

2020 스포츠산업 백서



football



running



weight lifting



volleyball



hiking



boxing



wrestling



skiing



snowboarding



baseball



tennis



alpinism



climbing



diving



swimming



cycling



roller skating



ice skating

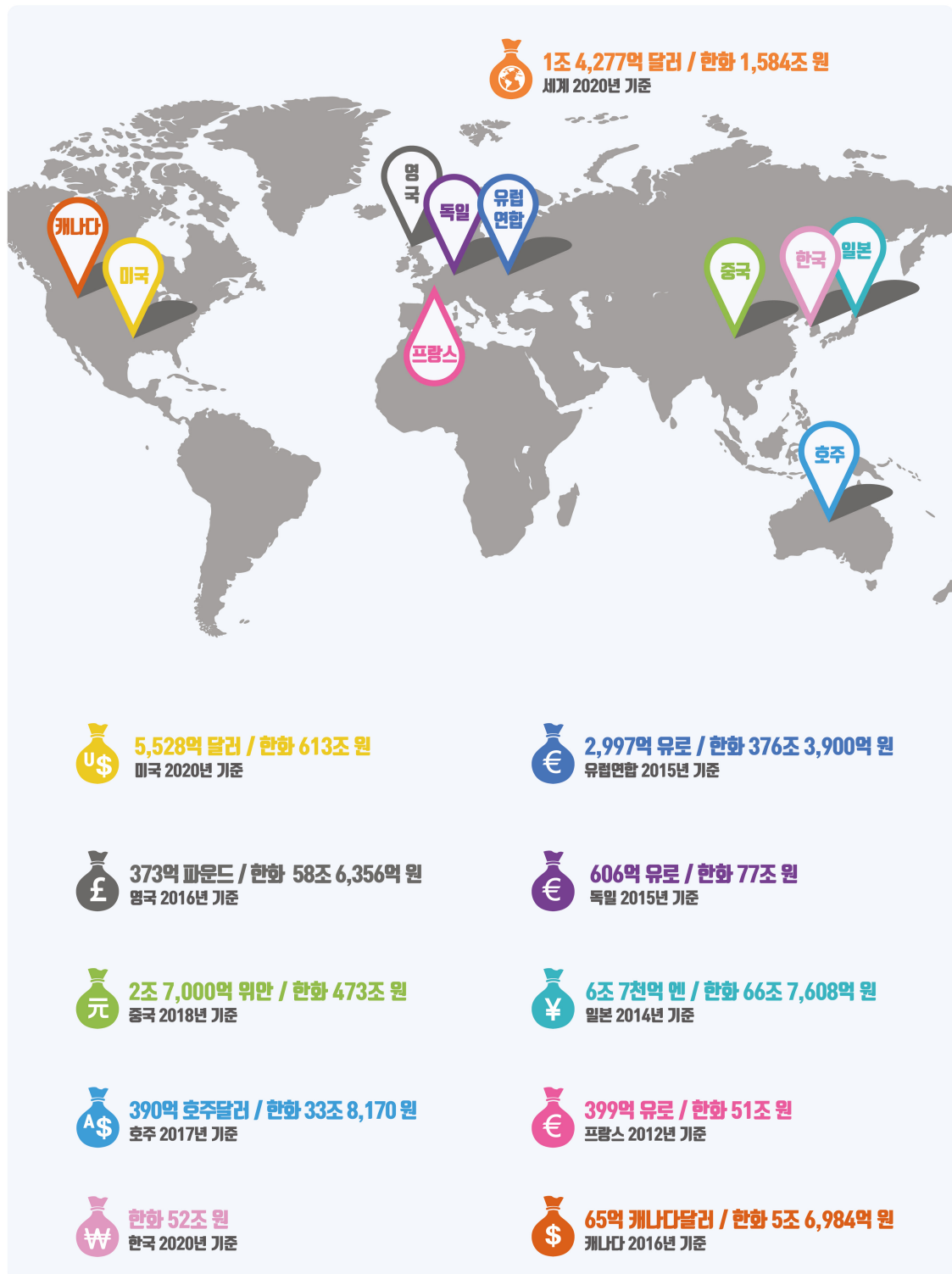


baseball



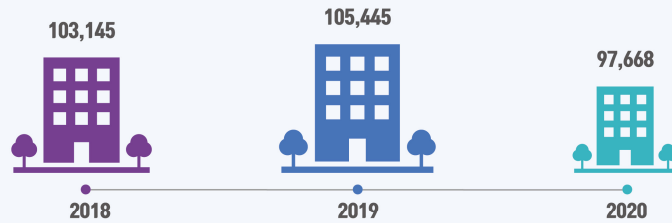
basketball

◦ 국가별 스포츠 산업 규모 6page



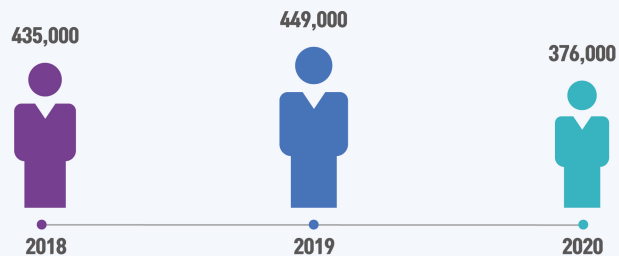
○ **스포츠산업 사업체 수** 44page

(단위 : 개사)



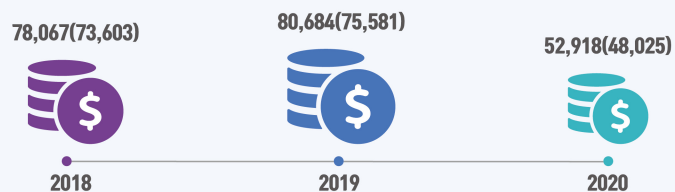
○ **스포츠산업 종사자수** 50page

(단위 : 명)



○ **스포츠산업 매출(규모)** 55page

(단위 : 십억 원)



※ 괄호()안 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황.

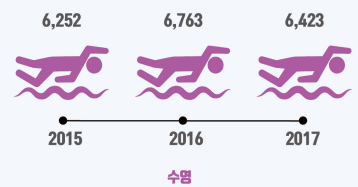
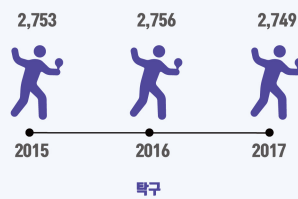
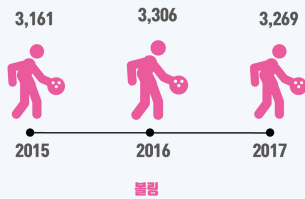
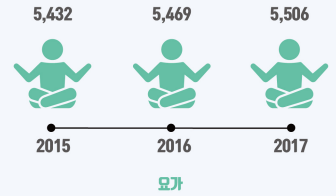
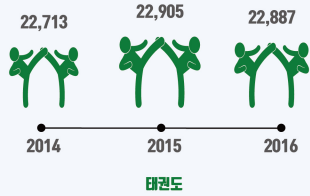
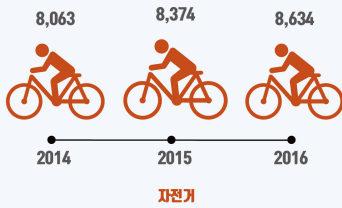
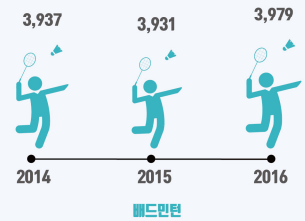
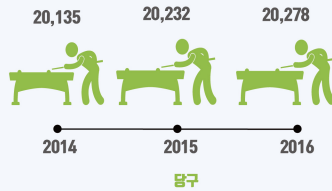
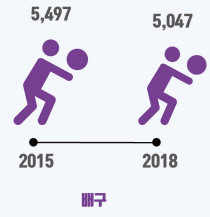
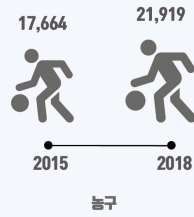
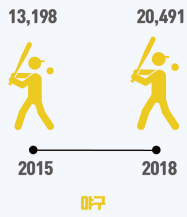
◦ 종목별 스포츠산업 사업체 수 63page

(단위 : 개사)



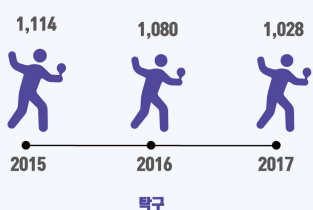
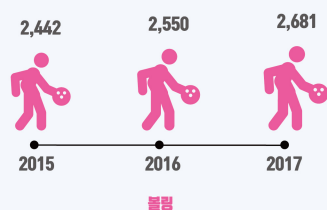
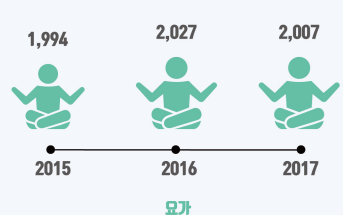
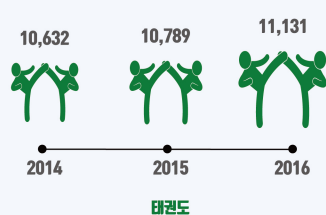
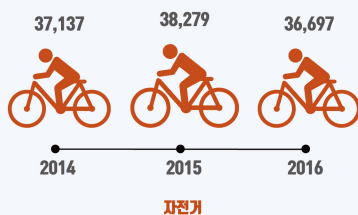
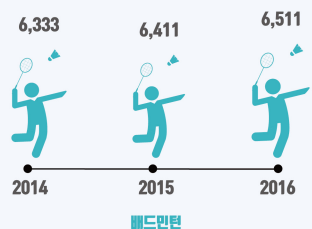
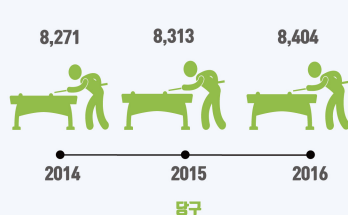
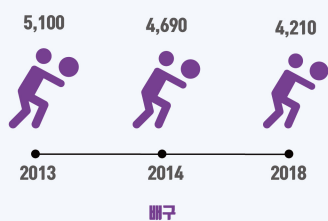
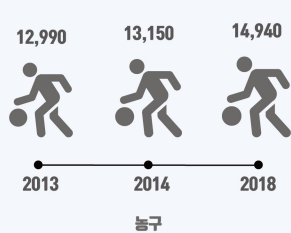
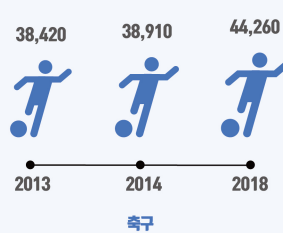
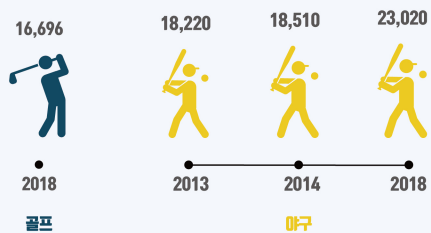
○ 종목별 스포츠산업 종사자 수 74page

(단위 : 명)



○ 종목별 스포츠산업 매출(규모) 69page

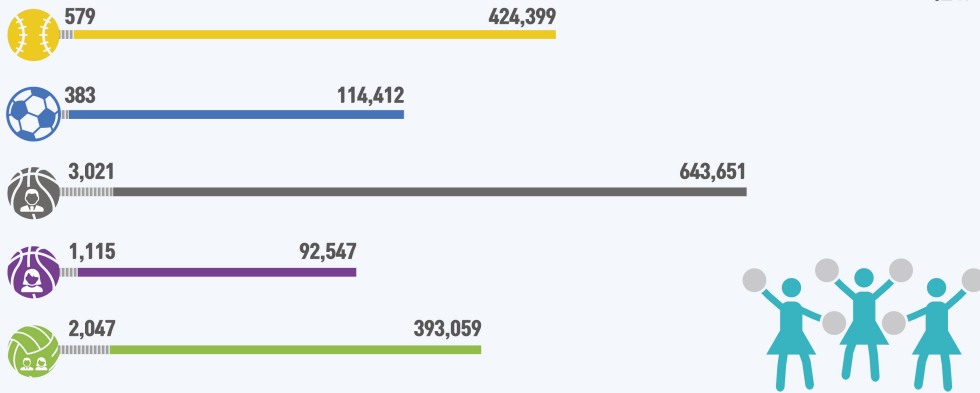
(단위 : 억 원)



○ 직접 관람객수 (2020년 기준) 280page

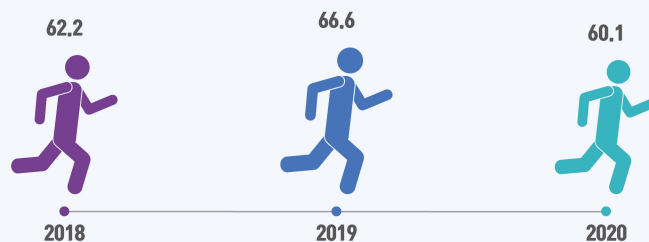
|||| 평균 관중 ■ 총 관중

(단위 : 명)



○ 주 1회 이상 규칙적 생활체육활동 참여율 122page

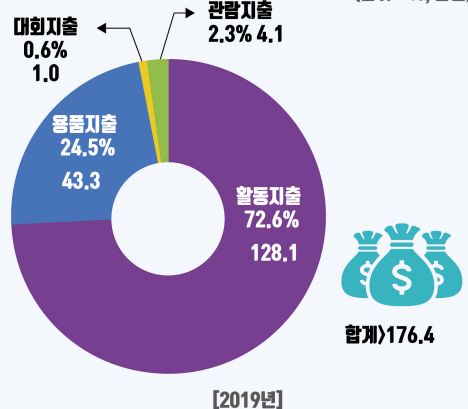
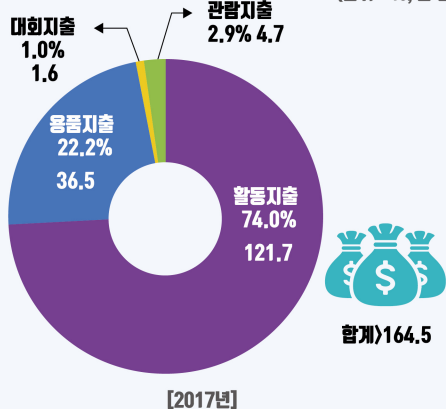
(단위 : %)



○ 가구별 참여 & 관람 연간 지출 148page

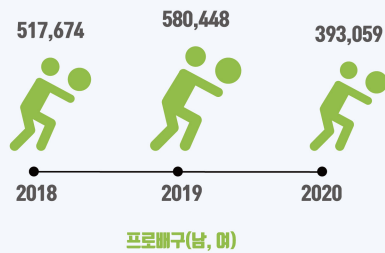
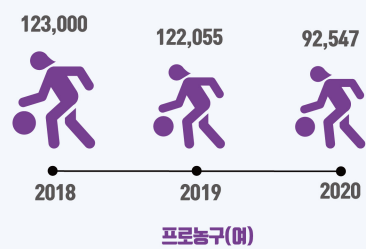
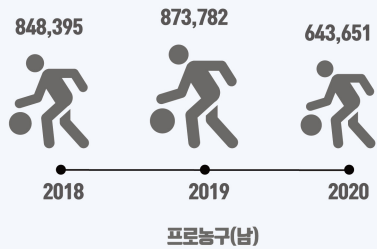
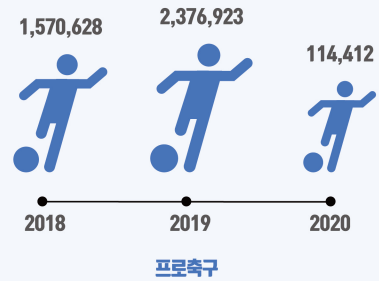
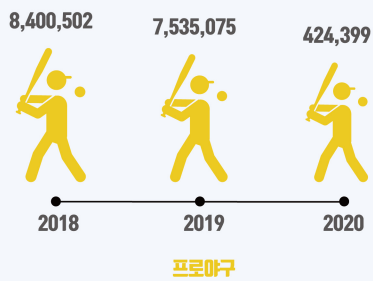
(단위 : %, 만 원)

(단위 : %, 만 원)



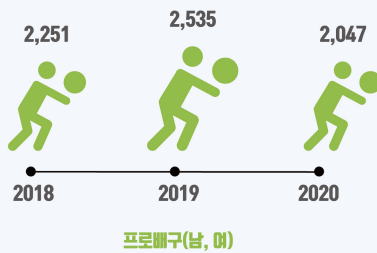
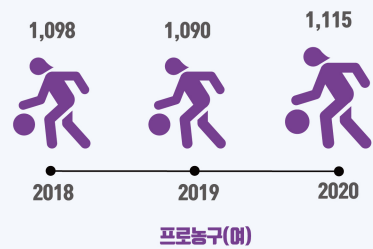
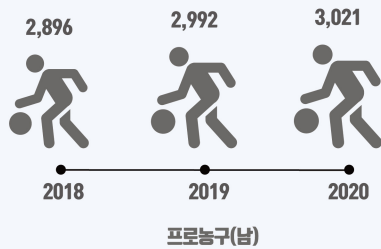
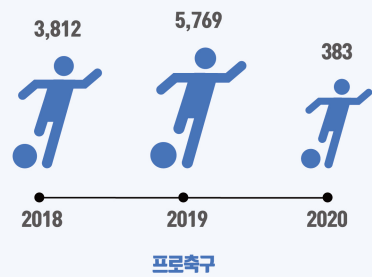
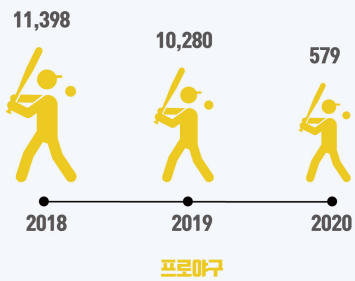
프로스포츠 전체관중수 280page

(단위 : 명)

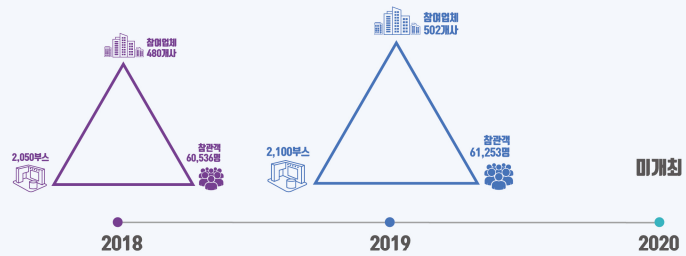


○ **프로스포츠 경기당 평균 관중수** 280page

(단위 : 명)

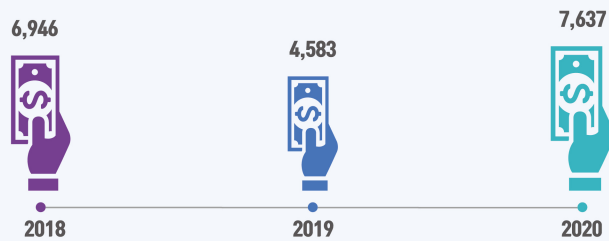


○ 서울국제스포츠박람회 전시 규모 현황(SPOEX) 213page



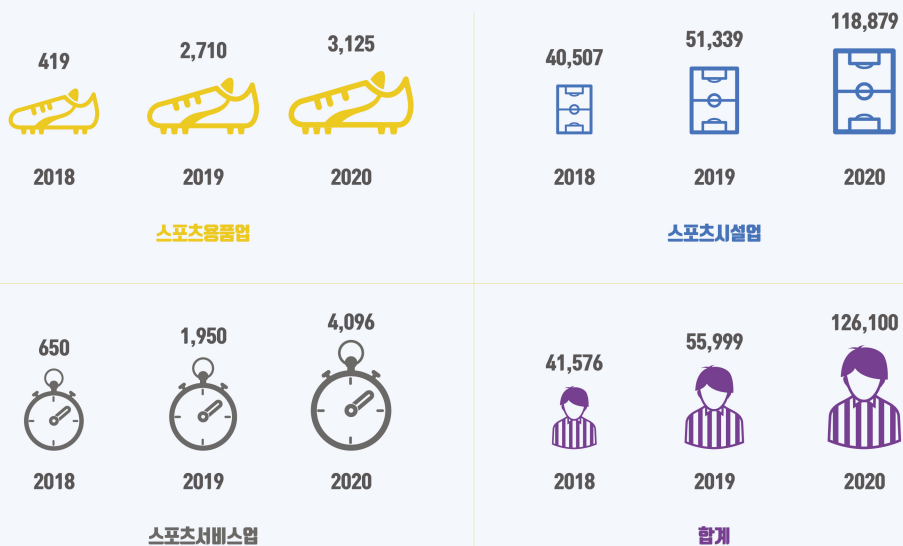
○ 스포츠산업 R&D 지원금액 213page

(단위 : 백만 원)



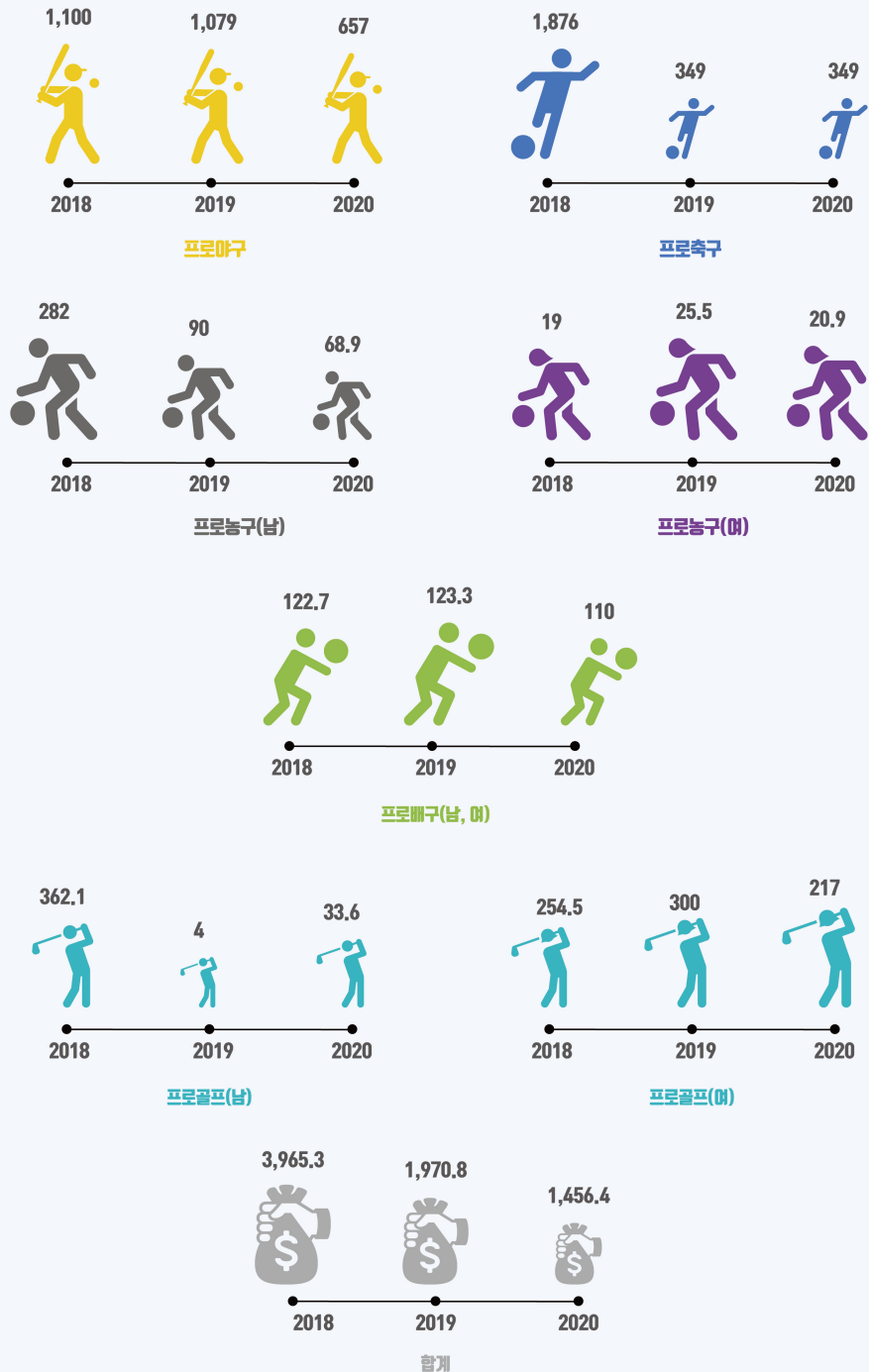
○ 스포츠산업 융자사업의 추진실적 및 성과 180page

(단위 : 백만 원)



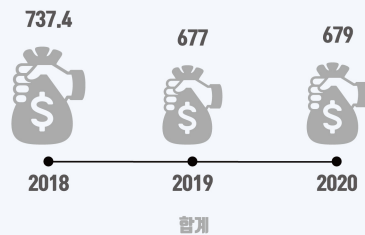
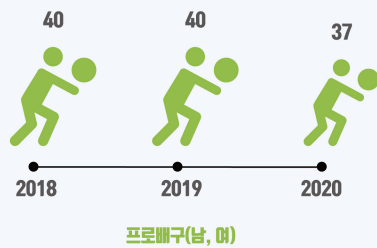
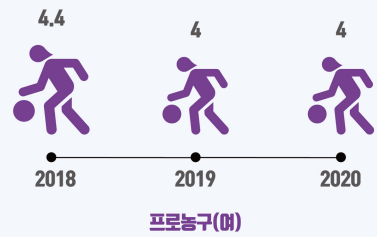
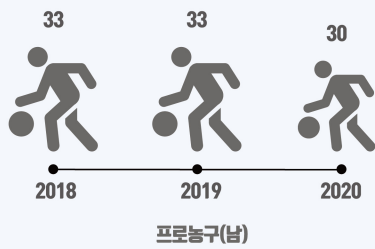
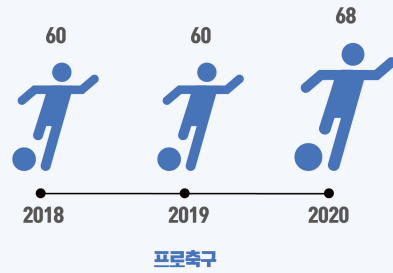
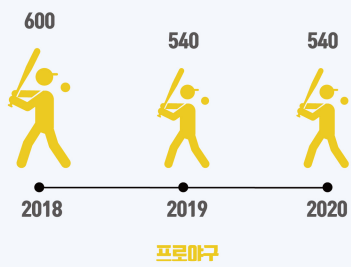
○ 프로스포츠 스폰서 시장규모 287page

(단위 : 억 원)



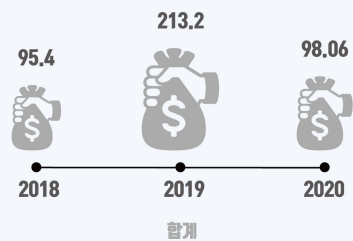
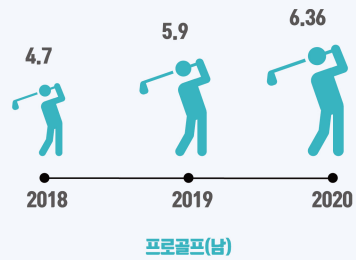
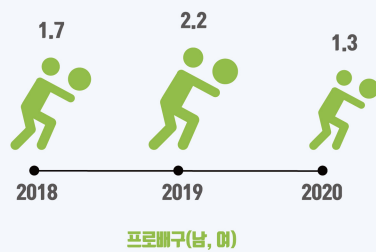
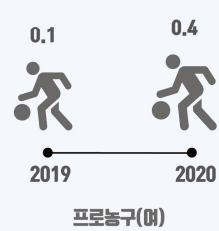
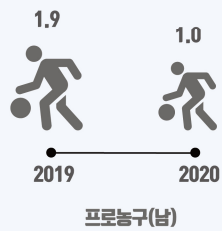
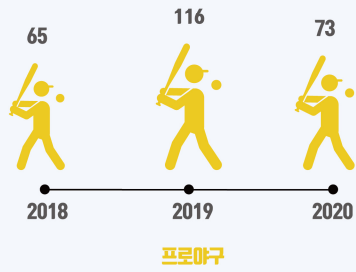
프로스포츠 중계권 시장규모 285page

(단위 : 억 원)



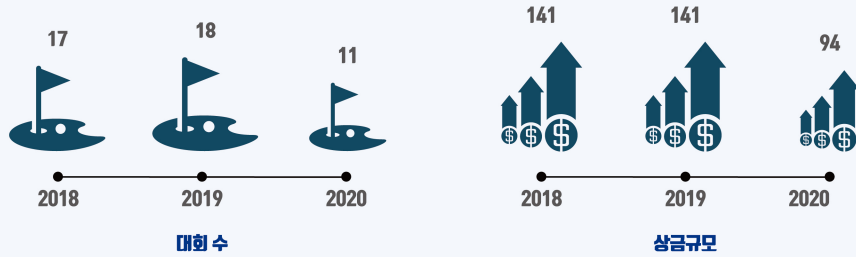
○ 프로스포츠 머천다이징 시장규모 286page

(단위 : 억 원)

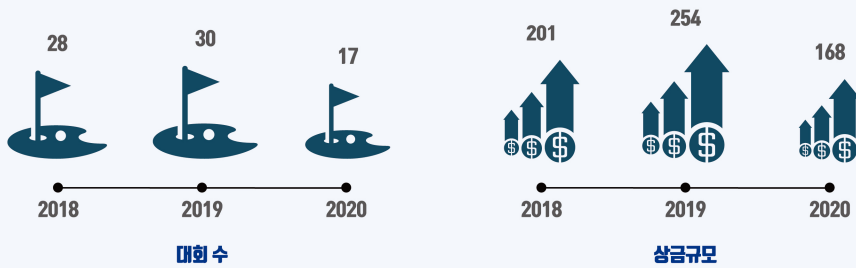


(단위 : 회, 억 원)

KPGA



KLPGA



발 간 사

대한민국은 명실상부한 글로벌 스포츠 강국으로서 하계, 동계올림픽 등 주요 국제 스포츠 행사를 성공적으로 개최했을 뿐만 아니라 전 세계 스포츠 무대에서 크게 활약하고 있는 선수들을 지속적으로 배출하고 있습니다. 또한, 세계적인 수준을 자랑하는 국민생활체육 참여국으로서 스포츠산업이 계속 성장할 수 있는 토대도 갖추고 있습니다.

2020년에는 예상치 못한 코로나19 감염병 대유행으로 우리나라는 물론 전 세계가 경제, 사회, 문화 모든 부문에서 어려움을 겪었고, 이는 2021년까지도 이어지고 있습니다. 이러한 코로나 장기화로 우리 스포츠산업 역시 상당한 어려움을 겪고 있지만 디지털 전환 시대를 맞이해 새로운 기회를 창출하고 변화와 혁신을 모색하고 있습니다.

스포츠산업은 4차 산업혁명 시대가 추구하는 첨단기술과 결합해 부가가치를 창출할 뿐만 아니라 국민의 건강과 행복을 증진하는 핵심 산업입니다. 이에 문화체육관광부는 스포츠산업의 미래 성장 가능성과 중요성을 바탕으로 다양한 정책적 노력을 기울이고 있습니다.

서비스 중심의 고부가가치 산업이 미래사회를 주도할 것으로 예상되는 만큼 서비스 융·복합을 지향하는 스포츠산업이 혁신 제품을 개발하고 서비스를 발굴해 지속 가능한 성장을 도모할 수 있도록 지원하겠습니다. 나아가 우리나라 스포츠산업이 코로나 위기를 극복하고 세계 스포츠산업을 선도할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

이번에 발간하는 ‘2020 스포츠산업 백서’는 국내·외 스포츠산업 동향과 현황, 정부의 스포츠산업 육성 정책 등에 대한 종합적인 정보를 수록하고 있습니다. 스포츠산업 관계자들 비롯해 관심 있는 모든 분들이 이 자료를 통해 스포츠산업의 미래를 전망하고 변화에 대응할 수 있기를 바랍니다.



‘2020 스포츠산업 백서’의 발간을 위해 애쓰고 협조해주신 모든 분들께 깊은 감사의 인사를 드리며, 앞으로도 우리나라 스포츠산업에 많은 관심을 보여주시길 부탁드립니다.

2021. 12.

