설하였다. 이 조항에 따르면 문화체육관광부장관은 '우수체육용구 생산업체 지정 신청 시 제출한 서류' 그리고 '우수체육용구 지정업체의 준수사항'에 대하여 2016년 1월 1일을 기준으로 3년마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 해야 함을 명시하고 있다. |
| 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 규정함을 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 연고 경기장과 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, 관광숙박 시설과 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. |
| 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 운동 용구(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 | 「낚시 관리 및 육성법」 | 이 법은 낚시의 관리 및 육성에 관한 사항을 규정함으로써 건전한 낚시문화를 조성하고 수산자원을 보호하며, 낚시 관련 산업 및 농어촌의 발전과 국민의 삶의 질 향상에 이바지하는 것을 목적으로 한다. "낚시"란 낚시대와 낚시줄·낚시바늘 등 도구(이하 "낚시도구"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 낚시터를 폐쇄하도록 할 수 있다. 1. 제10조제1항 또는 제16조제1항을 위반하여 허가를 받지 아니하거나 등록을 하지 아니하고 영업을 하는 자 2. 제14조제1항이나 제19조 제1항에 따라 허가가 취소되거나 등록이 취소된 후에 계속하여 영업을 하는 자 등이 규정되어 있다. |

| 순번 | 법명 | 내용 |
|----|----------------------------|--|
| 7 | 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 | 이 법은 사업자의 시장 지배적 지위의 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 6월 9일 제정되었고, 2016년 12월 27일 16회 개정을 하였다. 그 개정 주요 내용으로는 ‘마리나항만시설의 범위에 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. |
| 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 제31조로 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 신고, 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 도모하고 방송의 발전과 공공복리의 증진에 이바지함’을 목적으로 한다. 이 법 제14조(외국자본의 출자 및 출연)에 따르면, 지상파방송사업자 또는 공동체라디오 방송사업자는 외국의 정부나 단체 및 외국인으로부터 재산상의 출자 또는 출연을 받을 수 없도록 규정하고 있고 다만, 방송통신위원회의 승인을 얻은 채육 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) 등에 따라 다른 방송사업자에게 ‘국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회 프로그램’을 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. |



| 순번 | 법령 | 내용 |
|----|------------------------|---|
| 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, 결격사유, 사격장 설치의 제한, 보관설비, 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(주요산의 둘레길과 트레일을 포함), 전국 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 창달 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. |
| 13 | 「상표법」 | 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. 특정인이 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. |

| 순번 | 법명 | 내용 |
|----|-----------------------------|---|
| 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(안전준수 의무)에는 ‘안전장비 착용, 운항규칙, 원거리 수상레저활동의 신고, 무면허조종의 금지, 야간 수상레저활동의 금지, 주취 중 조종 금지, 악물복용 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 ‘조종면허 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 과태료를 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 포함되어 있다.</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 수중레저기구의 안전관리에 관한 사항 2. 수중레저장비 대여 및 수중레저기구의 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> |



| 순번 | 법령 | 내용 |
|----|----------------------------|---|
| 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 적용 대상이 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), 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 협의한 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, 공영자전거 운영사업, 자전거주차장의 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 도난방지 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 구현함을 목적으로 한다. 이 법에서 장애인체육과 관련한 주요 조문 내용은 다음과 같다. 제25조(체육활동의 차별금지)에서는 장애</p> |



| 순번 | 법명 | 내용 |
|----|---------------------------|--|
| | | <p>인들이 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 체육 프로그램이 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 장애인 이 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 스포츠친과 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 저작물의 이용을 허락할 수 있으며, 허락을 받은 자는 허락받은 이용 방법 및 조건의 범위 안에서 그 저작물을 이용할 수 있다(제46조). 한편, 저작재산권은 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).</p> |
| 21 | 「제조물책임법」 | <p>이 법은 '제조물의 결함으로 발생한 손해에 대한 제조업자 등의 손해배상 책임을 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.</p> |
| 22 | 「총포·도검·화약류 등 안전관리에 관한 법률」 | <p>이 법은 총포·도검·화약류·분사기·전자총격기·석궁의 제조·판매·임대·운반·소지·사용과 그 밖에 안전관리에 관한 사항을 정하여 총포·도검·화약류·분사기·전자총격기·석궁으로 인한 위험과 재해를 미리 방지함으로써 공공의 안전을 유지하는 데 이바지함을 목적으로 한다. 사격대회 및 사냥, 서바이벌게임, 무예대회에 사용되는 총포 및 도검, 석궁 등이 이 법률에 적용을 받아 소지와 사용, 그 밖에 안전관리에 관한 사항을 적용 받는다.</p> |
| 23 | 기타 법률 | <p>그밖에 「청소년기본법」, 「청소년보호법」, 「국민건강증진법」, 「조세법」, 「장애인복지법」, 「국도의 계획 및 이용에 관한 법률」, 그리고 「건축법과 하천법」 등 다양한 여러 법령들에서 체육 및 스포츠와 관련된 조문을 두고 있다.</p> |

부록

스포츠산업 관련 국내외 기관 및 단체 현황

2019 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 개정에 따라 문예체육국 체육과로 환원되었으며, 1968년 7월 24일 문교부의 문화예술행정이 문화공보부로 이관되면서 사회체육국으로 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 기초를 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 27일에는 체육부를 체육청소년부로 개칭하였다.

1993년 3월 6일에는 문화부와 체육청소년부가 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.

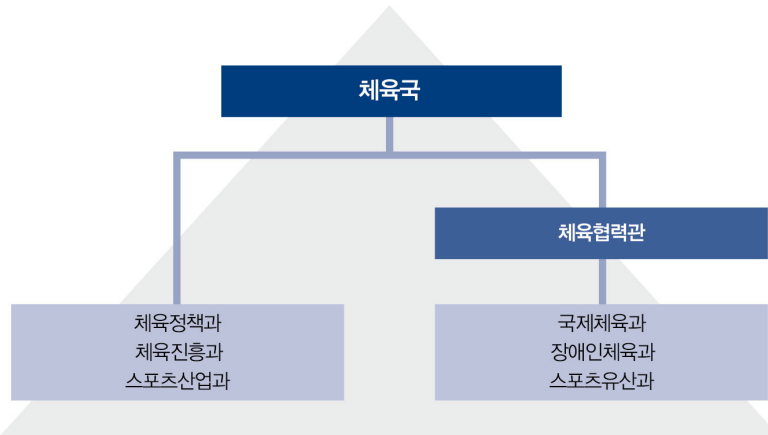
2016년에는 체육관광정책실이 '체육정책실'로 개편되었다. 이번 개편으로 1993년 체육부가 없어지면서 문화체육부로 이관된 이후 23년 만에 체육업무만을 전담하는 '체육정책실'의 실 체제로 체육 관련 정부 조직이 강화되었다. '체육정책실'은 '체육정책관'과 '체육협력관'을 두었으며, '체육정책관'은 체육정책과, 체육진흥과, 스포츠산업과로 구분하여 2016년 3월 대한체육회로 통합된 전문체육과 생활체육의 균형육성, 스포츠산업 진흥과 체육분야 일자리 창출 등의 업무를 주관하였다. '체육협력관'은 국제체육과, 장애인체육과, 평창올림픽지원과로 구분하여 '2016 리우 하계올림픽대회' 참가 준비와 '2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회' 지원 업무를 주관하였다.

바. 2017~2019년

2017년에는 문화체육관광부의 체육담당 부서를 국(局) 중심 체제로 전환하였고, 평창동계올림픽 지원조직 강화 등을 위해 직제를 개편했다. 2018년에는 스포츠유산과 신설 등을 위해 직제를 개편해 1국 1관 6과 체제가 되었다.



〈그림 7-1〉 문화체육관광부 체육국 조직도



※ 출처: 문화체육관광부(2019)

〈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

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, 체육인 복지 지원과 체육 주간 운영, 체육유공자의 지정 및 지원, 서울올림픽기념 국민체육진흥공단에 관련된 업무, 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 회원종목단체의 일반적 관리에 관한 업무 등을 수행하였다.

체육진흥과는 생활체육 진흥을 위한 계획의 수립·시행 및 관련 단체의 육성·지원, 생활체육종목의 육성, 직장 및 지역생활체육의 진흥과 스포츠클럽 육성·지원, 생활체육지도자의 양성·배치에 관한 사항, 체육주간 및 체육의 날 행사에 관한 사항, 국민체력증진에 관련된 사항, 공공체육시설 확충계획의 수립 및 추진, 생애주기별 생활체육 활성화, 저소득층 청소년의 스포츠바우처 지원, 공공체육시설 내 장애인 이용가능 환경 조성, 선수·운동경기부 및 체육계 학교의 육성·지원, 전국소년체육대회 및 종목별 국내경기대회의 개최 지원, 생활체육 관련 국제교류 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 진흥 재원의 조성 및 운용, 스포츠산업 기술 개발, 기술 이전 및 사업화 촉진 지원에 관한 사항, 스포츠산업 정보망 구축 및 전자상거래 육성에 관한 사항, 체감형 가상스포츠 등 융·복합형 스포츠산업 육성에 관한 사항, 스포츠 용품·시설·서비스의 품질비교 정보제공에 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, 전통무예 진흥계획의 수립·시행 및 관련 단체 육성·지원, 레저스포츠 시설 설치·이용 활성화, 스포츠시설 안전 관련 등의 업무를 수행하였다.

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 국가원에 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.

스포츠유산과는 태권도 해외 활성화, 남북 태권도 교류 및 교육연구 활성화, 유관단체 관리, 2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 경기장 사후활용 방안 마련, 평창동계올림픽 특구 사업, 평창올림픽 포상, 대회 운영비 및 프로그램의 정산과 결산, 기장 수여, 스포츠유산사업(드림프로그램, 청소년동계체험캠프 등) 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, 2018년에는 울산광역시가 체육발전계획수립연구를 진행하였다. 2019년 경기도는 체육발전을 위한 계획 수립이 진행 중인 것으로 나타났다. 지방자치단체별 체육발전 계획 수립현황은 <표 7-2>과 같다.

<표 7-2> '03~'19년 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 |
| | 2019 | (수립 중) | 경기도 중장기 체육진흥계획 수립 용역 수행(2019.08~2020.01) |
| 강원 | 2015 | 0 | 강원 체육발전 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 | 전남 체육 중장기 발전계획 |
| 경북 | - | - | - |
| 경남 | - | - | - |
| 제주 | - | - | - |

※ 출처: 각 광역자치단체별 내부자료(2019)

(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 10~30여 명 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 2019년 현재 우리나라 광역자치단체에서 체육업무를 담당하는 공무원 수는 17개 광역시·도 지방자치단체 전체 행정직 584명, 기술직 369명, 기능직 84명, 별정직 3명, 계약직 265명으로 총 1,305명이었다. 기초자치단체는 행정직 1,420명, 기술직 680명, 기능직 254명, 별정직 11명, 계약직 407명으로 총 2,776명이었다.

광역자치단체와 기초자치단체에서 체육업무를 담당하는 공무원 수는 총 4,081명으로 2018년 3,908명보다 173명 증가하였다. 2018년 대비 인력구성별 현황을 살펴보면 행정직은 1,908명에서 2,004명으로 98명 증가하였고, 기술직은 1,031명에서 1,049명으로 18명 증가하였다. 기능직은 416명에서 338명으로 78명 감소하였고, 별정직은 16명에서 14명으로 2명 감소하였으며, 계약직 537명에서 672명으로 135명 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) | 18 | 2 | - | - | 1 | 21 |
| | 관광체육국 체육진흥과(생활체육진흥팀, 생활체육시설팀, 여가스포츠팀) | 12 | 1 | - | - | 1 | 14 |
| | 관광체육국 전국체전기획과(체전기획팀, 체전운영팀, 체전시설팀, 체전홍보팀, 대외협력팀) | 20 | 4 | - | - | 2 | 26 |
| | 체육시설관리사업소(4과 4팀) | 35 | 53 | - | - | 6 | 94 |
| | 서울시설공단(체육시설 3개소) | 88 | 65 | 28 | - | - | 181 |
| | 소계 | 173 | 125 | 28 | 0 | 10 | 339 |
| 부산 | 문화체육관광국 체육진흥과(체육진흥, 국제스포츠, 체육시설, 장애인체육, 스포츠산업) | 20 | 3 | - | - | - | 23 |
| | 체육시설관리사업소 | 24 | 52 | 19 | - | 2 | 97 |



| 구분 | 조직 | 인력 | | | | | |
|----|--|-----|------------------|------------------|------------------|------------------|-----|
| | | 행정직 | 기술직 ¹ | 기능직 ² | 별정직 ³ | 계약직 ⁴ | 계 |
| | 소계 | 44 | 55 | 19 | 0 | 2 | 119 |
| 대구 | 문화체육관광국 체육진흥과(체육정책, 생활체육, 장애인체육, 스포츠마케팅, 체육시설) | 16 | 5 | - | - | 1 | 22 |
| | 체육시설관리사무소 (대구스타디움, 시민운동장, 육상진흥센터) | 21 | 56 | - | - | 1 | 78 |
| | 소계 | 37 | 61 | 0 | 0 | 2 | 100 |
| 인천 | 건강체육국 체육진흥과(체육정책, 생활체육, 체육시설, 체육시설관리, 국제경기대회) | 22 | 6 | - | - | - | 28 |
| | 소계 | 22 | 6 | 0 | 0 | 0 | 28 |
| 광주 | 문화관광체육국 체육진흥과(4개팀) | 12 | 6 | - | - | - | 18 |
| | 광주실내수영장 등 3개소(민간위탁-도시공사) | 2 | 1 | 20 | - | 7 | 30 |
| | 월드컵경기장 등 20개소(민간위탁-시체육회) | 75 | - | 8 | - | 55 | 138 |
| | 장애인국민체육센터 등 3개소(민간위탁-장애인체육회) | 1 | 1 | 5 | - | - | 7 |
| | 소계 | 90 | 8 | 33 | 0 | 62 | 193 |
| 대전 | 문화관광체육국 체육진흥과(체육진흥팀, 생활체육팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀) | 14 | 4 | 1 | - | - | 19 |
| | 시설관리공단 | 23 | 36 | - | 3 | 120 | 182 |
| | 소계 | 37 | 40 | 1 | 3 | 120 | 201 |
| 울산 | 문화관광체육국 체육지원과 (스포츠레저, 생활체육, 체육시설) | 10 | 4 | - | - | - | 14 |
| | 시설공단 | 18 | 36 | 1 | - | 62 | 117 |
| | 소계 | 28 | 40 | 1 | 0 | 62 | 131 |
| 세종 | 문화체육관광국 체육진흥과 체육진흥팀 | 5 | - | - | - | - | 5 |
| | 문화체육관광국 체육진흥과 생활체육팀 | 1 | 2 | - | - | - | 3 |
| | 문화체육관광국 체육진흥과 체육시설팀 | 1 | 3 | - | - | - | 4 |
| | 소계 | 7 | 5 | 0 | 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) | 4 | - | - | - | - | 4 |
| | 소계 | 12 | 4 | 0 | 0 | 1 | 17 |
| 충북 | 문화체육관광국 체육진흥과(체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀, 국제대회지원팀) | 16 | 3 | - | - | - | 19 |
| | 소계 | 16 | 3 | 0 | 0 | 0 | 19 |

| 구분 | 조직 | 인력 | | | | | |
|-----|---|-----|------------------|------------------|------------------|------------------|-------|
| | | 행정직 | 기술직 ¹ | 기능직 ² | 별정직 ³ | 계약직 ⁴ | 계 |
| 충남 | 문화체육관광국 체육진흥과 (체육정책, 체육복지, 체육활동지원, 체육시설지원) | 11 | 2 | - | - | 2 | 15 |
| | 소계 | 11 | 2 | 0 | 0 | 2 | 15 |
| 전북 | 문화체육관광국 체육정책과(체육진흥팀, 생활체육팀, 태권도스포츠산업팀, 체육시설관리팀) | 9 | 4 | 1 | - | 1 | 15 |
| | 소계 | 9 | 4 | 1 | 0 | 1 | 15 |
| 전남 | 관광문화체육국 스포츠산업과 (체육정책, 체육시설, 스포츠마케팅) | 10 | 2 | 1 | - | - | 13 |
| | 소계 | 10 | 2 | 1 | 0 | 0 | 13 |
| 경북 | 문화체육관광국 체육진흥과 (체육정책, 체육지원, 장애인체육) | 13 | 1 | - | - | - | 14 |
| | 소계 | 13 | 1 | 0 | 0 | 0 | 14 |
| 경남 | 문화관광체육국 체육지원과(체육행정, 생활체육, 스포츠마케팅, 체육시설관리) | 14 | 4 | - | - | - | 18 |
| | 소계 | 14 | 4 | 0 | 0 | 0 | 18 |
| 제주 | 문화체육대외협력국 체육진흥과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 체육지원팀) | 11 | 2 | - | - | 1 | 14 |
| | 소계 | 11 | 2 | 0 | 0 | 1 | 14 |
| 합 계 | | 584 | 369 | 84 | 3 | 265 | 1,305 |

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(2019)

〈표 7-4〉 기초자치단체 체육행정조직과 인력

| 구분 | 조직 | 인력 | | | | | | |
|------------|------|----------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|---|----|
| | | 행정직 | 기술직 ¹ | 기능직 ² | 별정직 ³ | 계약직 ⁴ | 계 | |
| 서울 (25) | 종로구 | 건강도시과 (생활체육팀, 체육시설팀) | 8 | - | - | - | - | 8 |
| | 중구 | 교육체육과(생활체육팀) | 5 | - | - | - | - | 5 |
| | 용산구 | 문화체육과(생활체육팀) | 5 | - | 1 | - | - | 6 |
| | 성동구 | 문화체육과(생활체육팀) | 4 | - | - | - | 1 | 5 |
| | 광진구 | 문화체육과(생활체육팀) | 6 | - | - | - | 1 | 7 |
| | 동대문구 | 문화체육과(체육진흥팀) | 7 | - | - | - | - | 7 |
| | 중랑구 | 체육청소년과(생활체육팀, 체육시설팀, 청소년팀) | 12 | 1 | - | - | - | 13 |
| | 성북구 | 문화체육과(생활체육팀) | 5 | - | - | - | - | 5 |
| | 강북구 | 문화관광체육과(생활체육운영팀) | 5 | 1 | - | - | - | 6 |



| 구분 | 조직 | | 인력 | | | | | 계 |
|------------|------|-------------------------------|-----|------------------|------------------|------------------|------------------|-----|
| | | | 행정직 | 기술직 ¹ | 기능직 ² | 별정직 ³ | 계약직 ⁴ | |
| 부산 (16) | 도봉구 | 문화체육과 (생활체육팀, 체육시설팀) | 7 | - | - | 1 | - | 8 |
| | 노원구 | 생활체육과 (체육정책팀, 체육시설팀) | 10 | - | - | - | - | 10 |
| | 은평구 | 생활체육과(체육복지팀, 생활체육팀, 체육시설팀) | 13 | - | 1 | - | - | 14 |
| | 서대문구 | 문화체육과(생활체육팀) | 5 | - | - | - | - | 5 |
| | 마포구 | 생활체육과(체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀) | 13 | 1 | - | - | - | 14 |
| | 양천구 | 문화체육과 (문화체육시설팀, 생활체육팀) | 7 | 1 | - | - | - | 8 |
| | 강서구 | 문화체육과(생활체육팀) | 4 | - | - | - | 2 | 6 |
| | 구로구 | 체육진흥과(체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀) | 11 | 1 | 1 | - | - | 13 |
| | 금천구 | 문화체육과(생활체육팀) | 5 | - | - | - | - | 5 |
| | 영등포구 | 문화체육과 (생활체육팀, 체육시설팀) | 6 | - | 1 | - | 1 | 8 |
| | 동작구 | 체육문화과(생활체육팀, 체육복지팀, 체육시설팀) | 15 | - | - | - | - | 15 |
| | 관악구 | 문화관광체육과(생활체육팀) | 5 | - | - | - | - | 5 |
| | 서초구 | 교육체육과 (체육진흥팀, 생활체육팀) | 8 | 2 | - | - | - | 10 |
| | 강남구 | 문화체육과(생활체육팀) | 5 | - | - | - | - | 5 |
| | 송파구 | 문화체육과(생활체육팀) | 6 | 1 | 2 | - | 1 | 10 |
| | 강동구 | 생활체육과(체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀) | 12 | - | - | - | 1 | 13 |
| | 소계 | | 190 | 8 | 6 | 1 | 7 | 212 |
| 부산 (16) | 중구 | 총무과(구민협력계) | 2 | - | - | - | - | 2 |
| | 서구 | 문화관광과(체육진흥계) | 4 | - | - | - | - | 4 |
| | 동구 | 문화체육관광과(체육계) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| | | 문화체육관광과(국민체육문화센터) | - | - | 1 | - | - | 1 |
| | 영도구 | 행정지원과(단체지원팀) | 4 | - | - | - | - | 4 |
| | 부산진구 | 문화체육과(체육진흥계) | 5 | - | - | - | - | 5 |
| | 동래구 | 총무국 총무과(체육계) | 4 | - | - | - | - | 4 |
| | 남구 | 문화체육과(체육지원팀) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| | 북구 | 문화체육과(체육지원팀) | 4 | - | - | - | - | 4 |
| | 해운대구 | 행정관리국 교육협력과 | 5 | - | - | - | - | 5 |
| | 사하구 | 총무과(구민협력팀) | 6 | - | - | - | - | 6 |
| | 금정구 | 총무국 총무과(구민지원팀) | 5 | - | - | - | - | 5 |
| | 강서구 | 행정문화국 문화체육과(체육진흥계) | 4 | - | - | - | - | 4 |

| 구분 | 조직 | | 인력 | | | | | 계 |
|------------|------|--------------------------------|-----|------------------|------------------|------------------|------------------|----|
| | | | 행정직 | 기술직 ¹ | 기능직 ² | 별정직 ³ | 계약직 ⁴ | |
| | 연제구 | 총무국 문화체육과(체육지원계) | 4 | - | - | - | - | 4 |
| | 수영구 | 총무국 총무과(생활체육계) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| | 사상구 | 자치행정과(체육진흥계) | 5 | - | - | - | - | 5 |
| | 기장군 | 문화관광과(생활체육팀) | 4 | - | - | - | - | 4 |
| | 소계 | | 65 | 0 | 1 | 0 | 0 | 66 |
| 대구 (8) | 중구 | 문화교육과(여가체육팀) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| | 동구 | 자치행정국 문화관광과(체육팀) | 3 | 1 | - | - | - | 4 |
| | 서구 | 자치행정국 문화홍보과 (체육지원팀) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| | 남구 | 교육홍보과(여가체육) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| | | 공원녹지과(공원시설) | - | 3 | - | - | - | 3 |
| | 북구 | 문화체육과(생활체육팀, 체육시설팀) | 9 | 2 | - | - | - | 11 |
| | 수성구 | 문화체육과(체육팀) | 6 | - | - | - | - | 6 |
| | 달서구 | 문화체육관광과(체육진흥팀) | 5 | - | - | - | - | 5 |
| | 달성군 | 정책관광국 문화체육과 (체육진흥팀) | 4 | - | - | - | - | 4 |
| 소계 | | 36 | 6 | 0 | 0 | 0 | 42 | |
| 인천 (10) | 중구 | 홍보체육실(체육팀) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| | 동구 | 문화홍보체육실(생활체육팀) | 4 | - | - | - | - | 4 |
| | 미추홀구 | 보건체육과 (체육행정팀, 생활체육팀) | 7 | 2 | 1 | - | - | 10 |
| | 연수구 | 문화체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀) | 6 | 1 | - | - | - | 7 |
| | 남동구 | 문화관광체육과(체육팀) | 4 | 3 | - | - | - | 7 |
| | 부평구 | 체육진흥과(체육정책팀, 체육지원팀, 체육시설팀) | 8 | 2 | - | - | - | 10 |
| | 계양구 | 문화체육관광과 (체육관광팀, 문화재체육시설관리팀) | 4 | 3 | - | - | - | 7 |
| | 서구 | 문화관광체육과(체육진흥팀) | 6 | - | - | - | - | 6 |
| | 강화군 | 자치행정과(체육팀) | 3 | 1 | - | - | - | 4 |
| | 옹진군 | 관광문화과(문화체육팀) | 5 | - | - | - | - | 5 |
| | 소계 | | 50 | 12 | 1 | 0 | 0 | 63 |
| 광주 (5) | 동구 | 인권청년과(체육진흥팀) | 5 | - | - | - | 4 | 9 |
| | 서구 | 문화체육과(체육진흥팀) | 3 | 1 | 4 | - | - | 8 |
| | 남구 | 총무과(체육지원팀) | 2 | 2 | - | - | 1 | 5 |
| | 북구 | 총무과(생활체육팀) | 5 | - | - | - | - | 5 |
| | 광산구 | 관광체육지원단 (생활체육팀, 체육시설팀) | 5 | 6 | - | - | - | 11 |
| | 소계 | | 20 | 9 | 4 | 0 | 5 | 38 |



| 구분 | 조직 | | 인력 | | | | | 계 |
|------------|------|--|-----|------------------|------------------|------------------|------------------|----|
| | | | 행정직 | 기술직 ¹ | 기능직 ² | 별정직 ³ | 계약직 ⁴ | |
| 대전 (5) | 동구 | 자치행정국 관광문화체육과(체육팀) | 4 | 1 | 2 | - | - | 7 |
| | 중구 | 충무국 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 | 4 | 3 | 0 | 0 | 32 |
| 울산 (5) | 중구 | 혁신교육과(체육지원팀) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| | | 중구도시관리공단 | - | 1 | - | - | 10 | 11 |
| | 남구 | 문화체육과(체육지원팀) | 3 | 2 | - | - | - | 5 |
| | | 남구 도시관리공단 | 1 | 6 | - | - | 2 | 9 |
| | 동구 | 문화체육과 (생활체육팀, 체육시설팀) | 6 | 1 | - | - | - | 7 |
| | 북구 | 문화체육과(체육지원팀) | 4 | 2 | - | - | 1 | 7 |
| | 울주군 | 교육체육과 (생활체육팀, 체육시설팀) | 4 | 4 | - | - | - | 8 |
| | | 울주군 시설관리공단 | 4 | 11 | 14 | 8 | - | 37 |
| 소계 | | 25 | 27 | 14 | 8 | 13 | 87 | |
| 경기 (31) | 수원시 | 문화체육교육국 체육진흥과(체육행정팀, 체육시설팀, 스포츠산업팀) | 11 | 9 | - | - | - | 20 |
| | 고양시 | 교육문화국 체육진흥과 (체육정책팀, 체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀) | 17 | 5 | - | - | - | 22 |
| | 성남시 | 체육진흥과 (체육정책팀, 생활체육팀, 시설관리팀) | 9 | 6 | 1 | - | 1 | 17 |
| | 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) | 9 | 6 | - | - | - | 15 |
| | 남양주시 | 문화교육국 체육진흥과(체육진흥팀, 체육시설팀, 자연거문화팀) | 13 | 7 | - | - | - | 20 |
| | 안양시 | 체육생활과(체육지원팀, 건강생활팀, 체육시설팀) | 9 | 4 | - | - | - | 13 |

| 구분 | 조직 | 인력 | | | | | 계 |
|------|--|-----|------------------|------------------|------------------|------------------|----|
| | | 행정직 | 기술직 ¹ | 기능직 ² | 별정직 ³ | 계약직 ⁴ | |
| 화성시 | 체육진흥과 (체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀, 체육시설관리팀) | 10 | 6 | - | - | - | 16 |
| 평택시 | 충무국 체육진흥과(체육진흥팀, 체육시설팀, 체육시설운영팀) | 11 | 7 | 12 | - | 7 | 37 |
| | 송탄출장소 사회복지과 (체육시설운영팀) | 2 | 5 | 8 | - | 4 | 19 |
| | 안중출장소 사회복지과 (문화체육팀) | 2 | 3 | 9 | - | 5 | 19 |
| 의정부시 | 체육과(체육정책팀, 체육시설팀, 체육육성팀) | 10 | 5 | - | - | - | 15 |
| 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) | 4 | 2 | 1 | - | - | 7 |
| 광주시 | 경제문화국 체육과(체육진흥팀, 체육시설팀, 시설관리팀) | 8 | 4 | 1 | - | 5 | 18 |
| 군포시 | 복지문화국 문화체육과(체육팀) | 4 | - | 1 | - | - | 5 |
| 오산시 | 문화체육관광과 (체육진흥, 체육시설) | 6 | 1 | - | - | - | 7 |
| 이천시 | 체육지원센터 (체육진흥팀, 시설관리팀) | 4 | 7 | - | - | - | 11 |
| 양주시 | 문화복지국 체육청소년과 (체육진흥팀, 체육시설관리팀, 체육진흥팀) | 8 | 2 | - | - | - | 10 |
| 안성시 | 교육체육과 (체육행정팀, 체육시설팀) | 4 | 3 | - | - | - | 7 |
| 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 | 3 | - | - | - | 7 |
| 여주시 | 문화교육국 관광체육과 (체육행정팀, 체육시설팀) | 2 | 4 | - | - | - | 6 |
| 동두천시 | 자치행정국 문화체육과 (체육진흥팀) | 2 | 1 | - | - | - | 3 |
| | 시설사업소(운동장팀) | 3 | 2 | 1 | - | - | 6 |



| 구분 | 조직 | | 인력 | | | | | 계 |
|------------|-----|--|-----|------------------|------------------|------------------|------------------|-----|
| | | | 행정직 | 기술직 ¹ | 기능직 ² | 별정직 ³ | 계약직 ⁴ | |
| | 과천시 | 문화체육과(체육팀) | 2 | 2 | - | - | - | 4 |
| | 양평군 | 문화체육과 (스포츠산업, 체육시설팀) | 3 | 3 | - | - | 1 | 7 |
| | 가평군 | 경제복지국 문화체육과(체육팀) | 4 | 3 | - | - | - | 7 |
| | 연천군 | 문화관광체육과(체육진흥팀) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| | 소계 | | 225 | 135 | 34 | 0 | 46 | 440 |
| 강원 (18) | 춘천시 | 문화복지국 체육과(체육진흥팀, 체육시설팀, 스포츠마케팅팀) | 9 | 3 | - | - | - | 12 |
| | 원주시 | 건강체육과 (건강도시팀, 체육진흥팀, 체육시설팀, 마을체육팀) | 11 | 5 | - | - | 2 | 18 |
| | 강릉시 | 체육과(체육행정팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀, 올림픽유산팀) | 12 | 2 | 1 | - | - | 15 |
| | | 체육시설사업소 (관리팀, 운영팀, 시설팀) | 2 | 10 | 1 | - | - | 13 |
| | 동해시 | 체육위생과 (체육진흥팀, 체육시설팀) | 4 | 2 | - | - | - | 6 |
| | 태백시 | 스포츠레저과(스포츠기획팀, 스포츠레저팀, 스포츠시설팀) | 10 | 4 | - | - | 4 | 18 |
| | 속초시 | 교육문화체육과 (체육진흥팀, 체육시설마케팅팀) | 5 | 2 | - | - | - | 7 |
| | 삼척시 | 체육진흥과(체육기획팀, 체육진흥팀, 체육시설팀) | 9 | 2 | - | - | - | 11 |
| | 홍천군 | 문화체육과(체육팀) | 1 | 3 | - | - | - | 4 |
| | 횡성군 | 문화체육관광과 (체육육성팀, 체육시설팀) | 3 | 2 | - | - | - | 5 |
| | 영월군 | 문화관광체육과(체육진흥팀) | 4 | 1 | 5 | - | - | 10 |
| | 평창군 | 교육체육과 (체육진흥팀, 스포츠마케팅팀) | 5 | - | - | - | - | 5 |
| | | 시설관리과(체육시설팀) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| | 정선군 | 문화관광과(스포츠지원팀) | 4 | - | - | - | - | 4 |
| | 철원군 | 관광문화체육과 (체육마케팅팀, 체육시설팀) | 4 | 2 | - | - | - | 6 |
| | 화천군 | 문화체육과 (체육팀, 체육시설관리팀) | 3 | 1 | - | 1 | 3 | 8 |
| | 양구군 | 체육진흥과 (체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 생활체육팀, 체육시설팀) | 8 | 4 | - | - | 2 | 14 |
| | | 시설관리사업단 | 2 | 5 | - | - | 26 | 33 |
| | 인제군 | 체육청소년과 (체육진흥팀, 스포츠마케팅팀) | 5 | 2 | - | - | 1 | 8 |
| | 고성군 | 경제체육과(체육진흥팀) | 4 | 1 | - | - | - | 5 |

| 구분 | 조직 | | 인력 | | | | | 계 |
|------------|-----|---|-----|------------------|------------------|------------------|------------------|-----|
| | | | 행정직 | 기술직 ¹ | 기능직 ² | 별정직 ³ | 계약직 ⁴ | |
| | 양양군 | 문화관광체육과(체육진흥팀) | 2 | 1 | - | - | - | 3 |
| | 소계 | | 110 | 52 | 7 | 1 | 38 | 208 |
| 충북 (11) | 청주시 | 문화체육관광국 체육교육과 (체육진흥팀, 생활체육팀, 교육지원팀) | 15 | 11 | - | - | - | 26 |
| | | 문화체육관광국 체육시설과 (관리팀, 시설건립팀, 시설운영팀) | | | | | | |
| | 충주시 | 문화체육관광국 체육진흥과 (체육진흥팀, 시설개발팀, 시설관리팀, 조정경기장관리팀) | 13 | 10 | - | - | - | 23 |
| | 제천시 | 행정복지국 체육진흥과 (체육지원팀, 시설조성팀, 시설관리팀) | 8 | 3 | - | - | - | 11 |
| | 옥천군 | 체육시설사업소 | 8 | 5 | - | - | - | 13 |
| | 증평군 | 문화체육관광과(체육진흥팀) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| | | 시설사업소(체육시설팀) | 1 | 4 | - | - | - | 5 |
| | 괴산군 | 행정복지국 문화체육관광과 (체육진흥팀) | 4 | - | - | - | - | 4 |
| | 음성군 | 행정복지국 문화체육과 (체육진흥팀) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| | | 시설관리사업소(운영팀) | 2 | 1 | - | - | 17 | 20 |
| | 단양군 | 행정복지국 문화관광과 (체육진흥팀) | 3 | 2 | 1 | - | - | 6 |
| | 진천군 | 복지행정국 문화홍보체육과 (체육팀) | 4 | - | - | - | - | 4 |
| | | 시설관리사업소(운영팀) | 1 | - | 12 | - | - | 13 |
| | 보은군 | 스포츠타임즈(체육팀, 운영팀, 시설팀, 전자훈련팀) | 10 | 6 | - | - | - | 16 |
| | 영동군 | 시설사업소(체육시설팀) | 1 | 3 | 1 | - | - | 5 |
| | | 국악문화체육과(체육진흥팀) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| 소계 | | 79 | 45 | 14 | 0 | 17 | 155 | |
| 충남 (15) | 천안시 | 체육진흥과(체육행정, 생활체육, 스포츠타임즈, 체육시설) | 10 | 2 | 1 | - | - | 13 |
| | 공주시 | 문화복지관광국 문화체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀) | 7 | 1 | - | - | - | 8 |
| | 보령시 | 자치행정국 교육체육과 (체육지원팀) | 3 | 3 | - | - | - | 6 |
| | | 자치행정국 교육체육과 (체육시설관리팀) | - | 4 | 3 | - | - | 7 |
| | 아산시 | 체육육성과(체육행정팀, 체육지원팀, 체육시설팀, 종합운동장팀) | 13 | 5 | 4 | - | - | 22 |



| 구분 | 조직 | | 인력 | | | | | 계 |
|---------|-----|--|-----|------------------|------------------|------------------|------------------|-----|
| | | | 행정직 | 기술직 ¹ | 기능직 ² | 별정직 ³ | 계약직 ⁴ | |
| 전북 (14) | 서산시 | 시민생활국 체육진흥과(체육지원, 체육시설, 관리, 운영, 스포츠마케팅T/F) | 11 | 9 | 1 | - | - | 21 |
| | 논산시 | 친절행정국 관광체육과(체육팀) | 4 | - | - | - | - | 4 |
| | 계룡시 | 문화체육과(체육진흥팀) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| | 당진시 | 자치행정국 체육육성과(체육정책팀, 체육지원팀, 체육시설팀) | 6 | 1 | 1 | - | - | 8 |
| | 금산군 | 관광문화체육과(체육진흥팀) | 3 | 2 | - | - | 1 | 6 |
| | 부여군 | 문화관광과(체육진흥팀) | 2 | 1 | 1 | - | - | 4 |
| | 서천군 | 문화체육과(체육팀) | 3 | 1 | - | - | - | 12 |
| | | 공공시설사업소(체육시설팀) | 1 | 3 | - | - | 4 | |
| | 청양군 | 문화체육관광과(체육팀) | 2 | 3 | - | - | 1 | 21 |
| | | 공공시설사업소(시설팀) | 3 | 3 | - | - | 9 | |
| | 홍성군 | 교육체육과(체육진흥팀, 체육시설팀) | 3 | 3 | - | - | 5 | 11 |
| | 예산군 | 행정복지국 교육체육과(체육지원, 체육시설) | 4 | 7 | 2 | - | - | 13 |
| | 태안군 | 교육체육과(체육진흥, 체육시설) | 3 | 4 | - | - | - | 7 |
| 소계 | | | 81 | 52 | 13 | 0 | 20 | 166 |
| 전북 (14) | 전주시 | 체육산업과(스포츠산업, 체육진흥, 체육시설조성, 체육시설관리) | 8 | 9 | 0 | - | - | 17 |
| | 군산시 | 체육진흥과(체육진흥, 운영1, 운영2, 시설, 국민체육센터, 장애인체육관) | 13 | 9 | 4 | - | - | 26 |
| | 익산시 | 체육진흥과(체육진흥, 시설조성) | 10 | 12 | 2 | - | - | 24 |
| | 정읍시 | 복지교육국 교육체육청소년과(체육진흥팀, 마케팅스포츠팀) 도시안전국 시설관리사업소(체육시설조성팀, 체육시설운영관리팀) | 7 | 5 | 1 | - | - | 13 |
| | 남원시 | 총무국 교육체육과(체육진흥계, 체육시설계) | 4 | 5 | - | - | 1 | 10 |
| | 김제시 | 경제복지국 체육청소년과(체육담당, 체육시설담당) | 4 | 8 | - | 1 | - | 13 |
| | 완주군 | 행정복지국 관광체육과(체육지원팀) 시설공원사업소(체육시설팀) | 4 | 4 | 2 | - | - | 10 |
| | 진안군 | 문화체육과(체육지원팀, 체육시설팀) | 2 | 3 | - | - | - | 5 |
| | 무주군 | 문화관광과(체육진흥팀) | 2 | 1 | - | - | 1 | 4 |
| | 장수군 | 문화체육관광과(체육팀) | 3 | 1 | 1 | - | - | 5 |
| | 임실군 | 지역복지국 체육청소년과(체육진흥팀) | 3 | 1 | - | - | - | 4 |

| 구분 | 조직 | 인력 | | | | | 계 | |
|------------|--|---|------------------|------------------|------------------|------------------|----|-----|
| | | 행정직 | 기술직 ¹ | 기능직 ² | 별정직 ³ | 계약직 ⁴ | | |
| | 순창군 | 체육진흥사업소(체육진흥계, 스포츠마케팅계, 체육시설계) | 6 | 3 | 1 | - | 1 | 11 |
| | 고창군 | 체육청소년사업소 (체육진흥팀, 체육시설팀) | 6 | 5 | 7 | - | - | 18 |
| | 부안군 | 문화체육시설사업소 (스포츠마케팅팀, 관리팀) | 3 | 3 | - | - | - | 6 |
| | 소계 | | 75 | 69 | 18 | 1 | 3 | 166 |
| 전남 (22) | 목포시 | 교육체육과(체육지원팀, 체육시설팀, 스포츠마케팅팀) | 7 | 3 | - | - | - | 10 |
| | 여수시 | 체육지원과(체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀, 진남관리팀, 체육관관리팀) | 13 | 9 | 8 | - | 14 | 44 |
| | 순천시 | 스포츠산업과(체육지원팀, 스포츠마케팅, 체육시설팀) | 10 | 4 | - | - | 4 | 18 |
| | | 체육시설관리소 (관리, 시설, 운영담당) | - | - | - | - | - | 0 |
| | 나주시 | 체육진흥과 (체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설관리팀) | 7 | 5 | - | - | 8 | 20 |
| | 광양시 | 체육과(체육진흥팀, 체육시설팀, 체육시설운영팀, 수영장운영팀) | 7 | 9 | 3 | - | 12 | 31 |
| | 담양군 | 문화체육과(스포츠산업담당) | 4 | 2 | 2 | - | 12 | 20 |
| | 곡성군 | 관광문화과(체육팀) | 3 | 1 | 1 | - | 1 | 6 |
| | 구례군 | 스포츠산업과 (체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 시설관리팀, 시설안전팀) | 17 | - | 13 | - | - | 30 |
| | 고흥군 | 문화예술과 (체육담당, 시설관리담당) | 3 | 3 | 4 | - | 11 | 21 |
| | 보성군 | 문화관광과(체육진흥담당) | 6 | 4 | 13 | - | 4 | 27 |
| | 화순군 | 스포츠산업과 (체육행정팀, 스포츠지원팀, 체육시설팀, 스포츠문화팀) | 11 | 9 | 23 | - | 6 | 49 |
| | 장흥군 | 문화관광과(스포츠산업팀) | 4 | 1 | - | - | 9 | 14 |
| | 강진군 | 스포츠산업단 (체육경영팀, 시설관리팀) | 4 | 3 | 4 | - | 9 | 20 |
| | 해남군 | 문예체육진흥사업소 (스포츠마케팅팀, 체육시설팀) | 7 | 2 | - | - | 16 | 25 |
| | 영암군 | 홍보체육과 (체육정책팀, 체육시설팀) | 10 | 8 | 16 | - | 2 | 36 |
| | 무안군 | 체육시설사업소 (운영관리담당, 체육진흥담당) | 8 | 2 | 1 | - | 19 | 30 |
| | 함평군 | 문화관광체육과(체육진흥담당) | 3 | 1 | - | - | 1 | 5 |
| 영광군 | 스포츠산업과 (체육진흥담당, 스포츠마케팅담당, 체육시설담당, 위생담당) | 12 | 5 | 3 | - | - | 20 | |