문화체육관광부 장관 **황 희**

CONTENTS

제1장 스포츠산업 개관	1
1. 스포츠산업 현황	2
1) 스포츠산업의 정의	2
2) 스포츠산업 활성화 추진배경	6
3) 스포츠산업 특수 분류	7
4) 세계경제와 스포츠산업의 전망	21
2. 스포츠산업 환경 변화 및 해외 동향	22
1) 스포츠산업 환경 변화	22
2) 해외 동향	25
3. 2020 스포츠산업 이슈	32
1) 코로나19로 인한 스포츠산업 공급 및 소비 감소	32
2) 야외 스포츠 활동의 선호	32
3) 프로스포츠 경기 운영 방식의 변화 및 피해	34
4) 비대면 스포츠 활동의 저변 확대	36
5) 2020 도쿄 하계올림픽대회 및 패럴림픽대회 연기	39
제2장 스포츠산업 공급 현황	43
1. 스포츠 사업체 현황	44
1) 산업부분별 스포츠산업 사업체 수	44
2) 종사자별 스포츠산업 사업체 수	47
2. 스포츠산업 종사자 및 고용 현황	50
1) 부문별 종사자 현황	50
3. 스포츠산업 매출 및 실적	55
1) 매출 현황	55
2) 국내 스포츠산업 사업실적	59
3) 스포츠산업 부문별 사업 실적	61



4. 종목별 스포츠산업 현황	63
1) 사업체 수	63
2) 매출액	69
3) 종사자 수	74
5. 스포츠 시설업 현황	79
1) 체육시설업 총괄	79
2) 업종별 현황	80
제3장 스포츠산업 수요 현황	93
제1절 관람스포츠	94
1. 직접 관람 현황	94
1) 프로야구	94
2) 프로축구	99
3) 프로농구	105
4) 프로배구	113
5) 경주스포츠	118
2. 간접 관람 현황	119
1) 프로야구	119
2) 프로축구	119
3) 프로농구	120
4) 프로배구	121
제2절 참여스포츠	122
1. 생활체육 참여 실태	122
1) 생활체육 참여현황	122
2) 생활체육 소비지출 현황	126

2. 4대 종목 수요조사 결과	134
1) 야구	134
2) 축구	137
3) 농구	141
4) 배구	144

제3절 스포츠산업 가계지출 가구별 조사 결과 148

1. 가구별 스포츠 소비지출	148
1) 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)	148
2) 지출항목별 연간 활동 지출	152
2. 참여스포츠 연간 활동지출	156
3. 연간 대회참가 지출	160
4. 관람스포츠 연간 직접 관람 경비	164

제4장 스포츠산업 정책 169

1. 스포츠산업 정책의 변천	170
2. 스포츠산업 경쟁력 강화 지원	171
1) 스포츠용품 시험 및 인증 사업	171
2) 스포츠산업 융자사업	180
3) 스포츠산업 모태펀드 조성사업	187
4) 중소 스포츠기업 지원 사업	194
5) 스포츠산업 일자리 지원 사업	198
6) 스포츠산업 선도기업 육성 사업	206
3. 스포츠산업 신시장 개척지원	211
1) 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원 사업	211
2) 지역 융·복합 스포츠산업 기반 확충 사업	219
3) 전지훈련특화시설(에어돔) 설치 지원 사업	231



4. 스포츠산업 기반기술 강화	233
1) 스포츠산업기술개발 및 서비스 사업화	233
5. 스포츠산업 전문 인력 양성 사업	242
1) 스포츠산업 전문 인력 양성 지원 사업	242
2) 스포츠산업분야 인턴십 지원 사업	246
3) 스포츠산업 채용박람회(JOB FAIR) 개최 사업	250
4) 스포츠산업 비대면 시장 융합인력 양성	251
6. 스포츠산업 기반 조성	252
1) 스포츠산업 인프라 구축 사업	252
2) 스포츠산업 정보 제공 및 저변 확대	262
제5장 프로스포츠	275
1. 프로스포츠 전개와 발전	276
1) 프로스포츠 역사	276
2) 프로스포츠산업화	277
3) 프로스포츠 글로벌화	278
2. 프로스포츠산업	280
1) 프로스포츠 관람객	280
2) 국내 프로스포츠 환경 및 운영구조	282
3) 국내 프로스포츠 시장규모 및 경제적 가치	284
3. 종목별 프로스포츠산업	287
1) 프로야구	288
2) 프로축구	294
3) 프로농구	302
4) 프로배구	309
5) 프로골프	314

4. 프로스포츠산업화를 위한 제도개혁	317
1) 프로스포츠 경기장 임대구조	317
2) 프로스포츠 에이전트 제도	319
3) 국내·외 에이전트 제도 현황	320
4) 스포츠 에이전트 제도 도입에 따른 기대효과	327

제6장 스포츠산업 관련 법제 329

1. 개관	330
2. 스포츠산업 관련 법제 현황	331
1) 문화체육관광부 소관 법령	331
2) 문화체육관광부 행정규칙(훈령·예규·고시·공시)	345
3) 스포츠산업 유관법령	346

부록. 스포츠산업 관련 국내 기관 단체 현황 353

1. 정부 기관	354
1) 문화체육관광부	354
2) 지방자치단체 체육조직	359
2. 유관 기관	375
1) 서울올림픽기념 국민체육진흥공단	375
2) 태권도진흥재단	381
3) 스포츠안전재단	383
4) 한국대학스포츠협의회	387
5) 한국프로스포츠협회	388
6) 국내 고등교육기관	389
7) 그 밖에 스포츠산업 관련 단체	391



CONTENTS <TABLE>

〈표 1-1〉 제품과 구매자의 유형에 따른 분류	8
〈표 1-2〉 유럽연합의 스포츠산업 정의	10
〈표 1-3〉 중국의 스포츠산업 분류	12
〈표 1-4〉 스포츠산업 특수 분류 v1.0(2000.1)	12
〈표 1-5〉 스포츠산업 특수 분류 v2.0(2008.6)	14
〈표 1-6〉 스포츠산업 특수 분류 v3.0	16
〈표 1-7〉 2020 도쿄 하계올림픽 개요	40
〈표 1-8〉 2020 도쿄 하계올림픽 조직위원회 예상 수입	41
〈표 2-1〉 '18~'20년 세세분류별 스포츠산업 모집단 사업체 수	44
〈표 2-2〉 '20년 지역별·사업종류별 스포츠산업 사업체 수	47
〈표 2-3〉 '18~'20년 종사자 수별 스포츠산업 사업체 수	48
〈표 2-4〉 '18~'20년 종사자 수별·사업종류별 스포츠산업 사업체 수	48
〈표 2-5〉 '20년 지역별·사업종류별 스포츠산업 사업체 수	49
〈표 2-6〉 '18~'20년 사업종류별 종사자 수	50
〈표 2-7〉 '18~'20년 스포츠산업 세세분류별 종사자 수	50
〈표 2-8〉 '18~'20년 조직형태별 종사자 수	53
〈표 2-9〉 '18~'20년 종사자 규모별 종사자 수	53
〈표 2-10〉 '20년 지역별·사업종류별 종사자 수	54
〈표 2-11〉 '18~'20년 스포츠산업 산업분류별 매출액	55
〈표 2-12〉 '18~'20년 사업종류별 매출액	57
〈표 2-13〉 '18~'20년 조직형태별 매출액	58
〈표 2-14〉 '18~'20년 종사자 규모별 매출액	58
〈표 2-15〉 '09~'20년 스포츠산업 사업실적	59
〈표 2-16〉 '19~'20년 스포츠산업 중분류별 사업실적	60
〈표 2-17〉 '18~'20년 스포츠산업 사업종류별 내수·수출실적	61
〈표 2-18〉 '18~'20년 스포츠 용품업 상품별 구성비	61
〈표 2-19〉 '18~'20년 스포츠 시설업 연간 영업개월 수 및 이용 인원	62
〈표 2-20〉 '18~'20년 스포츠 서비스업 고객유형별 매출액 비중	62
〈표 2-21〉 '15년 종목별 스포츠산업 사업종류별 사업체 수	63

〈표 2-22〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 사업체 수	63
〈표 2-23〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 사업체 수	64
〈표 2-24〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 사업체 수	64
〈표 2-25〉 '15년 중분류별 종목별 스포츠산업 사업체 수	65
〈표 2-26〉 '16년 중분류별 종목별 생활스포츠산업 사업체 수	66
〈표 2-27〉 '17년 중분류별 종목별 생활스포츠산업 사업체 수	66
〈표 2-28〉 '18년 중분류별 종목별 생활스포츠산업 사업체 수	67
〈표 2-29〉 '15년 종목별 스포츠산업 종사자 수별 사업체 수	67
〈표 2-30〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 종사자 수별 사업체 수	68
〈표 2-31〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 종사자 수별 사업체 수	68
〈표 2-32〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 종사자 수별 사업체 수	68
〈표 2-33〉 '15년 종목별 스포츠산업 사업종류별 매출액	69
〈표 2-34〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 매출액	69
〈표 2-35〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 매출액	70
〈표 2-36〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 매출액	70
〈표 2-37〉 '14년 종목별 스포츠산업 분류별 매출액(중분류별)	71
〈표 2-38〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 분류별 매출액(중분류별)	72
〈표 2-39〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 분류별 매출액(중분류별)	73
〈표 2-40〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 분류별 매출액(중분류별)	73
〈표 2-41〉 '15년 종목별 스포츠산업 사업종류별 종사자 수	74
〈표 2-42〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 종사자 수	74
〈표 2-43〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 종사자 수	75
〈표 2-44〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 종사자 수	75
〈표 2-45〉 '15년 종목별 스포츠산업 산업분류별 종사자 수(중분류별)	76
〈표 2-46〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 산업분류별 종사자 수(중분류별)	77
〈표 2-47〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 산업분류별 종사자 수(중분류별)	77
〈표 2-48〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 산업분류별 종사자 수(중분류별)	78
〈표 2-49〉 '20년 전국 시·도별 체육시설 총괄	79
〈표 2-50〉 '20년 등록체육시설업 현황	80
〈표 2-51〉 '20년 전국 시·도별 골프장 현황	80



〈표 2-52〉 '20년 전국 스키장 현황	81
〈표 2-53〉 '20년 전국 자동차 경주장 현황	82
〈표 2-54〉 '20년 신고체육시설 현황	82
〈표 2-55〉 '20년 전국 요트장 현황	83
〈표 2-56〉 '20년 전국 빙상장 현황	84
〈표 2-57〉 '20년 전국 카누장 현황	84
〈표 2-58〉 '20년 전국 승마장 현황	85
〈표 2-59〉 '20년 전국 종합체육시설 현황	85
〈표 2-60〉 '20년 전국 수영장 현황	86
〈표 2-61〉 '20년 전국 체육도장 현황	87
〈표 2-62〉 '20년 전국 골프연습장 현황	88
〈표 2-63〉 '20년 전국 가상체육시설업 현황	89
〈표 2-64〉 '20년 전국 야구장 현황	89
〈표 2-65〉 '20년 전국 체력단련장 현황	90
〈표 2-66〉 '20년 전국 당구장 현황	90
〈표 2-67〉 '20년 전국 썰매장 현황	91
〈표 2-68〉 '20년 전국 무도장 현황	91
〈표 2-69〉 '20년 전국 무도학원 현황	92
〈표 3-1〉 프로야구 관중 수 현황	94
〈표 3-2〉 프로야구 정규시즌 경기 수 및 평균관중 수	95
〈표 3-3〉 프로야구 경기장 수용규모 및 좌석점유율	97
〈표 3-4〉 '19년 기준 프로야구 홈경기 직접 관람 횟수	98
〈표 3-5〉 '19년 기준 프로야구 한 시즌 상품 구매비용	98
〈표 3-6〉 프로야구 1회 관람 시 1인당 예상 지출 비용	99
〈표 3-7〉 프로축구 관중 수 현황	100
〈표 3-8〉 프로축구 경기 수 및 평균관중 수	101
〈표 3-9〉 프로축구 경기장 수용규모 및 좌석점유율	103
〈표 3-10〉 '19년 기준 프로축구 직접 관람 횟수	104
〈표 3-11〉 '19년 기준 프로축구 한 시즌 상품 구매비용	104

〈표 3-12〉 프로축구 1회 관람 시 1인당 예상 지출 비용	105
〈표 3-13〉 프로농구 관중 수 현황	106
〈표 3-14〉 프로농구 경기 수 및 평균관중 수	107
〈표 3-15〉 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율	109
〈표 3-16〉 '19년 기준 남자 프로농구 경기 직접 관람 횟수	112
〈표 3-17〉 '19년 기준 여자 프로농구 경기 직접 관람 횟수	112
〈표 3-18〉 '19년 기준 프로농구 한 시즌 상품 구매 비용	112
〈표 3-19〉 프로농구 1회 관람 시 1인당 예상 지출 비용	113
〈표 3-20〉 프로배구 관중 수 현황	113
〈표 3-21〉 프로배구 경기 수 및 평균관중 수	115
〈표 3-22〉 프로배구 경기장 수용규모 및 좌석 점유율	116
〈표 3-23〉 '19년 기준 남자 프로배구 경기 직접 관람 횟수	117
〈표 3-24〉 '19년 기준 여자 프로배구 경기 직접 관람 횟수	117
〈표 3-25〉 '19년 기준 프로배구 한 시즌 상품 구매 비용	117
〈표 3-26〉 프로배구 1회 관람 시 1인당 예상 지출 비용	118
〈표 3-27〉 경주스포츠업 주요업종 이용자 수	118
〈표 3-28〉 '19년 기준 프로야구 경기 생중계 시청 여부	119
〈표 3-29〉 '19년 기준 프로야구 경기 생중계 주 시청 매체	119
〈표 3-30〉 '19년 기준 프로축구 경기 생중계 시청 여부	119
〈표 3-31〉 '19년 기준 프로축구 경기 생중계 주 시청 매체	120
〈표 3-32〉 '19년 기준 프로농구 경기 생중계 시청 여부	120
〈표 3-33〉 '19년 기준 프로농구 경기 생중계 주 시청 매체	121
〈표 3-34〉 '19년 기준 프로배구 경기 생중계 시청 여부	121
〈표 3-35〉 '19년 기준 프로배구 경기 생중계 주 시청 매체	121
〈표 3-36〉 규칙적 체육활동 참여여부 및 빈도 연도별 비교	122
〈표 3-37〉 주 1회 이상 규칙적 생활체육활동 참여율 변화	123
〈표 3-38〉 연령별 주 2~3회 이상 규칙적 체육활동 참여율 연도별 비교	123
〈표 3-39〉 참여종목 연도별 비교표	124
〈표 3-40〉 1회 평균 체육활동 참여시간 연도별 비교	124
〈표 3-41〉 체육활동 평균 참여 기간 연도별 비교	125



〈표 3-42〉 생활체육 참여 주요 이용시설	125
〈표 3-43〉 전국 골프장 이용객 현황	126
〈표 3-44〉 월 평균 체육활동 경비 연도별 비교	127
〈표 3-45〉 월 평균 체육활동 경비	127
〈표 3-46〉 스포츠용품 구입 종류(복수응답)	129
〈표 3-47〉 스포츠용품 구입비용	130
〈표 3-48〉 체육동호회 조직 가입 여부	131
〈표 3-49〉 체육동호회 조직 가입 종목(상위 10개 종목)	132
〈표 3-50〉 야구 참여 기간	134
〈표 3-51〉 야구 참여 빈도	134
〈표 3-52〉 야구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료)	135
〈표 3-53〉 야구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비)	135
〈표 3-54〉 야구 용품 소비지출	136
〈표 3-55〉 야구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출	136
〈표 3-56〉 야구 연간 대회참가 소비지출	137
〈표 3-57〉 축구 참여 기간	137
〈표 3-58〉 축구 참여 빈도	138
〈표 3-59〉 축구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료)	138
〈표 3-60〉 축구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비)	139
〈표 3-61〉 축구 용품 소비지출	139
〈표 3-62〉 축구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출	140
〈표 3-63〉 축구 연간 대회참가 소비지출	140
〈표 3-64〉 농구 참여 기간	141
〈표 3-65〉 농구 참여 빈도	141
〈표 3-66〉 농구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료)	142
〈표 3-67〉 농구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비)	142
〈표 3-68〉 농구 용품 소비지출	143
〈표 3-69〉 농구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출	143
〈표 3-70〉 농구 연간 대회참가 소비지출	144
〈표 3-71〉 배구 참여 기간	144

〈표 3-72〉 배구 참여 빈도	145
〈표 3-73〉 배구 소비지출 현황(동호회 회비, 강습비, 시설 이용료)	145
〈표 3-74〉 배구 소비지출 현황(음료 다과비, 식사비, 대중교통비, 자가용비)	146
〈표 3-75〉 배구 용품 소비지출	146
〈표 3-76〉 배구 대회참가 횟수 및 회당 소비지출	147
〈표 3-77〉 배구 연간 대회참가 소비지출	147
〈표 3-78〉 '15년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)	149
〈표 3-79〉 '17년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)	150
〈표 3-80〉 '19년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)	151
〈표 3-81〉 '15년 지출항목별 연간 활동 지출	153
〈표 3-82〉 '17년 지출항목별 연간 활동 지출	154
〈표 3-83〉 '19년 지출항목별 연간 활동 지출	155
〈표 3-84〉 '15년 참여스포츠 연간 활동 지출	157
〈표 3-85〉 '17년 참여스포츠 연간 활동 지출	158
〈표 3-86〉 '19년 참여스포츠 연간 활동 지출	159
〈표 3-87〉 '15년 연간 대회참가 경비지출	161
〈표 3-88〉 '17년 연간 대회참가 경비지출	162
〈표 3-89〉 '19년 연간 대회참가 경비지출	163
〈표 3-90〉 '15년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비	165
〈표 3-91〉 '17년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비	166
〈표 3-92〉 '19년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비	167
〈표 4-1〉 자유무역협정(FTA) 추진 현황	171
〈표 4-2〉 '20년 스포츠용품 시험 및 인증사업의 구성	172
〈표 4-3〉 스포츠 인증 제도를 위한 투자현황	173
〈표 4-4〉 '20년 KISS 품질인증 실적	174
〈표 4-5〉 '05~'20년 인증 시험·검사장비 현황	176
〈표 4-6〉 스포츠용품 시험 및 인증현황	177
〈표 4-7〉 '20년 스포츠용품 시험 및 인증 사업의 추진실적	177
〈표 4-8〉 '20년 스포츠용품 해외인증 지원현황	177



〈표 4-9〉 국내 스포츠산업체들의 자금지원에 대한 수요	180
〈표 4-10〉 '20년 스포츠산업 융자집행현황	181
〈표 4-11〉 '20년 스포츠용품 우수체육용구 생산업체	181
〈표 4-12〉 '20년 우수체육용구 생산업체 기금융자 기준	183
〈표 4-13〉 체육시설업체 기금융자	183
〈표 4-14〉 '20년 스포츠 서비스업 기금 융자 기준	184
〈표 4-15〉 '20년 스포츠 서비스업종별 융자 세부조건	185
〈표 4-16〉 '18~'20년 스포츠산업체 융자 추진 현황	185
〈표 4-17〉 '19~'20년 대중제 전환 골프장 융자 추진 현황	186
〈표 4-18〉 '20년 융자 신청금액, 결정금액, 집행금액 현황	186
〈표 4-19〉 '20년 국민체육진흥기금 스포츠산업 업종별 융자 현황	186
〈표 4-20〉 '18~'20년 스포츠산업체 설립연한 비율	187
〈표 4-21〉 스포츠산업 육성발전 장애요인	188
〈표 4-22〉 '20년 스포츠산업분야 모태펀드 출자규모 및 출자자 선정기준	189
〈표 4-23〉 '20년 출자자 우대선정기준	189
〈표 4-24〉 '20년 모태펀드 출자사업 공통 출자 주요조건	190
〈표 4-25〉 '17~'20년 스포츠계정 모태조합 운용 중 조합 현황	191
〈표 4-26〉 조합원 연도별 출자내역	192
〈표 4-27〉 '20년 모태펀드 자펀드 누적 결성액 및 투자실적	193
〈표 4-28〉 모태펀드 스포츠계정 출자 및 결성현황	194
〈표 4-29〉 '20년 스포츠산업 조직형태별 사업체 수	195
〈표 4-30〉 스포츠 용품업 무역수지 현황(품목코드 9506)	196
〈표 4-31〉 '20년 중소 스포츠기업 지원 사업 지원 분야	196
〈표 4-32〉 중소 스포츠기업 지원 사업체 선정실적	197
〈표 4-33〉 '20년 중소 스포츠기업 지원 사업 최종 선정기업	197
〈표 4-34〉 중소 스포츠기업 지원 실적 경제적 효과	197
〈표 4-35〉 중소 스포츠기업 지원 사업 종합 성과	198
〈표 4-36〉 스포츠산업 전문 인력에 대한 필요성	198
〈표 4-37〉 일자리 상담실과 일자리 정보 시스템(잡스포이즈) 운영 실적	200
〈표 4-38〉 '20년 스포츠산업 일자리지원센터 홍보실적	201

〈표 4-39〉 통계청 고용동향조사 결과	201
〈표 4-40〉 중앙창업거점센터와 지역창업거점센터의 사업내용	202
〈표 4-41〉 '20년 스포츠산업 창업지원센터 지정 현황	203
〈표 4-42〉 '20년 스포츠산업 창업활성화 사업 운영현황	203
〈표 4-43〉 '17~'19년 스포츠산업 창업지원센터 운영 실적	204
〈표 4-44〉 '20년 스포츠산업 창업지원센터 운영 실적	204
〈표 4-45〉 '20년 스포츠산업 액셀러레이터 운영사업의 추진과정	205
〈표 4-46〉 '20년 액셀러레이터 실적 및 현황	206
〈표 4-47〉 '20년 스포츠산업 액셀러레이터 보육성과	206
〈표 4-48〉 '20년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 일정 및 추진절차(계속 지원)	207
〈표 4-49〉 '20년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 일정 및 추진절차(신규 선정)	207
〈표 4-50〉 '20년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 운영 및 추진과정	208
〈표 4-51〉 '18년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 1기)	209
〈표 4-52〉 '19년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 2기)	210
〈표 4-53〉 '20년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 3기)	210
〈표 4-54〉 스포츠산업 전체 요약	211
〈표 4-55〉 대외경쟁력 강화부문 스포츠산업체 수요조사	212
〈표 4-56〉 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원사업 추진과정	213
〈표 4-57〉 서울국제스포츠레저산업전 전시규모 현황	214
〈표 4-58〉 서울국제스포츠레저산업전 품목별 참가비율	214
〈표 4-59〉 서울국제스포츠레저산업전 대륙별 참관객 현황	214
〈표 4-60〉 SPOEX 2019 해외 빅바이어 수출상담회 참가바이어	215
〈표 4-61〉 SPOEX 2019 해외 빅바이어 수출상담회 상담실적(총괄)	216
〈표 4-62〉 '20년 SPOEX FALL 수출상담회 현황	217
〈표 4-63〉 '20년 SPOEX FALL 수출상담회 국내기업 품목별 참가 현황	217
〈표 4-64〉 SPOEX FALL 수출상담회 실적	217
〈표 4-65〉 '20년 해외 진출 컨설팅 및 해외시장 마케팅 지원 사업 개요	218
〈표 4-66〉 '20년 해외 진출 컨설팅 및 해외시장 마케팅 지원 실적	218
〈표 4-67〉 해외 진출 컨설팅 및 해외시장 마케팅 지원 사업 수혜기업 만족도	218
〈표 4-68〉 '20년 해외전시 참가 지원 사업 개요	218



〈표 4-69〉 '19년 해외 개별 전시회 참가 실적	219
〈표 4-70〉 '17~'19년 해외전시 참가 지원 사업 종합 실적	219
〈표 4-71〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 기관 추진 사업 내용(대전)	220
〈표 4-72〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 기관 추진 사업 내용(부산)	221
〈표 4-73〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 추진과정(대전)	221
〈표 4-74〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 추진과정(부산)	223
〈표 4-75〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 연차별 주요 성과(대전)	224
〈표 4-76〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 연차별 주요 성과(부산)	224
〈표 4-77〉 '20년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 거점조성 분야 실적(대전)	225
〈표 4-78〉 '20년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 거점조성 분야 실적(부산)	225
〈표 4-79〉 '20년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기반조성 분야 실적(대전)	225
〈표 4-80〉 '20년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기반조성 분야 실적(부산)	226
〈표 4-81〉 '20년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기업지원 분야 실적(대전)	226
〈표 4-82〉 '20년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기업지원 분야 실적(부산)	227
〈표 4-83〉 '20년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 성과확산 분야 실적(대전)	228
〈표 4-84〉 '20년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 성과확산 분야 실적(부산)	228
〈표 4-85〉 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업 추진과정	229
〈표 4-86〉 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업 경제적 효과	231
〈표 4-87〉 '20년 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업성과	231
〈표 4-88〉 '20년 전지훈련특화시설(에어돔) 설치 지원사업 개요	232
〈표 4-89〉 스포츠산업기술개발 사업 예산 현황	233
〈표 4-90〉 부처별 연구·개발사업 예산 현황	234
〈표 4-91〉 스포츠산업기술개발 사업 과제지원 실적	236
〈표 4-92〉 '20년 스포츠산업기술개발 사업 추진과제 세부 현황	236
〈표 4-93〉 스포츠산업기술개발 사업 종합성과	237
〈표 4-94〉 가상현실 스포츠실 보급 사업 추진과정	240
〈표 4-95〉 '20년 가상현실 스포츠실 보급사업 지자체별 기금지원 규모	241
〈표 4-96〉 가상현실 스포츠실 보급 사업 추진결과	241
〈표 4-97〉 스포츠산업 실무맞춤형 전문인력 양성 지원 사업 추진과정	243
〈표 4-98〉 '20년 스포츠산업 실무맞춤형 전문인력양성 사업 운영 현황	244

〈표 4-99〉 스포츠융복합대학원 지원 사업 추진과정	244
〈표 4-100〉 스포츠산업분야 인턴십 지원사업 추진과정	247
〈표 4-101〉 '20년 체육분야 인턴 지원사업 모집공고 및 채용결과	248
〈표 4-102〉 '16~'20년 체육분야 국내 인턴 지원사업 채용 연계 실적	248
〈표 4-103〉 '17~'20년 체육분야 인턴 지원 사업 인턴사원 성과	249
〈표 4-104〉 '17~'20년 체육분야 인턴십 지원사업 국내인턴 인턴종료 후 취업현황	249
〈표 4-105〉 스포츠산업 채용박람회 'JOB FAIR 2020' 개최 사업 개요	250
〈표 4-106〉 스포츠산업 비대면 시장 융합인력 양성 사업 추진과정	251
〈표 4-107〉 비대면 스포츠 코칭 시장 창출 지원 연간실적	251
〈표 4-108〉 스포츠산업조사 주요 추진 현황	253
〈표 4-109〉 '20년 기준 스포츠산업조사 사업개요	254
〈표 4-110〉 제16회 대한민국 스포츠산업대상 포상사업 추진과정	256
〈표 4-111〉 '15~'16년 대분류별 모집단 비율(구분류 기준)	257
〈표 4-112〉 '18~'20년 대분류별 모집단 비율(신분류 기준)	257
〈표 4-113〉 스포츠산업대상 및 디자인 공모전 역대 수상 현황	258
〈표 4-114〉 스포츠산업 백서 발간 사업개요	263
〈표 4-115〉 SI 포커스 및 이슈페이퍼 발행 사업개요	263
〈표 4-116〉 스포츠산업 동향 뉴스레터 발간 사업개요	264
〈표 4-117〉 스포츠산업 콘퍼런스 개최 사업개요	265
〈표 4-118〉 생활체육분야 스포츠산업 실태조사 개요	266
〈표 4-119〉 올해의 우수 스포츠기업 선정 및 홍보 사업개요	267
〈표 4-120〉 '20년 올해의 우수 스포츠기업 선정 업체	268
〈표 4-121〉 스포츠산업 백서 사업 실적	268
〈표 4-122〉 '20년 SI 포커스 발행 실적	269
〈표 4-123〉 '20년 이슈페이퍼 발행 실적	269
〈표 4-124〉 스포츠산업 동향정보 제공 사업 실적	270
〈표 4-125〉 '20년 스포츠산업 동향 뉴스레터 발행 실적	271
〈표 4-126〉 스포츠산업 콘퍼런스 개최 사업 실적	272
〈표 4-127〉 '18년 생활체육분야 스포츠산업 실태조사 사업체수	273
〈표 4-128〉 '18년 생활체육분야 스포츠산업 실태조사 매출액	273
〈표 4-129〉 '18년 생활체육분야 스포츠산업 실태조사 종사자수	273



〈표 5-1〉 리그수입에 따른 전 세계 프로스포츠 순위(2020년 기준)	279
〈표 5-2〉 프로스포츠 전체관람객 추이	281
〈표 5-3〉 주요 프로스포츠 경기 수 및 경기당 평균 관중 수	281
〈표 5-4〉 주요 프로스포츠 수용규모 및 좌석점유율	282
〈표 5-5〉 주요 프로스포츠 등록선수 숫자	283
〈표 5-6〉 프로스포츠 종목별 구단 운영형태	283
〈표 5-7〉 프로스포츠 입장수입 규모	284
〈표 5-8〉 프로스포츠 중계권 시장규모	285
〈표 5-9〉 프로스포츠 머천다이징(라이선싱 포함) 시장규모	286
〈표 5-10〉 프로스포츠 스폰서 시장규모	287
〈표 5-11〉 프로스포츠단체 현황	287
〈표 5-12〉 과거 KBO리그 팀 변천사	289
〈표 5-13〉 현재 KBO리그 팀 변천사	290
〈표 5-14〉 '20년 KBO리그 팀 개요	291
〈표 5-15〉 프로야구단 홈구장 및 2군 경기장 개요	292
〈표 5-16〉 '20년 프로야구 관람객 및 좌석점유율	293
〈표 5-17〉 프로스포츠클럽 자격요건(제1조)	296
〈표 5-18〉 프로축구 K리그1 '20년 참가팀	297
〈표 5-19〉 프로축구 K리그2 '20년 참가팀	297
〈표 5-20〉 프로축구 K리그 구단 변천사	298
〈표 5-21〉 '20년 프로축구 관람객 및 좌석점유율	300
〈표 5-22〉 축구 시스템 구축 방안	302
〈표 5-23〉 프로농구 구단 변천사	303
〈표 5-24〉 '20~'21년 프로농구 참가 구단 개요	305
〈표 5-25〉 여자프로농구 구단 변천사	306
〈표 5-26〉 '20~'21년 여자 프로농구 참가 구단 개요	307
〈표 5-27〉 '20년 프로농구 관람객 및 좌석점유율	308
〈표 5-28〉 연도별 KBA 등록선수 규모	308
〈표 5-29〉 '20~'21년 V-리그 경기 남자부 참가팀	311
〈표 5-30〉 '20~'21년 V-리그 경기 여자부 참가팀	311

〈표 5-31〉 '20년 프로배구 관람객 및 좌석점유율	311
〈표 5-32〉 '20년 KPGA 대회 개요	315
〈표 5-33〉 '20년 KLPGA 대회 개요	317
〈표 5-34〉 프로야구단 구장운영 계약형태	318
〈표 5-35〉 스포츠에이전트 장·단점	320
〈표 5-36〉 프로스포츠 7개 단체 에이전트 관련 규정 분석	321
〈표 5-37〉 프로야구(KBO) 규약	322
〈표 5-38〉 프로축구(K리그) 규약	322
〈표 5-39〉 프로농구(KBL) 규약	323
〈표 5-40〉 프로배구(KOVO) 규약	324
〈표 5-41〉 여자프로농구(WKBL) 규약	325
〈표 5-42〉 NPB-선수위원회 대리인 제도 주요사항 비교	326
〈표 5-43〉 '16~'20년 에이전트 관련 사업체 수 현황	327
〈표 5-44〉 '16~'20년 에이전트 관련 매출액 현황	327
〈표 5-45〉 '16~'20년 에이전트 관련 종사자 현황	327
〈표 6-1〉 문화체육관광부 소관 스포츠산업 관련 법령 제·개정 현황	332
〈표 6-2〉 스포츠산업 진흥법 주요 개정 내용	334
〈표 6-3〉 스포츠산업 관련 문화체육관광부 행정규칙(훈령·예규·고시·공시)	345
〈표 6-4〉 스포츠산업 유관법령 현황	347
〈표 7-1〉 정부 체육부처 연혁	357
〈표 7-2〉 '04~'20년 지방자치단체 체육발전 계획 수립 현황	359
〈표 7-3〉 광역자치단체 체육행정조직과 인력	360
〈표 7-4〉 기초자치단체 체육행정조직과 인력	362
〈표 7-5〉 국민체육진흥공단 인력 현황	377
〈표 7-6〉 국민체육진흥공단 고정자산	378
〈표 7-7〉 국민체육진흥공단 법인회계 예산	378
〈표 7-8〉 국민체육진흥공단 기금회계 예산	380
〈표 7-9〉 태권도진흥재단 연혁	381



〈표 7-10〉 태권도진흥재단 연도별 예산 현황	383
〈표 7-11〉 스포츠안전재단 조직도	384
〈표 7-12〉 스포츠안전 교육프로그램 체계도	385
〈표 7-13〉 연도별 스포츠 안전공제 가입 현황	386
〈표 7-14〉 연도별 스포츠공제 가입 및 보상 현황	386
〈표 7-15〉 스포츠안전재단 연도별 예산(수입) 현황	387
〈표 7-16〉 한국대학스포츠협회의 주요 사업내용	388
〈표 7-17〉 한국프로스포츠협회 조직도	389
〈표 7-18〉 국내 대학 스포츠산업 관련 학과 설치 현황	390

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〉 전국 골프장 이용객 현황	33
〈그림 1-6〉 현수막 응원	35
〈그림 1-7〉 '20년 K리그1 개막전	35
〈그림 1-8〉 ESPN 중계화면	35
〈그림 1-9〉 ESPN 홈페이지 KBO 링크	35
〈그림 1-10〉 국민체육진흥공단 홈트레이닝 홍보	38
〈그림 1-11〉 대한체육회 홈트레이닝 홍보	38
〈그림 1-12〉 전국학교스포츠클럽 축전 홍보	39
〈그림 3-1〉 프로야구 관중 수 현황	95
〈그림 3-2〉 프로야구 정규시즌 경기 수 및 평균 관중 수	96
〈그림 3-3〉 프로야구 경기장 수용규모 및 좌석점유율	97
〈그림 3-4〉 프로축구 관중 수 현황	100
〈그림 3-5〉 프로축구 경기 수 및 평균 관중 수	102
〈그림 3-6〉 프로축구 경기장 수용규모 및 좌석점유율	103
〈그림 3-7〉 프로농구 관중 수 현황	106
〈그림 3-8〉 남자 프로농구 경기 수 및 평균관중 수	108
〈그림 3-9〉 여자 프로농구 경기 수 및 평균관중 수	109
〈그림 3-10〉 남자 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율	110
〈그림 3-11〉 여자 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율	111
〈그림 3-12〉 프로배구 관중 수 현황	114
〈그림 3-13〉 프로배구 경기 수 및 평균 관중 수	115
〈그림 3-14〉 프로배구 경기장 수용규모 및 좌석점유율	116
〈그림 3-15〉 스포츠용품 구입 종류(복수응답)	128
〈그림 3-16〉 스포츠용품 구입비용	130
〈그림 3-17〉 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)	148