| 구분 | 조직 | 인력 | | | | | | |
|------------|-----|---|------------------|------------------|------------------|------------------|-----|-----|
| | | 행정직 | 기술직 ¹ | 기능직 ² | 별정직 ³ | 계약직 ⁴ | 계 | |
| | 장성군 | 문화관광과(스포츠산업담당) | 4 | - | - | - | - | 4 |
| | 완도군 | 문화체육과 (스포츠산업담당, 체육시설담당) | 4 | 2 | - | - | 24 | 30 |
| | 진도군 | 문화예술체육과(체육지원담당) | 2 | 1 | - | - | 1 | 4 |
| | 신안군 | 행정지원과(체육지원담당) | 2 | 2 | - | - | 1 | 5 |
| | | 소계 | 148 | 76 | 91 | 0 | 154 | 469 |
| 경북 (23) | 포항시 | 새마을체육산업과(체육지원팀, 체육시설팀, 스포츠마케팅팀) | 7 | 5 | - | - | - | 12 |
| | | 해양산업과(해양레저팀) | 3 | 1 | - | - | 5 | 9 |
| | 경주시 | 문화관광국 체육진흥과 (체육정책팀, 체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀) | 13 | 3 | - | - | - | 16 |
| | 김천시 | 스포츠산업과(스포츠지원담당, 스포츠마케팅담당, 스포츠시설 운영담당, 스포츠시설관리담당) | 12 | 10 | - | - | - | 22 |
| | 안동시 | 문화복지국 체육새마을과 (체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀) | 12 | 4 | - | - | 2 | 18 |
| | 구미시 | 체육진흥과(체육진흥담당, 시설조성담당, 스포츠마케팅담당, 체육시설관리담당) | 9 | 11 | - | - | - | 20 |
| | 영주시 | 자치행정국 체육진흥과 (체육지원팀, 체육시설팀, 체육시설운영팀, 실내수영장TF팀) | 8 | 11 | - | - | - | 19 |
| | 영천시 | 행정자치국 새마을체육과 (체육행정담당, 체육지원담당) | 6 | 2 | 2 | - | - | 10 |
| | 상주시 | 행정복지국 새마을체육과 (체육, 시민운동장 국민체육센터) | 8 | 5 | - | - | 5 | 18 |
| | 문경시 | 행정복지국 새마을체육과 (체육지원담당, 체육시설담당, 스포츠마케팅담당) | 7 | 3 | - | - | - | 10 |
| | 경산시 | 복지문화국 체육진흥과 (체육행정팀, 생활체육팀, 체육시설팀, 국민체육센터팀, 경산수영장팀, 도민체전TF) | 11 | 14 | - | - | 52 | 77 |
| | 군위군 | 문화관광과(체육진흥담당) | 3 | 1 | - | - | - | 4 |
| | 의성군 | 관광경제국 관광문화과 (생활체육) | 4 | 1 | - | - | - | 5 |
| | 청송군 | 문화체육과(스포츠마케팅담당) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| | 영양군 | 종합시설관리사업소 (체육시설담당) | 1 | 1 | 1 | - | - | 3 |
| | | 자치행정복지국 문화관광과 (체육지원담당) | 3 | 1 | - | - | - | 4 |



| 구분 | 조직 | 인력 | | | | | 계 | |
|------------|-----|--|------------------|------------------|------------------|------------------|----|-----|
| | | 행정직 | 기술직 ¹ | 기능직 ² | 별정직 ³ | 계약직 ⁴ | | |
| 충청 | 영덕군 | 자치행정과(스포츠마케팅담당) | 3 | 1 | - | - | - | 4 |
| | | 시설관리사업소(체육시설담당) | 1 | 3 | 6 | - | 4 | 14 |
| | 청도군 | 문화체육시설사업소(체육지원담당) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| | 고령군 | 관광경제국 여성청소년과(체육담당) | 2 | 2 | - | - | - | 4 |
| | 성주군 | 새마을체육과(체육진흥담당) | 3 | 1 | - | - | - | 4 |
| | 철곡군 | 새마을문화과(체육지원담당) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| | | 체육시설사업소 | 5 | 1 | 5 | - | - | 11 |
| | 예천군 | 체육사업소(체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 시설관리팀) | 10 | 8 | - | - | - | 18 |
| | 봉화군 | 새마을일자리경제과(체육진흥담당) | 4 | - | 1 | - | - | 5 |
| | 울진군 | 체육진흥사업소(체육지원팀, 시설관리팀, 시설개발팀) | 10 | 7 | - | - | - | 17 |
| | 울릉군 | 관광경제건설국 관광문화체육과(체육지원팀) | 3 | - | - | - | - | 3 |
| | | 소계 | 157 | 96 | 15 | 0 | 68 | 336 |
| 경남 (18) | 창원시 | 체육진흥과(체육지원담당, 체육시설담당, 생활체육담당) | 15 | 7 | - | - | - | 22 |
| | 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) | 8 | 2 | 12 | - | 1 | 23 |
| | 김해시 | 인재육성사업소 체육지원과(체육지원팀, 생활체육팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀) | 13 | 5 | 2 | - | - | 22 |
| | 밀양시 | 행정국 교육체육과(체육진흥, 스포츠마케팅, 평생학습) | 4 | 2 | - | - | 1 | 7 |
| | 거제시 | 주민생활국 교육체육과(체육진흥담당, 체육시설담당) | 4 | 2 | - | - | - | 6 |
| | 양산시 | 복지문화국 체육지원과(체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀) | 10 | 5 | - | - | - | 15 |
| | 의령군 | 행정국 문화관광과(체육지원담당) | 3 | 1 | - | - | - | 4 |
| | 함안군 | 문화체육관광실(체육담당) | 2 | 1 | - | - | - | 3 |
| | 창녕군 | 행정복지국 문화체육과(체육담당, 문화시설담당) | 3 | 1 | - | - | 2 | 6 |
| | 고성군 | 행정복지국 문화체육과(스포츠마케팅담당, 체육시설담당) | 4 | 4 | - | - | - | 8 |

| 구분 | 조직 | | 인력 | | | | | 계 |
|-----------|------|--|-------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------|
| | | | 행정직 | 기술직 ¹ | 기능직 ² | 별정직 ³ | 계약직 ⁴ | |
| | 남해군 | 체육시설사업소(체육시설팀, 스포츠마케팅팀, 레포츠팀) | 6 | 7 | - | - | - | 13 |
| | 하동군 | 문화체육과(체육진흥, 문화체육시설) | 3 | 5 | - | - | 5 | 13 |
| | 산청군 | 문화체육과(체육행정, 체육시설) | 4 | 2 | - | - | - | 6 |
| | 함양군 | 행정국 문화관광과 (체육담당, 스포츠마케팅담당) | 3 | 4 | - | - | - | 7 |
| | 거창군 | 체육시설사업소(체육진흥담당, 체육시설담당, 국민체육센터담당, 스포츠마케팅담당) | 6 | 6 | - | - | - | 12 |
| | 합천군 | 기획예산실 체육시설과 (시설운영, 시설관리, 체육진흥, 스포츠마케팅) | 8 | 6 | 1 | - | - | 15 |
| | 소계 | | | 122 | 69 | 18 | 0 | 11 |
| 제주 (2) | 제주시 | 문화관광체육국 체육진흥과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 체육관리팀, 제주국민체육센터, 애월국민체육센터) | 5 | 9 | 15 | - | 25 | 54 |
| | 서귀포시 | 체육진흥과(체육지원, 스포츠마케팅, 경기장관리, 경기장시설, 국민체육센터담당) | 11 | 11 | - | - | - | 22 |
| | 소계 | | | 16 | 20 | 15 | 0 | 25 |
| 합 계 | | | 1,420 | 680 | 254 | 11 | 407 | 2,776 |

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(2019)

(3) 지방 체육단체 운영현황

2016년 체육회와 생활체육회 통합에 따라 우리나라의 지방 체육단체는 체육회와 장애인체육회로 운영되고 있다. 지방자치단체의 목적에 따라 각각의 단체들은 독립운영하거나 체육회와 장애인체육회 통합운영 등의 유형이 있다. 광역자치단체 17개는 체육회와 장애인체육회를 독립적으로 운영하고 있으며, 기초자치단체의 경우 총 228개 시·군·구 중 체육회는 204개, 장애인체육회는 91개가 독립적으로 운영되고 있다. 각 시·도의 특성에 따라 체육회와 장애인체육회를 통합운영하고 있는 기초자치단체는 24개이다.

〈표 7-5〉 지방자치단체 체육단체 운영 현황

(단위: 개)

| 광역 | 구분 | 체육단체 독립운영 | 체육단체 미설치 | 체육단체 통합운영 |
|--------|--------|-----------|----------|-----------|
| | 체육회 | 17 | - | |
| 장애인체육회 | 17 | - | | |
| 기초 | 체육회 | 204 | - | 24 |
| | 장애인체육회 | 91 | 113 | |

※ 출처: 각 광역자치단체별 내부자료(2019)

〈표 7-6〉 광역자치단체 체육단체 운영 실태

(단위: 명)

| 시도 | 구분 | 조직구조 | 직원수 | | 비고(운영유형) |
|---------|--------|---------------|-----|------|---------------|
| | | | 직원수 | 지도자수 | |
| 서울특별시 | 체육회 | 1처1실4부11팀 | 53 | - | |
| | 장애인체육회 | 1처5팀 | 23 | 120 | |
| 부산광역시 | 체육회 | 1처3본부6부 | 35 | 78 | |
| | 장애인체육회 | 1처3부 | 11 | 50 | |
| 대구광역시 | 체육회 | 1처4부1소 | 28 | - | |
| | 장애인체육회 | 1처1부3팀 | 15 | 26 | |
| 인천광역시 | 체육회 | 1처4부12팀 | 75 | 45 | |
| | 장애인체육회 | 1처5팀 | 22 | 56 | |
| 광주광역시 | 체육회 | 1처1처장4부10팀1센터 | 75 | 43 | |
| | 장애인체육회 | 1처4팀 | 13 | 28 | |
| 대전광역시 | 체육회 | 1처3부6팀 | 30 | 80 | 장애인체육회 단체장 겸직 |
| | 장애인체육회 | 1처3팀 | 11 | 25 | |
| 울산광역시 | 체육회 | 1처3부6과1단 | 27 | 7 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 1처1부2과2팀 | 9 | 31 | |
| 세종특별자치시 | 체육회 | 1처3팀 | 16 | 17 | |
| | 장애인체육회 | 1처2팀 | 8 | 15 | |
| 경기도 | 체육회 | 1처1본부4부1단1실 | 53 | - | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 1처1본부3과1실 | 23 | 8 | |
| 강원도 | 체육회 | 1처1실2과7팀 | 24 | 84 | |
| | 장애인체육회 | 1처4부1팀 | 15 | 10 | |



| 시도 | 구분 | 조직구조 | 직원수 | | 비고(운영유형) |
|---------|--------|-----------|-----|------|------------------|
| | | | 직원수 | 지도자수 | |
| 충청북도 | 체육회 | 1처4부 | 22 | 34 | |
| | 장애인체육회 | 1처3부 | 13 | 28 | |
| 충청남도 | 체육회 | 1처2부6팀 | 26 | 27 | |
| | 장애인체육회 | 1처4팀 | 13 | 17 | |
| 전라북도 | 체육회 | 1처2본부7과8팀 | 29 | 60 | 민간회장 직원수 제외 |
| | 장애인체육회 | 1처3과 | 10 | 27 | |
| 전라남도 | 체육회 | 1처1실3팀 | 27 | 45 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 1처3팀 | 12 | 22 | |
| 경상북도 | 체육회 | 1처2부6팀 | 26 | - | 단체장 겸직 |
| | 장애인체육회 | 1처3팀 | 10 | - | |
| 경상남도 | 체육회 | 1처3부 | 25 | - | 단체장 겸직 |
| | 장애인체육회 | 1처1부1과4팀 | 13 | 22 | |
| 제주특별자치도 | 체육회 | 1처4부8과 | 28 | 34 | 단체장 겸직 (지자체장) |
| | 장애인체육회 | 1처4부 | 18 | 31 | |

※ 출처: 각 광역자치단체별 내부자료(2019)

〈표 7-7〉 기초자치단체 체육단체 운영 실태

(단위: 명)

| 지역 | 구분 | 조직구조 | 직원 수 | | 비고 | |
|------------|------|--------|------|------|----|----------------------------|
| | | | 직원수 | 지도자수 | | |
| 서울 (25) | 종로구 | 체육회 | 1국 | 1 | 13 | |
| | | 장애인체육회 | 이사회 | - | 2 | |
| | 중구 | 체육회 | 1국 | 11 | 10 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 용산구 | 체육회 | 1국 | 13 | 12 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 성동구 | 체육회 | 1국 | 16 | 15 | |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 1 | 2 | |
| | 광진구 | 체육회 | 1국 | 1 | 15 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 동대문구 | 체육회 | 1국 | 1 | 12 | |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 1 | 2 | |
| | 중랑구 | 체육회 | 1국 | 13 | 11 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 성북구 | 체육회 | 1국 | 18 | 12 | |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 3 | - | |
| | 강북구 | 체육회 | 1국 | 15 | - | *체육회 지도자수: 14명(직원수와 중복) |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 3 | - | |
| | 도봉구 | 체육회 | 1국 | 14 | 13 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |



| 지역 | 구분 | 조직구조 | 직원 수 | | 비고 | |
|------------|--------|---------|------|------|-------------|------|
| | | | 직원수 | 지도자수 | | |
| 부산 (16) | 노원구 | 체육회 | 1국 | 19 | 18 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 2 | |
| | 은평구 | 체육회 | 1국 | 1 | 17 | |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 1 | - | |
| | 서대문구 | 체육회 | 1국 | 16 | 15 | |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 1 | - | |
| | 마포구 | 체육회 | 1국 | 1 | 16 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 2 | |
| | 양천구 | 체육회 | 1국 | - | 13 | |
| | | 장애인체육회 | 이사회 | - | - | |
| | 강서구 | 체육회 | 1국 | 17 | 16 | |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 1 | - | |
| | 구로구 | 체육회 | 1국 | 15 | 14 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 금천구 | 체육회 | 1국 | 10 | 9 | |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 1 | 2 | |
| | 영등포구 | 체육회 | 1국 | - | 13 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | - | 2 | |
| | 동작구 | 체육회 | 1국 | 14 | 13 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 관악구 | 체육회 | 1국 | 16 | 14 | 독립운영 | |
| | 장애인체육회 | 1국 | 5 | 3 | | |
| 서초구 | 체육회 | 1국 | 16 | 13 | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 강남구 | 체육회 | 1국 | 13 | 12 | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 송파구 | 체육회 | 1국 | 1 | 15 | | |
| | 장애인체육회 | 1국 | 1 | 2 | | |
| 강동구 | 체육회 | 1국 | 13 | 11 | | |
| | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 1 | | |
| 중구 | 체육회 | 이사회, 1국 | 1 | 5 | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 서구 | 체육회 | 1국 | 5 | - | 직원과 지도자가 같음 | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 동구 | 체육회 | 1국 | 1 | 7 | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 영도구 | 체육회 | 1국 | 1 | 6 | 독립운영 | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 부산진구 | 체육회 | 1국 | 9 | 8 | 독립운영 | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 동래구 | 체육회 | 1국 | 10 | 8 | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 남구 | 체육회 | 1국 | 10 | 9 | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |

| 지역 | 구분 | 조직구조 | 직원 수 | | 비고 | | |
|------------|--------|---------|---------|------|----|---------------|------|
| | | | 직원수 | 지도자수 | | | |
| 대구 (8) | 북구 | 체육회 | 1국 | 1 | 8 | 직원(1) 사무국장 | |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 1 | - | | |
| | 해운대구 | 체육회 | 1국 | 1 | 11 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 서하구 | 체육회 | 이사회 | 2 | 6 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 금정구 | 체육회 | 1국 | 1 | 8 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 강서구 | 체육회 | 사무국 | 2 | 8 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 연제구 | 체육회 | 사무국 | - | - | | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 수영구 | 체육회 | 이사회, 1국 | - | - | | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | | |
| 사상구 | 체육회 | 이사회, 1국 | - | - | | | |
| | 장애인체육회 | 이사회, 1국 | - | - | | | |
| 기장군 | 체육회 | 1국 | - | - | | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | | |
| 대구 (8) | 중구 | 체육회 | 1국 | 1 | 11 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 동구 | 체육회 | 1국 | 1 | 12 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 서구 | 체육회 | 1국 | - | 12 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 남구 | 체육회 | 1국 | 1 | 10 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 북구 | 체육회 | 사무국 | 15 | 14 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 수성구 | 체육회 | 사무국 | 1 | 14 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 달서구 | 체육회 | 1국 | 1 | 15 | | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | | |
| 달성군 | 체육회 | 1국 | 2 | 13 | | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | | |
| 인천 (10) | 중구 | 체육회 | 이사회, 1국 | 11 | 11 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 동구 | 체육회 | 1국 | 2 | 8 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 미추홀구 | 체육회 | 1국 | 2 | 10 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 연수구 | 체육회 | 1국 | 13 | 12 | | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | | |



| 지역 | 구분 | 조직구조 | 직원 수 | | 비고 | |
|-----------|--------|--------------------------------|-------------|------|-------------------|------|
| | | | 직원수 | 지도자수 | | |
| 광주 (5) | 남동구 | 체육회 | 1국 | 1 | 13 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 부평구 | 체육회 | 1국 | 2 | 14 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 계양구 | 체육회 | 1국 | 2 | 13 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 서구 | 체육회 | 1국 | 1 | 12 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 강화군 | 체육회 | 1국 | 3 | 9 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 웅진군 | 체육회 | 1국 | 1 | 2 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 동구 | 체육회 | 1국 | 3 | 11 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 서구 | 체육회 | 1국 | 1 | 16 | | |
| | 장애인체육회 | 1국 | 1 | 5 | | |
| 남구 | 체육회 | 사무국, 이사회, 종목단체 대의원 총회 | 1 | 14 | 독립운영 | |
| | 장애인체육회 | 사무국, 이사회 | 1 | 4 | | |
| 북구 | 체육회 | 이사회, 1국(사무국) | 2 | 16 | 독립운영 | |
| | 장애인체육회 | 이사회, 1국(사무국) | 1 | 4 | | |
| 광산구 | 체육회 | 사무국 | 1 | 14 | 이사회 및 각종위원회 구성 | |
| | 장애인체육회 | - | - | - | | |
| 대전 (5) | 동구 | 체육회 | 사무국, 이사회 | 2 | 13 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 중구 | 체육회 | 사무국, 이사회 | 2 | 13 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 서구 | 체육회 | 사무국, 이사회 | 1 | 15 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 사무국, 이사회 | 1 | 4 | |
| | 유성구 | 체육회 | 사무국 | 2 | 15 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 대덕구 | 체육회 | 사무국, 이사회 | 2 | 15 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |

| 지역 | 구분 | 조직구조 | 직원 수 | | 비고 | |
|------------|--------|--------|--------|------|------|------|
| | | | 직원수 | 지도자수 | | |
| 울산 (5) | 중구 | 체육회 | 1팀 | 4 | 14 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1팀 | 1 | 2 | |
| | 남구 | 체육회 | 1팀 | 4 | 15 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 동구 | 체육회 | 1국 | 2 | 14 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 북구 | 체육회 | 1국 | 4 | 16 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 울주군 | 체육회 | 1국 | 4 | 16 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 경기 (31) | 수원시 | 체육회 | 1국4과9팀 | 40 | 15 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국1과2팀 | 7 | 7 | |
| | 고양시 | 체육회 | 1국1과4팀 | 12 | 12 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국1팀 | 4 | 7 | |
| | 성남시 | 체육회 | 1국3과7팀 | 16 | 14 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 5 | 8 | |
| | 용인시 | 체육회 | 1국4팀 | 13 | 12 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 4 | 6 | |
| | 부천시 | 체육회 | 3부 | 13 | 12 | 통합운영 |
| | | 장애인체육회 | 1부 | 2 | 7 | |
| | 안산시 | 체육회 | 1국 | 15 | 14 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 6 | 6 | |
| | 남양주시 | 체육회 | 1국4팀 | 16 | 13 | 통합운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국1팀 | 3 | 3 | |
| | 안양시 | 체육회 | 1국 | 11 | 10 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 3 | 4 | |
| | 화성시 | 체육회 | 1국4팀 | 16 | 14 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국1팀 | 2 | 5 | |
| | 평택시 | 체육회 | 1국3과 | 9 | 12 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국1팀 | 2 | 5 | |
| | 의정부시 | 체육회 | 1국 | 8 | 7 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 3 | 4 | |
| | 시흥시 | 체육회 | 1국1팀 | 9 | 21 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 4 | 10 | |
| | 파주시 | 체육회 | 1국1과2팀 | 7 | 13 | 통합운영 |
| | | 장애인체육회 | | | | |
| | 김포시 | 체육회 | 1국 | 7 | 10 | 통합운영 |
| | | 장애인체육회 | | 2 | 3 | |
| | 광명시 | 체육회 | 1국 | 7 | 15 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 3 | 4 | |
| | 광주시 | 체육회 | 1국2과 | 3 | 9 | 독립운영 |
| 장애인체육회 | | 1국 | 2 | 2 | | |
| 군포시 | 체육회 | 1국 | 5 | 10 | 통합운영 | |
| | 장애인체육회 | | 1 | 3 | | |



| 지역 | 구분 | 조직구조 | 직원 수 | | 비고 |
|------|--------|------|------|------|--------------------------|
| | | | 직원수 | 지도자수 | |
| 오산시 | 체육회 | 1국4팀 | 9 | 6 | 통합운영 |
| | 장애인체육회 | | 1 | 2 | |
| 이천시 | 체육회 | 1국 | 5 | 8 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 3 | |
| 양주시 | 체육회 | 1국 | 5 | 9 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 1국 | 3 | 5 | |
| 안성시 | 체육회 | 1국 | 5 | 10 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 4 | |
| 구리시 | 체육회 | 1국 | 6 | 8 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 1국 | 3 | 2 | |
| 포천시 | 체육회 | 1국 | 7 | 11 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | | 4 | 3 | |
| 의왕시 | 체육회 | 1국 | 3 | 8 | 통합운영 |
| | 장애인체육회 | - | 1 | 2 | |
| 하남시 | 체육회 | 1국2과 | 6 | 13 | 통합운영 |
| | 장애인체육회 | | 1 | 2 | |
| 여주시 | 체육회 | 1국2과 | 6 | 11 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 1 | |
| 동두천시 | 체육회 | 1국 | 3 | 9 | 사무국 통합운영 |
| | 장애인체육회 | | | | |
| 과천시 | 체육회 | 1국 | 8 | 6 | 통합운영 |
| | 장애인체육회 | | 1 | 1 | |
| 양평군 | 체육회 | 2과 | 8 | 8 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 1과 | 2 | 2 | |
| 가평군 | 체육회 | 1국 | 8 | 8 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 1국 | 3 | 3 | |
| 연천군 | 체육회 | 1국 | 5 | 9 | 통합운영 |
| | 장애인체육회 | | 3 | 1 | |
| 춘천시 | 체육회 | 1국3과 | 12 | 14 | |
| | 장애인체육회 | 1국2팀 | 3 | 2 | |
| 원주시 | 체육회 | 1국3팀 | 7 | 6 | |
| | 장애인체육회 | 1국1팀 | 2 | - | |
| 강릉시 | 체육회 | 1국3팀 | 6 | 27 | |
| | 장애인체육회 | 1국1팀 | 2 | 6 | |
| 동해시 | 체육회 | 1국3팀 | 7 | 12 | 통합운영 |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 태백시 | 체육회 | 1국 | 5 | 19 | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 속초시 | 체육회 | 1국2팀 | 5 | 11 | 공무원(6급) 사무국장 파견 |
| | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 5 | |
| 삼척시 | 체육회 | 1국3팀 | 5 | 6 | 통합운영, 사무국장 겸직(체육기획팀장) |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |

| 지역 | 구분 | 조직구조 | 직원 수 | | 비고 |
|------------|--------|------|------|------|--------------------------|
| | | | 직원수 | 지도자수 | |
| 홍천군 | 체육회 | 1국2팀 | 7 | 18 | |
| | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 4 | |
| 횡성군 | 체육회 | 1국2팀 | 5 | 6 | 통합운영 |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 영월군 | 체육회 | 1국3팀 | 5 | 17 | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 평창군 | 체육회 | 1국 | 6 | 19 | 통합운영 |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 정선군 | 체육회 | 1국1팀 | 4 | 9 | 공무원(6급) 사무국장 파견 |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 철원군 | 체육회 | 1국4팀 | 6 | 9 | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 화천군 | 체육회 | 1국2팀 | 5 | 12 | 통합운영, 체육회 사무국장(6급 파견) |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 양구군 | 체육회 | 1국2팀 | 4 | 11 | 통합운영, 체육회 사무국장(6급 파견) |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 인제군 | 체육회 | 1국5팀 | 40 | 25 | 통합운영 |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 고성군 | 체육회 | 1국3팀 | 2 | 17 | 통합운영 |
| | 장애인체육회 | 1국 | 3 | - | |
| 양양군 | 체육회 | 1국4팀 | 7 | 12 | 통합운영 |
| | 장애인체육회 | | | | |
| 청주시 | 체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 장애인체육회 | 1국 | 7 | 7 | |
| 충주시 | 체육회 | 1국 | 3 | 14 | |
| | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 7 | |
| 제천시 | 체육회 | 1국 | 6 | 12 | 단체장겸직(지사체장) |
| | 장애인체육회 | | 2 | 2 | |
| 옥천군 | 체육회 | 1국 | 2 | 13 | |
| | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 2 | |
| 증평군 | 체육회 | 1국 | 8 | 11 | 통합운영 |
| | 장애인체육회 | | - | 2 | |
| 괴산군 | 체육회 | 1국 | 3 | 12 | |
| | 장애인체육회 | 1국 | 1 | 1 | |
| 음성군 | 체육회 | 1국 | 4 | 13 | 사무국장겸직 |
| | 장애인체육회 | | 1 | 4 | |
| 단양군 | 체육회 | 1국 | 13 | 11 | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 충북 (11) | | | | | |

| 지역 | 구분 | 조직구조 | 직원 수 | | 비고 | |
|------|--------|--------|------|------|----|-----------------|
| | | | 직원수 | 지도자수 | | |
| 충남 | 진천군 | 체육회 | 1국 | 15 | 12 | 사무국장겸직 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 5 | 4 | |
| | 보은군 | 체육회 | 1국 | 6 | 10 | |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 2 | |
| | 영동군 | 체육회 | 1국 | 5 | 13 | 통합운영 |
| | | 장애인체육회 | | | | |
| (15) | 천안시 | 체육회 | 1국3과 | 10 | 34 | |
| | | 장애인체육회 | 1국1팀 | 3 | 17 | |
| | 공주시 | 체육회 | 1국 | 4 | 11 | |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 5 | |
| | 보령시 | 체육회 | 1국 | 4 | 11 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 6 | |
| | 아산시 | 체육회 | 1국 | 6 | 42 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 5 | 12 | |
| | 서산시 | 체육회 | 1국 | 5 | 29 | |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 3 | 6 | |
| | 논산시 | 체육회 | 1국 | 5 | 13 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 3 | 3 | |
| | 계룡시 | 체육회 | 1국 | 4 | 10 | |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 3 | |
| | 당진시 | 체육회 | 1국 | 5 | 7 | |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 4 | |
| | 금산군 | 체육회 | 1국 | 4 | 11 | |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 1 | 3 | |
| | 부여군 | 체육회 | 1국 | 4 | 8 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 1 | |
| | 서천군 | 체육회 | 1국 | 3 | 8 | |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 4 | |
| | 청양군 | 체육회 | 1팀 | 6 | 6 | 민간회장 단체장(회장) 겸직 |
| | | 장애인체육회 | 1팀 | 3 | 5 | |
| | 홍성군 | 체육회 | 1국 | 4 | 9 | |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 5 | 10 | |
| | 예산군 | 체육회 | 1국 | 4 | 12 | |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 4 | |
| 태안군 | 체육회 | 1국2팀 | 4 | 14 | | |
| | 장애인체육회 | 1국1팀 | 2 | 8 | | |



| 지역 | 구분 | 조직구조 | 직원 수 | | 비고 | |
|------------|--------|--------|------|------|-------------------|-------------------|
| | | | 직원수 | 지도자수 | | |
| 전북 (14) | 전주시 | 체육회 | 1국 | 8 | 18 | 독립운영 (사무국장 겸직) |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 4 | 3 | |
| | 군산시 | 체육회 | 1국 | 4 | 15 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 3 | |
| | 익산시 | 체육회 | 1국 | 3 | 15 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | - | |
| | 정읍시 | 체육회 | 1국 | 3 | 15 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 2 | |
| | 남원시 | 체육회 | 1국 | 2 | 12 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 1 | 1 | |
| | 김제시 | 체육회 | 1국 | 4 | 12 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 1 | |
| | 완주군 | 체육회 | 1국 | 1 | 9 | 장애인체육회 미설치 |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| | 진안군 | 체육회 | 1국 | 5 | 8 | 독립운영 (사무국장 겸직) |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 1 | - | |
| | 무주군 | 체육회 | 1국 | 2 | 7 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 1 | - | |
| 장수군 | 체육회 | 1국 | 2 | 9 | 통합운영 | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 임실군 | 체육회 | 1국 | 4 | 8 | 체육회 통합운영 | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 손창군 | 체육회 | 1국 | 3 | 8 | 독립운영 (사무국장 겸직) | |
| | 장애인체육회 | 1국 | 1 | 1 | | |
| 고창군 | 체육회 | 1국 | 2 | 13 | 독립운영 (사무국장 겸직) | |
| | 장애인체육회 | 1국 | 1 | - | | |
| 부안군 | 체육회 | 1국 | 2 | 11 | 독립운영 (사무국장 겸직) | |
| | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 1 | | |
| 전남 (22) | 목포시 | 체육회 | 1국 | 4 | 16 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 3 | |
| | 여수시 | 체육회 | 1국 | 5 | 16 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국1과 | 3 | 4 | |
| | 순천시 | 체육회 | 2국 | 6 | 20 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 3 | 3 | |
| | 나주시 | 체육회 | 1국 | 14 | 12 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 2 | |
| | 광양시 | 체육회 | 2국 | 4 | 11 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 5 | 4 | |
| | 담양군 | 체육회 | 1국 | 12 | 10 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 곡성군 | 체육회 | 1국 | 12 | 12 | 독립운영 | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |



| 지역 | 구분 | 조직구조 | 직원 수 | | 비고 |
|-----|--------|------|------|------|--------|
| | | | 직원수 | 지도자수 | |
| 구례군 | 체육회 | 1국 | 14 | 14 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 고흥군 | 체육회 | 1국 | 5 | 8 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 보성군 | 체육회 | 1국 | 12 | 11 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 화순군 | 체육회 | 1국 | 16 | 13 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 장흥군 | 체육회 | 1국 | 10 | 11 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 1국 | 1 | 1 | |
| 강진군 | 체육회 | 1국 | 8 | 6 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 해남군 | 체육회 | 1국 | 5 | 11 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 1국 | 3 | 2 | |
| 영암군 | 체육회 | 1국 | 13 | 11 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 무안군 | 체육회 | 1국 | 12 | 10 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 함평군 | 체육회 | 1국 | 14 | 12 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 영광군 | 체육회 | 1국 | 11 | 11 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 2 | |
| 장성군 | 체육회 | 1국 | 10 | 10 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 완도군 | 체육회 | 1국 | 6 | 5 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 진도군 | 체육회 | 1국 | 10 | 7 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 신안군 | 체육회 | 1국 | 20 | 15 | 독립운영 |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 포항시 | 체육회 | 1국4팀 | 12 | 26 | |
| | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 3 | |
| 경주시 | 체육회 | 1국 | 6 | 12 | |
| | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 3 | |
| 김천시 | 체육회 | 1국 | 5 | 12 | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 안동시 | 체육회 | 1국 | 6 | 11 | 민간체육회장 |
| | 장애인체육회 | 1국 | 1 | 5 | |
| 구미시 | 체육회 | 1국2팀 | 6 | 14 | |
| | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 2 | |
| 영주시 | 체육회 | 1국 | 3 | 10 | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |
| 영천시 | 체육회 | 1국 | 3 | 10 | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | |

| 지역 | 구분 | 조직구조 | 직원 수 | | 비고 | |
|------------|--------|--------|--------|------|---------------|------|
| | | | 직원수 | 지도자수 | | |
| 상주시 | 체육회 | 2부 | 5 | 13 | 총무부, 지도부 | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 문경시 | 체육회 | 2부 | 3 | 11 | 체육운영부, 생활체육부 | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 경산시 | 체육회 | 1국 | 6 | 16 | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 군위군 | 체육회 | 1국 | 1 | 6 | 민간 체육회장 | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 의성군 | 체육회 | 1국 | 2 | 11 | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 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 | 8 | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 성주군 | 체육회 | 1국 | 6 | 11 | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 칠곡군 | 체육회 | 사무국 | 2 | 8 | 이사회 | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 예천군 | 체육회 | 1국 | 3 | 13 | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 봉화군 | 체육회 | 1국 | 3 | 7 | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 울진군 | 체육회 | 1국 | 2 | 6 | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 울릉군 | 체육회 | 1국 | 1 | 6 | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 경남 (18) | 창원시 | 체육회 | 2국5부 | 22 | 31 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국2팀 | 5 | 2 | |
| | 진주시 | 체육회 | 1국 | 8 | 13 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | 2 | |
| | 통영시 | 체육회 | 1국 | 3 | 10 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 1 | 1 | |
| | 사천시 | 체육회 | 1국 | 5 | 12 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 1 | 3 | |
| | 김해시 | 체육회 | 1국1처3팀 | 9 | 17 | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 1 | 2 | |

| 지역 | 구분 | 조직구조 | 직원 수 | | 비고 | | |
|-----------|--------|--------|------|------|----|--------|------|
| | | | 직원수 | 지도자수 | | | |
| 제주 (2) | 밀양시 | 체육회 | 1국 | 3 | 11 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 거제시 | 체육회 | 1국 | 5 | 10 | | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 1 | 2 | | |
| | 양산시 | 체육회 | 1국 | 8 | 10 | | 독립운영 |
| | | 장애인체육회 | 1국 | 2 | - | | |
| | 의령군 | 체육회 | 1국 | 2 | 10 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 함안군 | 체육회 | 1국 | 3 | 13 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 창녕군 | 체육회 | 1국 | 4 | 13 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 고성군 | 체육회 | 1국 | 3 | 10 | | 통합운영 |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 남해군 | 체육회 | 1국 | 3 | 17 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 하동군 | 체육회 | 1국 | 3 | 12 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 산청군 | 체육회 | 1국 | 3 | 14 | | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| 함양군 | 체육회 | 1국 | 3 | 11 | | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | | |
| 거창군 | 체육회 | 1국 | 3 | 11 | | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | | |
| 합천군 | 체육회 | 1국 | 3 | 11 | | | |
| | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | | |
| 제주 (2) | 제주시 | 체육회 | 1국 | 34 | 30 | 단체장 겸직 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |
| | 서귀포시 | 체육회 | 1국 | 12 | 20 | 단체장 겸직 | |
| | | 장애인체육회 | 미설치 | - | - | | |

※ 출처: 각 지방자치단체별 내부자료(2019)



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, 체육경기대회의 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 활동목적을 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 2014년 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 교유문화체육관광위원회 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 둠으로써 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, 이기흥 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 회의에서 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.

2019년 대한체육회는 77개(정회원단체 61개, 준회원단체 6개, 인정단체 10개)의 회원종목단체 및 시·도 회원종목단체 1,154개를 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 확정되었다. 통합체육회 조직구조는 1사무총장, 1감사, 1선수총장, 1사무부총장, 5본부, 3실, 19부로 되어 있다. 인력 구성은 임원/관리직 2명, 별정직 6명, 일반직 151명, 전문기술직 27명, 실무직 12명, 운영직 3명, 무기계약직 51명 등 총 현원 252명이다.

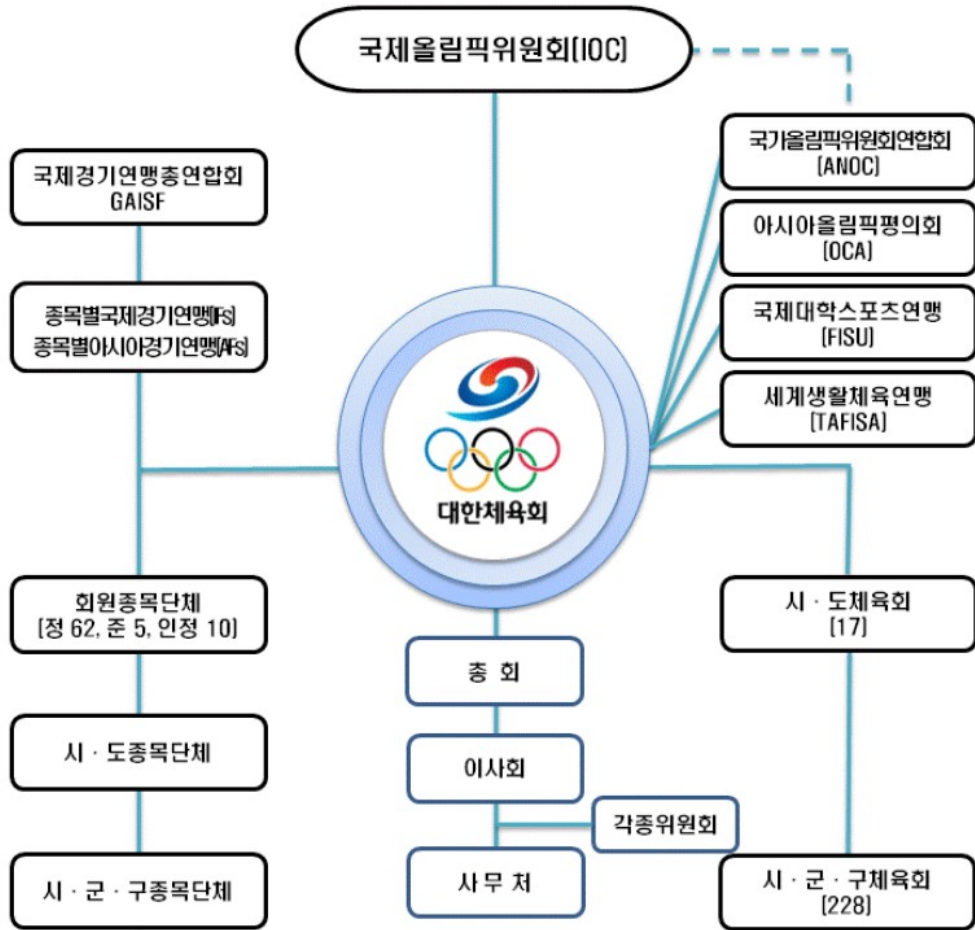
〈표 7-10〉 통합체육회 인력구성

(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 | 260 | 3 | 6 | 155 | 2 | 8 | 16 | 26 | 32 | 27 | 44 | 34 | 5 | 3 | 54 |
| 현원 | 252 | 2 | 6 | 151 | 3 | 6 | 12 | 25 | 33 | 28 | 44 | 27 | 12 | 3 | 51 |

※ 출처: 대한체육회 내부자료(2019)

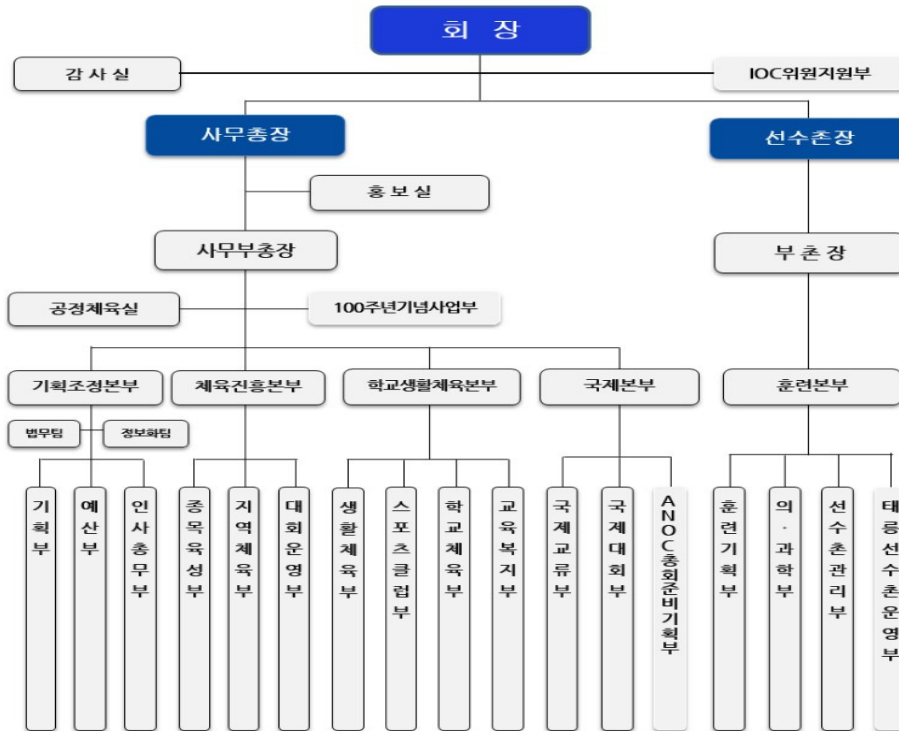
〈그림 7-2〉 국내외 스포츠단체 조직도



※ 출처: 대한체육회 홈페이지(2019)



〈그림 7-3〉 통합체육회 조직도



※ 출처: 대한체육회 홈페이지(2019)

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 2019년 대한체육회 회원종목단체는 정회원 61개, 준회원 6개, 인정단체 10개가 되었다.

〈표 7-11〉 2019년 회원종목단체 현황

(단위: 천 원, %)

| 구분 | 단체정보 | | 2019년 결산 현황 | | |
|-------------|----------|-----|-------------|-----------|-------|
| | 단체명 | 회장명 | 전체결산액 | 자체부담분 | 재정자립도 |
| 정회원 (61) | 대한검도회 | 이종림 | 3,595,374 | 2,807,788 | 78.1 |
| | 대한게이트볼협회 | 맹수일 | 980,799 | 676,643 | 69.0 |
| | 대한골프협회 | 허광수 | 5,958,242 | 5,164,253 | 86.7 |
| | 대한국학기공협회 | 권기선 | 961,202 | 413,497 | 43.0 |

| 구분 | 단체정보 | | 2019년 결산 현황 | | |
|----|-----------------|----------------|-------------|-----------|-------|
| | 단체명 | 회장명 | 전체결산액 | 자체부담분 | 재정자립도 |
| | 대한공도협회 | 박종인 | 1,010,696 | 518,997 | 51.4 |
| | 대한그라운드골프협회 | 최일성 | 556,852 | 284,685 | 51.1 |
| | 대한근대5종연맹 | 변창흠 | 4,261,153 | 2,218,197 | 52.1 |
| | 대한민국농구협회 | 방 열 | 6,138,331 | 2,442,273 | 39.8 |
| | 대한당구연맹 | 남삼현 | 3,645,088 | 2,918,522 | 80.1 |
| | 대한민국댄스스포츠연맹 | 최창환 | 741,011 | 227,632 | 30.7 |
| | 대한력비협회 | 이상응 | 3,663,885 | 1,638,244 | 44.7 |
| | 대한레슬링협회 | 이정욱 | 4,905,507 | 749,438 | 15.3 |
| | 대한롤러스포츠연맹 | 김영순 | 1,974,483 | 1,111,585 | 56.3 |
| | 대한루지경기연맹 | 박지은 | 1,546,965 | 324,019 | 20.9 |
| | 대한바둑협회 | 윤수로 | 3,742,254 | 1,697,378 | 45.4 |
| | 대한바이애슬론연맹 | 김종민 | 2,605,888 | 474,325 | 18.2 |
| | 대한민국배구협회 | 오한남 | 12,114,442 | 6,179,857 | 51.0 |
| | 대한배드민턴협회 | 박기현 | 10,902,083 | 2,484,871 | 22.8 |
| | 대한보디빌딩협회 | 장석호 | 812,337 | 483,000 | 59.5 |
| | 대한복싱협회 | 하용환 | 2,585,588 | 519,170 | 20.1 |
| | 대한볼링협회 | 김길두 | 2,893,043 | 1,642,122 | 56.8 |
| | 대한봅슬레이·스켈레톤경기연맹 | 강신성 | 4,473,660 | 1,923,043 | 43.0 |
| | 대한빙상경기연맹(관리단체) | 김철호 (관리위원장) | 9,546,637 | 6,027,253 | 63.1 |
| | 대한사격연맹 | 황용득 | 5,884,493 | 2,642,574 | 44.9 |
| | 대한산악연맹(관리단체) | 안양호 (관리위원장) | 3,882,927 | 2,034,195 | 52.4 |
| | 대한세계탁구협회 | 이래규 | 1,353,177 | 160,391 | 11.9 |
| | 대한소프트테니스협회 | 이계왕 | 1,908,739 | 504,206 | 26.4 |
| | 대한수상스키·웨이크보드협회 | 장인화 | 605,826 | 219,805 | 36.3 |
| | 대한수영연맹 | 김지용 | 4,987,945 | 1,376,719 | 27.6 |
| | 대한수중핀수영협회 | 한승현 | 2,868,747 | 2,332,640 | 81.3 |
| | 대한스쿼시연맹 | 허태숙 | 1,018,262 | 153,533 | 15.1 |
| | 대한스키협회 | 김치현 | 12,056,137 | 4,601,425 | 38.2 |
| | 대한승마협회(관리단체) | 김동환 (관리위원장) | 2,189,343 | 861,542 | 39.4 |
| | 대한씨름협회 | 박팔용 | 8,094,139 | 1,366,385 | 16.9 |



| 구분 | 단체정보 | | 2019년 결산 현황 | | |
|------------|------------|---------------|-------------|------------|-------|
| | 단체명 | 회장명 | 전체결산액 | 자체부담분 | 재정자립도 |
| 정회원 | 대한아이스하키협회 | 정몽원 | 7,465,722 | 4,197,917 | 56.2 |
| | 대한아구소프트볼협회 | 김응용 | 10,355,278 | 2,971,896 | 28.7 |
| | 대한양궁협회 | 정의선 | 8,754,260 | 7,072,680 | 80.8 |
| | 대한에어로빅연맹 | 정병권 | 856,143 | 289,181 | 33.8 |
| | 대한역도연맹 | 최성용 | 2,610,296 | 785,264 | 30.1 |
| | 대한요트협회 | 유준상 | 2,570,577 | 456,714 | 17.8 |
| | 대한유수협회 | 박창범 | 3,256,303 | 318,628 | 9.8 |
| | 대한유도회 | 김진도 | 4,112,023 | 1,275,293 | 31.0 |
| | 대한육상연맹 | 배호원 | 8,556,034 | 4,300,410 | 50.3 |
| | 대한자전거연맹 | 구자열 | 9,156,185 | 4,199,349 | 45.9 |
| | 대한조정협회 | 최진식 | 3,202,012 | 1,965,870 | 61.4 |
| | 대한민족족구협회 | 박상순 | 1,049,153 | 633,501 | 60.4 |
| | 대한철인3종협회 | 박석원 | 4,934,458 | 2,081,221 | 42.2 |
| | 대한체조협회 | 이영훈 | 5,753,353 | 2,269,464 | 39.4 |
| | 대한축구협회 | 정몽규 | 94,149,762 | 65,333,926 | 69.4 |
| | 대한카누연맹 | 김용빈 | 2,154,306 | 540,914 | 25.1 |
| | 대한컬링경기연맹 | 김재홍 | 2,346,599 | 904,125 | 38.5 |
| | 대한탁구협회 | 유승민 | 8,003,840 | 5,178,156 | 64.7 |
| | 대한태권도협회 | 최창신 | 9,516,159 | 5,432,068 | 57.1 |
| | 대한택견회 | 이일재 | 309,859 | 45,140 | 14.6 |
| 대한테니스협회 | 곽용운 | 4,969,062 | 2,694,786 | 54.2 | |
| 대한파크골프협회 | 이금용 | 1,248,676 | 836,688 | 67.0 | |
| 대한패러글라이딩협회 | 김진오 | 593,041 | 230,618 | 38.9 | |
| 대한펜싱협회 | 최신원 | 6,603,215 | 3,313,648 | 50.2 | |
| 대한하키협회 | 강동훈 | 3,867,101 | 914,482 | 23.6 | |
| 대한합기도총협회 | 정달순 | 1,337,683 | 511,054 | 38.2 | |
| 대한핸드볼협회 | 최태원 | 14,585,030 | 10,286,214 | 70.5 | |
| 준회원 (6) | 대한주짓수회 | 신동준 (직무대행) | 197,275 | 197,271 | 100.0 |
| | 대한민족줄넘기협회 | 김병일 | 494,145 | 322,078 | 65.2 |
| | 대한카라테연맹 | 김수웅 | 592,907 | 69,996 | 11.8 |
| | 대한카바디협회 | 강양수 | 619,079 | 114,196 | 18.4 |

| 구분 | 단체정보 | | 2019년 결산 현황 | | |
|------------------|--------------|-----|-------------|---------|-------|
| | 단체명 | 회장명 | 전체결산액 | 자체부담분 | 재정자립도 |
| | 대한킥복싱협회 | 박중연 | 238,171 | 170,993 | 71.8 |
| | 대한크라쉬연맹 | 구윤모 | 31,554 | 31,554 | 100.0 |
| 인정 단체 (10) | 대한오리엔티어링연맹 | 김상수 | 해당 사항 없음 | | |
| | 대한요가회 | 김희선 | | | |
| | 대한민국줄다리기협회 | 장송원 | | | |
| | 대한치어리딩협회 | 이선화 | | | |
| | 대한특공무술중앙회 | 김성중 | | | |
| | 대한파워보트연맹 | 임정환 | | | |
| | 대한민국플라잉디스크연맹 | 김동진 | | | |
| | 대한플로어볼협회 | 최조연 | | | |
| | 대한피구연맹 | 조형기 | | | |
| | 한국e스포츠협회 | 김영만 | | | |

※ 출처: 대한체육회 내부자료(2019)

바. 재정 현황

대한체육회의 2019년도 예산은 국민체육진흥기금 3,072억 원, 기타보조금 4.4억 원, 자체수입 428억 원 등 총 3,504억 원 규모이다. 구체적인 예산현황은 <표 7-12>와 같다.

<표 7-12> 통합체육회 예산 현황

(단위: 백만 원)

| 연도 | 계(A) | 자원별 | | | | | 자체예산비중 (B/A)×100(%) |
|------|---------|-----|---------|-------------|-----------|---------|------------------------|
| | | 국고 | 기금 | 공익사업 적립금 | 기타 보조금 | 자체수입(B) | |
| 2019 | 350,477 | - | 307,211 | - | 440 | 42,826 | 12.22 |

※ 주: 결산세입액 기준 작성

※ 출처: 대한체육회 내부자료(2019)

2017년 12월 31일 기준으로 광역자치단체의 17개의 시·도체육회와 생활체육회는 통합을 완료하였다. 2019년 시·도 체육회의 총 예산은 5,559억 원, 자체수입은 356억 원 규모로 전체 예산 중 자체수입은 6.4%를 차지하였다. 2019년 시·군·구 체육회의 총 예산은 6,220억 원 규모이며, 자체수입은 259억 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 | 2019년 예산(결산세입액 기준) | | |
|------------|----------|--------------------|---------|------------------------|
| | | 전체예산(A) | 자체수입(B) | 자체예산비중 (B/A)×100(%) |
| 서울특별시체육회 | 1953. 2. | 99,665 | 14,369 | 14.42 |
| 부산광역시체육회 | 1963. 3. | 34,423 | 2,067 | 6.00 |
| 대구광역시체육회 | 1981. 7. | 32,002 | 748 | 2.34 |
| 인천광역시체육회 | 1981. 7. | 52,198 | 68 | 0.13 |
| 광주광역시체육회 | 1986.11. | 49,825 | 10,893 | 21.86 |
| 대전광역시체육회 | 1989. 1. | 26,134 | 1,282 | 4.91 |
| 울산광역시체육회 | 1997. 7. | 19,269 | - | 0.00 |
| 세종특별자치시체육회 | 2012. 7. | 6,674 | 31 | 0.46 |
| 경기도체육회 | 1950. 6. | 40,989 | - | 0.00 |
| 강원도체육회 | 1946. 5. | 24,024 | 427 | 1.78 |
| 충청북도체육회 | 1946. 3. | 21,092 | 3,246 | 15.39 |
| 충청남도체육회 | 1927. 3. | 19,743 | 141 | 0.71 |
| 전라북도체육회 | 1947. 3. | 35,254 | 232 | 0.66 |
| 전라남도체육회 | 1945. 9. | 20,425 | 118 | 0.58 |
| 경상북도체육회 | 1949. 1. | 24,149 | 649 | 2.69 |
| 경상남도체육회 | 1945.12. | 25,583 | - | 0.00 |
| 제주도체육회 | 1951. 6. | 24,488 | 1,331 | 5.44 |
| 합 계 | | 555,937 | 35,602 | 6.40 |

※ 주: 결산세입액 기준 작성

※ 주: 전체예산=국고+기금+공익사업적립금+자체수입

※ 출처: 대한체육회 내부자료(2019)

〈표 7-14〉 시·군·구 체육회 예산 현황

(단위: 백만 원)

| 자치단체명 | | 2019년 예산(결산세입액 기준) | | |
|------------|-----|--------------------|---------|------------------------|
| | | 전체예산(A) | 자체수입(B) | 자체예산비중 (B/A)×100(%) |
| 서울 (25) | 종로 | 1,236 | 51 | 4.13 |
| | 중구 | 785 | 52 | 6.62 |
| | 용산 | 621 | 57 | 9.18 |
| | 성동 | 1,092 | 80 | 7.33 |
| | 광진 | 1,384 | 87 | 6.29 |
| | 동대문 | 937 | 33 | 3.52 |
| | 종량 | 977 | 55 | 5.63 |
| | 성북 | 998 | 43 | 4.31 |
| | 강북 | 1,001 | 76 | 7.59 |
| | 도봉 | 1,125 | 89 | 7.91 |
| | 노원 | 1,426 | 50 | 3.51 |
| | 은평 | 1,490 | 85 | 5.70 |
| | 서대문 | 847 | 66 | 7.79 |

| 자치단체명 | | 2019년 예산(결산세입액 기준) | | |
|------------|--------|--------------------|---------|------------------------|
| | | 전체예산(A) | 자체수입(B) | 자체예산비중 (B/A)×100(%) |
| | 마포 | 1,474 | 191 | 12.96 |
| | 양천 | 969 | 76 | 7.84 |
| | 강서 | 1,235 | 105 | 8.50 |
| | 구로 | 1,108 | 59 | 5.32 |
| | 금천 | 737 | 60 | 8.14 |
| | 영등포 | 911 | 57 | 6.26 |
| | 동작 | 1,320 | 63 | 4.77 |
| | 관악 | 1,290 | 57 | 4.42 |
| | 서초 | 1,469 | 46 | 3.13 |
| | 강남 | 1,106 | 44 | 3.98 |
| | 송파 | 1,332 | 83 | 6.23 |
| | 강동 | 1,017 | 111 | 10.91 |
| | 소계 | 27,887 | 1,776 | 6.37 |
| 부산 (16) | 중구 | 372 | 39 | 10.48 |
| | 서구 | 411 | 28 | 6.81 |
| | 동구 | 510 | 39 | 7.65 |
| | 영도구 | 460 | 62 | 13.48 |
| | 부산진구 | 596 | 55 | 9.23 |
| | 동래구 | 622 | 68 | 10.93 |
| | 남구 | 609 | 45 | 7.39 |
| | 북구 | 566 | 37 | 6.54 |
| | 해운대구 | 875 | 84 | 9.60 |
| | 사하구 | 449 | 31 | 6.90 |
| | 금정구 | 760 | 164 | 21.58 |
| | 강서구 | 628 | 42 | 6.69 |
| | 연제구 | 486 | 61 | 12.55 |
| | 수영구 | 448 | 79 | 17.63 |
| | 사상구 | 630 | 57 | 9.05 |
| | 기장군 | 656 | - | 0.00 |
| 소계 | 9,078 | 891 | 9.81 | |
| 대구 (8) | 중구 | 643 | 28 | 4.35 |
| | 동구 | 907 | 26 | 2.87 |
| | 서구 | 82,874 | 2,727 | 3.29 |
| | 남구 | 941 | 46 | 4.89 |
| | 북구 | 1,393 | 34 | 2.44 |
| | 수성구 | 1,347 | 65 | 4.83 |
| | 달서구 | 1,809 | 44 | 2.43 |
| | 달성군 | 1,546 | 149 | 9.64 |
| 소계 | 91,460 | 3,119 | 3.41 | |



| 자치단체명 | | 2019년 예산(결산세입액 기준) | | |
|------------|-------|--------------------|---------|------------------------|
| | | 전체예산(A) | 자체수입(B) | 자체예산비중 (B/A)×100(%) |
| 인천 (10) | 중 구 | 956 | 80 | 8.37 |
| | 동 구 | 393 | 70 | 17.81 |
| | 미추홀구 | 972 | 600 | 61.73 |
| | 연수구 | 763 | 54 | 7.08 |
| | 남동구 | 1,020 | 82 | 8.04 |
| | 부평구 | 956 | 33 | 3.45 |
| | 계양구 | 908 | 166 | 18.28 |
| | 서구 | 1,045 | 64 | 6.12 |
| | 강화군 | 763 | 41 | 5.37 |
| | 옹진군 | 296 | 12 | 4.05 |
| | 소계 | 8,072 | 1,202 | 14.89 |
| 광주 (5) | 동 구 | 1,087 | - | 0.00 |
| | 서 구 | 1,520 | 13 | 0.86 |
| | 남 구 | 1,012 | 22 | 2.17 |
| | 북 구 | 1,044 | 16 | 1.53 |
| | 광산구 | 1,520 | 13 | 0.86 |
| | 소계 | 6,183 | 64 | 1.04 |
| 대전 (5) | 동 구 | 932 | 85 | 9.12 |
| | 중 구 | 991 | 49 | 4.94 |
| | 서 구 | 3,109 | 780 | 25.09 |
| | 유성구 | 1,341 | 35 | 2.61 |
| | 대덕구 | 1,483 | 154 | 10.38 |
| | 소계 | 7,856 | 1,103 | 14.04 |
| 울산 (5) | 중 구 | 130 | 44 | 33.85 |
| | 남 구 | 457 | 456 | 99.78 |
| | 동 구 | 39 | - | 0.00 |
| | 북 구 | 242 | - | 0.00 |
| | 울주군 | 268 | 213 | 79.48 |
| | 소계 | 1,136 | 713 | 62.76 |
| 경기 (31) | 수원시 | 25,556 | 3,366 | 13.17 |
| | 고양시 | 4,594 | - | 0.00 |
| | 성남시 | 7,561 | - | 0.00 |
| | 용인시 | 5,965 | 92 | 1.54 |
| | 부천시 | 6,024 | 250 | 4.15 |
| | 안산시 | 8,442 | 646 | 7.65 |
| | 남양주시 | 4,344 | 384 | 8.84 |
| | 안양시 | 3,807 | 84 | 2.21 |
| | 화성시 | 9,522 | 190 | 2.00 |
| | 평택시 | 3,692 | 150 | 4.06 |
| | 의정부시 | 3,609 | 54 | 1.50 |
| 시흥시 | 6,006 | 143 | 2.38 | |



| 자치단체명 | | 2019년 예산(결산세입액 기준) | | |
|------------|--------|--------------------|---------|------------------------|
| | | 전체예산(A) | 자체수입(B) | 자체예산비중 (B/A)×100(%) |
| | 파주시 | 2,485 | - | 0.00 |
| | 김포시 | 3,513 | 143 | 4.07 |
| | 광명시 | 3,014 | 81 | 2.69 |
| | 광주시 | 1,712 | 171 | 9.99 |
| | 군포시 | 2,309 | 81 | 3.51 |
| | 오산시 | 4,018 | 154 | 3.83 |
| | 이천시 | 3,613 | 112 | 3.10 |
| | 양주시 | 1,476 | 61 | 4.13 |
| | 안성시 | 3,100 | 220 | 7.10 |
| | 구리시 | 2,111 | 88 | 4.17 |
| | 포천시 | 2,781 | - | 0.00 |
| | 의왕시 | 1,617 | - | 0.00 |
| | 하남시 | 2,150 | 89 | 4.14 |
| | 여주시 | 3,122 | 36 | 1.15 |
| | 동두천시 | 1,260 | 41 | 3.25 |
| | 과천시 | 2,099 | 87 | 4.14 |
| | 양평군 | 3,506 | 212 | 6.05 |
| | 가평군 | 3,822 | 277 | 7.25 |
| | 연천군 | 1,845 | 73 | 3.96 |
| | 소계 | 138,675 | 7,285 | 5.25 |
| 강원 (18) | 춘천시 | 8,339 | 32 | 0.38 |
| | 원주시 | 3,430 | 372 | 10.85 |
| | 강릉시 | 3,335 | 29 | 0.87 |
| | 동해시 | 2,878 | 106 | 3.68 |
| | 태백시 | 3,754 | - | 0.00 |
| | 속초시 | 1,554 | - | 0.00 |
| | 삼척시 | 1,484 | - | 0.00 |
| | 홍천군 | 5,845 | 51 | 0.87 |
| | 횡성군 | 4,021 | - | 0.00 |
| | 영월군 | 2,659 | - | 0.00 |
| | 평창군 | 3,504 | 196 | 5.59 |
| | 정선군 | 2,728 | 290 | 10.63 |
| | 철원군 | 4,349 | - | 0.00 |
| | 화천군 | 2,827 | 120 | 4.24 |
| | 양구군 | 1,515 | 139 | 9.17 |
| | 인제군 | 6,115 | 28 | 0.46 |
| | 고성군 | 2,037 | 60 | 2.95 |
| | 양양군 | 1,792 | - | 0.00 |
| 소계 | 62,166 | 1,423 | 2.29 | |
| 충북 (11) | 청주시 | 6,028 | 12 | 0.20 |
| | 충주시 | 2,207 | 142 | 6.43 |