〈그림 3-18〉 지출항목별 연간 스포츠 활동 지출	152
〈그림 3-19〉 참여스포츠 연간 활동 지출	156
〈그림 3-20〉 연간 대회참가 지출	160
〈그림 3-21〉 관람스포츠 연간 직접 관람 경비	164
〈그림 4-1〉 KISS 인증절차	173
〈그림 4-2〉 생산장려품목 및 우수체육용구 생산업체 지정 절차	181
〈그림 4-3〉 국민체육진흥기금 스포츠산업 융자 시행절차	181
〈그림 4-4〉 스포츠산업분야 모태펀드 운용구조	188
〈그림 4-5〉 투자조합 결성 절차	191
〈그림 4-6〉 중소 스포츠기업 지원 사업 추진 절차	195
〈그림 4-7〉 일자리 지원센터 운영체계	199
〈그림 4-8〉 온라인 자동매칭 일자리 시스템 운영체계	199
〈그림 4-9〉 온·오프라인 일자리 지원센터 운영도	200
〈그림 4-10〉 스포츠 창업교육 및 보육사업 지원 절차	203
〈그림 4-11〉 스포츠산업 선도기업 육성 사업 추진절차	209
〈그림 4-12〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 추진 사업구조	220
〈그림 4-13〉 스포츠산업기술개발 사업 추진 체계	234
〈그림 4-14〉 지정공모과제 선정절차	235
〈그림 4-15〉 자유공모과제 선정절차	235
〈그림 4-16〉 스포츠 서비스 사업화(R&D) 지원 사업 개요	238
〈그림 4-17〉 스포츠 서비스(R&D) 지원 사업 과제 선정 절차	238
〈그림 4-18〉 스포츠창업-선도기업 육성 핵심기술 개발(R&D) 사업 개요	239
〈그림 4-19〉 스포츠 에듀 클러스터 활성화	246
〈그림 4-20〉 스포츠산업조사 수행 절차	255
〈그림 5-1〉 한국야구위원회 조직도	288
〈그림 5-2〉 KBO 전문위원회	288
〈그림 5-3〉 (주)케이비오피(KBOP)	289
〈그림 5-4〉 한국프로축구연맹 조직도	295

〈그림 5-5〉 한국농구연맹 조직도	303
〈그림 5-6〉 한국여자농구연맹조직도	306
〈그림 5-7〉 한국배구연맹 조직도	310
〈그림 5-8〉 한국프로골프협회 조직도(이사회 및 분과위원회)	314
〈그림 5-9〉 한국프로골프협회 조직도(사무국)	314
〈그림 5-10〉 한국여자프로골프협회 조직도(이사회 및 분과위원회)	316
〈그림 5-11〉 한국여자프로골프협회 조직도(사무국)	316
〈그림 5-12〉 스포츠 에이전트 제도 기대효과	328
〈그림 6-1〉 스포츠산업관련법령 제정현황	331
〈그림 7-1〉 문화체육관광부 체육국 조직도	357
〈그림 7-2〉 국민체육진흥공단 조직도	377



제1장 스포츠산업 개관

2020 Sport Industry White Paper



제1장 스포츠산업 개관

1 스포츠산업 현황

1) 스포츠산업의 정의

스포츠산업 진흥법 제2조에 의하면, 스포츠는 “건강한 신체를 기르고 건전한 정신을 함양하며 질 높은 삶을 위하여 자발적으로 행하는 신체활동을 기반으로 하는 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. Clark(1940)가 그의 저서 ‘경제 진보의 조건(The Conditions of Economic Progress)’에서 사용한 산업구조의 분류와 연관시켜 보면 스포츠 용품업 중 운동 및 경기용품 제조업, 스포츠 시설업 중 스포츠시설 건설업은 2차 산업으로 분류할 수 있으며, 스포츠 용품업 중 운동 및 경기용품 유통 및 임대업, 스포츠 시설업 중 스포츠시설 운영업, 스포츠 서비스업 중 스포츠경기 서비스업과 스포츠 정보 서비스업 등은 3차 산업으로 분류할 수 있다. 따라서 스포츠산업은 2차 산업과 3차 산업에 포함되어 복합적인 산업분류 구조의 특성을 지니고 있다. 또한, 한국표준산업분류의 관점에서 보면, 운동 및 경기 용품업에서 운동 및 경기용구 제조업은 스포츠 산업에 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 스카이드이나 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 콘텐츠로 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 스타선수에게 의해 고부가가치를 지닌 제품을 생산하고 있다. 예를 들어, 박지성, 김연아의 경우 실제로 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 유럽축구 연맹(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, 스포츠산업은 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 고용유발 계수는 10.7명으로 전체 산업 8.5명 대비 높은 편으로 나타났다. 스포츠산업은 4차 산업혁명 시대 유망 미래 신성장 산업으로도 꼽힌다. 4차산업혁명 기술과 스포츠 분야를 접목해 스포츠산업의 신시장이 출현하고 그 외연이 확장되고 있다. 국내 가상체험 스포츠 시장은 스크린 골프(2017년 매출 1조 2백억원)를 시작으로 스크린 야구, 승마 등 종목을 확장하며 지속적 성장 전망을 보인다(중소기업기술정보진흥원, 2016). 스포츠 빅데이터 분석시장의 경우 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.

넷째, 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 스포츠산업 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.

2020년 정책방향은 ‘누구나, 언제 어디서나 여가를 즐기는 일상’ 국정과제의 성공적 추진을 목표로 했다. 스포츠산업의 가능성에 대한 과감한 투자, 생활체육 기반시설 확충을 통한 스포츠 기본권 보장, 국내·외 주요 계기별 스포츠행사 적극 지원 등을 세부 목표로 설정하였다. 주요 사업으로는 첫째, 생활체육 활성화를 위한 각종 프로그램을 운영하고 인프라를 구축했다. 세부 사업분야는 국민체육센터 건립 지원(2,553억 원), 생활체육지도자 활동지원(409억 원), 스포츠클럽 육성 및 리그대회(331억 원), 스포츠강좌이용권 보급(277억 원), 국민체력인증(187억 원) 등이다. 둘째, 국가적 문화유산인 태권도의 보급 확대와 국가대표 선수들의 기량향상을 지원하였다. 세부 사업분야는 태권도사범 해외 파견(62억 원), 2020 도쿄하계올림픽·패럴림픽 지원(140억 원), 제25차 국가올림픽위원회연합회(ANOC) 총회 개최 지원(7.8억 원) 등이다. 셋째, 스포츠산업 육성 고도화를 추진하였다. 세부 사업분야는 스포츠산업 융자 지원(1,261억 원), 스포츠산

업 선도기업 육성(89억 원), 스포츠산업 종합지원센터(52억 원) 등이다.

2020년 한국의 GDP 순위는 10위, 1인당 GDP 순위는 26위로 이 중에서 스포츠산업은 전 세계적으로도 국내총생산(GDP) 대비 성장률이 높은 산업이며, 문화체육관광부의 스포츠산업조사에 따르면 2020년 기준 (과거 시계열 연속성을 고려하여 신분류 기준 적용) 국내 스포츠산업은 매출액 기준 약 52조 원으로 국내총 생산(GDP)대비 약 2.7%를 차지하는 것으로 나타났다. 세계 스포츠산업의 총 규모는 2020년 기준 1조 4,277억 달러(한화 약 1,584조 원)로 추정되고 있으며 국가별로 스포츠산업의 범위가 차이가 있지만, 2020년 기준 미국이 약 5,528억 달러(한화 약 613조 원)로 나타났으며(Plunkett Research, Ltd., 2020), 2018년 기준 중국이 약 2조 7,000억 위안(한화 약 473조 원)(한국무역협회, 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 399억 유로(한화 51조 원)로 추정되었다(European Commission, 2018).

2) 스포츠산업 활성화 추진배경

국내 스포츠산업은 건강과 여가활동에 관한 관심 증가로 스포츠 용품업(예: 스포츠 의류, 아웃도어 의류, 신발 등 제조 및 도·소매업), 스포츠 시설업(예: 골프장, 스키장, 경기장 건설업 및 운영업), 스포츠 서비스업(예: 프로스포츠, 스포츠 마케팅업, 스포츠 미디어업, 스포츠 베팅업 등)을 중심으로 빠르게 성장하고 있다. 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 관람 플랫폼의 시범 구축 등 전체 스포츠산업 시장이 성장함에 따라 국내 중소기업의 매출도 서서히 증가하고 있다. 그러나 문화체육관광부(2021)에 따르면 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. 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.markerresearchfuture.com 2019-2024 스포츠용품 산업 전망치), 스포츠 마케팅산업은 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, 스포츠 시설업의 IoT, 클라우드를 활용한 시설 이용률 제고 및 콘텐츠 개발, 관람스포츠업의 선수관리 효율화를 통한 볼거리 제공, 스포츠 서비스업의 유저 창업 활성화 등 스포츠산업을 전략산업으로 육성하고, 국내기업의 경쟁을 강화할 방안을 마련할 필요성이 있다.

3) 스포츠산업 특수 분류

(1) 스포츠산업 특수 분류 v.1.0

스포츠의 경제적 가치에 대한 인식이 제고되면서 스포츠산업의 개념 및 스포츠산업의 분류에 대한 논의도 활발하게 진행되어 왔다. 스포츠산업의 정의가 학자들에 따라 다양하게 제시되는 것처럼 스포츠산업의 분류도 나라마다 다양하며 학자들에 따라 다양한 의견이 제시되고 있다. 미국은 1990년대 중반 이후 본격적으로 스포츠산업의 분류에 대한 논의가 이루어지고 있으며 Brooks(1994)와 Pitts, Fielding, & Miller(1997), Meek(1997) 등을 주요 연구로 꼽을 수 있다. 2000년대 들어서는 Milano & Chelladurai(2011)가 GDP(Gross Domestic Product)의 개념에서 착안하여 GDSP(Gross Domestic Sports Product) 개념을 도입하여 미국 스포츠산업의 크기를 측정하고 소비, 투자, 정부지출, 수출·입의 네 가지 범주로 새롭게 스포츠산업을 분류하였다. Brooks(1994)는 스포츠산업을 신체활동이라는 주된 상품을 생산하는 핵심구조(primary infrastructure)와 상품 소비 과정에서 제공되는 부가서비스를 생산·유통하는 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, 서킷 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.

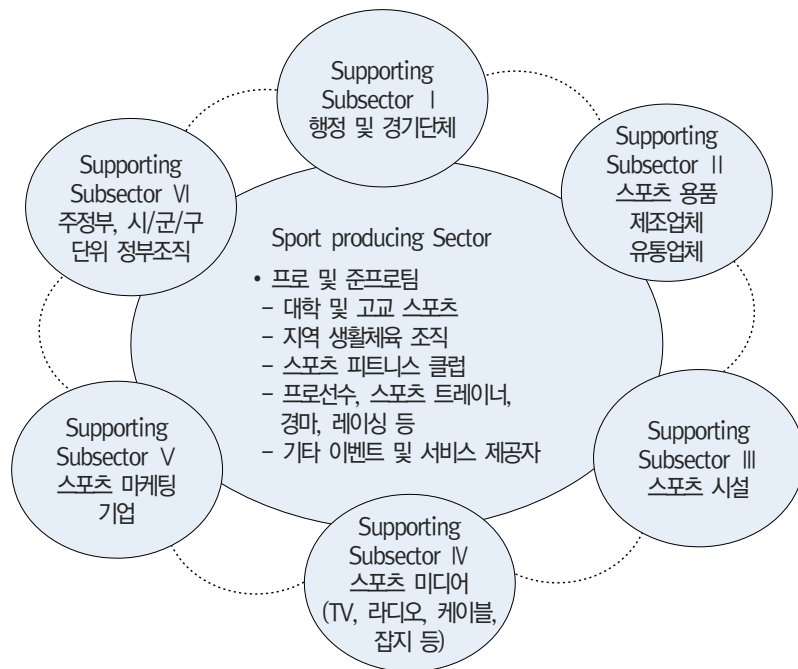
한편, 유럽연합은 2000년대 들어 스포츠산업이 회원국들의 경제, 사회에 미치는 영향이 증가하고 있는 현실에 주목하여, 스포츠산업 분야와 관련된 정책개발에 활용할 수 있는 신뢰도 있고 활용도 높은 통계자료를 확보하고자 하였다. 이에 2006년 EU Working Group on Sport & Economics를 설립하여, 회원국들이 스포츠의 경제적 효과를 측정할 수 있는 공통의 방법인 스포츠 위성 계정(Sport Satellite Accounts: SSAs)을 개발하도록 하였다. 2007년부터 2011년에 걸쳐 만들어진 스포츠 위성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

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

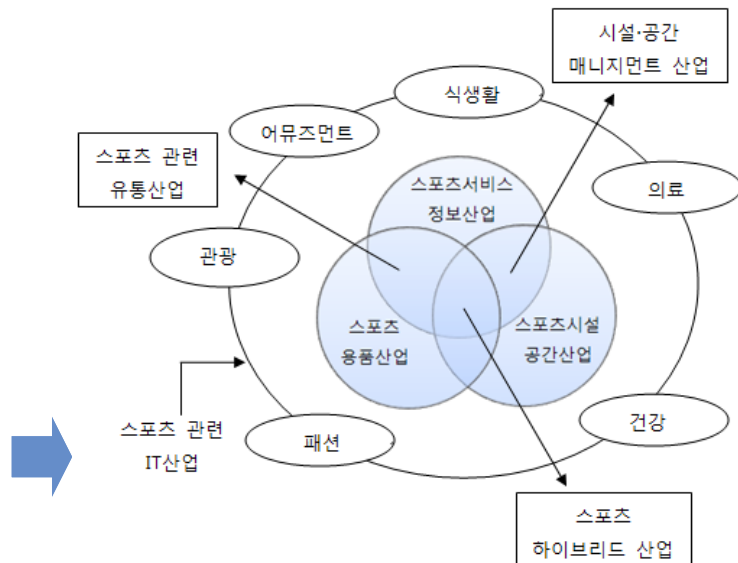
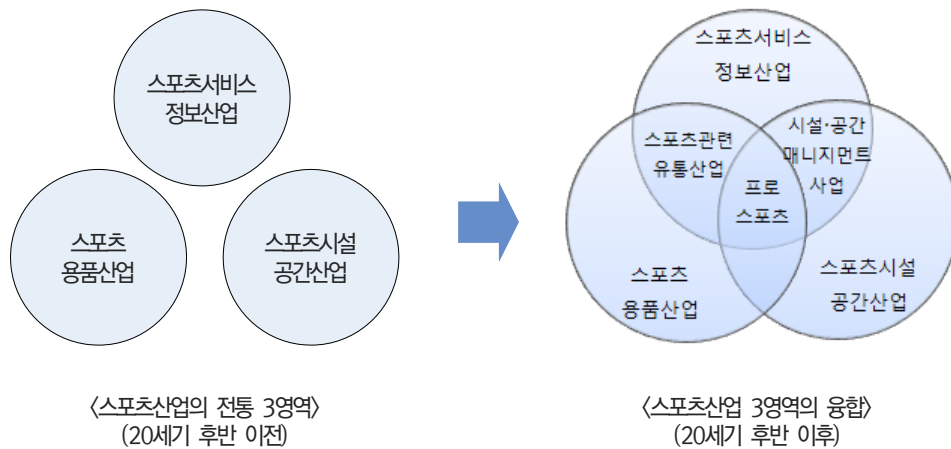
〈그림 1-2〉 스포츠산업의 두 부문 모델



※ 출처: Li et al.(2001), p.7.

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

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



〈스포츠산업 3영역 융합의 심화 - (현재)〉

※ 출처: 原田宗彦 외(2011), pp.5~11.

중국 스포츠산업 통계 조사위원회는 중국 스포츠산업을 스포츠 경쟁 시범업(프로 스포츠), 헬스·여가 스포츠업, 스포츠 중개(仲介) 서비스업, 스포츠 용품업, 스포츠 건설업 및 기타 스포츠 서비스업의 6개의 유형으로 구분하였으며, 각 유형별로 2-3개의 산업분류를 하였다. 유형은 시장에서 통용되고 학자들에 인식되고 있는 분류를 말하며 2-3개의 산업분류는 국민경제산업분류(國民經濟產業分類)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 분류

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

※ 출처: 中国体育学学会(2011), 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 스포츠 미디어(스포츠 방송업, 스포츠 신문업) 분야가 추가되었다. 스포츠 미디어 분야는 스포츠산업 진흥기반에 필요한 분야이며 2차 자료를 활용한 정확한 통계산출이 가능하다. 스포츠산업 특수 분류 v2.0의 구체적인 분류내용은 <표 1-5>와 같다.

〈표 1-5〉 스포츠산업 특수 분류 v2.0(2008.6)

대분류	중분류	중분류명	세분류	KSIC	산업분류명	품목명
1. 운동 및 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	낙시 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	경기장 운영업	2-1-1	91111	실내경기장 운영업	
			2-1-2	91112	실외경기장 운영업	
			2-1-3	91113	경주장 운영업	
		기타 스포츠 서비스업	2-2-1	91191	스포츠 클럽 운영업	
			2-2-2	91199	그 외 기타 스포츠 서비스업	*스포츠미디어 (방송,신문)
		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	갬블링 및 베팅업	2-6-1	91241	복권발행 및 판매업	스포츠토토
			2-6-2	91249	기타 갬블링 및 베팅업	경마, 경륜, 경정 관련 베팅시설
	2-9	기타 경기 및 오락스포츠업	2-9-1	73901	매니저업	스포츠인 매니저
			2-9-2		그 외 기타 경기 및 오락스포츠업	
3. 운동 및 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 스포츠 서비스업, 골프장 및 스키장 운영업, 기타 스포츠시설 운영업, 수상스포츠시설 운영업, 캠핑 및 베틱업, 기타 경기 및 오락스포츠업으로 분류된다. 운동 및 경기용품 유통 및 임대업은 운동 및 경기용품 도매업, 운동, 경기용품 및 자전거 소매업, 스포츠 및 레크리에이션용품 임대업으로 분류된다.

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

(3) 스포츠산업 특수 분류 v3.0

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

〈표 1-6〉 스포츠산업 특수 분류 v3.0

대분류	중분류	세분류	세세분류		KSIC	산업분류명
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	낚시장 운영업	91231	낚시장 운영업
			1010499	기타 수상스포츠시설 운영업	91239	기타 수상오락 서비스업
		10199 기타 스포츠시설 운영업	1019900	기타 스포츠시설 운영업	91139	그 외 기타 스포츠시설 운영업
스포츠 용품업	102 스포츠 시설 건설업	10200 스포츠시설 건설업	1020001	스포츠시설 조경 건설업	41226	조경 건설업
			1020002	스포츠 토목시설물 건설업	41229	기타 토목시설물 건설업
	201 운동 및 경기 용품업	20101 운동 및 경기용품 제조업	2010101	운동 및 경기용 장비 제조업	33309	기타 운동 및 경기용품 제조업
					33409	기타 오락용품 제조업
			2010102	체력단련용 장비 제조업	33301	체조, 육상 및 체력 단련용 장비 제조업
			2010103	자전거 제조업	31991	자전거 및 환자용 차량 제조업
			2010104	낚시 및 수렵용 장비 제조업	33303	낚시 및 수렵용품 제조업
			2010105	놀이터용 기구 제조업	33302	놀이터용 장비 제조업
			2010106	스포츠용 보트 건조업	31120	오락 및 스포츠용 보트 건조업
		2010199 기타 운동 및 경기용품 제조업			25200	무기 및 총포탄 제조업
					33999	그 외 기타 달리 분류되지 않은 제품 제조업
		20102 스포츠 의류 및 관련 섬유제품 제조업	2010201	스포츠 의류 제조업	14192	근무복, 작업복 및 유사의복 제조업
			2010202	캠핑용 직물제품 제조업	13224	천막, 텐트 및 유사 제품 제조업
			2010203	스포츠 관련 직물제품 제조업	13229	기타 직물제품 제조업
			2010204	스포츠 관련 의류부분품 제조업	14199	그 외 기타 봉제의복 제조업



대분류	중분류	세분류	세세분류		KSIC	산업분류명
스포츠용품업	20103 스포츠 가방 및 신발 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
	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 경기용품 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	2020206	스포츠 관련 무점포 소매업	47911	전자상거래 소매 중개업
					47912	전자상거래 소매업
					47919	기타 통신 판매업
					47993	방문 판매업
					47999	그 외 기타 무점포 소매업
		20203 운동 및 경기용품 임대업	2020300	운동 및 경기용품 임대업	76210	스포츠 및 레크레이션용품 임대업
스포츠서비스업	301 스포츠 경기서비스업	30101 스포츠 경기업	3010100	스포츠 경기업	91191	스포츠 클럽 운영업
		30102 스포츠 베팅업	3010201	스포츠 복권발행 및 판매업	91241	복권발행 및 판매업
			3010299	기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업	91249	기타 사행시설 관리 및 운영업
		30103 스포츠 마케팅업	3010301	스포츠 에이전트업	73901	매니저업
			3010302	회원권 대행 판매업	73903	사업 및 무형 재산권 중개업
			3010303	스포츠 마케팅 대행업	71531	경영컨설팅업
			3010399	기타 스포츠 마케팅업	9119	그 외 기타 스포츠 서비스업

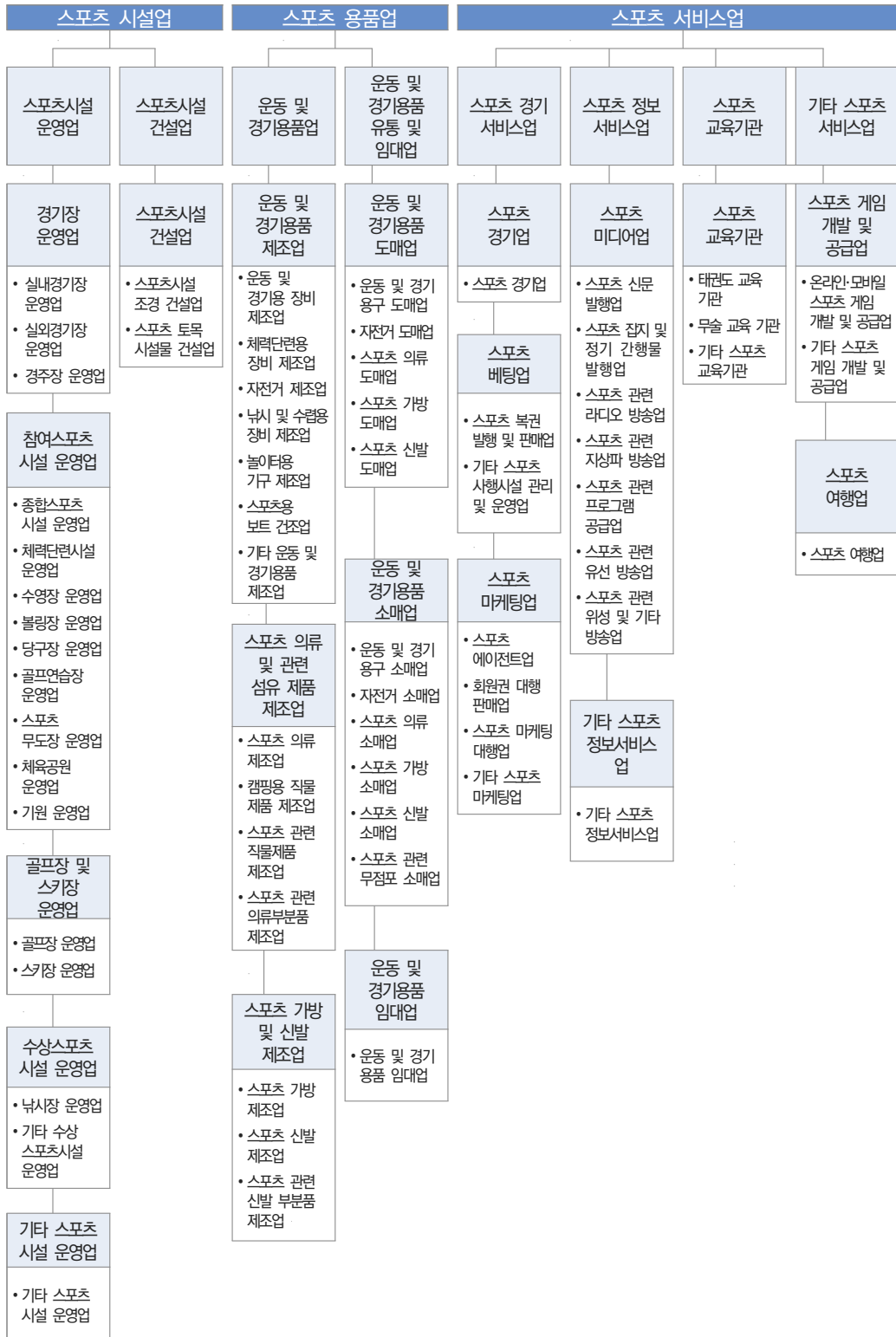
대분류	중분류	세분류	세세분류		KSIC	산업분류명
	302 스포츠 정보 서비스 업	30201 스포츠 미디어업	3020101	스포츠 신문 발행업	58121	신문 발행업
			3020102	스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	58122	잡지 및 정기간행물 발행업
			3020103	스포츠 관련 라디오 방송업	60100	라디오 방송업
			3020104	스포츠 관련 지상파 방송업	60210	지상파 방송업
			3020105	스포츠 관련 프로그램 공급업	60221	프로그램 공급업
			3020106	스포츠 관련 유선 방송업	60222	유선 방송업
스 포 츠 서 비 스 업	302 스포츠 정보 서비스 업	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 85613	기타 스포츠 교육기관 레크레이션 교육기관
	399 기타 스포츠 서비스 업	39901 스포츠 게임 개발 및 공급업	3990101	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	58211	유선 온라인게임 소프트웨어 개발 및 공급업
					58202	모바일게임 소프트웨어 개발 및 공급업
		39902 스포츠 여행업	3990199	기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	58219	기타 게임소프트웨어 개발 및 공급업
			3990200	스포츠 여행업	75210	여행사업
					75290	기타 여행보조 및 예약서비스업

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

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

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

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



4) 세계경제와 스포츠산업의 전망

대외경제정책연구원에 따르면 2020년 세계경제는 2019년보다 5.5%p 낮은 -2.6%를 나타낼 것으로 전망하였다. 이는 코로나바이러스감염증-19(이하 코로나19) 확산에 따른 봉쇄조치가 경제 성장의 기반이 되는 소비, 투자, 수출 등 모든 요소를 급격히 둔화시키고 산업생산도 위축시키면서 2020년 세계경제에 상당히 큰 충격을 유발하였다.

미국과 중국이 2020년 1월 무역합의안(1단계)에 정식으로 서명하면서 무역분쟁은 휴전에 들어섰으나, 여전히 양국 간 관세율은 과거보다 높은 수준으로 나타나 합의에 따른 실질적인 교역 회복은 크지 않을 것으로 예상되며, 추후 분쟁이 재점화될 가능성 역시 상존하고 있는 것으로 예측된다. 이에 반해, 미국의 전체 스포츠산업 규모는 2017년 5,182억 달러, 2018년 5,397억 달러, 2019년 5,626억 달러, 2020년 5,528억 달러로 나타났다(Plunkett research, 2020).

EU는 코로나19로 전체 경제에 부정적인 영향을 미쳤다. 코로나19가 발생한 초기 유럽중앙은행(ECB)의 재정 조치로 지역 경기 침체를 늦추는데 도움을 주었으나 유럽연합 경제는 1분기 이후 지속적으로 하락하였다. 2020년에는 7.3%가 하락하였다.

중국은 코로나19에 의한 경제활동 제약으로 1/4분기에는 급격한 하향세를 보였으나 인프라 투자 확대, 유동성공급 확대, 소비정책 시행 등으로 2/4분기부터 회복세를 나타낼 것으로 보이고 있으며, 하반기에는 예년 수준을 회복하면서 2020년에 2.2%의 성장률을 기록할 것으로 전망된다. 중국의 스포츠산업분야에서는 발전 가능성이 제기되고 있는데, 이는 2022년 베이징 동계 올림픽을 준비하기 위해 다양한 부분에서 투자가 이루어질 것으로 전망되고 있기 때문이다. 베이징은 이미 2008년에 하계올림픽을 개최했던 경험과 2022년 동계올림픽을 계기로 서비스산업 분야에서의 발전이 예상된다. 또한 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.

아세안 5개국과 인도를 합친 신평방은 2019년부터 대외여건의 악화로 성장이 둔화되고 있는 상황이다. 아세안 5개국은 코로나19 확산에 대응하여 금리를 인하하고 적극적인 경기부양책을 추진 중이나, 내수와 수출이 위축되면서 2020년에 -0.3%의 성장률을 기록할 것으로 전망된다. 인도는 코로나19에 따른 전국 봉쇄령으로 2.0%의 성장률이 나타날 것으로 전망된다. 정책 불확실성 완화, 통화 완화 정책 등으로 양호한 성장세가 기대된다. 러시아와 중앙아시아를 아우르는 신평방은 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 예측하였다. 다만, 러시아는 석유나 가스 산업에 대한 높은 의존도에 따라 국제 유가 변동에 따른 리스크가 대두되었다.

2 스포츠산업 환경 변화 및 해외 동향

1) 스포츠산업 환경 변화

(1) 비대면 스포츠산업 플랫폼 확대

코로나19 감염증 확산으로 인해 대중들은 가정에서 대인 접촉을 최소화하며 스포츠에 참여하는 방법을 선호하면서 비대면 스포츠산업이 활성화되고 있다. 비대면 스포츠시장은 디지털 정보와 차세대 컴퓨터 기술이 필요한 영역으로 국내·외 관련 기업에서는 AR, VR 등을 활용하여 다양한 스포츠 참여 플랫폼 서비스를 제공하고 있다.

대표적으로 드리블 업(DribbleUp), 고스트페이스(Ghost Pacer), 펠로톤(Peloton), 미러(Mirror)를 예시할 수 있다. 드리블 업은 사용자의 동작을 분석한 후 피드백을 제공하는 스포츠 용품을 생산하고 있다. 농구, 축구 등 종목별 개인기량 향상을 위해 개발된 앱과 연동하여 가정이나 실내에서 필요한 훈련을 수행하여 개인 트레이닝을 받는 효과를 기대할 수 있다. 모든 연령대의 선수가 스마트 공을 통해 다양한 기술습득이 가능하며, 앱에서 제공하는 훈련영상을 따라 하면 연동된 앱이 사용자의 스마트 공 드리블을 추적하여 잘못된 습관이나 기술을 개선하는 기능을 갖추고 있다. 또한, 일 단위 교육 프로그램이 제공되고 주문형 콘텐츠 이용이 가능하도록 하여 개인 훈련에 최적화된 플랫폼을 구축해 나가고 있다. 고스트페이스는 육상 훈련 및 기록 향상을 위해 고안된 비대면 혼합현실 안경을 통해 사용자의 시야에 홀로그램을 투사하여 속도와 경로 설정 후 사용자와 함께 육상경기를 하는 가상 페이스 메이커를 생성하여 시간과 장소의 제약 없이 상시 훈련이 가능하도록 하였다. 저장된 과거 훈련 기록을 통해 기록단축 여부 확인이 가능하며 다수의 아바타와 함께 비대면으로 경주 경쟁할 수 있는 환경을 조성하였다. 펠로톤은 피트니스계의 넷플릭스(Netflix)로 불리며 가정용 피트니스 장비 기반 홈트레이닝 훈련 비디오 서비스를 제공하고 있다. 가정용 자전거, 러닝머신 등에 전자모니터를 설치한 후 훈련 프로그램을 구동하여 운동에 참여할 수 있으며, 다양한 영상강의와 운동 강도의 단계적 상향 기능도 탑재하고 있다. 약 100만 명 이상이 관련 콘텐츠를 구독 중이며 이용자가 점차 증가하고 있다. 미러는 거울에 투사되는 스포츠 강사의 모습을 보면서 종목별 운동에 참여할 수 있는 스마트 거울로 요가, 필라테스, 복싱 등 다양한 종목의 트레이닝 환경을 제공하고 있다. 신체조건, 부상이력, 운동 목적에 따른 프로그램 추천 기능 탑재를 통해 사용자 맞춤형 운동 환경을 제공하고 있다.

국내에서는 대표적으로 리본 스피닝 바이크를 예시할 수 있다. 스피닝 바이크와 온라인 트레이닝 콘텐츠를 결합한 개인용 운동기구로 스피닝 바이크와 연결된 와이드 모니터를 통해 전문 강사의 체계적인 지도 프로그램을 제공하고 있다. 라이브 스트리밍과 다시 보기 서비스를 제공하는 구독형 모델을 활용하고 있으며 강의 프로그램별로 소모 칼로리, 운동시간 등 개인 운동 데이터를 제공하는 등 맞춤형 운동 프로그램을 제공하고 있다.

비대면 스포츠산업은 코로나19라는 특수한 상황에서 유행된 만큼 향후 스포츠산업 전반에 걸쳐 확산 될 것이라 예측하기는 어렵지만 미래 스포츠산업이 기술과의 접목을 통한 발전 가능성을 보여준 사례로 볼 수 있다.



(2) 스포츠 중계 환경 변화

최근 미디어 환경은 전통적인 TV에서 OTT(Over The Top) 등 새로운 플랫폼으로 이동하는 현상이 가속화되고 있다. OTT는 인터넷이나 모바일을 통해 방송 프로그램 등 각종 미디어 콘텐츠를 제공하는 서비스로 특히 코로나19의 유행으로 사회적 거리두기가 확산되면서 기존 영화관, 프로스포츠 경기장에 대한 직접 방문이 어려워졌다. 이에, OTT 등이 대안으로 등장하였다. 아울러 기존 케이블 TV 가입자들이 코드를 끊어버리는 현상을 뜻하는 코드커팅(Cord-Cutting), TV가 없는 환경을 의미하는 제로TV(Zero-TV)와 같은 용어의 등장을 통해 전통적인 미디어 환경은 지속적으로 급변하고 있다.

이러한 미디어 환경변화는 스포츠 중계에도 영향을 미치고 있다. 전통적인 미디어를 기반으로 한 스포츠 중계가 OTT 플랫폼을 활용하기 시작하였다. 미국 FUBO의 경우 OTT 서비스를 기반으로 미국 4대 프로스포츠 및 전 세계 스포츠 이벤트를 중계하고 있으며, 구독자수는 2017년 13만 명에서 2020년 41만 명 이상으로 증가하였다. 또한, 아마존 프라임은 기존의 '프라임 구독' 콘텐츠에 ATP 테니스, NFL, 럭비, 배구, NFL 등과 같은 스포츠 콘텐츠를 결합하였다. 디즈니플러스도 스포츠 채널 ESPN을 소유하고 있으며 추가 요금을 지불 할 경우 미국프로농구(NBA) 등을 중계하는 ESPN 플러스를 묶음 상품으로 시청할 수 있다.

우리나라도 티빙(Tving)이 유럽축구연맹(UEFA) 축구 선수권 대회인 유로 2020, 테니스 4대 메이저 대회인 2021 프랑스 오픈 중계권을 확보하면서 스포츠 영역으로 콘텐츠 제공 범위를 확대하였다. 쿠팡플레이의 경우 OTT 시장의 후발주자이나 입지를 강화하기 위해 잉글리시 프리미어 리그(EPL) 중계권을 확보한 바 있으며, 2021 국제배구연맹(FIVB) 여자 발리볼 네이션스리그 중계권을 확보하여 기존 OTT 서비스와 차별화하기 위해 스포츠 중계를 활용하고 있다. 이러한 추세에 따라 한국프로스포츠협회에서도 전용 OTT 서비스의 필요성을 인지하고 프로축구 K리그의 해외 시청자들을 위한 전용 OTT 플랫폼인 K리그 TV를 추진하고 있다.

OTT를 통한 스포츠 중계는 기존의 미디어 중계보다 소규모, 비인기 종목 등을 포함시키는 등 스포츠 콘텐츠 제공 범위를 확대하는 계기가 되었다. OTT 서비스의 차별화를 위한 수단으로 스포츠를 적극적으로 활용하면서 다양한 스포츠 종목에 대한 중계권 확보를 위한 노력도 전개하고 있다. 또한, 전 세계에서 진행되는 스포츠 경기를 가정에서 또는 이동 중에 스마트 기기를 활용하여 편하게 관람할 수 있어 스포츠 중계 시장의 성장을 유도할 수 있다. 다만, 국내 스포츠 중계 환경의 경우 2007년 도입된 보편적 시청권 제도로 인해 올림픽과 월드컵 등 국민적 관심이 높은 행사를 중계하는 방송사업자의 경우 중계권을 다른 방송사업자에게 공정하고 합리적인 가격으로 차별 없이 제공하도록 규정하고 있다. 따라서 인터넷 이용에 어려움이 있는 대중은 스포츠 중계를 쉽게 접근할 수 없는 가능성이 있으며 스포츠 중계권 확보 경쟁으로 인한 중계권료 상승비용이 일반 시청자에게 전가될 우려가 있다.

(3) 스포츠 기술 환경 변화¹⁾

코로나19의 급격한 확산과 장기화로 일상생활 속 언택트 방식으로 급격하게 부상하였다. 또한, 전 세계적으로 감염 확산을 막기 위한 사회적 거리두기 정책으로 인해 정치, 경제, 사회, 문화 등 전 분야에 걸쳐 매우 위축된 일상이 지속되었다. 스포츠 부문에서도 혁신적인 변화를 초래하였는데 대표적으로 비대면 언택트 방식을 주도한 스포츠기술의 변화를 제시할 수 있다. 이는 스포츠 참여기술과 스포츠 관람기술로 세분화할 수 있으며 해당 내용은 아래와 같다.

① 스포츠 참여기술

스포츠 참여에 적용된 대표적인 언택트 기술로는 스포츠 마스크, 홈피트니스 기술, 심판과 판정 기술을 볼 수 있다. The Lancet의 발표에 따르면, 마스크나 사회적 거리두기 없이 활동 시 코로나 바이러스의 전염 위험이 17.4%에 이르지만, 마스크를 사용할 경우 그 위험성은 3.1%로 감소한다고 보고하였다. 하지만 마스크를 착용하고 운동할 경우 호흡의 불편함으로 어려움을 겪을 수밖에 없고 이를 해결하기 위해 글로벌 스포츠 브랜드인 언더아머(Under Armour)는 달리기와 다양한 트레이닝에 최적화된 스포츠 마스크를 개발하였다. 이는 운동 시 빠르게 땀을 흡수해주고, 최적화된 공기 흐름을 통해 착용 중에도 편안한 호흡을 돕는다. 아울러 마스크 착용 시, 코에 밀착되는 부분을 자유롭게 조절 할 수 있어 편안하고 안정적인 착용감 제공하며 세탁방법에 특별한 제약이 없어 건조 후 재사용이 가능하다. 따라서 일회용이나 부직포 마스크보다 친환경적이며 우수한 내구성을 보유하고 있다. 사회적 거리두기로 외부활동에 대한 어려움이 발생하면서 홈 피트니스 기술도 발달하였다. 이용자 상호교감형 홈피트니스 앱(App)의 사례로는 미러(Mirror), 토날(Tonal), 펠로톤(Peleton), 아이핏(iFit) 등이 있다. 이들 플랫폼들은 이용자들이 자신의 건강에 더욱 적극적인 관심을 갖도록 실시간 건강 데이터를 사용하기도 하고, 친구나 플랫폼 상의 다른 이용자들을 온라인으로 연결하여 참여 동기를 강화하기도 한다. 심판 판정에 있어서도 기존의 휘슬(Whistle) 사용은 바이러스 전파 우려가 높아 경기에서 전자 휘슬 사용을 권장하는 현상이 등장하였다.

② 스포츠 관람기술

스포츠 언택트 관람기술은 경기장과 중계 기술에서 발견할 수 있다. 경기장의 경우 관중의 이동 경로 및 밀집도를 모니터링하기 위해 인공지능 기술이 활용되고 있으며 향후에는 모바일로 주문하고 픽업할 수 있는 시스템 도입도 예상된다. 방송 기술로는 가상현실을 넘어서 가상현실(VR)·증강현실(AR)·혼합현실(MR) 기술을 복합적으로 적용한 확장현실(XR) 기술이 주목받고 있다.

코로나19 상황에서 다양한 기술들이 개발되고 있으며, 이는 침체된 스포츠 활성화와 스포츠산업 성장에 기여할 수 있는 매우 가치 있는 기술로 예상하고 있다. 다만, 디지털 신기술에 대한 대중적인 접근성은 부족할 수 있어 이에 대한 보완도 요구된다. 경제적으로 취약한 계층은 가상 스포츠 활동을 경험할 수 있는 기회가 제한적일 수 있다. 따라서 이러한 집단에 대한 정보 접근성 격차를 해소하는 방안도 동시에 요구된다.

1) 한국스포츠정책과학원이 발행한 스포츠산업 이슈페이퍼 2020년 9월호를 재구성함



2) 해외 동향

(1) 미국

2020년 미국의 스포츠산업 규모는 약 5,528억 달러로 약 1조 4,277억 달러로 추정되는 세계 스포츠산업에서 약 39.5%의 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다(www.plunkettresearch.com). 이는 전년대비 약 98억 달러 감소한 규모이다. Statista에 따르면 스포츠용품 소매업 매출은 1992년 155.8억 달러(17.7조 원)에서 꾸준히 증가하여 2016년 480.8억 달러(54.5조 원)로 3배 이상 규모가 커졌으나 2019년 456.2억 달러(51.7조 원) 수준으로 정체기를 맞고 있다. 스포츠용품 도매업 매출액은 2008년 750.0억 달러(85.0조 원)를 기록했고, 2009년을 제외하고 꾸준히 증가하여 2020년 964.9억 달러(109.2조 원) 규모로 성장하였다. 수영복을 포함한 전체 스포츠 의류 시장의 매출은 2012년 425억 달러(48.1조 원)에서 2019년 727억 달러(82.4조 원)로 증가하였고, 2020년에는 코로나19로 매출이 하락하였으나 2025년에는 2012년의 약 2배 이상인 958억 달러(108.5조 원) 규모로 성장할 것으로 예상되고 있다.

2020년 미국 경제 주간지 포브스(Forbes)가 발표한 세계에서 가장 가치 있는 50개 스포츠팀의 순위를 살펴보면 전체 50위 중 레알 마드리드 FC 6위, FC 바르셀로나 8위, 바이에른 뮌헨 24위, 첼시 FC 37위, 아스날 FC 47위로 나타나 이들 5개 팀을 제외한 나머지 구단 모두가 미국 스포츠 구단으로 나타났다. 미국 4대 프로스포츠 리그에 소속된 구단 중 전체 1위는 미국풋볼리그(NFL)의 델러스 카우보이스로 구단 가치는 55억 달러(약 6조 6,000억 원)에 이르렀다. 뉴욕 양키스는 50억 달러(약 6조 원)로 22년 연속 미국프로야구(MLB) 구단 중 1위를 기록하였으며, 미국프로농구(NBA)의 뉴욕 닉스가 구단 가치 46억 달러(5조 5,200억 원)로 전체 3위를 차지하였다. 또한, NFL 소속 구단 평균 가치는 28억 6,000만 달러이며, NBA 소속 구단 평균 가치는 21억 달러(약 2조 5,200억 원)로 지난해보다 상승하였다.

2020년 미국 프로스포츠리그는 코로나19로 인해 정규시즌을 중단하게 되면서 경기 규모를 대폭 축소하였다. MLB는 정규시즌 162경기를 무관중 60경기로 축소하였으며, NBA의 경우 정규시즌 중반 모든 경기를 취소하면서 기존 80경기 중 73경기만 진행하였다. 북미아이스하키리그(NHL)는 각 팀당 70경기가 진행된 가운데 모든 잔여경기를 취소하였다. 각 리그들은 무관중 경기, 경기 수 축소 등으로 경제적 손실이 발생하여 이를 만회하기 위한 방안을 마련하였다. MLB는 미디어 중계로 대체하기 위해 기존 10개 팀의 플레이오프 경기를 16개 팀으로 구성한 플레이오프 토너먼트로 확장시킴으로써 코로나19 시대에 맞게 규정을 새롭게 하여 지역 TV 중계권을 획득할 수 있었으며, 이러한 방식으로 새로운 수익창출의 방안을 마련하였다. 정규시즌을 기존 규정대로 운영하지 못한 NBA도 상당한 타격을 받았지만, 가상 팬 비디오 보드, 새로운 카메라 각도 시도, NBA가 지원하는 타액 기반 코로나19 검사 등 여러 측면에서 혁신적인 시도를 하였고 리그가 안정화될 때까지 지역 스포츠 네트워크(RSNs)와 같은 매체를 통해 수익을 보전할 수 있는 방안을 마련하였다. NFL의 경우 플레이오프에 진출하는 팀 수를 12개 팀에서 14개 팀으로 확대하면서 TV 중계권 수입 확대를 모색하였다.

NFL의 경우 전체 연간 방송 수익은 2014~2022년 평균 31억 달러(약 3.6조 원)이며, MLB의 TV 중계권은 2014년 포스트 시즌부터 Fox와 7년간 35억 달러(약 4조 원)의 계약을 체결한 이후 최근 2028년까지 51억 달러(약 5.9조 원)로 계약을 연장하였으며, ESPN과는 2021년까지 56억 달러(약 6.5조 원)의 계약을 맺고 있다. NBA는 2016~2024년 까지 9년간 총 234억 달러(약 27.5조 원)에 이르는 TV 중계권 판매계약

을 체결했는데, 연간 기준으로 살펴보면 ESPN과 14억 원 달러(한화 약 1.6조 원), Turner와 12억 달러(한화 약 1.4조 원) 규모이다. TV 중계권료가 매년 계약 때마다 상승하고 있지만 코로나19 이후 더욱 더 그 가치가 증대되고 있다.

(2) 캐나다

Euromonitor에 따르면 코로나19 이전 캐나다 스포츠웨어 시장은 2016년 68억 7490만 캐나다 달러에서 2019년 82억 9830만 캐나다 달러로 4년 간 지속적인 상승세를 시현했다. 하지만, 코로나19 여파로 2020년 스포츠웨어 시장 규모는 전년대비 21.1% 감소한 65억 4800만 캐나다 달러를 기록했다. 캐나다 전역에 대한 경제봉쇄 및 방역 조치로 오프라인 매장 영업이 감소하고 소비심리가 위축된 점이 주원인이었다. Euromonitor는 지난해 주춤했던 스포츠웨어 시장 규모가 2021년 반등하여 16.5% 성장률을 기록하고 온라인 시장 또한 더욱 활성화될 것으로 예상하였다. 스포츠웨어 품목군은 주로 스포츠 의류 및 신발 등을 구성하며 이 중 기능성 아웃도어 등 스포츠 의류 품목이 2020년 전체 판매량의 55%를 차지하는 35억 7200만 캐나다 달러로 나타났다. 해당 기간 스포츠 신발의 판매량은 29억 7600만 캐나다 달러로 2020년부터 2025년까지 캐나다 스포츠웨어 시장은 연평균 8% 수준에서 지속 성장할 것으로 관측하였다. 특히, 스노우보드 채킷, 스키복 등 스포츠 인스파이어드(Sports-Inspired) 의류 및 신발 분야의 성장률이 가장 높을 것으로 전망하였다.

캐나다는 고품질을 갖춘 미국 브랜드를 선호하는 경향이 높고 캐나다 달러 강세와 함께 개인 가처분소득이 증가함에 따라 스포츠, 레저용품 수출 잠재시장으로 가치가 충분한 지역으로 평가하고 있다(KOTRA, 2020). 캐나다 스포츠용품 제조업체들은 수출 중심적이며 캐나다 내 스포츠용품 생산의 70%가 수출되고 있으며, 주요 수출국은 영국, 스웨덴, 독일, 프랑스 등이다. 주 수출 품목은 헬스클럽 장비, 스케이트 및 하키장비, 수영용품, 고급 산악자전거 및 그 외 부속품 등이며, 특히 스키, 스노우보드, 카누 및 카약 장비 제조 부문에서 경쟁우위를 보유하고 있다.

(3) 유럽연합(EU)

EC에 따르면 2017년 기준 EU 전체에서 주 1회 이상 규칙적 스포츠 참여율은 40%로 나타났으며, 2009년 40%, 2013년 41%와 비슷한 수준을 유지하고 있다. 주 1~4회 스포츠 참여율은 33%이며, 주 5회 이상 스포츠 참여율은 7%이며 2013년에 비해 운동을 전혀 하지 않는 사람들의 비중이 증가(42% → 46%)한 반면 월 3회 이하로 운동을 거의 하지 않는 비중은 감소(17% → 14%)한 바 있다. 운동이나 스포츠를 전혀 하지 않는다는 응답이 39%를 기록한 2009년 이후, 운동을 하지 않거나 스포츠를 즐기지 않는 유럽인의 비율이 장기적으로 증가하는 추세를 이어가고 있다.

2015년 기준 EU 28개국의 국가별 스포츠소비 지출 규모는 연간 스포츠 가계지출을 통해 확인할 수 있다. 아일랜드가 가구당 연간 2,831,355원을 스포츠에 지출하는 것으로 나타나 가장 지출규모가 컸으며, 핀란드, 네덜란드, 스웨덴, 룩셈부르크, 영국, 오스트리아, 독일, 벨기에, 프랑스 순으로 나타났다. 국가별 1인당 GDP와 스포츠소비 지출 규모를 비교한 결과, 대체로 일치하는 것으로 나타났으며, 1인당 GDP



상위 10개 국가이면서 연간 스포츠 가계지출 상위 10개에 속하는 국가는 룩셈부르크, 아일랜드, 네덜란드, 스웨덴, 오스트리아, 핀란드, 독일, 벨기에, 영국으로, GDP 4만 달러 이상인 국가들에서 대부분 연간 스포츠 가계지출이 150만 원 이상을 기록하고 있으며, 대체로 스포츠용품 및 서비스, 레크리에이션 및 스포츠 서비스, 레크리에이션 및 스포츠 서비스에 대한 지출이 큰 편이었다.

EU가 스포츠산업체 육성을 위해 스포츠산업 펀드를 조성하고 있는데 지원정책을 보면 첫째, COSME전략으로 중소기업 경쟁력 향상 지원을 볼 수 있다. COSME(Competitiveness of SMEs)는 EU의 중소기업 경쟁력 향상 지원 프로그램으로, 2014년부터 2020년까지 23억 유로의 예산이 책정되어 있으며, 중소기업 지원기관(Executive Agency for SME, EASME)을 통해 4가지 지원 사업을 추진하고 있다. 이중 스포츠 관련 자금지원은 Cluster Go International, Cluster Excellence, 관광상품지원, 기업가 정신 프로그램이 있다. 두번째는 ERASMUS+(인력 양성 지원) 사업으로 2014년부터 2020년까지, 교육, 훈련, 청소년, 스포츠를 위한 EU의 인력양성 프로그램이다. 스포츠 분야에서 Erasmus+ 프로그램이 추구하는 구체적 목표를 가진 프로젝트에 대하여 자금을 지원 받을 수 있으며, 협력 파트너십, 비영리 유럽 스포츠 이벤트 등 세부 사업을 구성하고 있다.

2015년 기준 유럽연합 28개국의 스포츠용품 분야 사업체수는 85,857개, 종사자수는 436,560명, 매출액은 109조 8,270억 원, 부가가치는 25조 5,090억 원으로 나타났다. EU 경제에서 스포츠용품 분야는 전체 기업의 0.4%를 차지하며, 전체 고용, 매출액, 부가가치의 0.3%를 차지하고 있다. 스포츠용품 분야는 2008년에 비해 사업체 수(7.7%), 종사자 수(9.9%), 매출액(4.7%), 부가가치(0.6%) 모두 증가한 것으로 나타났다.

(4) 영국

Statista에 따르면 스포츠용품 제조업 사업체수는 2008년 708개를 기록한 이후 2009년부터 2012년까지 감소세를 보이다 2013년부터 증가하기 시작하였으며, 2016년에는 774개, 2017년에는 804개까지 증가하였으며, 매출액은 2015년 10.5억 달러(1.2조 원) 규모까지 증가하였으나 2016년과 2017년 9.7억 달러(1.1조 원) 수준을 유지하다 2018년 8.5억 달러(1.1조 원) 규모로 다소 감소한 것으로 나타났다. 스포츠 장비 소매업의 사업체수는 2008년 이후 꾸준히 사업체수가 증가하다 2016년 5,159개로 최고치를 기록한 이후 2017년 5,150개, 2018년 5,075개로 다소 줄어들었으나 5,000개 이상의 수준을 유지하고 있으며, 매출액은 2016년 56억 파운드(8.8조 원)의 매출을 기록한 이후 2017년 70억 파운드(11.1조 원)로 최근 10년간 최고 매출액을 기록하였으나 2018년 57억 파운드(9.0조 원)로 감소한 것으로 나타났다. 종사자수는 2016년 86,000명으로 최고치를 기록한 이후 2018년 71,000명으로 하락하였으나, 2019년 75,000명으로 증가한 것으로 나타났다.

Euromonitor에 따르면 스포츠 의류 및 신발 판매액은 2012년부터 2017년까지 5년간 영국 의류 및 신발 판매액 대비 스포츠 의류 판매액은 10.4%에서 14.4%까지 4%p 증가하였으며, 스포츠 의류 및 신발 판매액 자체도 2012년 7.9조 원(50억 파운드)에서 2017년 11.6조 원(74억 파운드)으로 약 48.1% 증가한 것으로 나타났다. 스포츠 의류 및 신발 판매액은 2017년 11.6조 원(73.9억 파운드)으로 2012년 이후 연평균 8.2%의 성장률을 기록하였다. 스포츠 의류 판매액은 2017년 7.2조 원(45.8억 파운드)으로

2012년 이후 연평균 7.0%의 성장률을 보여주고 있으며, 스포츠신발판매액은 2017년 4.4조 원(28.1억 파운드)으로 2012년 이후 연평균 10.3%의 성장률이 나타났다. 스포츠 의류 품목별 판매액은 2017년 기준 일상생활에서도 입을 수 있는 SI(Sports-inspired) 의류 3.4조 원(21.7억 파운드), 기능성 의류 2.9조 원(18.6억 파운드), 아웃도어 의류 0.9조 원(5.4억 파운드) 순으로 나타났다. 스포츠 신발 품목별 판매액 또한 2017년 기준 SI(Sports-inspired) 신발 2.6조 원(16.5억 파운드), 기능성 신발 1.5조 원(9.3억 파운드), 아웃도어 신발 0.4조 원(2.4억 파운드) 순으로 나타났다.

(5) 독일

Sportssatellitekonto에 따르면 2018년 기준으로 독일의 스포츠 부문 생산 규모는 GDP 기준 167.8조 원이며, 독일 내 총 생산에서 약 2.0%의 비중을 차지하는 것으로 나타났으며, 2010년에서 2018년까지 독일 스포츠 부문 생산은 연평균 1.6%가 성장하였다. 스포츠 부문 부가가치는 89.9조원이며 독일 내 총 부가가치에서 차지하는 비중은 2.2%이며, 2010년에서 2018년까지 연평균 1.7%가 성장하였다. 스포츠 부문별로 살펴보면 생산은 공공 및 민간서비스업이 35.6%로 가장 큰 비중을 차지하고, 기타 경제 부문 19.0%, 건설업 7.5%, 교통업 7.1% 순으로 나타났으며, 부가가치 또한 공공 및 민간서비스업이 43.3%로 가장 높게 나타났고, 기타경제부문 16.9%, 무역업 12.6%, 제조업 6.9% 등의 순으로 나타났다. 스포츠산업 관련 종사자 수는 118.6만 명으로 독일 전체 고용규모에 2.6%의 비중을 차지하고 있으며, 2010년부터 2018년까지 독일의 전체 고용이 연평균 1.1% 성장한 반면, 스포츠산업 종사자 수는 연평균 1.8% 감소한 것으로 나타났다. 스포츠 관련 부문별 고용 비중은 공공 및 민간 서비스업이 43.4%(515,300명)로 가장 높으며, 무역업 17.3%(204,700명), 교통업 13.0%(154,400명), 기타 경제 부문 12.2%(144,200명) 등의 순으로 나타났다.

2019년 기준으로 스포츠용품·자전거 소매업 사업체수는 총 10,243개로 스포츠용품 소매업 사업체 수는 5,046개, 자전거 소매업 사업체수는 5,197개로 나타났다. 스포츠용품 소매업 사업체 수는 2009년 4,880개에 비해 166개가 증가한 5,046개를 기록한 반면, 자전거 소매업 사업체 수는 2009년 5,772개에 비해 575개 감소한 5,197개를 기록하였다. 스포츠용품 소매업의 매출액은 10.8조 원(80억 유로) 규모로 2016년 9.9조 원(73억 유로) 규모였으나 2017년부터 10조 원대를 넘어서 2018년 10.5조 원(78억 유로), 2019년 10.8조 원(80억 유로)으로 증가하였다.

2018년 기준 독일 경제의 스포츠 관련 지출 구조는 스포츠 가계지출에서 96.4조 원으로 가장 많은 것으로 나타났으며, 국가 스포츠 지출이 20.1조 원, 스포츠 건설 투자 9.2조 원, 스포츠 수출 7.8조 원, 스포츠클럽, 협회 지출 3.9조 원, 스포츠 장비 투자 1.2조 원 순이었으며, 스포츠 수입은 -35.8조 원으로 나타났다. 스포츠 가계지출은 전체 가계지출 2,256조 원의 4.3%를 차지하며, 2010년부터 2018년까지 연평균 2.4% 증가하였다.

2018년 기준 독일의 가계, 민간조직, 국가 소비를 합친 스포츠 소비는 120.3조 원 규모이며, 구체적인 소비 구조를 살펴보면 스포츠 소비 목적의 문화, 엔터테인먼트, 레저 서비스업에서 40.2조 원(33.4%)의 소비가 이루어져 가장 많았던 것으로 나타났으며, 스포츠 소비 목적의 제조업 38.6조 원(32.1%), 커머셜 서비스 14.2조 원(11.8%), 운송 및 접객 서비스업 12.7조 원(10.6%), 은행, 보험, 부동산 및 비즈니스



관련 서비스업 9.6조 원(7.9%), 정보 커뮤니케이션 서비스업 4.5조 원(3.7%), 농업, 임업, 어업 0.5조 원(0.5%)으로 나타났다. 독일의 관람 스포츠 관련 소비는 유료TV 시청이 2.7조 원(22.3%)으로 가장 큰 비중을 차지하며, 클럽 기부 및 멤버십 1.8조 원(15.3%), 스포츠 이벤트 참가 1.8조 원(14.3%), 스포츠 관람 숙박 1.6조 원(13.9%), 미디어 및 정보 1.5조 원(12.5%), 스포츠 베팅 1.2조 원(10.0%), 팬 굿즈 0.9조 원(7.6%), 스포츠 이벤트 여행 0.5조 원(4.1%) 순으로 나타났다.

2017년 기준 독일의 주 1회 이상 규칙적 생활체육 참여율은 48%로 EU 전체의 주 1회 이상 규칙적 생활체육 참여율인 40%보다 높은 것으로 나타났으며, 2020년 기준 독일의 피트니스 참여 인구는 1,685만 명으로 나타났다. 주 1회 이상 피트니스에 참여하는 인구는 486만 명으로 전체의 28.8%를 차지하는 것으로 나타났다.

(6) 중국

중국체육총국에 따르면 2018년 중국의 스포츠산업 총 규모는 2조 4,000만 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% 증가한 것으로 나타났다. 중국 정부는 스포츠산업 14차 5개년 계획을 마련 중이다.

중국 동계스포츠산업 규모는 2020년 6,000억 위안(약 102조 1,260억 원)에 달하고, 2025년에는 1조 위안(약 170조 2,100억 원)에 육박할 것으로 전망된다. 동계스포츠 보급을 위해 중국은 전국적인 동계스포츠 육성 및 보급 전략인 ‘남전서확동진(南展西扩东进)’ 전략을 추진했으며, 특히, 13차 5개년(2016~2020년) 계획 기간 동계스포츠산업 관련 계획을 잇달아 마련했고, 매년 3,000회 이상의 대중 겨울철 레저 행사를 개최했음. 이와 함께 헤이룽장(黑龙江)·랴오닝(辽宁)·허베이(河北) 등 지역은 잇달아 관련 지원 정책을 발표하였다. 이 같은 배경 하에 지난 5년간 중국 전국의 표준 아이스링크는 157개에서 388개로 늘어났고, 스키장은 568개에서 770개로 늘어났다. 중국 빙설산업 발전연구보고(中国冰雪产业发展研究报告)에 따르면, 중국의 동계스포츠산업 가치는 2022년 8,000억 위안(약 136조 1,760억 원)까지 늘어났고, 2025년에 이르러서는 1조 위안에 육박, 중국 스포츠산업 총 생산가치 중 5분의 1 비중을 차지할 것으로 예상하고 있다. 현재 중국의 동계스포츠 관련 기업은 6,700여 개에 달하는 것으로 나타났다.

글로벌 시장조사기관 Euromonitor에 따르면 2020년 중국 스포츠웨어 시장은 3,150억 위안의 규모로 성장했으며, 지난 5년간 지속적으로 연간 평균 14%씩 성장해 왔다. 또한, 동 조사에 따르면 2020년 중국 스포츠웨어 시장은 3150억 위안의 규모로 성장했으며, 지난 5년간 지속적으로 연간 평균 14%씩 성장해 왔다.

(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 스포츠산업을 적극 장려하고 있다. 문부과학성이 2011년 6월에 제정된 「스포츠기본법」을 기반으로 2012년 3월에 발표한 “스포츠기본계획”이라는 큰 틀 안에서 스포츠산업 관련 정책을 수립하였고 2017년 제2기 스포츠 기본계획

을 수립하였다. 일본의 제2기 스포츠 기본계획에서 스포츠산업 관련 정책은 스포츠를 통한 경제·지역 활성화 정책에 잘 드러나 있으며, 구체적으로 스포츠를 통한 지역활성화, 스포츠의 성장산업화를 제시하고 있다. 2016년에는 일본 재흥전략(日本再興戦略2016)에서 스포츠산업을 새로운 유망 산업 중 하나로 지정하고, 시장규모를 2025년 15조 엔까지 확대시키겠다고 목표를 설정하였다. 일본 문부과학성의 스포츠 예산은 3,660억 원으로 2011년 2,378억 원에서 꾸준히 증가하였다.

일본경제연구소에 따르면 2017년 기준 일본의 스포츠 GDP는 총 87.5조 원(스포츠 부문 59.6조 원, 유통 부문 12.3조 원, 투입부문 15.6조 원)이며, 스포츠 GDP는 국내총생산(5,659조 원)에서 1.55%의 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 2017년 기준 SNA 산업연관표 96개 부문 중 상위 20개 산업이 스포츠 GDP의 약 86%를 차지하고 있으며, 오락업은 전체의 28.4%로 가장 높은 비중을 보였으며, 교육 17.0%, 기타 제조공업제품 7.4%, 의복 및 의복 액세서리 5.2%, 기타 개인 대상 서비스 3.6% 등의 순으로 나타났다.

Statista에 따르면 스포츠 활동의 증가로 2020년 일본의 스포츠 용품 시장 규모는 16.7조 억으로 나타났다. 2011년부터 일본 스포츠용품 시장 규모는 지속적으로 성장하고 있으며, 2011년에서 2020년까지 연평균 3.0% 수준으로 증가한 것으로 나타났다. 스포츠 의류 시장 규모는 2019년 5조 8,596억 원을 기록하였으나 코로나 19여파로 2020년에는 5조 784억 원으로 감소하였다. 스포츠 신발 시장 규모는 2020년 3조 4,951억 원으로 나타났으며, 2011년 1조 8,138억 원에서 꾸준히 증가세를 기록하고 있으며 2011년부터 2020년까지 연평균 7.6%의 성장률을 나타내고 있다.

(8) 프랑스

BPCE L'Observatoire에 따르면 2018년 기준 프랑스의 스포츠 관련 산업(농/임/어업, 제조업, 건설업, 유통업, 운송업, 숙박 및 요식업, 정보 및 커뮤니케이션업, 전문/과학/기술업, 교육업, 행정 및 지원 서비스업, 건강 및 사회 활동업, 예술 및 엔터테인먼트, 레크리에이션업, 기타 서비스업 등 13개 업종을 모두 포함)의 총 사업체 수는 약 112,000개로 나타났으며, 해당 13개 업종을 포함한 스포츠 관련 산업의 총 종사자 수는 약 333,000명으로 나타났다. 스포츠용품 제조업의 사업체 수는 2008년 459개에서 2018년 626개로 나타났다. 스포츠용품 제조업의 매출 규모는 2008년 1조 4,710억 원에서 등락을 거듭하다 2017년 1조 4,980억 원까지 증가하였으나 2018년 최근 10년 중 가장 낮은 1조 1,511억 원으로 나타났다. 스포츠용품 제조업의 부가가치는 3,573억 원으로 2008년 3,722억 원에서 증가와 감소를 거듭하다 2016년 4,729억 원까지 증가하였으나 이후 2018년 3천억 원대 아래로 감소하였다.

2020년 기준 프랑스의 스포츠용품 제조업 종사자 수는 총 183,700명이며, 성별로는 남성 118,000명(64.2%), 여성 65,700명(35.8%)으로 나타났다. 연령별로 살펴보면, 30~64세가 130,900명(71.3%)으로 가장 많았고, 15~29세 48,400명(26.3%), 65세 이상 4,400명(2.4%)순으로 나타났고, 교육수준별로 살펴보면, 중·고등학교 졸업 학력의 종사자가 85,900명(46.8%)으로 가장 많고, 대학교 재학 및 졸업 이상 학력의 종사자가 80,500명(43.8%), 중·고등학교 졸업 미만 학력의 종사자가 17,200명(9.4%)으로 나타났다.

2015년 기준 연간 스포츠용품 구매 비용은 평균 253유로(341,550원)이며, 휴가 기간에 주로 스포츠 활동에 참여하는 사람들의 경우 평균 310유로(418,500원)로 조금 더 높은 편으로 나타났다. 스포츠용품



소비지출 증감수준에 대한 조사에서 지난 2년간 스포츠용품 관련 지출이 비슷한 수준이라는 응답이 53%, 줄어 들었다는 응답이 22%, 늘어났다는 응답이 13%로 나타났으며, 향후 2년간 스포츠용품 관련 지출을 비슷한 수준으로 유지할 것이라는 응답은 58%, 줄일 것이라는 응답이 24%, 늘릴 것이라는 응답이 9%로 나타났다. 프랑스의 스포츠 활동별 스포츠용품 판매의 증가 및 감소를 살펴보면, 남자농구 시장이 2009년 이후 연평균 21%씩 성장하고 있으며, 피트니스용 운동화의 판매는 2013년과 2014년 사이 40% 성장하고 있으며, 여성의 경우 댄스/피트니스 분야에서 매년 5%씩 성장하였고, 러닝 시장은 2013년과 2014년 사이 운동화 판매가 15% 증가했으며, 특히 남성 러닝 시장은 2009년 이후 매년 평균 11%씩 성장하고 있다. 사이클 시장은 2013년과 2014년 사이 8.5% 성장하였고, 전기 자전거(VAE)의 경우 37%, 전기 산악자전거의 경우 86%의 성장을 보이는 반면 스키 시장은 2013년과 2014년 사이 전체 매출이 2% 감소하였으며, 렌탈 시장에서 2%, 판매 시장에서 3%의 감소를 보였다.