| 자치단체명 | | 2019년 예산(결산세입액 기준) | | |
|------------|--------|--------------------|---------|------------------------|
| | | 전체예산(A) | 자체수입(B) | 자체예산비중 (B/A)×100(%) |
| | 제천시 | 1,987 | 255 | 12.83 |
| | 보은군 | 1,943 | - | 0.00 |
| | 옥천군 | 1,380 | 15 | 1.09 |
| | 영동군 | 2,015 | 26 | 1.29 |
| | 증평군 | 1,670 | 22 | 1.32 |
| | 진천군 | 2,314 | 65 | 2.81 |
| | 괴산군 | 1,806 | 13 | 0.72 |
| | 음성군 | 2,674 | 29 | 1.08 |
| | 단양군 | 1,100 | 39 | 3.55 |
| | 소계 | 25,124 | 618 | 2.46 |
| 충남 (15) | 천안시 | 5,268 | 166 | 3.15 |
| | 공주시 | 2,267 | - | 0.00 |
| | 보령시 | 3,135 | 238 | 7.59 |
| | 아산시 | 4,572 | - | 0.00 |
| | 서산시 | 3,726 | 374 | 10.04 |
| | 논산시 | 2,621 | - | 0.00 |
| | 계룡시 | 1,658 | 21 | 1.27 |
| | 당진시 | 3,167 | 48 | 1.52 |
| | 금산군 | 1,590 | 25 | 1.57 |
| | 부여군 | 1,764 | 30 | 1.70 |
| | 서천군 | 5,679 | - | 0.00 |
| | 청양군 | 4,036 | 20 | 0.50 |
| | 홍성군 | 1,900 | 183 | 9.63 |
| | 예산군 | 3,907 | 133 | 3.40 |
| | 태안군 | 3,023 | 96 | 3.18 |
| 소계 | 48,313 | 1,334 | 2.76 | |
| 전북 (14) | 전주시 | 3,808 | 48 | 1.26 |
| | 군산시 | 2,509 | 67 | 2.67 |
| | 익산시 | 2,446 | 55 | 2.25 |
| | 정읍시 | 2,505 | 50 | 2.00 |
| | 남원시 | 3,076 | 106 | 3.45 |
| | 김제시 | 1,767 | 32 | 1.81 |
| | 완주군 | 1,693 | 27 | 1.59 |
| | 진안군 | 1,768 | 31 | 1.75 |
| | 무주군 | 1,027 | 9 | 0.88 |
| | 장수군 | 1,621 | 12 | 0.74 |
| | 임실군 | 1,389 | - | 0.00 |
| | 순창군 | 1,525 | 20 | 1.31 |
| | 고창군 | 2,023 | 33 | 1.63 |
| | 부안군 | 955 | 54 | 5.65 |
| 소계 | 28,112 | 544 | 1.94 | |

| 자치단체명 | | 2019년 예산(결산세입액 기준) | | |
|------------|--------|--------------------|---------|------------------------|
| | | 전체예산(A) | 자체수입(B) | 자체예산비중 (B/A)×100(%) |
| 전남 (22) | 목포시 | 2,230 | 154 | 6.91 |
| | 여수시 | 2,489 | 150 | 6.03 |
| | 순천시 | 2,697 | 144 | 5.34 |
| | 나주시 | 1,263 | 32 | 2.53 |
| | 광양시 | 2,648 | - | 0.00 |
| | 담양군 | 1,022 | - | 0.00 |
| | 곡성군 | 1,266 | 18 | 1.42 |
| | 구례군 | 2,977 | 949 | 31.88 |
| | 고흥군 | 812 | - | 0.00 |
| | 보성군 | 1,043 | 19 | 1.82 |
| | 화순군 | 2,216 | 43 | 1.94 |
| | 장흥군 | 1,151 | - | 0.00 |
| | 강진군 | 1,465 | - | 0.00 |
| | 해남군 | 918 | - | 0.00 |
| | 영암군 | 1,147 | - | 0.00 |
| | 무안군 | 984 | 31 | 3.15 |
| | 함평군 | 1,169 | 23 | 1.97 |
| | 영광군 | 1,131 | - | 0.00 |
| | 장성군 | 1,088 | - | 0.00 |
| | 완도군 | 845 | 30 | 3.55 |
| | 진도군 | 1,196 | 38 | 3.18 |
| | 신안군 | 1,972 | - | 0.00 |
| 소계 | 33,729 | 1,631 | 4.84 | |
| 경북 (23) | 포항시 | 7,600 | 176 | 2.32 |
| | 경주시 | 4,325 | 49 | 1.13 |
| | 김천시 | 3,800 | 51 | 1.34 |
| | 안동시 | 6,617 | 50 | 0.76 |
| | 구미시 | 4,935 | 141 | 2.86 |
| | 영주시 | 3,180 | 69 | 2.17 |
| | 영천시 | 2,985 | - | 0.00 |
| | 상주시 | 3,960 | 71 | 1.79 |
| | 문경시 | 4,387 | 476 | 10.85 |
| | 경산시 | 4,700 | 192 | 4.09 |
| | 군위군 | 1,113 | 183 | 16.44 |
| | 의성군 | 1,154 | 3 | 0.26 |
| | 청송군 | 9,862 | 11 | 0.11 |
| | 영양군 | 1,195 | 87 | 7.28 |
| | 영덕군 | 754 | 64 | 8.49 |
| | 청도군 | 1,156 | 28 | 2.42 |
| | 고령군 | 1,173 | - | 0.00 |



| 자치단체명 | | 2019년 예산(결산세입액 기준) | | |
|------------|-----------|--------------------|---------|------------------------|
| | | 전체예산(A) | 자체수입(B) | 자체예산비중 (B/A)×100(%) |
| | 성주군 | 1,569 | 188 | 11.98 |
| | 칠곡군 | 1,478 | 61 | 4.13 |
| | 예천군 | 1,037 | 20 | 1.93 |
| | 봉화군 | 1,384 | 36 | 2.60 |
| | 울진군 | 3,190 | 21 | 0.66 |
| | 울릉군 | 985 | - | 0.00 |
| | 소계 | 72,539 | 1,977 | 2.73 |
| 경남 (18) | 창원시 | 10,901 | 121 | 1.11 |
| | 진주시 | 6,863 | 333 | 4.85 |
| | 통영시 | 2,476 | 38 | 1.53 |
| | 사천시 | 2,213 | 114 | 5.15 |
| | 김해시 | 3,357 | 84 | 2.50 |
| | 밀양시 | 1,552 | 95 | 6.12 |
| | 거제시 | 2,043 | 78 | 3.82 |
| | 양산시 | 2,948 | 161 | 5.46 |
| | 의령군 | 929 | 63 | 6.78 |
| | 함안군 | 1,827 | 114 | 6.24 |
| | 창녕군 | 1,853 | 121 | 6.53 |
| | 고성군 | 2,371 | 56 | 2.36 |
| | 남해군 | 2,513 | 33 | 1.31 |
| | 하동군 | 1,510 | 49 | 3.25 |
| | 산청군 | 1,334 | 19 | 1.42 |
| | 함양군 | 2,324 | 169 | 7.27 |
| | 거창군 | 1,591 | 20 | 1.26 |
| | 합천군 | 1,129 | 35 | 3.10 |
| | 소계 | 49,734 | 1,703 | 3.42 |
| | 제주 (2) | 제주시 | 4,905 | 16 |
| 서귀포시 | | 7,067 | 562 | 7.95 |
| 소계 | | 11,972 | 578 | 4.8 |
| 합계 | | 622,036 | 25,961 | 4.24 |

※ 주: 결산세입액 기준 작성

※ 출처: 대한체육회 내부자료(2019)

(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 장애인체육단체, 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, 설립 당시 장애인 생활체육 참여율 4.4%에서 2016년 17.7%로 획기적인 성장률을 나타내는 등 비약적인 발전을 하였다. 2017년 김성일 전 회장이 IPC 집행위원회에 당선되면서 대한민국 장애인체육의 위상을 높이는 데 기여하고 있다. 설립 당시부터 현재까지의 연혁은 <표 7-16>와 같다.

<표 7-15> 정부 체육부처 연혁

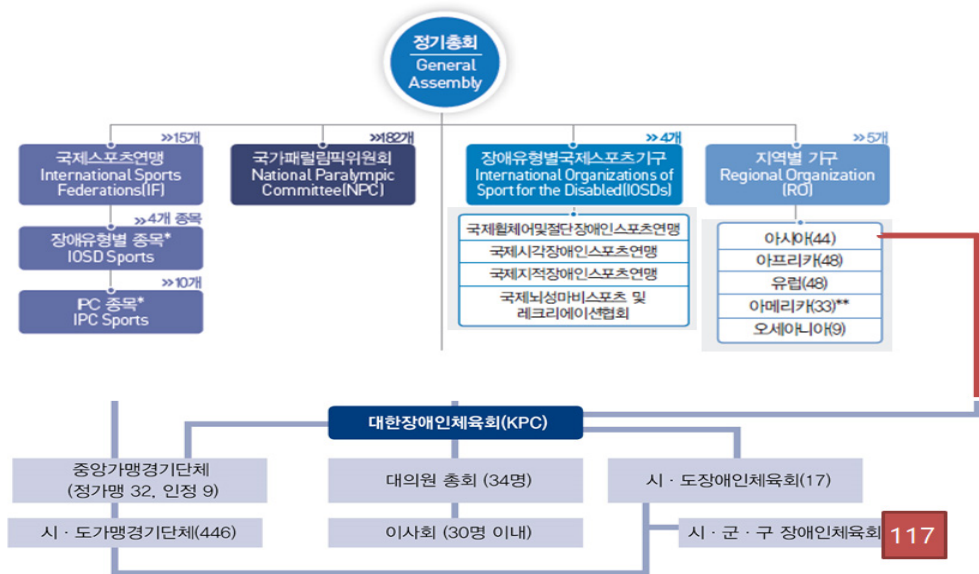
| | |
|---------------|---|
| 2004. 12. 14. | • 사회문화정책 관계장관회의에서 장애인체육 문화관광부 이관 결정 |
| 2005. 06. 29. | • 대한장애인체육회 설립근거 마련을 위한 국민체육진흥법 개정안 국회 의결 |
| 2005. 07. 29. | • 국민체육진흥법 개정안 공포(대한장애인체육회 설립근거 마련) |
| 2005. 11. 25. | • 대한장애인체육회 설립. 초대 장향숙 회장 취임 |
| 2006. 05. 12. | • 대한장애인올림픽위원회 설립(대한장애인체육회 정관 제36조) |
| 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, 한국시각장애인스포츠포럼, 대한지적장애인스포츠포럼) 가맹 |
| 2006. 07. 31. | • 2개 경기단체(조정, 탁구) 및 1개 유형별 단체(대한농인체육연맹) 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. | • 장향숙 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, 대한지적장애인스포츠포럼) 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(2019)

다. 조직 및 인력

대한장애인체육회에는 17개 시·도지부(시도장애인체육회)와 32개 중앙가맹단체(정가맹 32개, 인정 9개)가 소속되어 있다. 시·도지부인 시·도장애인체육회는 해당 시·도 행정구역별 일부 시·군·구지부와 시·도별 가맹단체로 구성되어 있는데, 117개 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



※ 출처: 대한장애인체육회(2019)



〈그림 7-5〉 대한장애인체육회 조직도



※ 출처: 대한장애인체육회(2019)

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 2019년 기준 회장을 비롯하여 사무총장 총괄, 6부와 체육인지원센터, 훈련원장 총괄의 3개 부, 나아가 이천훈련원 및 스포츠과학연구소로 구성되어 있다. 인력의 정원은 126명이며, 현원은 총 118명이다. 현원의 세부구성원은 상근임원 1명, 관리직 1명, 1급 1명, 2급 5명, 3급 11명, 4급 10명, 5급 13명, 6급 12명, 운영직 16명, 무기계약직 48명이다.

〈표 7-16〉 대한장애인체육회 인력 현황

(단위: 명)

| 구분 | 계 | 상근 임원 | 관리직 | 1급 | 2급 | 3급 | 4급 | 5급 | 6급 | 운영직 | 무기계약직 |
|----|-----|-------|-----|----|----|----|----|----|----|-----|-------|
| 정원 | 126 | 1 | 1 | 2 | 4 | 8 | 12 | 14 | 16 | 18 | 50 |
| 현원 | 118 | 1 | 1 | 1 | 5 | 11 | 10 | 13 | 12 | 16 | 48 |

※ 출처: 대한장애인체육회 내부자료(2019)

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 7-17〉 시·도 대한장애인체육회 현황

| 구분 | 소재지 | 설립년월 | 시군구 지부(117개소) |
|---------------|------|----------|---|
| 서울특별시장애인체육회 | 송파구 | 07.03.30 | 노원구, 은평구, 영등포구, 종로구, 성북구, 양천구, 강동구, 송파구, 강북구, 강서구, 성동구, 관악구, 서대문구, 마포구, 강남구 |
| 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, 서구 |
| 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, 동두천 |
| 강원도장애인체육회 | 춘천시 | 07.05.30 | 속초시, 강릉시, 홍천군, 춘천시 |
| 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, 부여군 |
| 전라북도장애인체육회 | 전주시 | 06.12.26 | 익산시, 정읍시, 남원시, 순창군, 장수군, 군산시, 전주시, 부안군, 김제시, 진안군, 무주군, 고창군 |
| 전라남도장애인체육회 | 무안군 | 07.11.02 | 여수시, 목포시, 광양시, 순천시, 해남군, 장흥군, 영광군, 나주시, 무안군 |
| 경상북도장애인체육회 | 경산시 | 07.04.10 | 포항시, 경주시, 구미시, 안동시 |
| 경상남도장애인체육회 | 창원시 | 06.07.18 | 김해시, 창원시, 진주시, 통영시, 사천시, 거제시, 양산시, 창원군, 고성군 |
| 제주특별자치도장애인체육회 | 제주시 | 07.02.14 | - |
| 세종특별자치시장애인체육회 | 조치원읍 | 14.02.26 | - |

※ 출처: 대한장애인체육회 내부자료(2019)



〈표 7-18〉 대한장애인체육회 가맹단체 현황

| 연번 | 단체명 | 설립일 | 연번 | 단체명 | 설립일 |
|----|--------------|-----------|----|-----------------|-----------|
| 1 | 대한장애인골볼협회 | '04.09.09 | 17 | 대한장애인승마협회 | '11.04.28 |
| 2 | 대한장애인골프협회 | '06.06.23 | 18 | 대한장애인아이스하키협회 | '03.02.21 |
| 3 | 대한장애인노르딕스키연맹 | '12.12.09 | 19 | 대한장애인양궁협회 | '04.04.04 |
| 4 | 대한장애인농구협회 | '97.04.25 | 20 | 대한장애인역도연맹 | '96.01.25 |
| 5 | 대한장애인당구협회 | '09.01.31 | 21 | 대한장애인요트연맹 | '06.12.15 |
| 6 | 대한장애인댄스스포츠연맹 | '02.07.28 | 22 | 대한장애인유도협회 | '88.03.26 |
| 7 | 대한장애인력비협회 | '04.12.19 | 23 | 대한장애인육상연맹 | '02.02.25 |
| 8 | 대한장애인론볼협회 | '92.05.16 | 24 | 대한장애인조정연맹 | '06.07.08 |
| 9 | 대한장애인배구협회 | '06.02.26 | 25 | 대한장애인축구협회 | '04.09.09 |
| 10 | 대한장애인배드민턴협회 | '00.02.15 | 26 | 대한장애인컬링협회 | '07.05.28 |
| 11 | 대한장애인보치아연맹 | '06.03.18 | 27 | 대한장애인탁구협회 | '93.08.20 |
| 12 | 대한장애인볼링협회 | '02.12.12 | 28 | 대한장애인태권도협회 | '06.04.02 |
| 13 | 대한장애인사격연맹 | '97.04.15 | 29 | 대한장애인테니스협회 | '93.09.20 |
| 14 | 대한장애인사이클연맹 | '93.07.10 | 30 | 대한장애인펜싱협회 | '96.11.28 |
| 15 | 대한장애인수영연맹 | '03.03.22 | 31 | (사)한국농아인스포츠연맹 | '82.04.30 |
| 16 | 대한장애인스키협회 | '01.10.20 | 32 | (사)한국시각장애인스포츠연맹 | '06.02.18 |

※ 출처: 대한장애인체육회 내부자료(2019)

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. 2019년 국민체육진흥기금은 544억 원으로 2018년보다 14억 원 증가하였으며, 자체수입은 81억 원으로 전년보다 25억 원 감소하였다.

〈표 7-19〉 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 |
| 2019 | 63,065 | - | 54,401 | - | 8,183 | 481 | 12.92 |

※ 주: 2005년도는 사무처 개소에 필요한 예산을 지원받은 현황이며, 당시 한국장애인복지진흥회로부터 이관된 직원(15명) 인건비(11월,12월)는 자료미보로 인해 파악 불가.

※ 주: 2006년-2014년은 결산 기준

※ 주: 자원 중 기타는 휠체어농구레저사업(대한장애인농구협회 재교부) 및 체육지도자(공단 간접재보조) 사업임.

※ 출처: 대한장애인체육회 내부자료(2019)

(3) 서울올림픽 기념 국민체육진흥공단

가. 설립배경 및 목적

1988년 제24회 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 제36조의 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.

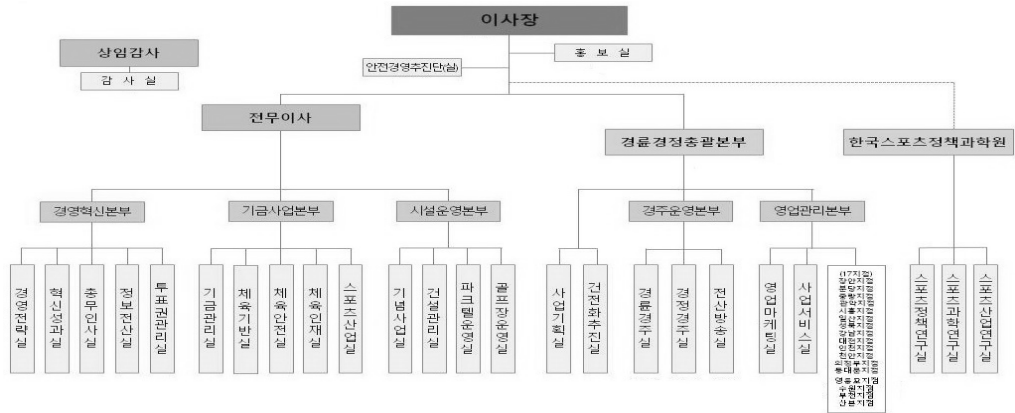
1994년 10월에는 안정적인 체육진흥재원 조성을 위해 잠실경륜장을 개장하였으며, 1999년 1월에는 체육과학연구원(現 한국스포츠정책과학원)을 통합하여 부설기관으로 설치하였다. 2000년 1월에는 경영효율화의 한 방편으로 (주)한국스포츠TV를 매각하였으며, 2001년 10월에는 체육진흥투표권사업을 개시하였다. 2002년 6월에는 미사리에 경정장을 개장하였고, 2003년 9월에는 올림픽홀, 2004년 9월에는 소마미술관을 개관하였다. 2006년 2월에는 경륜장을 광명돔경륜장으로 이전하였으며, 2008년 11월에는 조직효율화의 일환으로 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. 2019년 4월 공단 창립 30주년을 맞이하였다.