(9) 그 외 국가

인도의 스포츠산업은 지속적으로 성장하는 추세인데 Research and Markets 보고서에 따르면 인도 내 스포츠 및 피트니스 용품 시장 규모는 2017년 기준 약 33억 달러 규모인데, 2023년에는 약 56억 달러 규모에 달해 연평균 약 9%의 성장세를 보일 것으로 예상하고 있다.

아세안에서 가장 큰 경제규모를 보유한 인도네시아는 정부 차원에서 스포츠산업에 상당한 관심을 보이고 있으며, 경쟁력 확보를 위해 정책적인 육성 의지를 피력하고 있다. 국제 스포츠 이벤트 개최와 건강에 대한 대중의 인식이 높아지면서 인도네시아 스포츠산업 중 제조업 분야가 발전하고 있으며 특히 스포츠 장비와 관련된 제품 생산을 주도하고 있다. 인도네시아의 스포츠 의류 및 신발 산업에 대한 수출과 외국인 투자도 지속적으로 증가하고 있으며 인도네시아에서 제조된 대부분의 스포츠 의류 및 신발이 해외로 수출되면서 스포츠산업의 성장을 촉진하고 있다. Global Business Guide Indonesia(2017)에 따르면 글로벌 경제 위기 속에서도 인도네시아의 스포츠 의류 및 신발 산업은 2015년과 2016년에 호조를 보였고, 전년 대비 9.7% 증가해 총 45억 달러를 수출했다. 이로 인해 인도네시아는 중국, 이탈리아, 베트남, 독일, 벨기에에 이어 시장점유율 3%로 세계 최대 신발 수출국 6위에 올라섰다. 인도네시아 스포츠 신발 주요 수출 대상국의 수는 미국, 벨기에, 독일, 영국, 일본, 중국 등 총 6개국이다. 미국은 인도네시아의 신발 수출 시장에서 28.2%를 차지하고 있다.

2018년 경제성장률 7%대를 달성한 베트남은 아세안 국가 중에서도 높은 경제 성장을 지속하고 있다. 이는 여가 생활 확대 및 건강에 대한 관심으로 이어졌다. 2018년 닐슨(Nielsen)에서 실시한 설문조사에 따르면, 응답자의 약 40% 이상이 건강에 대한 관심을 나타냈다. 베트남의 경우 스포츠용품과 관련된 실질적인 정보가 부족해 스포츠용품 소비수준을 가늠하기는 어렵다. 하지만 글로벌 조사기관에서 추정한 피트니스 산업 규모를 통해 그 성장세를 확인할 수 있다. Statista(2019)에 따르면, 2018년 기준 베트남 피트니스 산업 규모는 약 5,500만 달러로 관측되고 있으며 2023년까지 약 8,000만 달러 수준에 도달할 것으로 예상된다. 또한 국민소득증가와 피트니스에 대한 관심이 맞물려 2023년까지 해당 산업의 연간성장률이 약 7.7%에 이를 것으로 관측된다(Ken Research, 2019).

호주의 스포츠산업 규모를 보면 KPMG에 따르면 2016/17년에 144억 호주달러이며, 128,443개의 정규직 직업이 있는 것으로 나타났다. 직업의 80%이상을 스포츠 운영, 교육, 이벤트, 시설이 차지하고 있다.

3 2020 스포츠산업 이슈

2020년 스포츠산업 분야는 코로나19 감염사태로 인해 전혀 예상하지 못한 상황들이 발생하여 스포츠산업 전반에 걸쳐 큰 영향을 야기하였다. 따라서 이를 기반으로 스포츠산업 전반적인 분야에 미치는 영향력과 시의성을 고려하여 선정하였다. 첫 번째 이슈는 2020년 전 세계로 확산된 코로나19와 국내 스포츠산업의 변화이다. 두 번째 이슈는 코로나19 감염 우려로 실내 스포츠보다 야외 스포츠 활동 선호 현상을 기술하였다. 세 번째 이슈는 코로나19로 인한 프로스포츠 경기개막 연기 및 운영 현황에 대한 사항을 다루었다. 네 번째 이슈는 대면 접촉에 따른 감염 우려로 부각되고 있는 비대면 스포츠 활성화를 현상을 다루었다. 다섯 번째 이슈는 2020년 개최 예정이었던 도쿄 하계올림픽의 개최 연기 배경과 그에 따른 스포츠산업 파급효과를 다루었다.

1) 코로나19로 인한 스포츠산업 공급 및 소비 감소

전 세계적인 코로나19 확산과 장기화는 사회, 경제, 문화 등 전 분야에 걸쳐 거대한 파급력을 유발하였다. 꾸준한 성장세를 시현하고 있는 국내 스포츠산업에도 막대한 영향력을 행사하였다. 코로나19 감염 확산과 사회적 거리두기 강화에 따른 스포츠산업의 피해 규모를 살펴보면, 2020년 전체 스포츠산업 매출액은 약 52조 918억 원으로 추산되었으며 전년대비 약 34.4% 감소하였다. 특히, 집단참여와 대면활동을 기반으로 하는 스포츠 시설업과 스포츠 서비스업의 경우 회원 유지가 어려워지면서 일시적 휴업 혹은 폐업이 증가하였고 이로 인해 스포츠 소비 역시 감소하였다.

2) 야외 스포츠 활동의 선호

코로나19로 확산을 방지를 위한 방역활동으로 대인 접촉을 피하고 실내보다는 실외에서의 활동이 권장되면서 체육관, 수영장 등 실내 스포츠 활동에 대한 제약이 발생하였다. 실내스포츠 활동을 통한 감염 우려가 확산되면서 상대적으로 대인접촉으로부터 자유로운 야외 스포츠 활동이 부각되었다. 다수가 모여 참여하는 실내 스포츠 활동(수영, 스포츠센터, 도장 등)보다는 야외 활동을 선호하는 현상이 추세로 나타나면서 자전거, 낚시용품, 실내골프장, 실외골프장, 골프용품 등 실외 스포츠용품 관련 소비액이 증가한 것으로 나타났다(한국스포츠정책과학원, 2020).

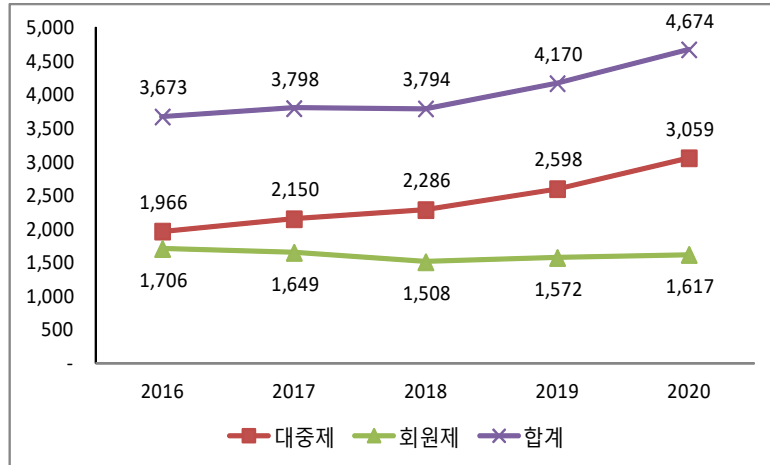
(1) 골프 참여의 활성화

실외스포츠에 대한 선호도가 높아지면서 야외에서 소수가 참여하는 골프장 이용자 수가 증가하였고 이에 따른 스포츠산업적 가치가 재조명되었다. 한국골프장경영협회가 발표한 2020년 전국 골프장(군 골프장 6홀 등 제외) 501개소의 내장객은 4,673만 6741명이었으며 골프장 당 내장객 수는 9만 3,286명으로 집계되었다. 이는 내장객 1인 당 1년 평균 이용회수 10회를 가정하면 연간 골프 인구수는 467만 명으로 전년대비 12%가 증가한 수준으로 나타났다.



〈그림 1-5〉 전국 골프장 이용객 현황

(단위: 만 명)



※ 출처: 한국골프장경영협회

골프는 소수가 참여하는 스포츠로 대인 밀접접촉에 따른 감염의 우려가 낮고 자연환경에서 즐길 수 있는 스포츠 종목으로 인식된다. 사회적 거리두기로 대인 간 교류가 제한되었지만 골프장 의 개방된 환경이 부각되면서 골프 참여는 꾸준히 증가한 것으로 나타났다. 특히, 해외여행 제한으로 연간 200만 명을 상회하던 해외 원정 골프 활동인구의 국내 유입이 증가하면서 골프장 운영업의 경영실적이 향상된 것으로 나타났다.

(2) 아웃도어 스포츠의 활성화

아웃도어 스포츠를 대표하는 자전거와 캠핑은 2020년 실내스포츠에 대한 비선호 현상이 발생하면서 상대적으로 호황을 맞이하였다. 국내 여신전문기관이 집계한 오프라인 자전거 매장 방문 구매액 집계에 따르면, 2020년 하반기 성인용 자전거 구매액은 1,224억 원으로 나타나 전년 동기 구매액인 862억 원 대비 42.0% 증가하였다.

캠핑의 경우 기존 야외 숙박형 캠핑을 비롯하여 자동차를 이용한 차박 등 새로운 형태의 캠핑이 등장함으로써 캠핑 활동에 대한 진입장벽이 해소되어 다양한 연령대에서 캠핑 인구가 증가하고 있다. 관세청에 조사에 따르면 2020년 1월부터 8월까지 텐트 수입량은 전년 동기 대비 104.4%에 해당하는 8,528톤을 기록하였으며, 수입액도 전년 동기 대비 102.7%에 해당하는 93억 원을 기록하였다. 세부품목별 디자인 출원건수에서도 증가세를 보였는데, 캠핑용 테이블 등 수납용품은 11건에서 37건으로, 캠핑카 및 캠핑카 관련용품은 9건에서 28건으로, 캠핑용 화로 등 난방용품은 17건에서 25건으로, 그늘막은 2건에서 9건 증가하여 용품의 다변화가 이루어지고 있다. 또한, 계절성이 강한 것으로 인식되었던 캠핑 문화가 4계절 참여 형태로 변화하였고 관련 용품 수요도 지속적으로 증가하였다.

3) 프로스포츠 경기 운영 방식의 변화 및 피해

2020년 코로나19가 전 세계적으로 유행하면서 세계보건기구(WHO)는 2020년 3월 11일에 글로벌 팬데믹을 선포하였다. 이는 스포츠산업 분야에서 다수의 관람객을 수익기반으로 하는 프로스포츠에 가장 큰 영향을 주었다. 관람객은 입장권 소비 등 프로스포츠 구단의 직접적인 경제적 수익 창출뿐만 아니라 스폰서십 등 부가가치 창출에 매우 중요한 요소이다. 하지만 코로나19로 인해 관람객의 경기장 방문이 불가능하게 되었다. 특히, 프로스포츠 경기장이 감염 위험시설로 인식되면서 정규시즌을 개막하는 것조차 어려움이 있었다. 해외의 경우 미국 MLB는 기존 개막 시기보다 지연된 2020년 5월 24일 개막한 바 있고, NBA는 같은 해 10월에야 2019~2020시즌을 마무리하였다. 영국 EPL도 2019~2020 정규리그를 중단하는 등 전 세계적으로 프로스포츠 개막이 연기되거나 운영 중인 경우에는 해당 리그를 중단하였다. 국내의 경우 2020년 상반기에는 남자프로농구(KBL)와 여자프로농구(WKBL), 남녀 프로배구(KOVO)가 당초 예정보다 앞당겨 시즌을 종료하면서 잔여경기를 치르지 않았으며, KBL과 WKBL의 최종 순위는 리그가 중단된 시점을 기준으로 결정되었다. 2020년 3월 28일 개막 예정이었던 프로야구(KBO)와 같은 해 2월 29일 개막 예정이었던 프로축구(K리그)도 개막을 결정하였다. 하지만 국내 프로스포츠는 방역 매뉴얼 작성, 방역 수칙 준수를 바탕으로 2020년 5월 5일 KBO 리그 개막을 시작으로 같은 해 5월 8일 K리그1이 개막하였고, 한국여자프로골프(KLPGA)투어는 2020년 5월 14일 전 세계 골프경기단체 중 가장 먼저 시즌에 착수하면서 프로스포츠 운영 정상화를 도모하였다.

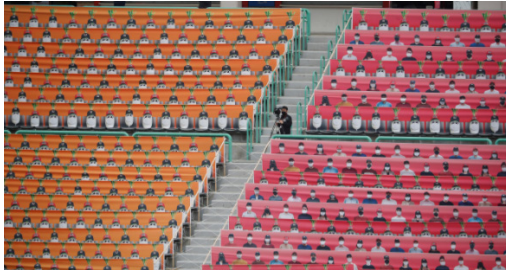
(1) 무관중 경기 진행

2020년 중반 프로스포츠 정상화를 목표로 종목별 정규시즌을 시작하였지만 코로나19 확진자 수 증가를 억제하기 위해 스포츠 경기장을 고위험 시설로 지정하면서 일정기간 동안 대부분의 경기를 전례없는 무관중 상태로 진행하였다. 정부는 방역지침인 사회적 거리두기 단계에 따라 관중 입장을 제한한 바 있는데, 정규시즌 도중 확진자 수 감소가 나타남에 따라 사회적 거리두기를 1단계로 하향 조정하면서 제한적인 관중 입장을 허용하였다. 하지만 코로나19 감염사태가 지속되면서 상당수의 경기를 무관중으로 진행하였고 관중 입장이 가능한 방역단계에서도 전체 관중석의 약 30%만 입장을 허용하였다. 2019년 프로스포츠 전체 관람객 수가 11,488,283명이었던 상황에 비해 2020년에는 1,668,068명으로 집계되어 전년 대비 약 1/7 수준에 머물렀다. 관람객 간 비말 전파를 방지하기 위해 육성 응원 금지, 마스크 필수 착용, 좌석 비워두기, 개별 관람객 사이에 2m 거리두기 및 음식 섭취 금지 등 적용하였다.

무관중 경기로 인한 경기장 내 다양한 공백을 해소하기 위해 프로스포츠 구단들은 다양한 대안을 모색하였다. 경기장에서는 응원을 목적으로 팬들이 현수막, 피켓, 깃발을 제작하여 구단에 전달하여 빈 좌석에 비치하였고, 경기장 방문이 불가능한 관계로 가정에서 온라인 응원을 실시하였다. 야구는 LED 스크린, 축구는 전광판을 활용하였고 팬들은 구단에서 제공한 ZOOM 프로그램(온라인 비대면 모임 프로그램)을 활용하여 실시간 소통을 하면서 각자 선호하는 팀을 응원하기도 했다. 이와 더불어 구단 측에서는 SNS를 활용한 다양한 이벤트와 팬 미팅도 진행하였다. 이러한 현상은 코로나19로 인해 제한적인 활동 범위 내에서 팬, 선수 및 구단 간 원만한 소통을 위한 구단의 전략 중 하나였고, 프로스포츠 현장에도 다양한 언택트 방식이 등장하였다.



〈그림 1-6〉 현수막 응원



※ 출처: 뉴스핌

〈그림 1-7〉 '20년 K리그1 개막전



※ 출처: 연합뉴스

(2) 해외 중계 확대

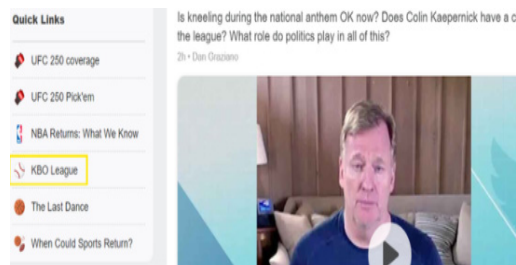
해외 주요 프로스포츠 리그에 앞서 개막한 국내 프로스포츠 리그가 해외 공식적인 미디어 채널을 통해 송출되었다. 미국 ESPN의 경우 KBO 리그 중계권을 확보하여 미국, 일본, 유럽, 중동 등 130개국에 생중계를 하였으며 ESPN과 일본 스포존(SPOZONE)은 KBO리그 개막 후 매일 한 경기 이상을 생중계하면서 자국의 부족한 중계 콘텐츠를 보완하였다. 이는 KBO리그의 인지도를 제고하는 계기로 작용함과 동시에 다양한 화제도 양산하였다. 보편적으로 MLB에서는 상대선수를 자극하는 플레이로 금기시되는 배트 플립(홈런 등을 친 뒤 배트를 던지는 행동)을 시청할 수 있었고 KBO 소속 구단의 다양한 명칭과 머천다이징 상품에 대한 구매 욕구, 특정 투수의 느린 변화구, 심판의 흥미로운 동작 등이 전 세계 야구팬들의 관심사가 되었다. 미국 노스 캐롤라이나(North Carolina) 주 거주민들은 자신의 주(State)와 이니셜이 동일하다는 이유로 NC 다이노스 에 특별한 관심을 보이는 현상도 나타났다. 이러한 일련의 현상들은 국내 프로야구의 긍정적인 해외 진출 가능성을 시사하였다.

〈그림 1-8〉 ESPN 중계화면



※ 출처: 한국언예스포츠신문

〈그림 1-9〉 ESPN 홈페이지 KBO 링크



※ 출처: ESPN 홈페이지

K리그의 경우에도 2020년 시즌 해외 중계권과 영상 사용권을 스포츠레이더와 계약하면서 K리그 콘텐츠의 해외 판매를 추진하였다. 중계권 판매로 K리그는 수익을 창출하게 되었으며, 온라인 스트리밍 중계와 해외 TV 채널을 통한 K리그 송출이 진행된 국가는 43개국 이상으로 나타났다. 해외 시청자의 총 수가 약 5,810만 명에 달한다는 통계가 발표되면서 적극적인 해외 진출에 긍정적인 효과를 발휘하였다. 영국 공영방송

BBC는 문자중계와 함께 K리그 공식 개막전을 생중계했으며 2020년 개막전 1라운드 6경기를 시청한 전 세계 시청자 수는 약 1,554만 명에 이른 것으로 나타났다.

(3) 프로스포츠산업의 피해

국내 프로스포츠 해외 중계 등 긍정적인 효과에도 국내 프로스포츠산업은 코로나19로 인해 막대한 경제적 손실이 발생하였다. 2020년 10월 13일 국회 국정감사에서는 (사)한국프로스포츠협회의 조사 자료를 인용, 코로나19에 따른 국내 프로스포츠산업에서 발생한 피해현황을 진단하였다.

주요 피해 현황은 경기장 내 상업시설의 휴·폐업 현황과 코로나19 이후 7개 프로스포츠연맹에 소속된 구단에서 발생한 피해액이었다. 우선 경기장 내 상업시설 휴·폐업 상황은 심각하였으며 2020년 9월까지 야구 경기장 내 410개 상업시설 중 94%인 386개 매장이, 축구 경기장 내 104개 매장 중 68%인 89개 매장이 휴업이나 폐업을 결정하였다. 피해액 규모면에서 가장 큰 손실을 나타낸 종목은 프로야구이며 피해액은 약 1,062억 원이었다. 다음으로는 약 591억 원의 손실을 본 프로축구이며 골프는 약 171억 원의 손실액이 발생한 것으로 추산되었고 기타 종목은 정규시즌이 개막하지 않아 손실액이 약 35억 원 정도인 것으로 파악되었다.

해외 프로스포츠산업에서도 코로나19에 따른 사회적 거리두기와 무관중 경기 진행으로 큰 손실이 발생한 것으로 평가하였다. ESPN에 따르면 미국의 경우 사회적 거리두기와 지역봉쇄에 따른 프로리그 중단 및 축소 운영으로 2020년 7월 기준 스포츠 연관 산업의 손실액 규모가 약 120억 달러(약 14조4000억 원)에 이르고 향후 개막되는 리그 운영에 차질이 발생할 경우 손실 규모가 약 2배 이상 증가할 것으로 예측한 바 있다. 유럽의 경우 유럽축구 5대 리그가 가장 큰 타격을 받았다. 글로벌 컨설팅사인 딜로이트(Deloitte)에 따르면 2018~2019 시즌 유럽축구 5대 리그 소속 구단 총 매출액은 약 164억 유로(약 22조1500억 원)로 사상 최대를 기록했으나, 2019~2020 시즌의 경우 전년 대비 총 매출액이 약 8%가 감소하였으며 이는 금액으로 환산하면 13억 유로(약 1조 7,600억 원)로 추산된다.

4) 비대면 스포츠 활동의 저변 확대

코로나19는 뉴노멀(New Normal) 시대로의 전환이라고 할 만큼 기존 감염병(사스, 메르스 등)과 다른 양상을 보여주었다. 전 세계로의 급속한 확산과 예상보다 높은 치명율로 인해 정부는 코로나19 확산 방지를 위해 사회적 거리두기, 영업시간 제한 등 다양한 방역 활동을 전개하였고 이로 인해 일상생활에 상당한 변화를 야기하였다. 각종 교육 활동이 온라인으로 대체되었고, 재택근무가 일상화되는 등 비대면 기반 생활이 권장되면서 외부 활동은 점차 감소하였다. 개인의 비대면화는 전통적인 스포츠 활동에도 큰 변화를 유발하였다. 일정한 공간에서 이루어지는 스포츠 활동에 제약이 생겼으며, 특히 사회적 거리두기 강화로 체력단련장, 체육도장, 무도장 등 실내체육시설의 영업이 수차례 중단되면서 스포츠 시설 이용이 어려워졌다. 하지만 코로나19 장기화로 인한 개인의 우울감 해소, 면역력 강화 등을 위해 신체활동의 중요도가 상승하면서 대중은 공간의 제약을 받지 않고 비대면으로 스포츠에 참여할 수 있는 방법을 모색하였다. 이에, 가정에서 수행할 수 있는 홈트레이닝 관련 제품 및 미디어들이 등장하였고 코로나19 감염 위험으로 스포츠 행사 및 대회 등이 대거 취소되면서 비대면 스포츠 이벤트가 대회가 개최되었다.



(1) 비대면 스포츠 활성화 정책의 시행

스포츠 활동의 제약은 관련 산업의 매출액 및 고용 감소 등 심각한 피해를 초래하였으나 디지털 기술 기반 비대면 스포츠 서비스시장의 성장을 촉진하였다. 정부는 적극적인 디지털 전환(Digital Transformation) 정책 추진을 통해 비대면 스포츠 서비스 분야의 성장을 지원하였다. 정부가 추진한 한국판 뉴딜 사업 계획에 비대면 산업 육성을 포함하였으며, 문화체육관광부에서도 코로나19로 인한 매출 감소 등 어려움을 겪고 있는 스포츠산업을 지원하기 위해 비대면 스포츠 시장을 본격적으로 육성하기 위한 정책을 발표하였다. 비대면 스포츠 서비스 시장 확대를 위해 총 55억 원의 예산을 지원하여 비대면 스포츠 융합인력 양성(600명), 민간 체육시설업자의 비대면 사업 전환지원(400개소), 비대면 스포츠 콘텐츠 제작 및 유통망(플랫폼)구축 등 3개 분야를 지원하였다. 비대면 스포츠 시장은 스포츠 종목에 대한 전문 지식뿐만 아니라, 디지털 정보와 영상분석, 온라인 시스템 관리, 인공지능 등 4차 산업 혁명 기술과 맥락을 함께 한다. 이에, 문화체육관광부는 민간 전문 교육기관을 위탁 운영기관으로 선정해 스포츠 지도자 및 코치 등을 대상으로 디지털 정보관리, 영상분석 등 원격지도 방법을 교육하고, 민간 체육시설업자들을 대상으로 응용프로그램(앱) 및 홈페이지 개발, 영상 촬영, 홍보비 등을 지원하였다. 이와 더불어 비대면 스포츠지도(코칭) 유통망 구축 사업을 추진하였고, 국민들의 유통망(플랫폼) 참여 확산방안, 체육시설업자 및 지도자, 중소 정보통신(IT) 기업 등 소상공인 동반성장 방안, 유통망(플랫폼) 기능의 공익성과 시장 확산성 등을 주요 기준으로 1개 기관을 선정해 총 30억 원을 지원하였다. 이를 통해 스포츠 전문인력, 체육시설업 및 일반 국민을 온라인으로 연결하여 시간과 장소에 구애받지 않고 다양한 스포츠 활동을 보장하고자 하였다. 전국 지방자치단체도 비대면 스포츠 서비스의 필요성을 인지하여 스마트 체육관을 개관한 바 있으며, 가상현실 기술 및 스마트 IoT 기술을 연계해 기후조건과 관계없이 접촉을 최소화하는 비대면 스포츠 서비스를 제공하고 온라인 미팅 시스템으로 스포츠 강습을 진행하였다.

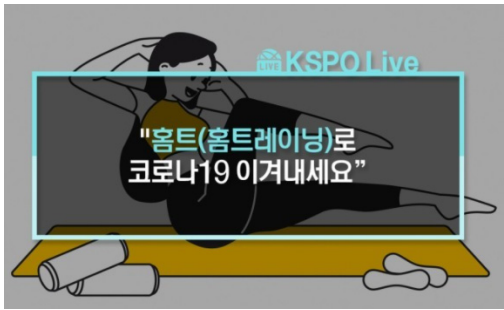
(2) 홈트레이닝의 보급 및 활성화

비대면 선호 인식으로 인해 온라인 또는 앱 기반 스포츠 강습과 홈트레이닝 프로그램이 새로운 트렌드로 각광받게 되었다. 대표적으로 앱을 장착한 가정용 자전거와 러닝머신의 스트리밍(Streaming) 서비스를 제시할 수 있다. 가상현실(VR)과 증강현실(AR)을 이용한 스포츠 장비도 본격적으로 등장하기 시작하였으며, 이들은 온라인 코칭과 맞춤형 운동 처방 기능을 제공하여 비대면 상황 하에서도 스포츠 활동을 지속할 수 있는 여건을 조성하였다. 홈트레이닝 시장에 대한 관심은 관련 특허의 급격한 증가에서도 나타난다. 특허청에 따르면 2020년 실내 운동기구 관련 특허가 530건이 출원되어 전년 대비 100건 이상 증가하였으며, 비대면·스마트 실내 운동기구 출원은 2011년부터 2017년까지 매년 20건 안팎이었으나 2018년 60건, 2019년 82건으로 3~4배 수준이었으나 2020년 142건으로 7배 이상 급증하였다.

한국소비자원에 따르면 2020년 홈트레이닝에 대한 평균 소셜네트워크(SNS) 언급량은 2019년 31,464.1회에 비해 2020년에는 35,462.9회로 112.7% 증가한 것으로 나타났다. 특히 코로나19 1차 대유행 이후 언급량이 137.8% 급증하였으며, 2차3차 대유행 시점에도 언급량이 증가하는 경향을 나타냈다. 대표적인 글로벌 동영상 공유 플랫폼인 유튜브(YouTube)에서도 국내 홈트레이닝 관련 동영상 수가 2019년 2,740건에서 2020년 6,917건으로, 전년대비 152%가 증가하였다. 대한체육회를 비롯한 국내 스포츠

관련 협단체에서도 개인의 스포츠 참여를 독려할 수 있는 다양한 영상들을 제작하여 업로드 하였으며 국민체육진흥을 위해 설립한 준정부기관인 국민체육진흥공단에서도 다양한 미디어를 활용하며 홈트레이닝 프로그램을 무료로 배포·홍보하였다.

〈그림 1-10〉 국민체육진흥공단 홈트레이닝 홍보



〈그림 1-11〉 대한체육회 홈트레이닝 홍보



※ 출처: 국민체육진흥공단, 대한체육회

(3) 비대면 스포츠 이벤트의 활성화

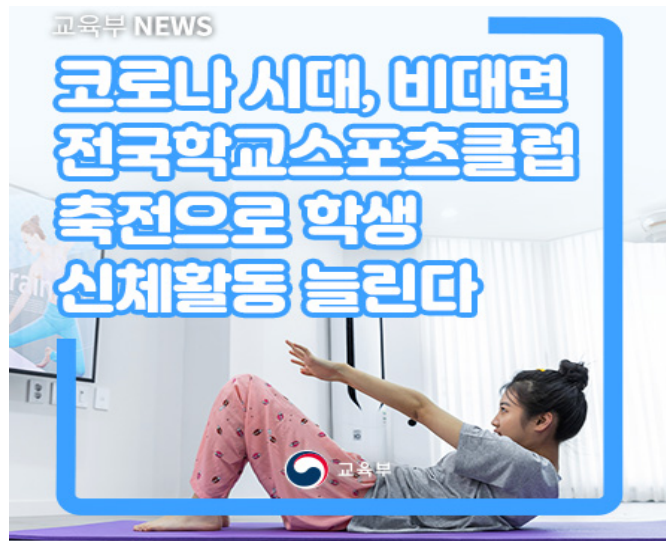
코로나19 확산으로 인해 전국체전, 전국장애학생체육대회 및 실업리그, 종목별 전국 및 지역 대회들이 취소 또는 연기되었다. 정부가 감염확산 방지를 위해 대규모 행사 등의 연기 또는 축소를 권고함에 따라 각종 스포츠 이벤트 개최에도 영향을 주어 스포츠 이벤트 대행사, 스포츠 미디어업, 광고업 등 관련 산업에서 막대한 피해가 발생한 것으로 추산되었다. 대면 스포츠 이벤트가 연달아 취소되면서 이를 대체할 수 있는 비대면 스포츠 이벤트를 도입하였고 VR, AR, GPS 등 첨단기술을 활용하여 참가자 본인의 거주지나 독립적인 공간에서 이벤트에 참여할 수 있는 시스템 등을 제공하였다. 글로벌 비대면 스포츠 이벤트 개최 사례로 벨기에의 사이클 경기대회인 투어 오브 플랜더스(Tour of Flanders)를 예시할 수 있다. 본래 오프라인 경기대회였으나 코로나19 글로벌 확산으로 가상현실을 기반으로 개최하였다. 참가 선수들은 가정에서 사이클 레이스를 펼치고 경기 상황은 TV로 생중계되었다. 비대면인 관계로 레이스 길이는 32km로 단축하여 진행하였다. 국내에서는 가상 마라톤 대회가 다수 개최된 바 있고, 국내 스크린 골프업체와 미국 LPGA가 협업하여 VR을 활용한 비대면 가상 골프대회도 개최하였다. 해당 대회는 우리나라 대전과 미국 플로리다에서 동시에 진행되었으며 온라인 스크린 골프시스템과 네트워크를 통해 우리나라와 미국의 스크린골프 대회장을 화상으로 연결해 실시간으로 생중계하였다.

학교체육에서도 비대면 대회가 등장하였는데, 교육부는 전국학교스포츠클럽 축전(이하 전국축전)을 비대면 방식으로 개최하였다. 참가 학생들은 종목별 경기요강에 따라 종목별 수행 영상을 촬영하여 비대면 전국축전 누리집 또는 응용프로그램에 제출하여 심사를 받았다. 비대면 전국축전은 교육부가 지속적으로 추진해 온 학교스포츠클럽 활성화 정책을 기반으로 학생들에게 새로운 신체활동 기회 및 건강한 학생 간 교류의 장을 제공하였다. 비대면 전국축전은 학생 자발적으로 연습하여 수행할 수 있는 스포츠 종목으로 구성게 하여 자기 주도적인 태도를 함양할 수 있도록 하였다. 또한, 종목별 참가인원에 제한이 없고 순위를 결정하지 않아 보다 많은 학생들에게 신체활동 참여 동기를 부여하고 지속적으로 운동에 참여하는 계기를 제공하였다.



비대면 전국축전은 농구(자유투)를 포함한 총 15개 종목으로 구성하였으며 전국에서 약 2만 3천 명의 초·중고 학생들이 참가하였다.

〈그림 1-12〉 전국학교스포츠클럽 축전 홍보



※ 출처: 교육부

(4) e-스포츠의 활성화

한국콘텐츠진흥원이 발간한 2020 e스포츠 실태조사에 따르면, 국내 e스포츠산업 규모는 약 1,398억 원으로 전년대비 22.8% 증가한 것으로 나타났다. 코로나19가 확산됨에 따라 대부분의 프로스포츠가 시즌 일시 중단 및 연기를 선언한 반면, e스포츠는 비대면으로도 진행이 가능하다는 장점을 보유하고 있었기에 따라 대중성이 높은 게임을 중심으로 각종 대회를 개최하였다. e스포츠 최고 인기 종목으로 평가받는 라이엇 게임즈(Riot Games)의 리그 오브 레전드(League of Legends, LoL)가 대표적이며 국내 LoL 대회인 'LoL 챔피언스 코리아(LCK)'는 코로나19와 관계없이 경기를 재개했다. 온라인 경기는 양 팀이 각자의 숙소에서 게임에 접속하여 실력을 겨루는 방식을 채택하였다.

5) 2020 도쿄 하계올림픽대회 및 패럴림픽대회 연기

2013년 9월 7일 아르헨티나에서 열린 제125차 국제올림픽위원회(IOC) 총회에서 2020년 하계올림픽대회의 개최지로 일본 도쿄를 선정하면서 도쿄는 1964년 도쿄 하계올림픽 개최 이후 56년 만에 두 번째로 하계올림픽을 유치한 도시이자 아시아 최초로 하계올림픽을 2회 유치한 도시가 되었다. 하지만 2020년 코로나19의 글로벌 유행으로 대회 개최 시 출전 선수와 관람객들에게 감염병이 급속히 전파될 가능성이 대두되기 시작하였다. 이에, 도쿄 하계올림픽 조직위원회는 코로나19가 올림픽에 미치는 영향을 최소화하기

위해 질병 확산 상황을 예의주시하면서 대회를 준비하였으나, 코로나19 확산으로 인해 2020년 초부터 종목별 예선 경기가 개최될 국가나 대회장소 변경이 빈번하게 일어나면서 경기일정에 차질이 발생하였다. 또한, 코로나19 확산은 선수의 혈액이나 소변검사를 통해 이루어지는 도핑검사를 불가능하게 하여 정상적인 스포츠 이벤트 진행을 제약하였다.

〈표 1-7〉 2020 도쿄 하계올림픽 개요

	구분	세부 내용
	대회기간	2020년 7월 24일~8월 9일
	참가국수	206개국
	종목수	33 종목
	경기수	339개 세부종목

이러한 상황에서도 도쿄 하계올림픽 조직위원회(TOCOG)는 2020년 3월 2일 성명 발표를 통해 2020년 7월 개최를 목표로 관련 계획이 원활히 추진되고 있으며 방역안전을 위해 최선을 다하고 있음을 밝혔다. 하지만 캐나다와 호주 등은 개최 1년 연기를 조건으로 불참의사를 표명하였다. 이에, IOC와 도쿄 올림픽 조직위원회는 공동 성명을 통해 2020년 하계올림픽의 일정을 1년 연기하여 2021년 7월 23일 개막식을, 8월 8일에 폐막식을 거행하는 것으로 합의하면서 개최 연기를 발표하였다. 다만, 올림픽의 연속성 및 마케팅 목적을 달성하기 위해 일정 변경과는 상관없이 대회 공식명칭은 도쿄 2020으로 유지하기로 결정했다. 이로써 당초 2020년 7월 24일 개막식이 예정된 도쿄하계올림픽이 공식적으로 1년 연기되면서 근대올림픽 시작 이래 대규모 감염병으로 연기된 최초의 대회로 기록되었다. 연기가 확정되기 직전 IOC와 도쿄 하계올림픽 조직위원회는 올림픽 개최 연기로 인해 발생하는 모든 문제에 대응하기 위해 전담기구를 구성하였으며, 이미 예선에 진출한 모든 선수들은 일정 변경과 상관없이 본선에 참여할 수 있음을 보장한다고 밝혔다.

코로나19 확산으로 인한 불가피한 선택이었으나 개최지 도쿄는 대회 연기에 따른 경제적인 손실을 감안해야 하는 상황에 직면하였다. 수익창출의 어려움과 대회시설에 대한 추가 보수 등 지출비용이 늘어날 것으로 예상된다. 도쿄 하계올림픽 조직위원회의 경우에도 올림픽 개최를 통해 총 3,411,908천 달러의 수익 획득을 예상하였지만 대회 연기로 수익을 확보하는 것이 불투명한 상황이 되었으며 일본 지지(時事)통신사는 만약 대회 취소 시 예상 손실액은 약 4조 5,000억 엔(약 47조 9,984억원)에 도달할 것으로 전망하였으며, 무관중으로 대회를 개최하는 경우에도 예상 손실액은 약 1조 4000억 엔 내외로 예상하였다.



〈표 1-8〉 2020 도쿄 하계올림픽 조직위원회 예상 수입

(단위 : 천 달러)

구분	2012	2020	비중
IOC 지원금	790,000	790,000	23%
TOP 스폰서십	335,000	335,000	10%
지역 스폰서십	823,864	820,286	24%
공식공급사	107,954	107,486	3%
티켓 판매	776,350	772,978	23%
라이선싱	139,773	139,165	4%
복권	-	-	0%
기부금	113,636	108,000	3%
자산 처분	32,557	32,416	1%
보조금	-	-	0%
기타	304,923	306,577	9%
합계	3,424,057	3,411,908	100%

※ 출처: 도쿄올림픽 비딩파일

※ 주 : 도쿄올림픽 유치를 위한 비딩파일 자료로 2012년에 작성됨

제2장

스포츠산업 공급 현황

2020 Sport Industry White Paper



제2장 스포츠산업 공급 현황

1 스포츠 사업체 현황

1) 산업부분별 스포츠산업 사업체 수

우리나라 전체 스포츠산업 사업체 수는 2020년 총 97,668개이고, 스포츠 시설업이 38,278개로 전체 산업의 39.4%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 스포츠 용품업이 총 30,876개(31.3%), 스포츠 서비스업이 28,513개(29.1%)순으로 나타났다.

〈표 2-1〉 '18~'20년 세세분류별 스포츠산업 모집단 사업체 수

(단위: 개, %)

구 분			2018		2019		2020	
			사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중
전 체			103,145	100.0	105,445	100.0	97,668	100.0
스포츠 시설업	경기장 운영업	실내 경기장 운영업	99	0.1	99	0.1	102	0.1
		실외 경기장 운영업	95	0.1	94	0.1	92	0.1
		경주장 운영업	15	0.0	15	0.0	15	0.0
	참여스포츠 시설 운영업	종합 스포츠시설 운영업	890	0.9	781	0.7	768	0.8
		체력단련시설 운영업	9,521	9.2	9,745	9.2	9,399	9.6
		수영장 운영업	394	0.4	430	0.4	447	0.5
		볼링장 운영업	761	0.7	908	0.9	930	1.0
		당구장 운영업	14,154	13.7	14,173	13.4	11,490	11.8
		골프연습장 운영업	7,635	7.4	8,050	7.6	7,632	7.8
		스포츠 무도장 운영업	189	0.2	182	0.2	151	0.2
		체육공원 운영업	43	0.0	47	0.0	65	0.1
		기원 운영업	832	0.8	774	0.7	754	0.8
	골프장 및 스키장 운영업	골프장 운영업	433	0.4	427	0.4	458	0.5
		스키장 운영업	16	0.0	16	0.0	16	0.0
	수상스포츠 시설 운영업	낚시장 운영업	892	0.9	875	0.8	723	0.7
		기타 수상스포츠 시설 운영업	574	0.6	634	0.6	603	0.6
	기타 스포츠시설 운영업	기타 스포츠시설 운영업	3,619	3.5	4,063	3.9	4,068	4.2
	스포츠시설 건설업	스포츠시설 조경 건설업	688	0.7	655	0.6	405	0.4
		스포츠 토목시설물 건설업	573	0.6	154	0.1	160	0.2
	소계		41,423	40.2	42,122	39.9	38,278	39.4

구 분			2018		2019		2020	
			사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중
스포츠 용품업	운동 및 경기용품 제조업	운동 및 경기용 장비 제조업	361	0.3	402	0.4	406	0.4
		체력단련용 장비 제조업	279	0.3	288	0.3	302	0.3
		자전거 제조업	48	0.0	46	0.0	46	0.0
		낚시 및 수렵용 장비 제조업	335	0.3	325	0.3	326	0.3
		놀이터용 가구 제조업	89	0.1	88	0.1	89	0.1
		스포츠용 보트 건조업	46	0.0	59	0.1	70	0.1
		기타 운동 및 경기용품 제조업	30	0.0	16	0.0	16	0.0
	스포츠 의류 및 관련 섬유제품 제조업	스포츠 의류 제조업	876	0.8	915	0.9	846	0.6
		캠핑용 직물제품 제조업	181	0.2	174	0.2	187	0.2
		스포츠관련 직물제품 제조업	59	0.1	62	0.1	68	0.1
		스포츠관련 의류 부분품 제조업	58	0.1	56	0.1	58	0.1
	스포츠 가방 및 신발 제조업	스포츠 가방 제조업	155	0.2	150	0.1	105	0.1
		스포츠 신발 제조업	145	0.1	126	0.1	124	0.1
		스포츠관련 신발부분품 제조업	137	0.1	120	0.1	129	0.1
	운동 및 경기용품 도매업	운동 및 경기용구 도매업	2,026	2.0	2,003	1.9	1,872	1.9
		자전거 도매업	205	0.2	193	0.2	170	0.2
		스포츠 의류 소매업	678	0.7	667	0.6	640	0.7
		스포츠 가방 소매업	19	0.0	16	0.0	11	0.0
		스포츠 신발 도매업	276	0.3	262	0.2	185	0.2
	운동 및 경기용품 소매업	운동 및 경기용구 소매업	10,702	10.4	10,219	9.7	9,368	9.6
		자전거 소매업	3,298	3.2	3,137	3.0	2,819	2.9
		스포츠 의류 소매업	11,032	10.7	11,179	10.6	9,864	10.1
		스포츠 가방 소매업	33	0.0	20	0.0	19	0.0
		스포츠 신발 소매업	1,461	1.4	1,345	1.3	1,349	1.4
		스포츠 관련 무점포 소매업	712	0.7	787	0.7	893	0.9
	운동 및 경기용품 임대업	운동 및 경기용품 임대업	920	0.9	966	0.9	914	0.9
	소계		34,161	33.1	33,621	31.9	30,876	31.3



구 분			2018		2019		2020	
			사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중
스포츠 서비스업	스포츠 경기업	스포츠 경기업	78	0.1	75	0.1	81	0.1
	스포츠 베팅업	스포츠 복권발행 및 판매업	1	0.0	1	0.0	1	0.0
		기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업	52	0.1	55	0.1	54	0.1
	스포츠 마케팅업	스포츠 에이전트업	44	0.0	39	0.0	42	0.0
		회원권 대행 판매업	105	0.1	122	0.1	115	0.1
		스포츠 마케팅 대행업	29	0.0	34	0.0	38	0.0
		기타스포츠 마케팅업	744	0.7	771	0.7	834	0.9
	스포츠 미디어업	스포츠 신문 발행업	8	0.0	8	0.0	9	0.0
		스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	46	0.0	42	0.0	29	0.0
		스포츠 관련 프로그램 공급업	12	0.0	8	0.0	9	0.0
		스포츠 관련 유선 방송업	7	0.0	6	0.0	5	0.0
		스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	5	0.0	7	0.0	7	0.0
	기타 스포츠 정보 서비스업	기타 스포츠 정보 서비스업	17	0.0	12	0.0	12	0.0
	스포츠 교육기관	태권도 교육기관	9,579	9.3	9,711	9.2	9,166	9.4
		무술 교육기관	5,169	5.0	5,835	5.5	5,262	5.4
		기타 스포츠 교육기관	9,618	9.3	11,290	10.7	11,650	11.9
	스포츠 게임 개발 및 공급업	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	424	0.4	207	0.2	175	0.2
		기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	205	0.2	57	0.1	47	0.0
	스포츠 여행업	스포츠 여행업	1,418	1.4	1,422	1.3	977	1.0
	소계			27,561	26.6	29,702	28.2	28,513

다음으로 지역별 사업종류별 스포츠 사업체 수는 경기도가 24.3%로 가장 높은 비중을 차지하였고, 이어 서울 18.3%, 부산 6.8%, 경남 6.7%, 경북 5.3%, 대구 5.0% 순으로 나타났다.

〈표 2-2〉 '20년 지역별사업종류별 스포츠산업 사업체 수

(단위: 개, %)

구 분	스포츠 시설업		스포츠 용품업		스포츠 서비스업		합계	
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
서울특별시	6,925	18.1	5,135	16.6	5,777	20.3	17,837	18.3
부산광역시	2,310	6.0	2,362	7.6	1,978	6.9	6,650	6.8
대구광역시	1,722	4.5	1,643	5.3	1,496	5.2	4,861	5.0
인천광역시	1,993	5.2	1,288	4.2	1,388	4.9	4,669	4.8
광주광역시	1,084	2.8	862	2.8	932	3.3	2,878	2.9
대전광역시	1,056	2.8	852	2.8	848	3.0	2,756	2.8
울산광역시	941	2.5	678	2.2	623	2.2	2,242	2.3
세종특별자치시	173	0.5	106	0.3	187	0.7	466	0.5
경기도	9,290	24.3	7,460	24.2	7,026	24.6	23,776	24.3
강원도	1,613	4.2	1,392	4.5	906	3.2	3,911	4.0
충청북도	1,412	3.7	952	3.1	810	2.8	3,174	3.2
충청남도	1,579	4.1	1,355	4.4	1,000	3.5	3,934	4.0
전라북도	1,377	3.6	1,230	4.0	980	3.4	3,587	3.7
전라남도	1,418	3.7	1,216	3.9	836	2.9	3,470	3.6
경상북도	2,182	5.7	1,688	5.5	1,302	4.6	5,172	5.3
경상남도	2,510	6.6	2,157	7.0	1,871	6.6	6,538	6.7
제주특별자치도	694	1.8	500	1.6	553	1.9	1,747	1.8
합 계	38,279	100.0	30,876	100.0	28,513	100.0	97,668	100.0

2) 종사자별 스포츠산업 사업체 수

2020년 종사자 수별 스포츠산업 사업체 수는 종사자 1~4명인 사업체가 전체 스포츠 사업체의 86.7%인 84,708개로 2019년과 비교하여 7.4% 감소하였으나, 아직까지 대부분의 스포츠 사업체가 소규모로 운영되고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-3〉 '18~'20년 종사자 수별 스포츠산업 사업체 수

(단위: 개, %)

구 분	2018		2019		2020	
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
1~4명	89,924	87.2	91,834	87.1	84,708	86.7
5~9명	8,160	7.9	9,197	8.7	8,662	8.9
10~19명	2,695	2.6	2,625	2.5	2,429	2.5
20~49명	1,409	1.4	1,063	1.0	1,131	1.2
50명 이상	957	0.9	726	0.7	738	0.8
합 계	103,145	100.0	105,445	100.0	97,668	100.0

또한, 2020년 기준으로 종사자 수가 1~4명인 스포츠산업 분야 사업체 수는 스포츠 시설업이 32,033개(32.8%)로 가장 많으며, 그 다음으로 스포츠 용품업(27,759개), 스포츠 서비스업(24,916개) 순으로 나타났다. 또한 모든 종사자 수별 스포츠산업 분야에서 스포츠 시설업의 업체 수가 가장 많은 것으로 나타났다.

〈표 2-4〉 '18~'20년 종사자 수별 사업종류별 스포츠산업 사업체 수

(단위: 개, %)

구 분	대분류	2018		2019		2020	
		사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
1~4명	스포츠 시설업	34,973	33.9	35,690	33.8	32,033	32.8
	스포츠 용품업	30,537	29.6	30,034	28.5	27,759	28.4
	스포츠 서비스업	24,414	23.7	26,110	24.8	24,916	25.5
5~9명	스포츠 시설업	3,613	3.5	3,859	3.7	3,816	3.9
	스포츠 용품업	2,452	2.4	2,541	2.4	2,090	2.1
	스포츠 서비스업	2,095	2.0	2,797	2.7	2,756	2.8
10~19명	스포츠 시설업	1,472	1.4	1,455	1.4	1,308	1.3
	스포츠 용품업	640	0.6	639	0.6	587	0.6
	스포츠 서비스업	583	0.6	531	0.5	534	0.5
20~49명	스포츠 시설업	768	0.7	633	0.6	638	0.7
	스포츠 용품업	349	0.3	290	0.3	319	0.3
	스포츠 서비스업	292	0.3	140	0.1	174	0.2
50명 이상	스포츠 시설업	597	0.6	485	0.5	484	0.5
	스포츠 용품업	183	0.2	117	0.1	121	0.1
	스포츠 서비스업	177	0.2	124	0.1	133	0.1
합 계		103,145	100.0	105,445	100.0	97,668	100.0



지역별 사업종류별로 사업체 현황을 살펴보면, 경기도가 24.3%로 가장 높게 나타났고, 서울 18.3%, 부산 6.8%, 경남 6.7%, 경북 5.3% 순으로 나타났다.

〈표 2-5〉 '20년 지역별 사업종류별 스포츠산업 사업체 수

(단위: 십억 원, %)

구 분	스포츠 시설업		스포츠 용품업		스포츠 서비스업		합계	
	사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중
서울특별시	6,925	18.1	5,135	16.6	5,777	20.3	17,837	18.3
부산광역시	2,310	6.0	2,362	7.6	1,978	6.9	6,650	6.8
대구광역시	1,722	4.5	1,643	5.3	1,496	5.2	4,861	5.0
인천광역시	1,993	5.2	1,288	4.2	1,388	4.9	4,669	4.8
광주광역시	1,084	2.8	862	2.8	932	3.3	2,878	2.9
대전광역시	1,056	2.8	852	2.8	848	3.0	2,756	2.8
울산광역시	941	2.5	678	2.2	623	2.2	2,242	2.3
세종특별자치시	173	0.5	106	0.3	187	0.7	466	0.5
경기도	9,290	24.3	7,460	24.2	7,026	24.6	23,776	24.3
강원도	1,613	4.2	1,392	4.5	906	3.2	3,911	4.0
충청북도	1,412	3.7	952	3.1	810	2.8	3,174	3.2
충청남도	1,579	4.1	1,355	4.4	1,000	3.5	3,934	4.0
전라북도	1,377	3.6	1,230	4.0	980	3.4	3,587	3.7
전라남도	1,418	3.7	1,216	3.9	836	2.9	3,470	3.6
경상북도	2,182	5.7	1,688	5.5	1,302	4.6	5,172	5.3
경상남도	2,510	6.6	2,157	7.0	1,871	6.6	6,538	6.7
제주특별자치도	694	1.8	500	1.6	553	1.9	1,747	1.8
합 계	38,279	100.0	30,876	100.0	28,513	100.0	97,668	100.0

2 스포츠산업 종사자 및 고용 현황

1) 부문별 종사자 현황

2020년 사업종류별 종사자 현황을 살펴보면 경기장 운영업, 참여스포츠 시설 운영업, 골프장 및 스키장, 스포츠 건설업이 포함된 스포츠 시설업이 16만 2천명으로 전체 산업의 43.1%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 전년도 대비 15.4% 감소하였다. 스포츠 용품업은 12만명(31.9%)이 종사하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-6〉 '18~'20년 사업종류별 종사자 수

(단위: 천명, %)

구 분	2018		2019		2020		증감률 (2019년 대비)
	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중	
스포츠 시설업	188	43.2	192	42.7	162	43.1	-15.4
스포츠 용품업	136	31.3	137	30.5	120	31.9	-12.4
스포츠 서비스업	111	25.5	120	26.7	94	25.0	-21.7
합 계	435	100.0	449	100.0	376	100.0	-16.2

스포츠산업 세세분류별 종사자 수는 스포츠의류 소매업이 3만 1백 5백명으로 전체 산업의 8.4%를 차지하여 가장 많은 것으로 나타났으며, 그 다음으로 체육단련시설 운영업이 7.7%, 골프장 운영업 7.1% 순으로 나타났다.

〈표 2-7〉 '18~'20년 스포츠산업 세세분류별 종사자 수

(단위: 백명, %)

구 분			2018		2019		2020	
			종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중
전 체			4,346	100.0	4,490	100.0	3,763	100.0
스포츠 시설업	경기장 운영업	실내 경기장 운영업	13	0.3	14	0.3	13	0.3
		실외 경기장 운영업	21	0.5	22	0.5	19	0.5
		경주장 운영업	69	1.6	65	1.4	57	1.5
	참여스포츠 시설 운영업	종합 스포츠시설 운영업	164	3.8	161	3.6	128	3.4
		체력단련시설 운영업	373	8.6	383	8.5	288	7.7
		수영장 운영업	67	1.5	70	1.6	54	1.4
		볼링장 운영업	38	0.9	42	0.9	37	1.0
		당구장 운영업	255	5.9	254	5.6	182	4.8
		골프연습장 운영업	232	5.3	254	5.7	237	6.3
		스포츠 무도장 운영업	5	0.1	5	0.1	4	0.1
		체육공원 운영업	11	0.2	11	0.3	10	0.3
		기원 운영업	11	0.3	11	0.2	10	0.3
		골프장 및 스키장	254	5.8	266	5.9	267	7.1



구 분			2018		2019		2020	
			종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중
스포츠시설	운영업	스키장 운영업	89	2.0	89	2.0	76	2.0
	수상스포츠시설 운영업	낚시장 운영업	18	0.4	17	0.4	15	0.4
		기타 수상스포츠 시설 운영업	25	0.6	27	0.6	22	0.6
	기타스포츠시설 운영업	기타 스포츠시설 운영업	94	2.2	106	2.4	87	2.3
	스포츠시설 건설업	스포츠시설 건설업	69	1.6	64	1.4	62	1.7
		스포츠 토목시설물 건설업	70	1.6	58	1.3	53	1.4
	소계		1,878	43.2	1,919	42.7	1,621	43.1
스포츠용품업	운동 및 경기용품 제조업	운동 및 경기용 장비 제조업	29	0.7	30	0.7	28	0.7
		체력단련용 장비 제조업	26	0.6	25	0.6	23	0.6
		자전거 제조업	9	0.2	9	0.2	9	0.2
		낚시 및 수렵용 장비 제조업	27	0.6	26	0.6	25	0.7
		놀이터용 기구 제조업	7	0.2	8	0.2	7	0.2
		스포츠용 보트 건조업	2	0.1	4	0.1	4	0.1
		기타 운동 및 경기용품 제조업	6	0.1	5	0.1	4	0.1
	스포츠 의류 및 관련 섬유제품 제조업	스포츠 의류 제조업	122	2.8	113	2.5	100	2.7
		캠핑용 직물제품 제조업	9	0.2	9	0.2	9	0.2
		스포츠관련 직물제품 제조업	6	0.1	6	0.1	5	0.1
		스포츠관련 의류 부분품 제조업	2	0.1	2	0.0	2	0.0
	스포츠 가방 및 신발 제조업	스포츠 가방 제조업	7	0.2	7	0.1	6	0.2
		스포츠 신발 제조업	32	0.7	29	0.6	27	0.7
		스포츠관련 신발부분품 제조업	14	0.3	13	0.3	9	0.2
	운동 및 경기용품 도매업	운동 및 경기용구 도매업	151	3.5	156	3.5	142	3.8
		자전거 도매업	12	0.3	11	0.2	12	0.3
		스포츠 의류 도매업	63	1.4	64	1.4	57	1.5
		스포츠 가방 도매업	2	0.1	2	0.0	2	0.1
		스포츠 신발 도매업	23	0.5	24	0.5	22	0.6
	운동 및 경기용품 소매업	운동 및 경기용구 소매업	269	6.2	262	5.8	224	6.0
		자전거 소매업	55	1.3	53	1.2	51	1.3
		스포츠 의류 소매업	352	8.1	377	8.4	315	8.4
		스포츠 가방 소매업	1	0.0	1	0.0	1	0.0
		스포츠 신발 소매업	68	1.6	63	1.4	53	1.4

구 분			2018		2019		2020	
			종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중
스포츠 서비스업		스포츠 관련 무점포 소매업	30	0.7	38	0.8	37	1.0
	운동 및 경기용품 임대업	운동 및 경기용품 임대업	35	0.8	35	0.8	28	0.8
	소계		1,359	31.3	1,372	30.5	1,202	31.9
	스포츠 경기업	스포츠 경기업	19	0.4	20	0.4	18	0.5
	스포츠 베팅업	스포츠 복권발행 및 판매업	3	0.1	3	0.1	2	0.1
		기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업	48	1.1	50	1.1	45	1.2
	스포츠 마케팅업	스포츠 에이전트업	2	0.0	2	0.1	2	0.1
		회원권 대행 판매업	6	0.1	6	0.1	6	0.2
		스포츠 마케팅 대행업	1	0.0	2	0.0	2	0.0
		기타스포츠 마케팅업	83	1.9	80	1.8	75	2.0
	스포츠 미디어업	스포츠 신문 발행업	3	0.1	3	0.1	3	0.1
		스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	4	0.1	3	0.1	2	0.0
		스포츠 관련 라디오 방송업	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 지상파 방송업	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 프로그램 공급업	6	0.1	5	0.1	5	0.1
		스포츠 관련 유선 방송업	6	0.1	6	0.1	5	0.1
		스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	2	0.0	3	0.1	3	0.1
	기타 스포츠 정보 서비스업	기타 스포츠 정보 서비스업	2	0.0	2	0.0	2	0.1
	스포츠 교육기관	태권도 교육기관	212	4.9	262	6.0	195	5.2
		무술 교육기관	89	2.1	107	2.4	83	2.2
		기타 스포츠 교육기관	247	5.7	272	6.1	223	5.9
	스포츠 게임 개발 및 공급업	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	180	4.1	176	3.9	175	4.7
		기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	17	0.4	13	0.3	12	0.3
	스포츠 여행업	스포츠 여행업	180	4.1	181	4.0	81	2.2
	소계		1,110	25.5	1,201	26.7	939	25.1

한편, 조직 형태별 스포츠산업 종사자 수는 개인 사업자의 종사자가 20만 3천 명으로 전체의 54.1%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 그 다음으로 회사 법인에 소속되어 있는 종사자가 14만 8천명으로, 전체 종사자의 39.3%를 차지하고 있다.

〈표 2-8〉 '18~'20년 조직형태별 종사자 수

(단위: 천명, %)

구 분	2018		2019		2020	
	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중
개인사업체	219	50.5	238	53.1	203	54.1
회사법인	167	38.4	169	37.6	148	39.3
회사외 법인	39	8.9	33	7.3	19	5.1
비법인단체	10	2.2	9	2.0	6	1.6
합 계	435	100.0	449	100.0	376	100.0

종사자 규모별 종사자 수 현황을 살펴보면 1~4인 사업체 수에 종사하는 인원이 18만 4천명으로 전체 종사자의 49.0%를 차지하고 있으며, 다음으로 50인 이상 규모 사업체에서 8만 6천명 (22.8%)이 종사하고 있는 것으로 나타났다

〈표 2-9〉 '18~'20년 종사자 규모별 종사자 수

(단위: 천명, %)

구 분	2018		2019		2020	
	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중
1~4인	208	47.9	219	48.7	184	49.0
5~9인	49	11.2	57	12.6	41	10.9
10~19인	33	7.7	38	8.4	29	7.6
20~49인	38	8.7	38	8.5	37	9.8
50인 이상	107	24.5	98	21.7	86	22.8
합 계	435	100.0	449	100.0	376	100.0

다음으로 지역별 사업 종류별로 종사자 수 현황을 살펴보면, 경기도에서 종사하는 인원이 10만명으로 가장 많은 종사자가 근무하고 있었으며, 다음으로 서울특별시 종사자가 8만 7천명으로 나타났다.

〈표 2-10〉 '20년 지역별 사업종류별 종사자 수

(단위: 천명, %)

구 분	스포츠 시설업		스포츠 용품업		스포츠 서비스업		합계	
	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중
서울특별시	24	15.0	31	25.9	32	34.0	87	23.2
부산광역시	8	4.8	11	9.0	4	3.8	22	5.9
대구광역시	5	3.1	7	5.6	3	3.6	15	4.0
인천광역시	6	3.9	6	4.6	3	3.4	15	4.0
광주광역시	3	2.1	3	2.4	2	2.3	8	2.2
대전광역시	4	2.3	3	2.4	2	2.2	9	2.3
울산광역시	3	1.9	2	1.6	1	1.3	6	1.7
세종특별자치시	1	0.5	0	0.2	0	0.4	2	0.4
경기도	46	28.3	27	22.3	27	29.0	100	26.6
강원도	14	8.7	4	3.3	3	2.7	21	5.5
충청북도	6	3.8	3	2.3	2	2.0	11	2.9
충청남도	6	3.8	4	3.3	2	2.6	12	3.3
전라북도	7	4.3	4	3.3	2	2.3	13	3.5
전라남도	6	3.9	3	2.8	2	2.0	12	3.1
경상북도	9	5.3	5	3.8	3	2.9	16	4.2
경상남도	9	5.8	7	6.2	4	3.9	20	5.4
제주특별자치도	4	2.6	1	0.9	1	1.5	7	1.8
합 계	162	100.0	120	100.0	94	100.0	376	100.0



3 스포츠산업 매출 및 실적

1) 매출 현황

(1) 사업종류별 매출현황

2020년 사업종류별 매출액 현황을 살펴보면 골프장 운영업 매출액이 11.3%로 스포츠산업 중 가장 큰 규모이며, 다음으로 운동 및 경기용구 도매업(9.7%), 스포츠 복권발행 및 판매업(9.4%), 스포츠 의류 소매업(7.3%), 온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업(6.6%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-11〉 '18~'20년 스포츠산업 산업분류별 매출액

(단위: 십억 원, %)

구 분			2018		2019		2020	
			매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
전 체			78,067 (73,603)	100.0	80,684 (75,581)	100.0	52,918 (48,025)	100.0
스포츠 시설 업	경기장 운영업	실내 경기장 운영업	229	0.3	220	0.3	46	0.1
		실외 경기장 운영업	300	0.4	315	0.4	87	0.2
		경주장 운영업	3,225	4.1	3,022	3.7	509	1.0
	참여스포츠 시설 운영업	종합 스포츠시설 운영업	1,236	1.6	1,214	1.5	474	0.9
		체력단련시설 운영업	1,938	2.5	2,198	2.7	757	1.4
		수영장 운영업	374	0.5	395	0.5	188	0.4
		볼링장 운영업	231	0.3	283	0.4	166	0.3
		당구장 운영업	1,001	1.3	1,015	1.3	390	0.7
		골프연습장 운영업	2,005	2.6	2,312	2.9	2,155	4.1
		스포츠 무도장 운영업	12	0.0	13	0.0	7	0.0
		체육공원 운영업	138	0.2	138	0.2	98	0.2
		기원 운영업	37	0.0	36	0.0	28	0.1
	골프장 및 스키장 운영업	골프장 운영업	5,419	6.9	5,899	7.3	5,957	11.3
		스키장 운영업	1,038	1.3	1,044	1.3	322	0.6
	수상스포츠시설 운영업	낚시장 운영업	60	0.1	90	0.1	58	0.1
		기타 수상스포츠 시설 운영업	93	0.1	118	0.1	83	0.2
	기타스포츠시설 운영업	기타 스포츠시설 운영업	478	0.6	612	0.8	325	0.6
	스포츠시설 건설업	스포츠시설 조경 건설업	1,287	1.6	1,224	1.5	1,151	2.2
		스포츠 토목시설물 건설업	747	1.0	600	0.7	514	1.0



구 분			2018		2019		2020	
			매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
스 포 츠 용 품 업	운동 및 경기용품 제조업	운동 및 경기용 장비 제조업	678	0.9	691	0.9	531	1.0
		체력단련용 장비 제조업	454	0.6	482	0.6	357	0.7
		자전거 제조업	168	0.2	151	0.2	154	0.3
		낚시 및 수렵용 장비 제조업	423	0.5	413	0.5	372	0.7
		놀이터용 가구 제조업	132	0.2	142	0.2	88	0.2
		스포츠용 보트 건조업	52	0.1	75	0.1	48	0.1
		기타 운동 및 경기용품 제조업	216	0.3	194	0.2	81	0.2
	스포츠 의류 및 관련 섬유제품 제조업	스포츠 의류 제조업	4,140	5.3	4,031	5.0	2,852	5.4
		캠핑용 직물제품 제조업	114	0.1	108	0.1	113	0.2
		스포츠관련 직물제품 제조업	82	0.1	84	0.1	66	0.1
		스포츠관련 의류 부분품 제조업	43	0.1	41	0.1	32	0.1
	스포츠 가방 및 신발 제조업	스포츠 가방 제조업	164	0.2	161	0.2	96	0.2
		스포츠 신발 제조업	772	1.0	738	0.9	602	1.1
		스포츠관련 신발부분품 제조업	209	0.3	216	0.3	83	0.2
	운동 및 경기용품 도매업	운동 및 경기용품 도매업	5,975	7.7	6,174	7.7	5,110	9.7
		자전거 도매업	440	0.6	438	0.5	452	0.9
		스포츠 의류 도매업	2,748	3.5	2,763	3.4	2,146	4.1
		스포츠 가방 도매업	146	0.2	141	0.2	96	0.2
		스포츠 신발 도매업	2,368	3.0	2,560	3.2	2,109	4.0
	운동 및 경기용품 소매업	운동 및 경기용품 소매업	3,825	4.9	3,846	4.8	2,954	5.6
		자전거 소매업	655	0.8	636	0.8	626	1.2
		스포츠 의류 소매업	6,377	8.2	7,034	8.7	3,868	7.3
		스포츠 가방 소매업	21	0.0	18	0.0	7	0.0
		스포츠 신발 소매업	3,354	4.3	3,343	4.1	1,623	3.1
		스포츠 관련 무점포 소매업	680	0.9	772	1.0	821	1.6
	운동 및 경기용품 임대업	운동 및 경기용품 임대업	138	0.2	155	0.2	125	0.2
스 포 츠 서 비 스 업	스포츠 경기업	스포츠 경기업	740	0.9	758	0.9	593	1.1
	스포츠 베팅업	스포츠 복권발행 및 판매업	4,743 (279)	6.1	5,406 (303)	6.7	4,998 (105)	9.4
		기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업	7,073	9.1	6,841	8.5	1,007	1.9
	스포츠 마케팅업	스포츠 에이전트업	34	0.0	45	0.1	25	0.0
		회원권 대행 판매업	124	0.2	132	0.2	112	0.2
		스포츠 마케팅 대행업	21	0.0	22	0.0	18	0.0
		기타스포츠 마케팅업	1,843	2.4	1,896	2.3	1,335	2.5

구 분			2018		2019		2020	
			매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
스포츠 미디어업	스포츠 신문 발행업		49	0.1	43	0.1	30	0.1
	스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업		40	0.1	47	0.1	19	0.0
	스포츠 관련 라디오 방송업		-	-	-	-	-	-
	스포츠 관련 지상파 방송업		-	-	-	-	-	-
	스포츠 관련 프로그램 공급업		242	0.3	236	0.3	144	0.3
	스포츠 관련 유선 방송업		325	0.4	324	0.4	170	0.3
	스포츠 관련 위성 및 기타 방송업		229	0.3	210	0.3	157	0.3
기타 스포츠 정보서비스업	기타 스포츠 정보 서비스업		23	0.0	26	0.0	22	0.0
스포츠 교육기관	태권도 교육기관		799	1.0	1,237	1.5	640	1.2
	무술 교육기관				443	0.5	206	0.4
	기타 스포츠 교육기관		959	1.2	1,144	1.4	723	1.4
스포츠 게임 개발 및 공급업	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업		3,811	4.9	3,388	4.2	3,472	6.6
	기타 스포츠 게임 개발 및 공급업		429	0.5	344	0.4	210	0.4
스포츠 여행업	스포츠 여행업		1,949	2.5	1,990	2.5	309	0.6

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권을 제외한 매출액 현황임

매출액 비중은 운동 및 경기용품 제조업, 운동 및 경기용품 유통 및 임대업을 포함하는 스포츠 용품업이 스포츠산업 매출액의 48.0%로 가장 큰 비중을 차지하였으며, 매출액의 증감률을 살펴보면, 스포츠 서비스업이 전년 대비 -42.2% 감소하며 가장 큰 폭으로 감소한 것으로 나타났다.