다. 조직 및 인력

국민체육진흥공단은 내부적으로 공단본부, 기금조성총괄본부, 한국스포츠정책과학원으로 구성되어 있다. 공단본부는 전무이사를 비롯하여 3본부(경영혁신본부, 기금사업본부, 시설운영본부) 14실로 구성되어 있다. 경륜·경정사업본부는 2019년 ‘경륜·경정총괄본부’로 명칭을 변경하고 2본부(경주운영본부, 영업관리본부) 7실로 구성되어 있으며, 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. 주요 사업은 올림픽시설물 유지관리, 올림픽스포츠센터 운영, 올림픽시설 대관, 올림픽공원 주차·매점·임대 등 편의시설 운영을 통한 부대 및 수입사업 등으로 현재 1임원 2단 6실 16팀으로 구성되어 있다.

〈그림 7-6〉 국민체육진흥공단 조직도



※ 출처: 국민체육진흥공단(2019)

국민체육진흥공단의 인력현황은 현원기준으로 본부 428명, 경륜경정총괄본부 334명, 한국스포츠정책과학원 74명으로, 총 836명으로 구성되어 있다.

〈표 7-20〉 국민체육진흥공단 인력 현황

(단위: 명)

| 구분 | 정원(현원) | | | | | | |
|------------|----------|------|--------|------|----------|--------|------|
| | 계 | 임원 | 본부장/원장 | 관리직 | 일반직 | 연구직 | 운영직 |
| 본부 | 378(428) | 3(3) | 0(0) | 3(3) | 372(422) | 0(0) | 0(0) |
| 경륜·경정총괄본부 | 366(334) | 0(0) | 1(1) | 2(2) | 363(331) | 0(0) | 0(0) |
| 한국스포츠정책과학원 | 70(74) | 0(0) | 1(1) | 0(0) | 25(30) | 44(43) | 0(0) |
| 합 계 | 814(836) | 3(3) | 2(2) | 5(5) | 760(783) | 44(43) | 0(0) |

※ 주: () 는 현원이며, 본부 현원에는 신입사원, 휴직 등 부서 미배치자 포함

※ 출처: 국민체육진흥공단 내부자료(2019)

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 7-21〉 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 |
| 광명동명륜장 | | 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 7,301.2㎡): 문화재청으로부터 무상사용

※ 출처: 2019 국민체육진흥공단 종합업무현황(2020)

마. 예산

국민체육진흥공단의 예산은 기금회계와 법인회계로 구분된다. 기금회계는 본부 기금관리부서, 한국스포츠정책과학원, 기금지원·투자·융자금, 기금여유자금 등이며, 법인회계는 본부, 유스호스텔, 경륜, 경정, 투표권, 보조금 등으로 구성되어 있다. 법인회계는 기금운용계획과 별도로 운영되며 2019년도 법인회계의 규모는 2조 4,815억 5,000만 원이다. 주요 예산현황을 살펴보면 〈표 7-23〉과 같다. 국민체육진흥기금의 2019년도 기금회계 운용규모는 2조 2,924억 4,200만 원으로 경륜·경정·투표권으로 구성된 법인회계 전입금을 포함하고 있다.

〈표 7-22〉 국민체육진흥공단 법인회계 예산

(단위: 백만 원)

| 구분 | 수입 | | 지출 | |
|-----|------------|-----------|----------|-----------|
| | 사업 | 금액 | 사업 | 금액 |
| | 합계 | 2,232,159 | 합계 | 2,481,550 |
| 본부 | 일반관리 | 4,471 | 일반관리 | 41,075 |
| | 올림픽공원 | 34,664 | 올림픽공원 | 41,965 |
| | 스포츠센터 | 14,658 | 스포츠센터 | 13,492 |
| | 스포츠산업 | 1,517 | 건설관리 | 3,846 |
| | 올림픽유스호스텔 | 18,933 | 스포츠산업 | 2,850 |
| | 전 입 금 | 38,619 | 투표권운영 | 1,384 |
| | | | 유스호스텔 | 6,600 |
| | | | 새내근로복지기금 | 10 |
| | | | 예 비 비 | 1,038 |
| | | 소 계 | 112,260 | 소 계 |
| 경륜 | 경륜수득금 | 205,200 | 본장운영 | 120,809 |
| | 교차투표 수탁수수료 | 13,338 | 지점운영 | 55,859 |
| | 운영자금 이자수입 | 3,457 | 경륜훈련원 | 3,621 |
| | 입장료 | 6,174 | 스포츠단 | 5,153 |
| | 매점수입 | 6,300 | 경륜예비비 | 1,752 |
| | 경정지점 공동활용 | 11,100 | 사업준비금 | 18,810 |
| | 기타수입 | 6,454 | 사감위분담금 | 1,173 |
| | | | 법정배분금 | 31,414 |
| | | | 공단전출금 | 14,432 |
| | | 소 계 | 252,023 | 소 계 |
| 경정 | 경정수득금 | 75,180 | 본장운영 | 47,589 |
| | 운영자금 이자수입 | 882 | 지점운영 | 18,553 |
| | 입장료 | 2,855 | 경정훈련원 | 4,226 |
| | 본장 매점수입 | 23 | 스포츠단 | 367 |
| | 조정호 수입 | 1,434 | 경정예비비 | 488 |
| | 기타수입 | 1,002 | 사업준비금 | 6,891 |
| | | | 사감위분담금 | 430 |
| | | | 법정배분금 | 2,684 |
| | | | 공단전출금 | 148 |
| | | 소 계 | 81,376 | 소 계 |
| 투표권 | 투표권수입 | 1,918,286 | 투표권 위탁비 | 332,936 |
| | 기타 사업외수입 | 19,329 | 법정배분금 | 1,604,679 |
| | 소 계 | 1,937,615 | 소 계 | 1,937,615 |
| 보조금 | 보조사업 | 98,276 | 보조사업 | 98,276 |
| | 소 계 | 98,276 | 소 계 | 98,276 |

※ 출처: 2019 국민체육진흥공단 종합업무현황(2020)



〈표 7-23〉 국민체육진흥공단 기금회계 예산

(단위: 백만 원)

| 수입 | 금액 | 지출 | 금액 |
|-------------------|-----------|--------------------|-----------|
| ○ 이자수입 | 11,518 | ○ 기금관리비 | 13,705 |
| - 기금조성용자 이자 | 1,852 | - 인건비 | 12,654 |
| - 스포츠산업용자 이자 | 760 | - 기타경비 | 1,051 |
| - 예탁금이자 | 8,906 | ○ 사업운영비 | 15,539 |
| ○ 부가금수입 | 31,313 | - 투자사업 운영 | 4,548 |
| ○ 투자사업수입 등 | 65,539 | - 한국스포츠정책과학원 운영 | 3,865 |
| - 미술관운영 | 560 | - 생활체육인프라 운영 | 7,126 |
| - 올림픽홀 및 태권도상설공연장 | 2,866 | ○ 보조금(기금지원) | 1,181,687 |
| - 경륜훈련원 사용료 | 1,624 | - 생활체육 육성 | 559,735 |
| - 경륜동경기장 사용료 | 6,322 | - 전문체육 육성 | 351,965 |
| - 경정훈련원 사용료 | 1,283 | - 스포츠산업육성 및 국제교류 | 98,811 |
| - 생활체육인프라(골프장)운영 | 9,929 | - 국제스포츠역량 강화 | 105,894 |
| - 과학원 운영수입 | 1,400 | - 장애인체육 육성 | 65,282 |
| - 기금 정산수입 | 41,555 | ○ 스포츠산업 용자 | 32,000 |
| ○ 법인회계전입금 | 1,526,589 | ○ 기금조성투자 | 10,930 |
| - 경 루 | 29,004 | - 기초생활체육 저변확산지원 | 930 |
| - 경 정 | 2,569 | - 스포츠산업금융지원 | 10,000 |
| - 투표권 | 1,495,016 | ○ 공공자금관리기금 예탁 | 520,000 |
| ○ 융자회수 | 13,180 | ○ 기금간거래(문예진흥기금전출금) | 100,000 |
| - 스포츠산업 용자 | 13,180 | ○ 기금간거래(복권기금반환금) | 9,569 |
| ○ 공자금회수 | 400,000 | ○ 여유자금 운용 | 385,012 |
| ○ 공자금이자 | 16,880 | | |
| ○ 복권기금 전입금 | 75,423 | | |
| ○ 여유자금회수 | 152,000 | | |
| 합계 | 2,292,442 | 합계 | 2,292,442 |

※ 출처: 2019 국민체육진흥공단 종합업무현황(2020)

(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

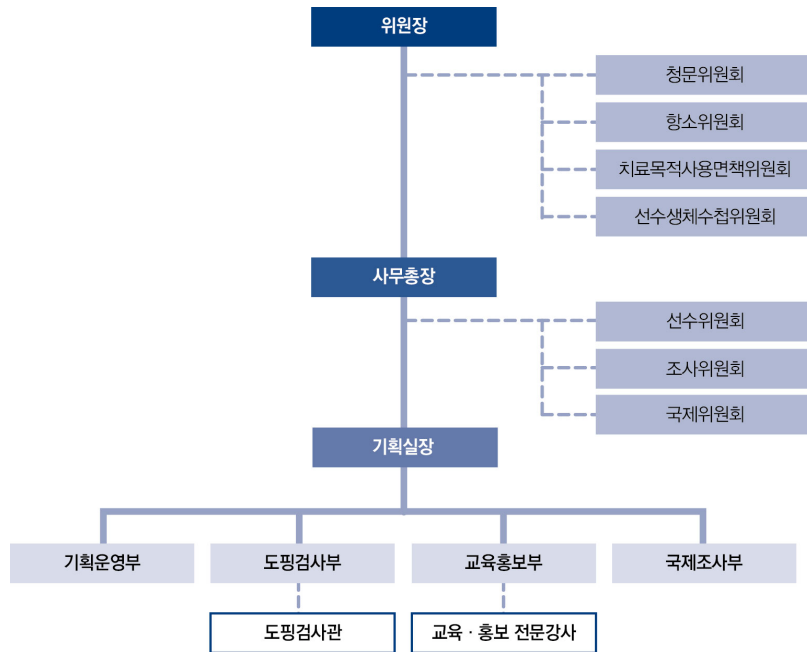
한국도핑방지위원회는 스포츠에 있어서 공정한 경쟁의 확립과 스포츠정신 고양을 도모하고, 약물로부터 선수들의 건강을 보호하는 것을 목적으로 문화체육관광부의 설립허가를 받아 2006년 11월 13일 재단법인으로 설립되었다. 설립 이후 2007년 4월 27일 세계도핑방지기구 가입 및 세계도핑방지규약을 수용하였고, 같은 해 6월 22일 국민체육진흥법 제35조에 근거하여 법정법인으로 한국도핑방지위원회를 등록하고 12월 19일에 한국도핑방지규정을 제정하였다. 2009년 9월 28일 ISO 9001:2008 품질경영시스템 인증을 영국표준협회(British 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 2일 2017년~2019년 세계도핑방지기구 아시아지역 이사국, 2019년 11월 1일 2020년~2022년 세계도핑방지기구 아시아지역 이사국으로 진출하면서 3회 연속 이사국 진출을 기록하였다.

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 45명이며 현원은 30명이다. 현원의 세부 구성으로는 임원 1명, 2급 1명, 3급 3명, 4급 6명, 5급 4명, 6급 15명이다.



〈그림 7-7〉 한국도핑방지위원회 조직도



※ 출처: 한국도핑방지위원회(2019)

〈표 7-24〉 한국도핑방지위원회 인력 현황

(단위: 명)

| 구분 | 계 | 임원 | 1급 | 2급 | 3급 | 4급 | 5급 | 6급 |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 정원 | 45 | 1 | 1 | 2 | 6 | 8 | 11 | 16 |
| 현원 | 30 | 1 | - | 1 | 3 | 6 | 4 | 15 |

※ 출처: 한국도핑방지위원회 내부자료(2019)

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 5,056명에서 2019년 6,655명으로 증가하였으며, 구체적인 연도별 도핑검사 현황은 〈표 7-26〉과 같다.

〈표 7-25〉 연도별 도핑검사 현황

(단위: 명)

| 검사구분 | | 비용주체 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | |
|----------------|---------------|-----------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 자체 검사 | 경기기간 중 | 한국도핑방지위원회 | 1,440 | 1,591 | 1,490 | 2,118 | 2,211 | |
| | 경기기간 외 | 한국도핑방지위원회 | 1,068 | 906 | 995 | 1,534 | 1,999 | |
| | 프로 경기기간 중 | 한국도핑방지위원회 | - | 790 | 850 | 908 | 981 | |
| | 프로 경기기간 외 | 한국도핑방지위원회 | - | 182 | 267 | 310 | 303 | |
| | 소 계 | | | 2,508 | 3,469 | 3,602 | 4,870 | 5,494 |
| 외부 요청 검사 | 경기 기간 중 | 국제대회 | 국제연맹/조직위 | 218 | 274 | 389 | 440 | 367 |
| | | 국내대회 | 국내연맹 | 130 | 99 | 375 | 106 | 69 |
| | | 프로대회 | 프로단체 | 521 | - | - | 2 | - |
| | | 경륜경정 | 경륜경정총괄본부 | - | - | - | - | 97 |
| | | 계 | | 869 | 373 | 764 | 548 | 533 |
| | 경기 기간 외 | 국제대회 | 국제연맹 | 70 | 129 | 351 | 306 | 463 |
| | | 국내대회 | 국내연맹 | 320 | 25 | 22 | 12 | 18 |
| | | 국내대회 | 프로단체 | 15 | - | - | - | 110 |
| | | 경륜경정 | 경륜경정총괄본부 | - | - | - | - | 37 |
| | | 계 | | 405 | 154 | 1,137 | 318 | 628 |
| | 소 계 | | | 2,548 | 1,054 | 2,274 | 1,732 | 1,161 |
| | 합 계 | | | 5,056 | 4,523 | 5,876 | 6,602 | 6,655 |

※ 출처: 한국도핑방지위원회 내부자료(2019)

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. 2016년에는 온라인교육도 실시하여 도핑방지 교육을 받은 총 인원은 33,812명으로 2015년보다 증가하였다. 2017년에는 온라인교육인원수가 187,602명으로 큰 증가를 보였고 도핑교육을 받은 총 인원 211,090명으로 계속해서 증가추세를 보였으나 2018년에는 온라인교육 인원수가 전년대비 9,393명 감소한 178,209명으로 총 인원 202,727명을 기록하였다. 2019년에는 대한체육회 인권교육과 연계한 일반 학생 선수 교육을 신규 실시함에 따라 대면교육 인원수가 전년대비 72.7% 증가하였으며, 온라인 교육을 포함하여 총 225,826명을 기록하였다. 구체적인 도핑방지 교육인원 현황은 〈표 7-26〉과 같다. 한편, 도핑방지 현장홍보도 매년 꾸준히 증가하고 있으며 도핑방지 현장홍보 현황은 〈표 7-27〉과 같다.



〈표 7-26〉 연도별 도핑방지 교육인원 현황

(단위: 명)

| 구분 | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------|-----------------------|--------|--------|---------|---------|---------|
| 대면 교육 | 국가대표 선수 및 지도자 | 2,903 | 2,553 | 1,859 | 2,810 | 2,167 |
| | 국가대표 후보 선수 등·하계훈련 | 1,234 | 1,143 | 1,108 | 1,206 | 1,040 |
| | 체육 중·고등학교 | 4,974 | 4,308 | 4,831 | 4,677 | 5,755 |
| | 프로스포츠 | 1,847 | 2,842 | 3,409 | 3,154 | 3,199 |
| | 요청교육(경기 단체 연수회 및 강습회) | 11,511 | 11,848 | 12,281 | 12,671 | 15,902 |
| | 일반 학생 선수(2019 신규 실시) | - | - | - | - | 14,298 |
| | 소 계 | 22,469 | 22,694 | 23,488 | 24,518 | 42,361 |
| 온라인교육(소계) | | - | 11,118 | 187,602 | 178,209 | 183,465 |
| 합 계 | | 22,469 | 33,812 | 211,090 | 202,727 | 225,826 |

※ 출처: 한국도핑방지위원회 내부자료(2019)

〈표 7-27〉 연도별 도핑방지 현장홍보 현황

(단위: 회)

| 구분 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------------|------|------|------|------|------|
| 도핑방지 현장홍보 실시 | 6 | 9 | 13 | 17 | 25 |

※ 출처: 한국도핑방지위원회 내부자료(2019)

셋째, 국제역량강화 및 교류협력을 위하여 2014년부터 세계도핑방지기구 이사국으로서의 활동을 전개하고 있다. 또한, 국제기구와의 도핑방지활동 정보공유 및 협력 강화, 국제대회 및 국제기구 인력파견을 통한 한국도핑방지위원회 역량 강화를 위한 노력을 하고 있다. 2019년 한국도핑방지위원회는 도핑방지 인프라 확충, 맞춤형 도핑방지 강화, 지속가능한 경영시스템 구축이라는 3대 전략 목표 아래 10대 전략과제를 위하여 표 <7-31>과 같은 목표를 수립하였다.

세계도핑방지위원회(WADA) 및 국제경기연맹(IFs)과 도핑검사 위탁대행 MOU 체결 현황을 살펴보면 총 42개의 기구와 체결을 진행하였으며 2019년도에 새로이 체결된 활동은 호주도핑방지기구, 국민체육진흥공단, 충주세계무예마스터십 조직위, 우즈베키스탄도핑방지기구, 국제스포츠전략위원회 등 총 5개이다.

〈표 7-28〉 WADA 및 IF와 도핑검사 위탁대행 MOU 체결 현황

| 체결일자 | MOU 체결 연맹(42개 기구) | 체결일자 | MOU 체결 연맹(42개 기구) |
|--------------|-----------------------|--------------|--|
| 2011. 02. 22 | 국제레슬링연맹(FILA) | 2015. 01. 19 | 세계도핑방지기구(WADA) |
| 2011. 04. 05 | 국제사격연맹(ISSF) | 2015. 11. 27 | 국제배드민턴연맹(BWF) |
| 2011. 05. 16 | 세계도핑방지기구(WADA) | 2016. 06. 24 | 국제골프연맹(IGF) |
| 2011. 06. 20 | 국제육상경기연맹(IAAF) | 2016. 07. 25 | 대한체육회 |
| 2011. 06. 21 | 국제연맹총연합회(SportAccord) | 2016. 07. 29 | 중국도핑방지기구(CHINADA) |
| 2011. 06. 27 | 세계철인3종경기협회(WTC) | 2016. 12. 12 | 평창올림픽/패럴림픽조직위 |
| 2011. 07. 19 | 국제인라인롤러연맹(FIRS) | 2017. 02. 24 | 미국도핑방지기구(USADA) |
| 2011. 09. 30 | 국제트라이애슬론연맹(ITU) | 2017. 05. 18 | 대한한의사협회 |
| 2011. 10. 15 | 국제휠체어농구연맹(IWBF) | 2017. 06. 22 | 대한스포츠의학회 |
| 2011. 11. 02 | 국제텐nis볼링연맹(WTBA) | 2017. 12. 15 | 한국체육학회 |
| 2012. 01. 31 | 국제빙상연맹(CCES/ISU) | 2017. 12. 26 | 서울YMCA |
| 2012. 04. 20 | 국제조정연맹(FISA) | 2018. 02. 06 | 국제올림픽위원회(IOC) |
| 2012. 06. 15 | 국제핸드볼연맹(IHF) | 2018. 04. 23 | 국제패럴림픽위원회(IPC) |
| 2012. 08. 09 | 국제패럴림픽위원회(IPC) | 2018. 09. 03 | 대한스포츠치의학회 |
| 2014. 01. 22 | 국제연맹총연합회(SportAccord) | 2018. 09. 12 | 한국대학스포츠협의회 |
| 2014. 02. 18 | 광주유니버시아드조직위 | 2018. 09. 12 | 광주세계수영선수권조직위 |
| 2014. 03. 19 | 인천아시안게임조직위 | 2019. 02. 11 | 호주도핑방지기구(ASADA) |
| 2014. 04. 15 | 인천장애인아시안게임조직위 | 2019. 04. 12 | 국민체육진흥공단 |
| 2014. 04. 23 | 국제력비연맹(IRB) | 2019. 04. 24 | 충주세계무예마스터십조직위 |
| 2014. 06. 10 | 국제바둑연맹(IGF) | 2019. 11. 01 | 세계도핑방지기구(WADA) 우즈베키스탄도핑방지기구(UzNADA) |
| 2014. 06. 17 | 문경세계군인체육대회조직위 | 2019. 12. 19 | 국제스포츠초전력위원회 |

※ 출처: 한국도핑방지위원회 내부자료(2019)

국내RTP선수의 소재지정보 검사 현황을 살펴보면 2015년 68명을 대상으로 95회 검사를 진행하였으며, 2016년 72명 98회, 2017년 79명 156회, 2018년 72명 314회, 2019년 120명 742회이다.