〈표 2-12〉 '18~'20년 사업종류별 매출액

(단위: 십억 원, %)

구 분			2018		2019		2020		증감률 (2019년 대비)
			매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
스포츠 시설업			19,849	25.4	20,748	25.7	13,316	25.2	-35.8
스포츠 용품업			34,371	44.0	35,405	43.9	25,412	48.0	-28.2
스포츠 서비스업	체육진흥투표권 포함		23,847	30.5	24,532	30.4	14,190	26.8	-42.2
	체육진흥투표권 제외		19,383	-	19,428	-	9,297	-	
합 계	체육진흥투표권 포함		78,067	100.0	80,684	100.0	52,918	100.0	-34.4
	체육진흥투표권 제외		73,603	-	75,581	-	48,025	-	

(2) 조직형태별 매출액 현황

2020년 조직형태별 매출액을 살펴보면 회사법인이 67.0%로 스포츠산업 매출의 절반 이상을 차지하고 있으며, 다음으로 개인사업체(28.5%), 회사이외 법인(3.5%)순으로 나타났다.

〈표 2-13〉 '18~'20년 조직형태별 매출액

(단위: 십억 원, %)

구 분	2018		2019		2020		증감률 (2019년 대비)
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
개인사업체	16,453	21.1	2,2610	28.0	13,316	25.2	-35.8
회사법인	47,223 (42,759)	60.5 (-)	4,4254 (39,150)	54.8	25,412	48.0	-28.2
회사이외 법인	13,474	17.3	12,526	15.5	14,190	26.8	-42.2
비법인단체	917	1.2	1,295	1.6	9,297	-	
합 계	78,067 (73,603)	100.0 (-)	80,684 (75,581)	100.0	52,918	100.0	-34.4

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황임

(3) 종사자 규모별 매출액 현황

2020년 종사자 규모별로 매출액 현황을 살펴보면 50인 이상의 사업체 매출액이 전체의 50.3%를 차지하고 있으며, 다음으로 1~4인 사업체 26.6%, 20~49인 사업체 10.9%로 나타났다. 전년 대비 매출 증감률은 5~9인 사업체의 매출 감소가 가장 큰 폭으로 나타난 반면 사업체 규모가 20인 이상인 경우 감소폭이 -20%대로 타 규모대비 상대적으로 낮은 것으로 나타났다.

〈표 2-14〉 '18~'20년 종사자 규모별 매출액

(단위: 십억 원, %)

구 분	2018		2019		2020		증감률 (2019년 대비)
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
1~4명	17,217	22.1	21,250	26.3	14,096	26.6	-33.7
5~9명	6,607	8.5	8,429	10.4	3,585	6.8	-57.5
10~19명	5,951	7.6	6,357	7.9	2,818	5.3	-55.7
20~49명	10,126	13.0	7,495	9.3	5,781	10.9	-22.9
50명 이상	38,166 (33,702)	48.9	37,153 (32,050)	46.0	26,637 (21,744)	50.3	-28.3
합 계	78,067 (73,603)	100.0 (-)	80,684 (75,581)	100.0	52,918 (48,025)	100.0	-34.4

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권을 제외한 매출액 현황임



2) 국내 스포츠산업 사업실적

2020년 스포츠산업 사업 실적은 2019년 대비 매출액이 -34.4%, 내수는 -33.7% 영업비용은 -31.0%, 영업이익은 -71.1% 감소한 것으로 나타났다. 2020년 내수 매출액이 52조 303억 원(98.8%) 수준으로 대부분을 차지하고 있으며, 수출액은 6,150억 원(1.2%) 수준으로 매우 미미한 수준으로 나타났다.

〈표 2-15〉 '09~'20년 스포츠산업 사업실적

(단위: 십억 원, %)

구 분	매출액 (A)	내수	수출	영업비용	영업이익 (B)	이익률 (B)/(A)
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)
2020	52,918 (48,025)	52,303 (47,410)	615 (615)	50,906 (45,992)	2,012 (2,033)	3.8 (4.2)
전년대비 증감률	-34.4	-33.7	-66.1	-31.0	-71.1	-

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권을 제외한 매출액 현황임

2020년 스포츠산업 매출액 52조 9,180억 원 중 영업비용 50조 9,060억 원을 제외한 영업이익은 2조 120억 원으로 3.8%의 영업이익률을 나타내고 있다. 2020년 기준 스포츠산업 전체 매출액 중 내수가 차지하는 비중은 98.8%로 우리나라의 스포츠산업은 내수시장 위주의 산업구조임. 2019년 기준 내수 비중 또한 97.7%로 19년과 유사한 수준으로 나타났다.

〈표 2-16〉 '19~'20년 스포츠산업 중분류별 사업실적

(단위: 십억 원, %)

대분류	중분류	2019						2020					
		내수액		영업비용		영업이익		내수액		영업비용		영업이익	
스포츠 시설업	경기장 운영업	3,557	4.5	3,365	4.6	192	2.8	642	1.2	655	1.3	-13	-0.6
	참여스포츠 시설 운영업	7,605	9.6	6,655	9.0	950	13.7	4,263	8.2	4,075	8.0	188	9.4
	골프장 및 스키장 운영업	6,942	8.8	6,259	8.5	683	9.8	6,279	12.0	5,905	11.6	374	18.6
	수상스포츠 시설 운영업	208	0.3	157	0.2	51	0.7	141	0.3	134	0.3	7	0.3
	기타스포츠 시설 운영업	612	0.8	510	0.7	102	1.5	325	0.6	314	0.6	10	0.5
	스포츠 시설 건설업	1,820	2.3	1,690	2.3	134	1.9	1,666	3.2	1,583	3.1	82	4.1
	소계	20,744	26.3	18,636	25.3	2,112	30.4	13,316	25.5	12,666	24.9	648	32.3
스포츠 용품업	운동 및 경기용품 제조업	2,049	2.6	2,034	2.8	113	1.6	1,552	3.0	1,571	3.1	59	2.9
	스포츠의류 및 관련 섬유제품 제조업	3,514	4.5	3,814	5.2	450	6.5	2,822	5.4	2,946	5.8	117	5.8
	스포츠기방 및 신발 제조업	993	1.3	1,017	1.4	98	1.4	781	1.5	756	1.5	24	1.2
	운동 및 경기용품 도매업	11,523	14.6	11,212	15.2	863	12.4	9,750	18.6	9,499	18.7	415	20.6
	운동 및 경기용품 소매업	15,497	19.6	14,253	19.3	1,395	20.1	9,774	18.7	9,467	18.6	433	21.5
	운동 및 경기용품 임대업	155	0.2	137	0.2	17	0.3	122	0.2	119	0.2	5	0.3
	소계	33,731	42.8	32,467	44.1	2,936	42.3	24,801	47.0	24,358	48.0	1,053	52.0
스포츠 서비스업	스포츠 경기업	752	1.0	785	1.1	-27	-0.4	593	1.1	593	1.2	0	0.0
	스포츠 베팅업	12,247 (7,143)	15.5	11,938 (6,839)	16.2	309 (115)	4.4	6,005 (1,112)	11.5	6,119 (1,205)	12.0	-114 (-93.3)	-5.7
	스포츠 마케팅업	2,095	2.7	1,980	2.7	115	1.6	1,490	2.8	1,451	2.9	39	2.0
	스포츠 미디어업	860	1.1	829	1.1	31	0.5	519	1.0	496	1.0	23	1.1
	기타 스포츠 정보 서비스업	26	0.0	32	0.0	-6	-0.1	22	0.0	21	0.0	1	0.0
	스포츠 교육기관	2,824	3.6	2,067	2.8	757	10.9	1,568	3.0	1,500	2.9	69	3.4
	스포츠 게임 개발 및 공급업	3,601	4.6	3,140	4.3	592	8.5	3,681	7.0	3,377	6.6	305	15.2
	스포츠 여행업	1,990	2.5	1,862	2.5	128	1.8	309	0.6	322	0.6	-14	-0.7
	소계	17,252	31.0	15,794	30.7	1,784	27.2	13,075	27.0	12,674	27.2	309	15.3
합 계		78,868 (73,765)	100.0	73,735 (73,735)	100.0	6,949 (6,948)	100.0	52,303 (47,410)	100.0	50,906 (45,992)	100.0	2,012 (2,033)	100.0

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권을 제외한 매출액 현황임



2020년 전체 스포츠산업 매출액 중 내수비율은 98.8%에 이르며 특히, 스포츠 시설업과 스포츠 서비스업의 경우 각각 100.0%, 97.6%로 내수 위주의 매출이 이루어지고 있는 것으로 나타났다. 스포츠 시설업, 스포츠 용품업, 스포츠 서비스업 모두 매출액이 전년 대비 감소한 것으로 나타났다.

〈표 2-17〉 '18~'20년 스포츠산업 사업종류별 내수·수출실적

(단위: 십억 원)

구 분	매출액			내수			수출		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
스포츠 시설업	19,849	20,748	13,316	19,845	20,744	13,315	4	4	1
스포츠 용품업	34,371	35,405	25,412	32,902	33,730	24,801	1,470	1,674	611
스포츠 서비스업	23,847 (19,383)	24,532 (19,428)	14,190 (9,297)	23,719 (19,255)	24,394 (19,290)	14,187 (9,294)	127 (127)	138 (138)	3 (3)

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권을 제외한 매출액 현황임

3) 스포츠산업 부문별 사업 실적

(1) 스포츠 용품업

2020년 스포츠 용품업의 판매 매출은 25조 7,630억 원으로 나타났으며 내수가 24조 8,010억 원, 수입은 9,620억 원으로 내수가 96.3% 수준으로 내수 매출 비중이 매우 높은 것으로 나타났다. 각 품목별 비중을 살펴보면 스포츠 의류의 내수(매출) 비중이 27.9%로 가장 높고, 다음으로 스포츠 기구 25.1%, 기타 22.4% 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-18〉 '18~'20년 스포츠 용품업 상품별 구성비

(단위: 십억 원, %)

구 분	금액	비 중							
		스포츠 음료	스포츠 기구	스포츠 의류	스포츠 신발	공 류	라켓류	기타	
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
2020년	내수	24,801	-	30.7	35.7	12.3	1.9	1.2	18.3
	수입	962	-	25.1	27.9	19.7	3.2	1.7	22.4

(2) 스포츠 시설업

2020년 스포츠 시설업의 평균 영업 개월 수는 10개월로 나타났으며, 연간 이용 인원 수는 4억 2,304만명이 이용한 것으로 나타남났다. 세부적으로 살펴보면 스포츠 시설업의 연간 이용인원 수는 전년 대비 대폭 감소하였으며, 특히 스키장 운영업(-69.4%)과 경기장 운영업(-60.2%)의 이용인원의 감소폭이 크게 나타났다.

〈표 2-19〉 '18~'20년 스포츠 시설업 연간 영업개월 수 및 이용 인원

(단위: 월, 천명, %)

구 분	평균 영업개월수(월)			연간이용인원수(천명, %)			증감률 (%)
	2018년	2019년	2020년	2018년	2019년	2020년	
합 계	12	12	10	609,664(100.0)	618,919(100.0)	423,042(100.0)	-31.6
경기장 운영업	12	12	10	53,478(8.6)	53,910(8.7)	21,470(5.1)	-60.2
골프장 운영업	12	12	12	34,078(5.5)	36,488(5.9)	37,330(8.8)	2.3
스키장 운영업	11	6	4	6,413(1.0)	6,736(1.1)	2,063(0.5)	-69.4
기타스포츠시설 운영업	12	12	11	511,722(81.9)	514,503(83.1)	355,878(84.1)	-30.8
수상스포츠시설 운영업	10	8	7	3,973(0.6)	7,283(1.2)	6,302(1.5)	-13.5
캠핑 및 베틀업	-	-	-	-	-	-	-

(3) 스포츠 서비스업

2020년 스포츠 서비스업의 고객(소비자) 연령별 매출액 구성비를 살펴보면, 8~13세 연령대에 매출이 28.6%로 가장 높게 나타났고, 20~39세(26.6%), 14~19세(16.6%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-20〉 '18~'20년 스포츠 서비스업 고객유형별 매출액 비중

(단위: %)

구분	7세 이하	8~13세	14~19세	20~39세	40~59세	60세 이상
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
2020년	9.0	28.6	16.6	26.6	14.9	4.3



4 종목별 스포츠산업 현황

1) 사업체 수

2015년 기준 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 2-21〉 '15년 종목별 스포츠산업 사업종류별 사업체 수

(단위: 개사, %)

구 분	전체		야구		축구		농구		배구	
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
스포츠 시설업	1,683	7.4	422	10.9	710	6.7	382	7.2	169	5.4
스포츠 용품업	19,521	85.3	3,159	81.6	9,206	86.8	4,448	83.9	2,708	86.7
스포츠 서비스업	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 2-22〉 '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
스포츠 시설업	12,769	48.6	12,630	99.0	115	18.8	11	0.3	13	0.1
스포츠 용품업	3,968	15.1	120	0.9	457	74.5	3,338	98.7	53	0.6
스포츠 서비스업	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 2-23〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 사업체 수

(단위: 개사, %)

구 분	전체		요가		볼링		탁구		수영	
	사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중
스포츠 시설업	2,719	45.62	87	3.73	670	83.13	1,684	92.12	278	28
스포츠 용품업	877	14.72	9	0.38	129	16.00	68	3.72	671	67.57
스포츠 서비스업	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 2-24〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 사업체 수

(단위: 개사, %)

구 분	전체		야구		축구		농구		배구		골프	
	사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	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

2015년 기준 중분류별 4대 프로스포츠 종목별(야구, 축구, 농구, 배구) 스포츠산업 사업체 현황을 살펴보면, 야구, 축구, 농구, 배구산업 모두 운동 및 경기용품 소매업이 가장 많은 사업체를 차지하고 있다.



〈표 2-25〉 '15년 중분류별 종목별 스포츠산업 사업체 수

(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
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
	스포츠가방 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

2016년 기준 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 2-26〉 '16년 중분류별 종목별 생활스포츠산업 사업체 수

(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

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 2-27〉 '17년 중분류별 종목별 생활스포츠산업 사업체 수

(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 2-28〉 '18년 중분류별 종목별 생활스포츠산업 사업체 수

(단위: 개사, %)

대분류	중분류	야구		축구		농구		배구		골프	
		사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	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

2015년 기준 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 2-29〉 '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 2-30〉 '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 2-31〉 '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 2-32〉 '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

2015년 기준 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 2-33〉 '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
스포츠 시설업	424	5.6	117 (1.7)	6.3	217 (-20.7)	5.6	65 (-7.7)	4.9	25 (-8.0)	5.3
스포츠 용품업	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
스포츠 서비스업	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

※ 2015년 초 실시된 조사이므로 매출액은 2014년을 기준으로 하였으며, 괄호 안의 수치는 2013년 대비 매출액 증가율을 나타냄

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 2-34〉 '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
스포츠 시설업	1,590	25.3	808 (1.2)	96.3	232 (3.5)	35.6	534 (5.2)	14.6	14 (-)	1.3
스포츠 용품업	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 되었으

며, 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 2-35〉 '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
스포츠 시설업	467	29.1	10	5.1	187	69.7	63	61.4	207	20.1
스포츠 용품업	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 2-36〉 '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

2014년 기준 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 2-37〉 '14년 종목별 스포츠산업 분류별 매출액(중분류별)

(단위: 십억 원, %)

구분		야구		축구		농구		배구	
대분류	중분류	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 서비스 업	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	-	-

※ 2015년 초 실시된 조사이므로 매출액은 2014년을 기준으로 하였으며, 괄호 안의 수치는 2013년 대비 매출액 증가율을 나타냄

2016년 기준 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 2-38〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 분류별 매출액(중분류별)

(단위: 백만 원, %)

구분		당구		배드민턴		자전거		태권도	
대분류	중분류	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 2-39〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 분류별 매출액(중분류별)

(단위: 백만 원, %)

구분		요가		볼링		탁구		수영	
대분류	중분류	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 2-40〉 '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

2015년 기준 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 2-41〉 '15년 종목별 스포츠산업 사업종류별 종사자 수

(단위: 명, %)

구 분	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
합 계	78,535	100.0	13,198	100.0	42,176	100.0	17,664	100.0	5,497	100.0

2016년 기준 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 2-42〉 '16년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 종사자 수

(단위: 명, %)

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

2017년 4대 생활스포츠 종목(요가, 볼링, 탁구, 수영)의 총 종사자수는 17,947명으로 집계되었으며, 그 중 수영 산업이 6,423명으로 가장 많고, 다음으로 요가 산업 5,506명, 볼링 산업 3,269명, 탁구 산업 2,749명 순으로 나타나, 4대 종목 중 수영 산업이 가장 많은 종사자수를 보유하고 있는 것으로 나타났다.



〈표 2-43〉 '17년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 종사자 수

(단위: 명, %)

구 분	합계		요가		볼링		탁구		수영	
	종사자	비중	종사자	비중	종사자	비중	종사자	비중	종사자	비중
스포츠 시설업	8,890	49.53	297	5.40	2,908	88.93	2,414	87.85	3,271	50.93
스포츠 용품업	3,150	17.55	39	0.70	350	10.70	205	7.46	2,556	39.79
스포츠 서비스업	5,907	32.92	5,170	93.90	11	0.34	130	4.73	596	9.28
합 계	17,947	100	5,506	100	3,269	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 2-44〉 '18년 종목별 생활스포츠산업 사업종류별 종사자 수

(단위: 명, %)

구 분	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
합 계	233,943	100	20,491	100	53,279	100	21,919	100	5,047	100	133,207	100

2015년 기준 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 2-45〉 '15년 종목별 스포츠산업 산업분류별 종사자 수(중분류별)

(단위: 명, %)

대분류	구분	야구		축구		농구		배구	
	중분류	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	-	-

2016년 기준 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 2-46〉 '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

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 2-47〉 '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 2-48〉 '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 스포츠 시설업 현황

1) 체육시설업 총괄

2020년 기준으로 등록체육시설업은 540개, 신고체육시설업이 51,734개로 총 52,274개가 운영 중인 것으로 파악되었다. 시도별로는 경기도가 13,267개로 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로 서울이 8,331개인 것으로 나타났다.

〈표 2-49〉 '20년 전국 시·도별 체육시설 총괄

(단위: 개소, 면적: ㎡)

시·도	계		등록체육시설업		신고체육시설업	
	업 소 수	면 적	업 소 수	면 적	업 소 수	면 적
계	52,274	568,974,928	540	533,850,221	51,734	35,124,707
서울	8,331	3,286,658	1	998,126	8,330	2,288,532
부산	3,261	10,615,289	10	9,337,191	3,251	1,278,098
대구	2,436	1,840,911	2	950,470	2,434	890,441
인천	3,073	12,514,298	12	11,019,755	3,061	1,494,543
광주	1,748	2,737,718	3	2,095,341	1,745	642,377
대전	1,787	2,406,600	3	1,734,206	1,784	672,394
울산	1,178	4,697,265	4	3,908,637	1,174	788,628
세종	324	3,917,957	3	3,807,315	321	110,642
경기	13,267	178,403,008	160	169,314,163	13,107	9,088,845
강원	1,788	79,345,238	75	77,551,415	1,713	1,739,823
충북	1,716	39,463,604	37	38,331,968	1,679	1,131,636
충남	2,265	21,831,748	25	19,960,414	2,240	1,871,334
전북	2,044	34,639,738	28	31,008,259	2,016	3,631,479
전남	2,096	39,827,691	40	38,212,567	2,056	1,615,124
경북	2,858	48,711,446	50	46,300,635	2,808	2,410,811
경남	3,243	47,948,640	42	45,161,366	3,201	2,787,274
제주	859	36,787,119	45	34,158,393	814	2,628,726

2) 업종별 현황

(1) 등록체육시설업

2020년 기준으로 전국에 540개의 등록체육시설업이 운영 중이며, 이중 골프장이 514개로 가장 많은 것으로 나타났고, 스키장 18개, 자동차 경주장 8개가 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-50〉 '20년 등록체육시설업 현황

(단위: 개소, ㎡, 홀)

업종별	구 분	업소수 (개소)	면 적 (㎡)	시 설 규 모
골 프 장	합 계	540	533,850,221	
	소 계	514	510,248,296	홀수 9,837호
	회원제	157	192,902,059	홀수 3,573홀
	대중제	357	317,346,237	홀수 6,264호
스 키 장	합 계	18	19,864,194	슬로프 196면
	소 계	8	3,737,731	트랙면적 950,246㎡
	2 료 차	3	1,271,602	트랙면적 102,955㎡
	4 료 차	5	2,466,130	트랙면적 847,291㎡

• 골프장

2020년 기준으로 전국에 514개 골프장이 있으며, 회원제 골프장은 157개, 대중제 골프장은 357개가 운영 중인 것으로 나타났으며, 시도별로는 경기도가 회원제 69개, 대중제 85개, 총 154개로 가장 많은 것으로 파악되었다.

〈표 2-51〉 '20년 전국 시·도별 골프장 현황

(단위: 개소, ㎡, 홀)

구 분	시·도별	전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산
총 계	업소수	514	1	10	2	11	3	3	4
	면 적	510,248,296	993,126	9,337,191	950,470	10,727,953	2,095,341	1,734,206	3,908,637
	홀 수	9,837	27	180	27	260	45	36	81
회 원 제	업소수	157	-	6	1	2	-	1	2
	면 적	192,902,059	-	7,276,515	769,047	1,583,831	-	1,156,423	2,854,062
	홀 수	3,573	-	135	18	36	-	18	54
대 중 제	업소수	357	1	4	1	9	3	2	2
	면 적	317,346,237	998,126	2,060,676	181,423	9,144,122	2,095,341	577,783	1,054,575
	홀 수	6,264	27	45	9	224	45	18	27



세 종	경 기	강 원	충 북	충 남
3	154	61	37	25
3,807,315	166,001,425	58,632,048	38,331,968	19,960,414
72	3,093	1,112	756	432
1	69	14	5	5
1,496,123	90,399,197	17,100,959	6,081,822	4,530,306
27	1,620	342	117	90
2	85	47	32	20
2,311,192	75,602,228	41,531,089	32,250,146	15,430,108
45	1,473	788	639	342

전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
27	40	50	41	42
31,006,339	38,212,567	46,300,635	44,624,824	33,618,837
473	780	918	828	717
3	6	12	13	17
2,986,864	7,346,972	15,420,711	18,527,394	15,371,833
63	135	297	324	315
24	34	38	28	25
28,019,475	30,865,595	30,879,924	26,097,430	18,247,004
410	645	621	504	402

• 스키장

2020년 기준으로 전국에 18개의 스키장이 운영 중이며, 이중 강원도에 10개, 경기도에 5개가 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-52〉 '20년 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	19,864,194	2,870,539	16,455,192	1,920	536,542	1
슬 로 프 수	196	33	125	30	7	1

• 자동차 경주장

2020년 기준으로 전국에 8개 자동차 경주장이 있으며, 4륜차 경주장은 4개가 운영 중이며, 이중 강원도에 2개, 인천과 경기도, 제주도에 각각 1개가 운영되고 있는 것으로 나타났으며 2륜차 경주장은 강원도에 2개, 제주도에 1개가 운영되고 있다.

〈표 2-53〉 '20년 전국 자동차 경주장 현황

(단위: 개소, m²)

구 분		전 국	인 천	경 기	강 원
소 계	업 소 수	8	1	1	4
	면 적	3,737,731	291,802	442,199	2,464,175
	트랙면적	950,246	31,610	442,199	146,882
2 륜 차	업 소 수	3	-	-	2
	면 적	1,271,602	-	-	1,232,088
	트랙면적	102,955	-	-	73,441
4 륜 차	업 소 수	5	1	1	2
	면 적	2,466,130	291,802	442,199	1,232,088
	트랙면적	847,291	31,610	442,199	73,441

(2) 신고체육시설업

2020년을 기준으로 전국에는 총 51,734개의 신고체육시설이 운영 중이며, 이중 당구장이 15,845개로 가장 많았으며, 그다음으로 태권도장이 9,931개인 것으로 나타났다.

〈표 2-54〉 '20년 신고체육시설 현황

(단위: 개소, m², 척, 타석)

구 분		업소수 (개소)	면 적 (m ²)	시 설 규 모
업종별	합 계	51,734	35,017,600	-
	요 트 장	21	159,679	요트수 236척
	조 정 장	-	-	-
	카 누 장	4	37,494	카누수 37척
	빙 상 장	35	88,297	빙판면적 26,509m ²
	승 마 장	144	3,976,323	마장면적 689,362m ²
	종합체육시설	269	872,305	총면적 508,409m ²
	수영장	소 계	824	3,186,940
		실 내	664	831,264
		실 외	160	2,355,675

업종별		구 분	업소수 (개소)	면 적 (㎡)	시 설 규 모
체육 도장	소 계		13,830	3,193,671	소계 2,172,808㎡
	권 투		1,382	389,934	운동전용면적 225,180㎡
	레슬링		61	10,996	운동전용면적 9,430㎡
	유 도		579	135,353	운동전용면적 93,532㎡
	검 도		693	177,205	운동전용면적 139,014㎡
	태권도		9,931	2,219,478	운동전용면적 1,521,201㎡
	우 슈		110	23,182	운동전용면적 15,543㎡
	합기도		1,084	239,471	운동전용면적 168,908㎡
골프 연습장	소 계		6,554	10,918,874	타석수 85,996타석
	실 내	일반	2,497	1,128,648	타석수 19,767타석
		병행 (일반+스크린)	2,784	1,491,158	일반타석수 8,992타석 스크린타석수 15,403타석
	실 외	일반	277	7,142,740	타석수 33,465타석
		병행 (일반+스크린)	996	1,156,330	일반타석수 6,303타석 스크린타석수 2,066타석
			가상체험 체육 시설업		3,510
야구		252	117,484	타석수 800타석	
야 구 장			32	324,684	총면적 324,684㎡
체력단련장			9,574	5,090,562	운동전용면적 2,967,800㎡
당 구 장			15,845	4,411,524	당구대수 103,416대
썰 매 장			115	682,604	슬로프길이 57,791m
무 도 장			55	23,966	바닥면적 103,416㎡
무 도 학 원			670	227,849	67,230㎡

※ 골프연습장 병행 : 일반연습장과 스크린연습장을 같이 운영하는 업소

일반 : 전용연습장만을 운영하는 업소(스크린 無)

스크린 : 스크린연습장만을 운영하는 업소

• 요트장

2020년 기준으로 전국에 총 21개의 요트장이 운영 중이며, 이중 경남에 15개가 위치하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-55〉 '20년 전국 요트장 현황

(단위: 개소, ㎡, 척)

구 분	전 국	서 울	전 남	경 북	경 남	제 주
업 소 수	21	1	1	2	15	2
면 적	159,679	27,620	132	620	130,572	735
요 트 수	114	45	3	10	162	165

• 빙상장

2020년 기준으로 전국에 35개의 빙상장이 운영 중이며, 서울 12개, 경기 6개, 경북, 부산, 대구에 각 3개가 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-56〉 '20년 전국 빙상장 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	35	12	3	3	1	-	-	1
면 적	88,297	39,997	6,692	6,351	3,983	-	-	876
빙 판 면 적	30,472	3,666	4,600	2,571	3,983	-	-	-

세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
1	6	2	-	2	-	1	3	-	-
521	8,430	3,255	-	6,261	-	2,661	9,270	-	-
521	4,200	3,255	-	2,396	-	1,681	3,599	-	-

• 카누장

2020년 기준으로 전국에 4개의 카누장이 운영 중이며, 경남 3개, 경기도에 1개가 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-57〉 '20년 전국 카누장 현황

(단위: 개소, m², 척)

구 분 \ 시·도별	전 국	경 남	경남 외 지역
업 소 수	4	1	3
면 적	37,494	7,920	29,574
카 누 수	37	-	37



• 승마장

2020년 기준으로 전국에 총 144개의 승마장이 운영 중이며, 경기도에서 가장 많은 43개가 운영 중인 것으로 나타났으며, 그 다음으로 제주가 25개인 것으로 나타났다.

〈표 2-58〉 '20년 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	144	-	2	1	4	-	3	1
면 적		3,976,323	-	4,157	4,152	10,762	-	28,991	891
마 장 면 적		689,362	-	4,157	641	1,519	-	6,231	891

세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
1	43	6	6	8	10	8	12	14	25
1,120	1,073,044	65,738	24,401	50,886	325,852	100,839	437,569	197,349	1,650,572
676	130,590	12,762	7,592	20,402	2,259	22,289	196,310	34,837	248,206

• 종합체육시설

2020년 기준으로 전국에 총 269개의 종합체육시설이 운영 중이며, 서울에 78개, 경기도에 70개가 운영 중인 것으로 나타났다.

〈표 2-59〉 '20년 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	269	78	22	14	7	8	8	4	
	면 적	872,305	196,784	64,146	36,627	16,979	13,144	25,120	6,133	
	총 면 적	508,409	95,531	38,636	16,770	4,108	12,461	25,120	3,367	
세 종		경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
1		70	8	7	3	4	4	14	14	3
1,301		329,197	14,438	60,104	8,215	5,761	8,430	55,225	26,915	6,789
1,301		209,406	11,511	6,840	6,968	4,666	12,465	31,204	21,269	6,786

• 수영장

2020년 기준으로 전국에 총 824개의 수영장이 운영 중이며, 이중 실내 수영장이 664개, 실외 수영장이 160개인 것으로 나타났다. 시도별로는 경기도 245개, 서울 111개, 강원도 51개의 수영장이 운영 중인 것으로 파악되었다.

〈표 2-60〉 '20년 전국 수영장 현황

(단위: 개소, m²)

구분	시·도별	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산
총계	업소수	824	111	47	30	35	26	33	12
	면적	3,186,940	135,228	21,134	38,270	54,789	23,560	62,330	10,654
	수영조	328,721	38,281	5,214	13,764	11,967	7,783	18,763	3,614
실내	업소수	664	105	41	28	30	25	32	10
	면적	831,264	89,170	1,047	30,935	25,834	23,200	60,037	6,652
	수영조	211,522	24,112	178	11,009	8,909	7,423	16,965	1,889
실외	업소수	160	6	6	2	5	1	1	3
	면적	2,355,675	46,058	20,087	7,335	28,955	360	2,293	4,002
	수영조	117,200	14,169	5,036	2,755	3,058	360	1,798	1,725
세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
12	245	51	16	36	25	40	31	37	36
27,555	382,942	205,532	36,565	121,310	1,245,197	206,091	79,180	61,599	475,003
6,768	107,674	14,751	4,891	27,043	8,684	16,393	11,870	16,662	14,600
9	193	30	15	28	18	29	21	30	20
23,730	146,573	52,490	35,840	91,538	14,878	130,318	37,416	28,563	33,043
6,768	58,366	9,281	4,467	22,498	4,831	11,858	7,404	10,654	5,192
3	52	21	1	8	7	11	10	7	16
3,825	236,369	153,042	725	29,772	1,230,319	75,773	41,764	33,036	441,960
-	49,308	5,470	424	4,545	3,853	4,808	4,466	6,017	9,408

• 체육도장

2020년 기준으로 전국에는 총 13,830개의 체육도장이 운영 중이며, 이중 태권도장이 9,931개로 가장 많은 것으로 나타났다. 시도별로 살펴보면, 경기도가 가장 많은 3,778개, 그다음으로 서울에 1,638개가 운영 중인 것으로 파악되었다.