〈표 7-29〉 연도별 소재지정보 검사 현황

(단위: 명)

| 구분 | 2015 | | 2016 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 대상인원 | 검사건수 | 대상인원 | 검사건수 | 대상인원 | 검사건수 | 대상인원 | 검사건수 | 대상인원 | 검사건수 |
| 국내RTP선수 | 68 | 95 | 72 | 98 | 79 | 156 | 72 | 314 | 120 | 742 |

※ 주: RTP(Registered Testing Pool) 검사대상자등록명부

※ 출처: 한국도핑방지위원회 내부자료(2019)

〈표 7-30〉 한국도핑방지위원회 사업 추진 전략목표 및 전략과제

| 전략목표 | 전략과제 | |
|----------------|--|---|
| 도핑방지 인프라 확충 | 1. 도핑방지 교육활동 확대 2. 도핑방지 홍보활동 강화 3. 도핑방지 국제협력 활성화 4. 도핑방지 법, 제도의 체계화 5. 공정한 도핑검사 확대 | 6. 도핑검사인력 전문성 제고 |
| 맞춤형 도핑방지 강화 | | 7. 정보기반 도핑방지 활동 강화 |
| 지속가능한 경영시스템 구축 | | 8. 신뢰받는 투명 경영체계 구축 9. 자율 운영체계 기반 마련 10. 직무, 성과중심 조직 역량 강화 |

※ 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 기금 47억 원 및 자체수입 4억 원 등 2017년 예산보다 8억 원 정도가 증가한 금액으로 총 51억 원의 예산규모로 막대한 성장을 하였다. 2019년에도 기금 54억 800만 원, 자체수입 4억 5,400만 원 등 총 약 58억 원으로 예산이 증가하였다. 자세한 내용은 〈표 7-31〉과 같다.

〈표 7-31〉 한국도핑방지위원회 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 |
| 2019 | 5,862 | - | 5,408 | 454 | 7.7 |

※ 출처: 한국도핑방지위원회 내부자료(2019)

(5) 태권도진흥재단

가. 설립배경 및 목적

태권도는 우리민족의 얼과 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 구성과 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 동법 제20조에 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 7-32〉 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.) |

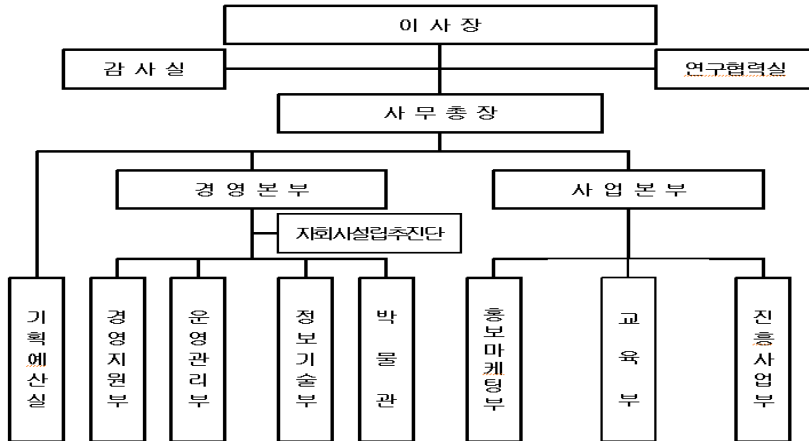
※ 출처: 태권도진흥재단 홈페이지(2019)



다. 조직 및 인력

태권도진흥재단은 정관상 최고의결기관인 이사회와 사무 처리를 위한 사무처(2본부 3실 6부 1관)가 있다. 이사장 직속으로 감사실과 연구협력실이 있으며, 경영본부 산하에 경영지원부, 운영관리부, 정보기술부, 박물관, 사업본부 산하에 홍보마케팅부, 교육부, 진흥사업부가 있다.

〈그림 7-8〉 태권도진흥재단 조직도



※ 출처: 태권도진흥재단 홈페이지(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 임대에 관한 사업, 태권도 용품·콘텐츠 개발과 같은 관련 산업육성지원이다.

2019년도에 태권도진흥재단에서 중점적으로 추진했던 사업은 크게 네 가지로 분류된다. 첫째, 태권도 홍보 콘텐츠 제작 및 보급이다. 국내뿐 아니라 국외에도 지속적으로 태권도를 홍보할 내용을 구성하는 사업이었다. 둘째, 태권도 해외 활성화 지원이다. 특히 이 사업에는 교실에서 이루어지는 사업과 비교실형(태권도 대회, 공연, 행사 등)으로 나뉜 프로그램이 포함되었다. 셋째, 태권도 문화콘텐츠 육성으로 2020년까지 핵심적으로 추진할 사업이다. 넷째, 주한외국인 태권도 교육이다. 한국에 거주하는 외국인을 대상으로 태권도 역사에서부터 기술에 이르기까지 다양한 내용을 교육하는 사업이다.

마. 재정현황

태권도진흥재단은 창립초기 3억 원의 예산으로 시작하여 2019년 국민체육진흥기금 252억 원 및 지방비 5억 9,000만 원, 자체수입 47억 원 등 총 304억 9,400만 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 7-33〉 태권도진흥재단 연도별 예산 현황

(단위: 백만 원)

| 연도 | 계(A) | 자원별 | | | | 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 | 39,156 | - | 25,239 | 3,150 | 10,767 | 27.5 |
| 2018 | 24,233 | - | 19,533 | - | 4,700 | 19.4 |
| 2019 | 30,494 | - | 25,204 | 590 | 4,700 | 15.4 |

※ 출처: 태권도진흥재단 내부자료(2019)

(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

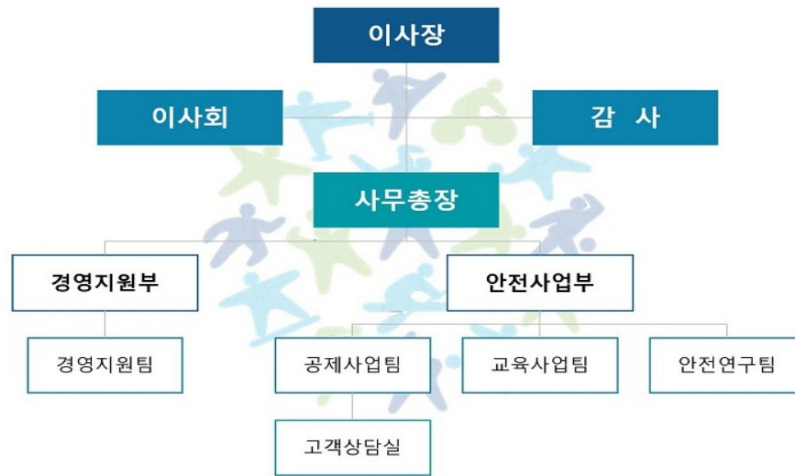
스포츠안전재단은 현재 대한체육회와 통합한 구(舊) 국민생활체육회가 생활체육 동호인들의 복지증진과 안전한 체육활동을 보장하기 위한 목적으로 12억 6천여만 원을 출연하여 2010년 7월 15일 비영리 재단법인 설립허가를 받았다. 생활체육인 대상 공제(보험)사업을 주로 운영했던 재단은 2014년 4월 문화체육관광부의 승인을 받은 정관개정을 통해 사업대상을 기존 생활체육 외 전문체육까지 확대하였으며, 사업범위는 기존 공제(보험)에서 안전사고 예방을 위한 교육사업 및 시설안전 예방사업까지 확대하여 운영하고 있다.

다. 조직 및 인력

사무국은 2부 4팀으로 구성되어 있다. 경영지원부는 경영지원팀으로 구성되어 있으며, 인사, 총무, 회계업무와 안전사고 예방을 위한 캠페인 등 홍보사업을 운영하고 있다. 안전사업부는 공제사업팀, 교육사업팀, 안전연구팀으로 구성되어 있으며, 대상별, 연령별 안전교육사업 계획수립·운영 및 전문·생활체육인을 위한 공제(보험) 상품 개발·운영업무를 수행하고 있다. 인력구성은 총원 30명(상근이사 포함, 인턴 제외)이 근무하고 있다.



〈그림 7-9〉 스포츠안전재단 조직도



※ 출처: 스포츠안전재단 홈페이지(2019)

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·생활스포츠 지도사 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 7-34〉 스포츠안전 교육프로그램 체계도

| 구분 | 행사운영자 | 지도자 | 시설관계자 | 참여자 | |
|----|--|-------------------|-----------------|-------------------|-------------|
| 고급 | 특별 | 스포츠운영 소송사례 연구 | 스포츠지도 소송사례 연구 | 스포츠시설 소송사례 연구 | |
| | | 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 | |
| | | 스포츠이벤트 군중 안전관리 | 지도자 재난사고 대처 | 스포츠시설 유지/보수관리 | |
| 중급 | 심화 | 운영자 재난사고 대응관리 | 지도자 안전사고 사후관리 | 시설관계자 재난사고 대응관리 | |
| | | 스포츠이벤트 환경점검 실무 | 지도자 안전점검 실무 | 시설안전 사고대응 | |
| | 스포츠응급처치2 (질환별, 온도변화, 충격에 의한, 상처소독 및 봉대활용, 근골격계 손상, 테이핑) | | | | |
| 기본 | 실현 | 스포츠이벤트 안전공제 활용 | 안전지도 실무 | 시설 안전관리 실무 | 스포츠안전 습관형성 |
| | 의식 | 스포츠응급처치1(CPR&AED) | | | |
| | | 운영자 안전의식 변화 | 지도자 안전의식 변화 | 시설관리자 안전의식 변화 | 참여자 안전의식 변화 |

※ 출처: 스포츠안전재단 내부자료(2019)

공제(보험)사업은 생활·전문체육인 및 체육유관기관을 대상으로 개인 상해공제와 기관의 주최자 배상책임공제 등 15종의 공제상품을 개발·운영하고 있다(19. 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 있는 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. 2019년에도 ‘스포츠안전사고 실태조사’를 실시하였으며, 국내 법원 판결문을 중심으로 한 「스포츠안전사고 주요판례 연구」를, 안전한 스포츠 행사 및 대회 운영에 필요한 데이터 수집을 위해 「2019 스포츠행사 안전사고 통계연보」를 발간하였다.



〈표 7-35〉 연도별 스포츠 안전공제 가입 현황

(단위: 명)

| 구분 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------|---------|---------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| 가입자 수 | 659,247 | 761,399 | 905,572 | 1,258,214 | 4,042,478 | 8,384,886 | 8,144,397 | 9,197,412 | 11,537,621 |
| 상승률 | - | 15.5% | 18.9% | 38.9% | 221.3% | 107.4% | -2.9% | 12.9% | 25.4% |

※ 출처: 스포츠안전재단 내부자료(2019)

〈표 7-36〉 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 |
| 2019 | 28,707 | 9,347 | 3,661 | 2,669 |
| 합 계 | 142,431 | 34,461 | 15,492 | 12,155 |

※ 출처: 스포츠안전재단 내부자료(2019)

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. 2019년도 총 예산은 115억 4,700만 원으로, 자체수입 93억 4,700만 원(80.9%), 국민체육진흥기금 지원 비용 22억 원(19.1%)으로 구성되었다.

〈표 7-37〉 스포츠안전재단 연도별 예산(수입) 현황

(단위: 백만 원)

| 연도 | 계(A) | 재원별 | | | | | | 자체수입비중 (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 |
| 2019 | 11,547 | - | 2,200 | - | - | - | 9,347 | 80.9 |

※ 출처: 스포츠안전재단 내부자료(2019)

(7) 한국대학스포츠협의회

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

한국대학스포츠협의회는 대학스포츠 활성화를 통해 건강하고 활기찬 대학 이미지를 형성시키고, 한국스포츠를 지탱하는 구심축 역할과 선도적 수행을 하고 있으며, 전인적 스포츠 지도자 육성과 글로벌 스포츠 인재를 육성하고 있다. 주요업무로는 학생선수관리, 대학경기운영, 인프라·마케팅이 있다(〈표 7-38〉).

〈표 7-38〉 한국대학스포츠협의회 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 야마 추어리즘 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: 한국대학스포츠협의회



(8) 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, 2019년 12월 기준)과 사무총장(오자왕, 2019년 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.

(9) 그 밖에 스포츠산업 관련 단체

위 단체들 외에도 국민체육진흥공단의 자회사인 한국체육산업개발(주)가 있다. 한국체육산업개발(주)은 1990년 서울 하계올림픽경기대회 기념시설의 체계적인 유지·관리, 생활체육시설 공간 제공, 국민체육진흥 기금 조성 등을 목적으로 설립되었다. 주요 사업으로는 올림픽공원 및 경정공원 시설관리, 올림픽스포츠센터 운영 등이 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 7-39〉 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 기맹국 NOC(국가올림픽위원회) 및 대륙별 국가올림픽위원회연합회 총괄 |
| | GAISF(국제경기연맹총연합회) | 종목별 IF(국제경기연맹) 총괄 |
| | FISU(국제대학스포츠연맹/International University Sports Federation) | 동하계 유니버시아드대회 관장/ 기맹국 대학체육연맹 총괄 |
| | IPC(국제장애인올림픽위원회/International Paralympic Committee) | 동하계 장애인올림픽 관장 |
| | OCA(아시아올림픽평의회/Olympic Council of Asia) | 동하계 아시아경기대회 총괄, 아시아지역 NOC 및 아시아경기연맹(ASF) 총괄 |
| 경기 연맹 | IF(국제경기연맹/International Federation) | 종목별 세계선수권대회 관장 |
| | AF(아시아경기연맹/Asian Federation) | 종목별 아시아선수권대회 관장 |

※ 출처: 대한체육회 내부자료(2019)

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 루기어로(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 루기어로(Angela Ruggiero)와 아담 펜길리(Adam Pengilly, 영국, 스켈레톤)를 대체할 선수자격 IOC 위원으로 선출되었다. 이들은 2026년 올림픽까지 IOC 위원으로 활동한다.

〈표 7-40〉 올림픽 정식 종목 국제경기연맹의 회장국적

| 구분 | 종목 | 회장명 | 회장국적 | 국제경기연맹/홈페이지 |
|--------------|---------------------|-------------------------|---|---|
| 하계 (33종목) | 육상 | Mr. Sebastian COE | 영국 | https://www.worldathletics.org/ |
| | 조정 | Mr. Jean-Christophe | 프랑스 | http://www.worldrowing.com |
| | 배드민턴 | Mr. Poul-Erik HOYER | 덴마크 | http://bwfbadminton.com/ |
| | 농구 | Mr. Hamane NIANG | 말리 | http://www.fiba.basketball |
| | 복싱 | Mr. Mohamed Moustahsane | 모로코 | 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 | https://www.gymnastics.sport |
| | 역도 | Ms. Ursula Papandrea | 미국 | http://www.iwf.net/ |
| | 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 CHOU | 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/ | |

| 구분 | 종목 | 회장명 | 회장국적 | 국제경기연맹/홈페이지 |
|-------------------|--------------|--------------------------|-------|---|
| | 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/ |
| 동계 (7종목) | 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 DIJEMA | 네덜란드 | http://www.isu.org |
| | 스키 | Mr. Gian-Franco KASPER | 스위스 | http://www.fis-ski.com/ |
| 인정 종목 (5종목) | 롤러 | Mr. Sabatino ARACU | 이탈리아 | http://www.worldskate.org |
| | 스프츠 클라이밍 | Mr. Marco Maria SCOLARIS | 이탈리아 | https://www.ifsc-climbing.org |
| | 서핑 | Mr. Fernando AGUERRE | 아르헨티나 | http://www.isasurf.org |
| | 아구 소프트볼 | Mr. Riccardo FRACCARI | 이탈리아 | http://www.wbsc.org/ko |
| | 카라테 | Mr. Antonio ESPINÓS | 스페인 | https://www.wkf.net |

※ 출처: 대한체육회 내부자료(2019), 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, 이탈리아 5개 종목, 독일, 스페인, 영국이 각 3개 종목, 스위스, 프랑스, 덴마크, 러시아가 각 2개 종목의 회장국을 맡고 있다. 우리나라는 태권도종목 회장 1명을 보유하고 있다.

〈표 7-41〉 올림픽 정식 종목 국제경기연맹 회장의 대륙별·국가별 분포

(단위: 명, %)

| 대륙 | 국가 | 국가별 회장 수 | 대륙별 회장 수 | 대륙별 구성비율 |
|------|------|----------|----------|----------|
| 아시아 | 대한민국 | 1 | 4 | 10.0 |
| | 터키 | 1 | | |
| | 일본 | 1 | | |
| | 인도 | 1 | | |
| 아프리카 | 이집트 | 1 | 3 | 7.5 |
| | 말리 | 1 | | |
| | 모로코 | 1 | | |
| 아메리카 | 미국 | 2 | 2 | 5.0 |

| 대륙 | 국가 | 국가별 회장 수 | 대륙별 회장 수 | 대륙별 구성비율 |
|-----|-------|----------|----------|----------|
| 유럽 | 스위스 | 2 | 28 | 70.0 |
| | 이탈리아 | 5 | | |
| | 스페인 | 3 | | |
| | 독일 | 3 | | |
| | 프랑스 | 2 | | |
| | 영국 | 3 | | |
| | 덴마크 | 2 | | |
| | 네덜란드 | 1 | | |
| | 스웨덴 | 1 | | |
| | 벨기에 | 1 | | |
| | 스코틀랜드 | 1 | | |
| | 러시아 | 2 | | |
| | 오스트리아 | 1 | | |
| | 세르비아 | 1 | | |
| 중남미 | 우루과이 | 1 | 3 | 7.5 |
| | 브라질 | 1 | | |
| | 아르헨티나 | 1 | | |
| 합계 | | | 40 | 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 7-42〉 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 | 력비 |
| 오스트리아 | 1 | 바이애슬론 |
| 대한민국 | 1 | 태권도 |
| 말레이시아 | 1 | 배드민턴 |
| 합계 (9개국) | 35 | 35개 종목 |

2019년 기준 국제스포츠기구에 진출한 한국인 임원 수는 총 336명이다. 국제올림픽위원회에서 1명 아시아 올림픽평의회에서 3명이 증가하였으나, 아시아체육기자연맹에서 1명과 국제경기연맹에서 18명, 아시아경기연맹에서 9명이 감소하여 2018년 대비 2019년에는 총 24명이 감소하였다.

〈표 7-43〉 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 | 2019 |
| IOC(국제올림픽위원회) | 9 | 6 | 5 | 7 | 5 | 6 | 6 | 6 | 5 | 7 | 7 | 2 | 9 | 10 | 11 |
| ANOC (국기올림픽위원회연합회) | 1 | 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 | 1 |
| FISU(국제대학스포츠연맹) | 5 | 6 | 7 | 6 | 6 | 6 | 8 | 8 | 8 | 7 | 8 | 11 | 12 | 9 | 9 |
| OCA(아시아올림픽평의회) | 6 | 6 | 4 | 6 | 6 | 6 | 8 | 9 | 10 | 10 | 18 | 18 | 18 | 14 | 17 |
| EAGA(동아시아올림픽협의회) | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | - | 4 | 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 | 1 |
| TAFISA(세계생활체육연맹) | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | 1 | 1 | 1 |
| WADA(세계도핑방지기구) | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | 2 | 3 | 3 |
| 소계 | 29 | 26 | 24 | 28 | 26 | 28 | 31 | 31 | 32 | 32 | 41 | 36 | 50 | 45 | 48 |
| 경기연맹 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 국제경기연맹(ISF) | 79 | 86 | 90 | 69 | 97 | 114 | 107 | 105 | 110 | 116 | 123 | 123 | 122 | 126 | 108 |
| 아시아경기연맹(AF) | 142 | 146 | 151 | 189 | 170 | 190 | 183 | 205 | 215 | 198 | 195 | 182 | 184 | 189 | 180 |
| 소계 | 221 | 232 | 241 | 258 | 267 | 304 | 290 | 310 | 325 | 314 | 318 | 305 | 306 | 315 | 288 |
| 합계 | 250 | 258 | 265 | 286 | 293 | 332 | 321 | 341 | 357 | 346 | 359 | 341 | 356 | 360 | 336 |

※ 출처: 대한체육회 내부자료(2019)



2019 스포츠산업 백서

집필진

◆ 책임 기획· 편집

- 문화체육관광부
 - 유병채 (체육국장)

◆ 집필진

- 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원 스포츠산업연구실
 - 책임집필: 신성연
 - 검토위원: 유의동, 정지명, 김상훈, 김민수, 고경진
 - 집필보조: 정은정, 고은정
- 외부 집필진
 - 이원재(국민대학교)
- 자문위원
 - 김종백(동의대학교), 이지윤(이지윤법률사무소), 전용배(단국대학교) (가나다 순)

◆ 감수

- 문화체육관광부 스포츠산업과
 - 책임감수: 권도연(스포츠산업과장)
 - 감수위원: 이창호, 김지은, 윤숙일, 허영준, 장예리, 김도현, 윤경인