〈표 2-61〉 '20년 전국 체육도장 현황

(단위: 개소, m²)

구 분	시·도별	전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산
총 계	업소수	13,830	1,638	928	796	891	543	528	273
	면적	3,193,671	208,040	156,243	141,578	155,028	83,122	98,573	94,391
권 투	업소수	1,382	270	74	69	100	38	50	36
	면적	389,934	42,139	18,021	15,763	19,966	9,146	10,527	10,772
레슬링	업소수	51	4	7	1	11	1	3	1
	면적	10,996	456	2,155	129	2,264	215	1,107	630
유 도	업소수	569	70	50	31	30	14	24	4
	면적	135,353	9,107	8,005	5,504	5,115	2,123	4,771	1,232
검 도	업소수	693	106	56	33	33	21	24	11
	면적	177,205	14,840	10,646	6,734	5,809	4,088	4,638	2,822
태권도	업소수	9,931	1,087	672	586	635	427	352	189
	면적	2,219,478	128,075	106,420	99,196	103,841	60,852	63,283	74,165
우 슈	업소수	110	13	5	6	5	3	8	51,029
	면적	23,182	1,161	1,029	1,213	921	809	1,414	1,089
합 기 도	업소수	1,084	88	64	70	77	39	67	27
	면적	239,471	12,263	9,967	13,039	17,111	5,890	12,834	5,681
세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
135	3,778	384	465	587	532	450	789	946	167
23,436	1,152,833	124,769	120,582	160,118	105,130	85,276	157,691	286,295	40,566
11	421	26	45	51	38	32	54	61	6
2,613	138,310	16,427	22,041	25,050	11,229	8,797	12,558	24,919	1,656
1	18	1	1	1	-	-	-	1	-
117	3,227	383	160	152	-	-	-	1	-
4	155	16	24	20	24	21	29	49	14
579	33,546	14,340	5,710	5,954	5,766	3,476	6,427	19,345	4,353
9	164	30	27	28	37	25	38	48	3
1,957	39,884	10,906	8,442	18,229	8,266	4,806	11,608	23,049	481
99	2,757	266	288	428	395	334	594	700	121
15,908	878,707	67,644	68,129	85,919	70,493	64,410	110,528	196,759	28,149
-	26	4	2	7	7	3	5	10	1
-	3,935	623	112	3,466	1,699	493	1,139	3,899	180
11	237	41	78	51	31	35	69	77	22
2,282	55,224	14,445	15,987	21,278	7,676	6,294	15,430	18,322	5,747

• 골프연습장

2020년 기준으로 전국에는 총 9,731개의 골프연습장이 운영 중이며, 이중 실내연습장은 3,862개, 실외연습장은 1,183개, 스크린 연습장은 4,686개인 것으로 파악되었다. 시도별로는, 경기도에 가장 많은 2,352개가 위치하고 있었으며, 그다음으로 서울에 1,838개가 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-62〉 '20년 전국 골프연습장 현황

(단위: 개소, m², 타석)

구	시·도별	전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산
총 계	업소수	6,554	1,226	473	399	267	110	208	167
	면 적	10,918,874	487,928	500,087	327,887	427,946	129,292	166,581	379,890
	타석수	85,996	10,590	5,991	4,161	3,969	2,278	2,586	2,809
실 내	업소수	5,281	1,131	409	358	231	85	156	93
	면 적	2,619,806	377,453	259,032	170,546	85,733	43,549	75,302	50,417
	타석수	44,162	8,580	3,680	2,715	1,977	804	1,391	853
실 외	업소수	1,273	95	64	41	36	25	52	74
	면 적	8,299,070	110,475	241,055	157,341	342,214	85,743	91,278	329,474
	타석수	41,834	2,010	2,311	1,446	1,992	1,474	1,195	1,956
세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
36	1,380	245	235	192	302	191	444	546	133
24,925	2,460,677	612,705	528,641	618,388	1,543,008	523,194	1,118,029	748,675	321,021
293	21,942	3,264	3,134	3,413	3,090	3,060	6,409	8,354	1,653
29	1,112	187	172	126	242	97	329	425	99
11,349	512,485	96,855	67,886	223,461	100,944	63,492	175,654	221,729	84,186
207	10,194	1,541	1,230	1,136	1,102	559	2,851	4,570	772
7	268	58	63	66	60	94	115	126	34
13,576	1,948,193	516,117	460,755	394,927	1,442,064	459,703	942,375	526,945	236,835
86	11,748	1,723	1,904	2,277	1,988	1,501	3,558	3,784	881

• 가상체육시설업

2020년 기준으로 전국 가상체육시설업은 총 3,510개가 있는 것으로 나타났으며, 이중 경기도에 1,264개, 서울에 428개가 있는 것으로 나타났다.



〈표 2-63〉 '20년 전국 가상체육시설업 현황

(단위: 개소, m², 타석)

구 분		전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산
총 계	업소수	3,510	428	96	109	158	122	83	64
	면 적	1,812,452	145,353	46,275	56,979	67,881	63,028	52,118	59,533
	타석수	9,766	2,416	711	776	1,147	978	503	417
실 내	업소수	252	14	12	21	20	12	6	9
	면 적	117,484	6,550	5,156	10,658	8,174	4,959	2,214	4,136
	타석수	800	27	43	71	54	40	19	12
세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
14	1,264	124	122	244	126	203	164	129	60
5,658	801,570	45,006	48,932	107,861	59,867	87,303	77,049	66,168	21,871
-	9,437	391	858	2,953	868	1,140	1,024	940	359
1	57	7	11	23	10	12	19	15	3
222	24,008	2,878	4,917	20,991	4,203	4,283	7,410	5,626	1,099
-	208	15	49	94	29	33	67	28	11

• 야구장

2020년 기준으로 전국에 야구장은 총 32개가 있는 것으로 나타났으며, 경기도에 20개, 인천에 5개가 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-64〉 '20년 전국 야구장 현황

(단위: 개소, m²)

구 분 \ 시·도별	전 국	대 구	인 천	경 기	충 북	경 북	경 남
업 소 수	32	1	5	20	1	4	1
면 적	324,684	10,000	54,906	198,149	447	60,733	449

• 체력단련장

2020년 기준으로 전국의 체력단련장은 총 9,574개가 있는 것으로 나타났으며, 경기도에 2,296개로 가장 많은 것으로 나타났고 서울 2,164개, 부산 777개 순으로 나타났다.

〈표 2-65〉 '20년 전국 체력단련장 현황

(단위: 개소, ㎡)

구분	시·도별	전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산	
업 소 수		9,574	2,164	777	472	548	309	350	187	
면 적		5,090,562	599,683	289,998	135,508	438,790	110,342	121,256	109,674	
운동전용면적		2,697,800	304,508	262,489	106,130	372,525	98,275	115,988	221,250	
세 종		경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
48		2,296	235	288	336	221	277	446	490	130
13,199		1,232,590	214,409	130,491	445,343	135,862	140,326	187,090	732,910	53,091
13,199		711,623	82,886	90,471	100,868	100,609	77,710	116,647	153,546	39,079

• 당구장

2020년 기준으로 전국에는 총 15,845개가 있는 것으로 나타났으며, 이중 경기도 3,787개, 서울 2,614개가 운영 중인 것으로 파악되었다.

〈표 2-66〉 '20년 전국 당구장 현황

(단위: 개소, ㎡, 개)

시·도별 구 분	전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산	
업 소 수	15,845	2,617	848	502	1,104	587	529	439	
면 적	4,411,524	404,916	180,500	107,414	218,279	212,061	105,764	105,461	
당 구 대	99,323	14,776	6,161	3,170	8,115	3,831	2,959	2,563	
세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
70	3,787	606	506	784	754	836	816	834	226
12,106	1,225,496	306,070	129,432	280,265	154,235	437,331	146,148	338,995	47,051
346	25,714	3,940	4,051	6,371	4,634	4,293	454	6,379	1,566



• 썰매장

2020년 기준으로 전국에 썰매장은 총 115개가 있는 것으로 나타났다. 시도별로는 경기도에 28개, 강원도 26개, 경북 11개가 운영 중인 것으로 파악되었다.

〈표 2-67〉 '20년 전국 썰매장 현황

(단위: 개소, ㎡, m)

구 분	시·도별	전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산
	업 소 수	115	1	1	3	3	-	1	2
	면 적	682,604	27,945	125	4,329	34,179	-	3,814	14,732
	슬로프길이	57,791	20	25	27	299	-	115	141
세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
1	28	26	7	5	8	7	11	10	1
208	165,095	193,882	36,548	44,963	44,998	17,245	65,127	28,916	498
12	3,026	3,666	561	460	1,063	515	1,327	46,534	-

• 무도장

2020년 기준으로 전국에는 총 55개의 무도장이 운영 중이며, 경기도에 가장 많은 24개가 운영하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-68〉 '20년 전국 무도장 현황

(단위: 개소, ㎡)

구 분	시·도별		전 국	서 울	부 산	대 구	인 천	광 주	대 전	울 산
	업 소 수	55	6	2	4	1	-	1	-	
면 적	23,966	3,618	761	1,669	459	-	445	-		
바닥면적	20,345	2,445	761	1,669	459	-	448	-		
세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주	
-	24	2	3	3	1	2	3	3	-	
-	10,525	991	604	999	389	815	968	1,723	-	
-	10,336	836	436	437	389	410	901	821	-	

• 무도학원

2020년 기준으로 전국에 총 670개의 무도학원이 운영 중이며, 이중 경기도에 가장 많은 108개, 그다음으로 대구에 79개가 위치하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-69〉 '20년 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	670	34	40	79	17	28	34	14
면 적	227,849	4,870	5,824	9,019	2,388	2,869	5,188	2,257
바닥면적	67,230	2,727	5,141	7,741	2,117	2,411	5,148	1,077

세 종	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주
1	108	17	12	17	23	24	50	144	28
391	16,369	4,150	9,972	5,734	6,977	1,198	8,702	131,508	10,433
391	13,155	3,169	1,907	2,638	3,565	974	7,678	4,480	2,917



제3장

스포츠산업 수요 현황

2020 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 2020년 10개 구단(NC 다이노스, 두산 베어스, kt 위즈, LG 트윈스, 키움 히어로즈, KIA 타이거즈, 롯데 자이언츠, 삼성 라이온즈, SK 와이번스, 한화 이글스) 체제로 운영하고 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 관중 871만 명으로 6배 가까이 증가하였다. 특히 2018년은 정규시즌 1위부터 4위의 순위가 마지막 날인 10월 3일 결정됐을 정도로 순위가 혼돈에 빠져들면서 미디어 및 대중들의 관심이 높아졌고, 이는 관중 증가로 자연스럽게 이어진 것으로 보인다. 과거에도 2008년 베이징 올림픽 금메달, 2009년 WBC 준우승, 2010년 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. 뿐만 아니라 2019년에 발생한 코로나19로 인해 다수의 경기를 무관중으로 진행함에 따라 2020년에는 42만 4천 명에 그쳤다.

(1) 프로야구 정규시즌 관중 수 현황

〈표 3-1〉 프로야구 관중 수 현황

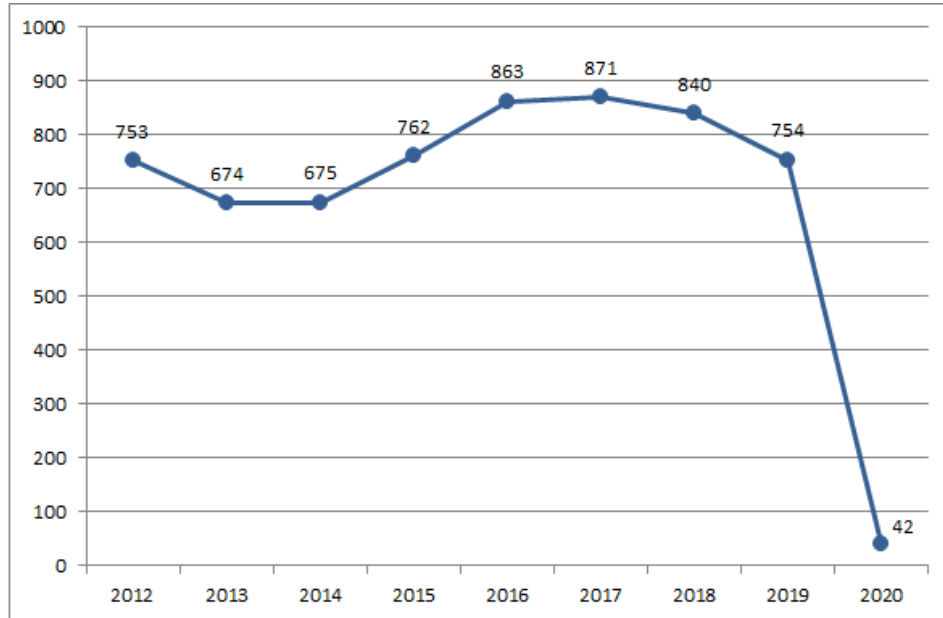
(단위: 명)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
관중 수	7,533,408	6,744,030	6,754,619	7,622,495	8,631,829	8,713,420	8,400,502	7,535,075	424,399

※ 출처: 문화체육관광부(2020 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)

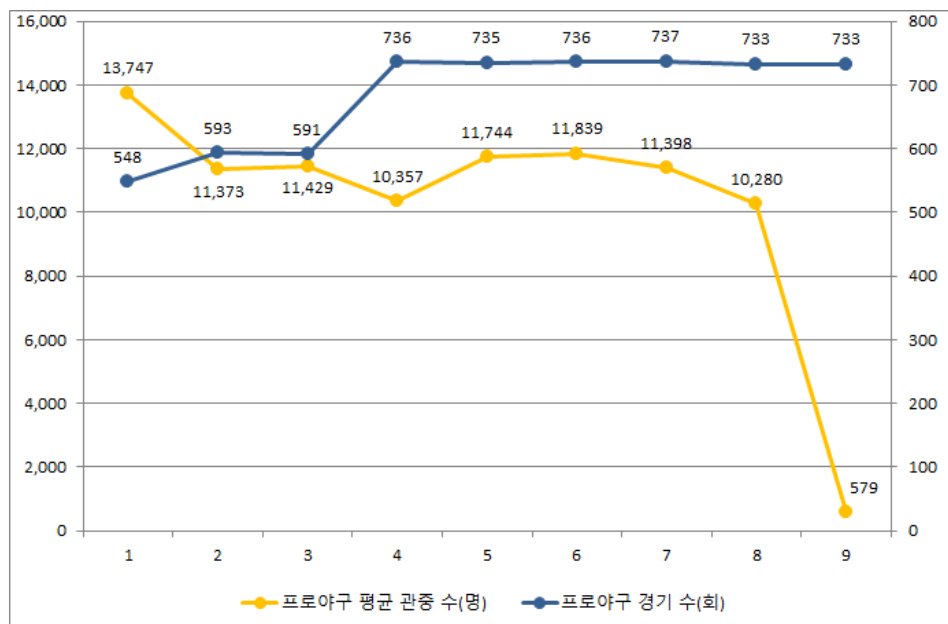
구 분	구단 수	팀당 경기 수	경기 수	평균 관중
2012	8구단	133	548	13,747
2013	9구단	128	593	11,373
2014	9구단	128	591	11,429
2015	10구단	144	736	10,357
2016	10구단	144	735	11,744
2017	10구단	144	736	11,839
2018	10구단	144	737	11,398
2019	10구단	144	733	10,280
2020	10구단	144	733	579

※ 출처: 문화체육관광부(2020 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 경기 수는 128경기로 줄어들었으며,

총 경기 수는 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 기록, 2019년에는 이보다 더 줄어든 753만 5,075명(평균 1만 280명)의 관중 수를 기록하여 평균 관중 수가 감소하는 추세로 나타나기 시작했다. 2020년은 코로나19로 인해 평균 관중 수는 579명으로 나타났다.

〈그림 3-2〉 프로야구 정규시즌 경기 수 및 평균 관중 수



(3) 프로야구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

국내 프로야구 경기장의 수용규모는 2011년 16,733명으로 나타났으며, 2012년 16,844명, 2013년 16,160명, 2014년 16,985명, 2015년 16,837명, 2016년 18,195명, 2017년 18,178명, 2018년 17,945명, 2019년 18,763명으로, 2015년 11월 고척 스카이돔 개장과 2016년 3월 대구 삼성 라이온즈 파크의 개장으로 인해 2016년부터 수용규모가 증가하여 2020년에 21,950명으로 최초로 수용규모가 2만 명을 넘었다. 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. 2020년은 수용 규모의 증가와 더불어 다수의 경기가 무관중으로 진행됨에 따라 좌석 점유율이 2.6%로 나타났다.

〈표 3-3〉 프로야구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

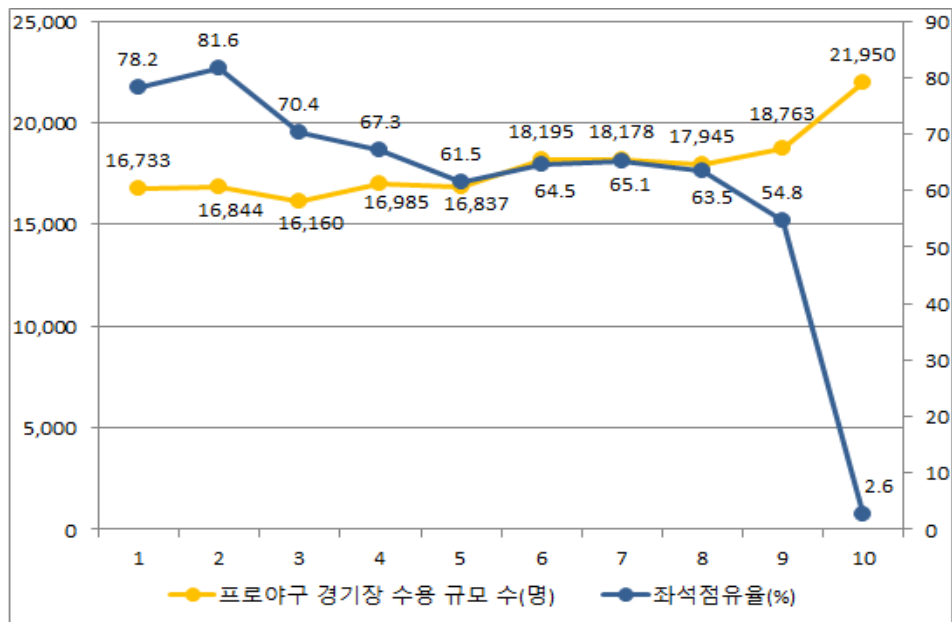
(단위: 명, %)

구 분	수용 규모	점유율
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
2020	21,950	2.6

※ 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(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 8,070명을 사례 대상으로 프로야구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2019년) 응원 구단의 경기를 홈 경기장에서 직접 관람한 사례는 2~3회가 27.5%로 가장 높게 나타나 2018년의 16.8% 대비 10.7% 증가한 것을 알 수 있다(1회 22.3%, 2~3회 27.5%, 4~5회 15.4%, 6~9회 9.1%, 10~14회 6.8%, 15회 이상 8.9%, 관람한 적 없음 9.9%). 또한, 지난 시즌(2019년) 응원 구단의 경기를 원정 경기장에서 직접 관람한 사례는 1회 16.6%, 2~3회 19.8%, 4~5회 8.0%, 6~9회 3.6%, 10~14회 2.4%, 15회 이상 3.1%, 그리고 관람한 적 없다는 응답이 46.5%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-4〉 '19년 기준 프로야구 홈경기 직접 관람 횟수

(단위: %)

구분	사례 수	1회	2~3회	4~5회	6~9회	10~14회	15회이상	없음
홈경기	8,070	22.3	27.5	15.4	9.1	6.8	8.9	9.9
원정경기		16.6	19.8	8.0	3.6	2.4	3.1	46.5

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)

(5) 프로야구 직접 관람 소비지출

한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 8,070명을 사례 대상으로 1인 기준, 프로야구 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출하는지 조사한 결과 상품 구매비용은 5만원 미만이 34.2%로 가장 높은 비율로 나타났다.

〈표 3-5〉 '19년 기준 프로야구 한 시즌 상품 구매비용

(단위: %)

구분	사례 수	5만원 미만	5만원 ~10만원 내외	10만원 ~20만원 내외	20만원 ~30만원 내외	30만원 ~40만원 내외	40~50만원 내외	50만원 이상	구매하지 않음
상품구입비	8,070	34.2	26.2	13.3	4.4	1.3	0.5	0.4	19.7

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 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.



〈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	0.1	40,528
	여자	5,041	65.6	26.1	7.7	0.5	0.1	39,249
연령 대별	14세 이상	1,929	82.1	16.3	1.5	0.1	0.1	27,646
	20대	3,784	67.8	25.1	6.7	0.3	0.1	38,061
	30대	2,222	55.2	31.7	12.3	0.7	0.1	45,407
	40대	1,880	50.5	33.4	14.7	1.2	0.2	48,981
	50대	578	57.1	32.5	9.2	1.0	0.2	43,955
	60대 이상	106	76.4	17.9	5.7	0.0	0.0	31,292

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2019 프로스포츠 관람객 성향조사)

※ 2020년 미조사로 2019년 기준

2) 프로축구

K리그는 1983년 2월 대한축구협회 내의 슈퍼리그 위원회를 모태로 출범하였다. 당시 슈퍼리그 위원회는 1983년 5월 슈퍼리그라는 명칭으로 프로리그를 시작하였는데 그 당시 전략적으로 프로화를 추진했던 국내 축구계의 전폭적인 지지를 받으며 출발한 슈퍼리그는 프로 2팀(할렐루야, 유공), 실업팀 3팀(포항제철, 대우, 국민은행)으로 출범하였다. 프로 활성화를 위한 프로축구위원회 출범(1987), 심판전임제도 실시(1987), 경기당 1만 명 이상 평균 관중 기록(1991), 한국프로축구연맹 출범(1994), 완전지역연고지제도 실시(1996), K리그 프로축구 명칭 확정(1998) 등 국내 프로축구 발전을 위해 부단한 노력을 해왔다. 이후 2002 FIFA 한·일 월드컵축구 경기대회를 성공적으로 개최함으로써 프로축구의 중흥기를 맞게 되었다. 2013년부터 2017시즌까지는 'K리그 클래식(K League Classic)'으로 불렸던 1부 리그의 경우 2018시즌부터 'K리그1'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 2015년 대비 80만여 명 증가한 2,376,923명까지 관중 수가 증가하면서 승강제가 도입된 2012년 이후 최다 관중을 기록하였다. 2018년 대비 2019년에 80만여 명이 증가한 프로축구는 2020년도 높은 관중 수를 기대했지만 코로나19로 인해 11만여 명 수준으로 감소하였다.

〈표 3-7〉 프로축구 관중 수 현황

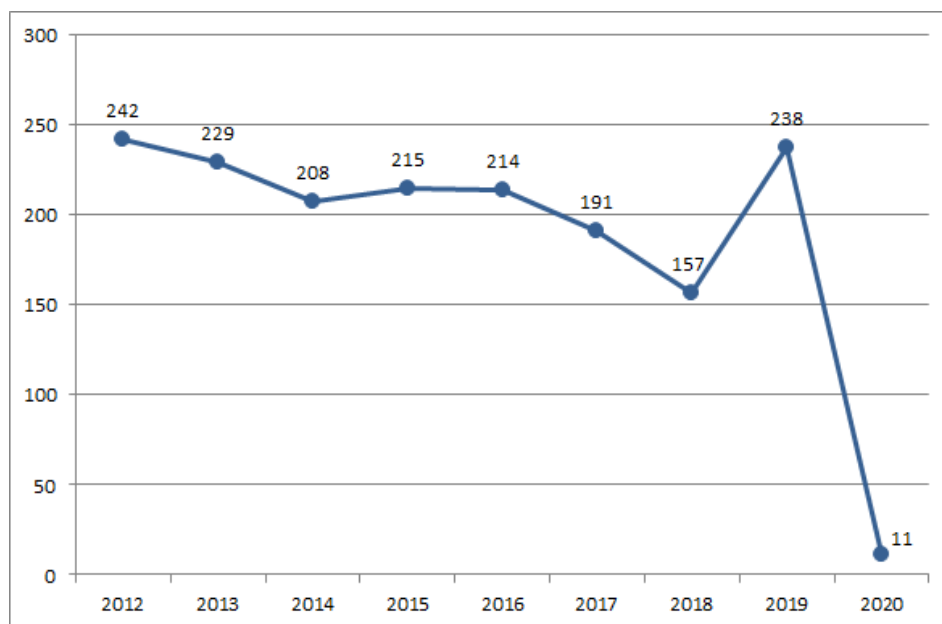
(단위: 명)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
관중 수	2,419,225	2,293,957	2,084,768	2,150,416	2,139,826	1,913,164	1,570,628	2,376,923	114,412

※ 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)

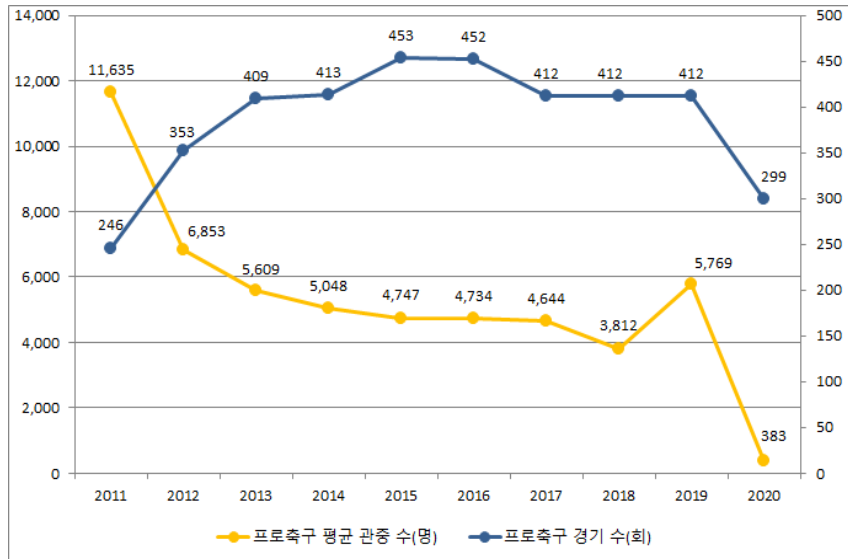
구 분	경기 수	평균관중
2011	246	11,635
2012	353	6,853
2013	409	5,609
2014	413	5,048
2015	453	4,747
2016	452	4,734
2017	412	4,644
2018	412	3,812
2019	412	5,769
2020	299	383

※ 경기 수 = 정규리그+포스트시즌+울스타전(축구는 컵 대회 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. 2019년에 평균 관중이 크게 증가하였지만 2020년은 코로나19로 인해 383명으로 나타났다.

〈그림 3-5〉 프로축구 경기 수 및 평균 관중 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 떨어졌고, 2020년은 2019년보다 317석이 감소한 29,302석으로 나타났다. 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. 하지만 2019년에는 관중 증가와 함께 좌석 점유율이 19.5%로 2012년 승강제 도입 이후 가장 높은 좌석 점유율을 기록하여 2020년 또한 높은 좌석 점유율을 기대하였으나 코로나19의 영향으로 1.3%에 그쳤다.



〈표 3-9〉 프로축구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

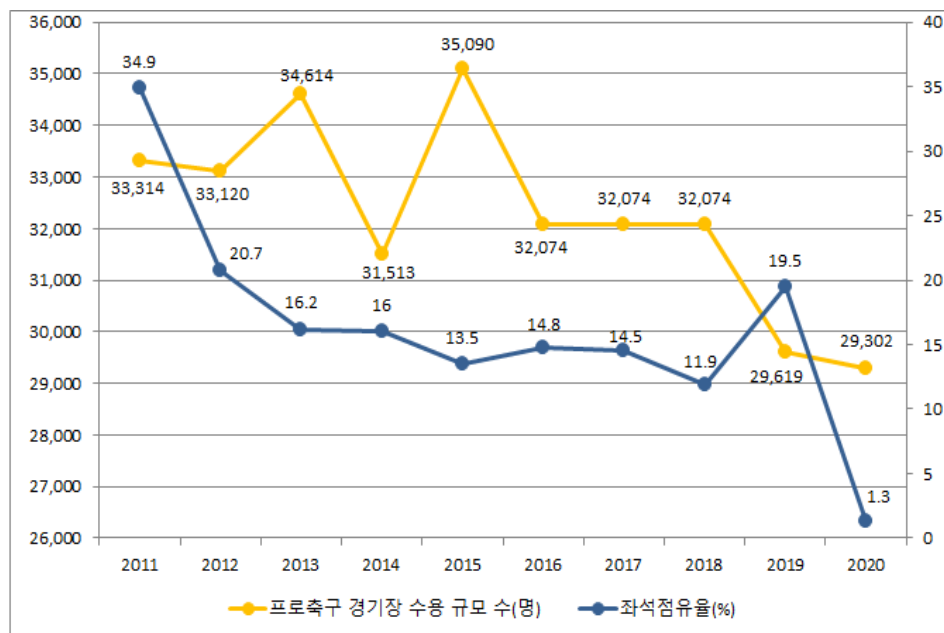
(단위: 명, %)

구 분	수용 규모	점유율
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
2020	29,302	1.3

※ 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(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 5,690명을 사례 대상으로 프로축구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2019년) 응원 구단의 경기를 홈 경기장에서 직접 관람한 사례는 2~3회가 29.2%로 가장 높게 나타났다(1회 22.2%, 2~3회 29.2%, 4~5회 14.8%, 6~9회 10.0%, 10~14회 6.9%, 15회 이상 7.6%, 관람한 적 없음 9.3%). 또한 지난 시즌(2019년) 응원 구단의 경기를 원정 경기장에서 직접 관람한 사례는 1회 20.8%, 2~3회 19.8%, 4~5회 7.4%, 6~9회 4.1%, 10~14회 2.8%, 15회 이상 2.0% 그리고 관람한 적 없음이 43.3%로 나타났다.

〈표 3-10〉 '19년 기준 프로축구 직접 관람 횟수

(단위: %)

구분		사례수 (명)	1회	2~3회	4~5회	6~9회	10~14회	15회이상	없음
전체	홈경기	5,690	22.2	29.2	14.8	10.0	6.9	7.6	9.3
	원정경기		20.8	19.8	7.4	4.1	2.8	2.0	43.3

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)

(5) 프로축구 직접 관람 소비지출

한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 5,690명을 사례 대상으로 1인 기준, 프로축구 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출하는지 조사한 결과 5만원 미만 지출이 31.3%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-11〉 '19년 기준 프로축구 한 시즌 상품 구매비용

(단위: %)

구분	사례 수	5만원 미만	5~10 만원 내외	10~20 만원 내외	20~30 만원 내외	30~40 만원 이하	40~50 만원 내외	50만원 이상	구매 하지 않음
상품구입비	5,690	31.3	25.5	14.6	6.2	1.7	0.8	0.7	19.3

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)

프로축구 1회 관람 시 1인당 지출 비용은 평균 2만 9,136원으로 조사되었으며, 성별로는 여자가 2만 9,162원으로 남자(2만 9,119원)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)

※ 2020년 미조사로 2019년 기준

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 대하농구와 프로농구가 협력하여 상생하는 무대를 만들어가는 기회의 자리를 마련한 프로아마 최강전을 성공적으로 개최하였고, 그해 역대 정규경기 한 시즌 최대 관중 130만 명을 돌파함과 동시에 실내 프로스포츠 종목 최대 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 5개 팀이 참가한 가운데 개최되었다. 2000년 제 6구단 금호생명의 창단으로 활기를 띤 WKBL은 2000년 여름리그부터 외국인 선수제도를 도입하여 1명 보유(단, 신생팀 금호생명은 2명)를 허용하고 2001년부터는 지역연고제를 시행함으로써 본격적인 프로화 시대를 열었다. 2013~2014시즌에는 출전기회가 적은 어린 선수들의 기량향상을 위해 퓨처스 리그(2군)를 도입하였으며 이를 통해 유망주 발굴 및 새로운 스타탄생을 기대해 볼 기회를 마련했다. 그리고 2018년 시즌부터는 외국인선수 비중을 줄이고 국내선수의 출전기회를 확대하자는 취지에서 외국인선수는 전 쿼터에 1명만 출전할 수 있게 되었다. 또한, 경기 시간을 주말 17시, 주중 19시로 변경하여 직장인을 포함하여 좀 더 많은 관중이 여자농구 경기장에 찾아올 수 있도록 여자농구를 발전시키는데 많은 노력을 기하고 있다.

(1) 프로농구 관중 수 현황

〈표 3-13〉 프로농구 관중 수 현황

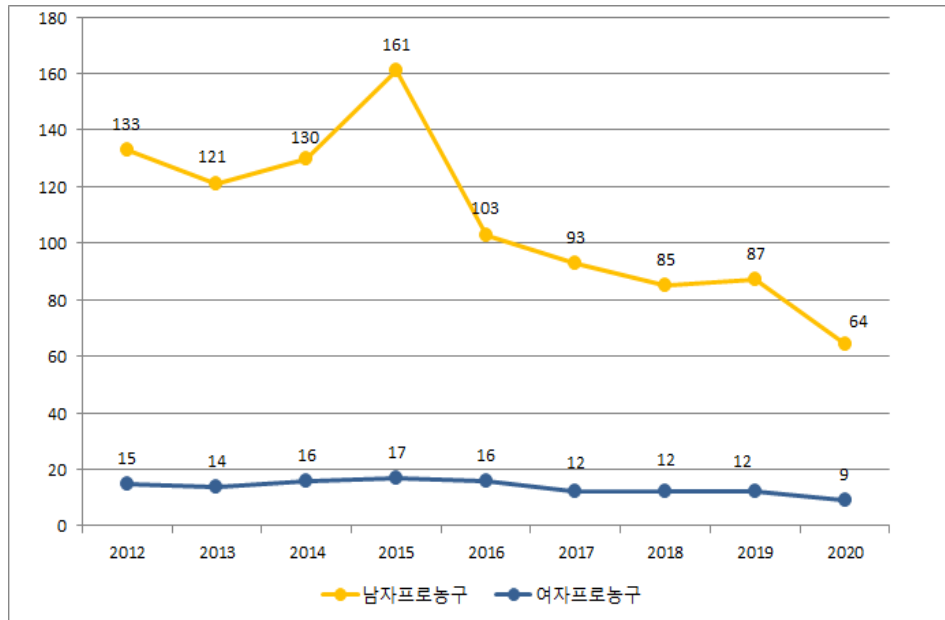
(단위: 명)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
프로농구 (남) 관중수	1,333,787	1,206,260	1,303,988	1,613,557	1,030,846	927,844	848,395	873,782	643,651
프로농구 (여) 관중수	150,752	144,789	159,201	167,606	158,607	124,306	123,000	122,055	92,547

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-7〉 프로농구 관중 수 현황

(단위: 만 명)



연도별 남자 프로농구 관중수를 살펴보면 2012년 1,333,787명의 관중을 동원해 처음으로 130만 명을 돌파하였다. 2013년 관중 수는 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 2018년 848,395명 까지 큰 폭으로 감소하였으며, 2019년에는 873,782명으로 전년대비 조금 관중이 증가하였으나 여전히 100만 명 이하를 기록하고 있다. 2018년 대비 2019년에 관중 수가 소폭 증가하였으나 2020년은 코로나19로 인해 643,651명에 그쳤다. 한편 여자 프로농구의 경우 2012년 150,752명에서 2013년 144,789명으로 감소하였으나, 2014년 159,201명, 2015년 167,606명으로 증가하였다. 이후 2017년 124,306명으로 크게 감소한 후 2018년

123,000명, 2019년에는 122,055명으로 나타나 소폭이지만 지속적으로 감소하는 추세를 보였다. 이와 더불어 2020년은 코로나19 여파로 92,547명으로 나타났다.

(2) 프로농구 경기 수 및 평균관중 수

남자 프로농구 평균 관중수를 살펴보면 2011년 평균 3,941명의 관중을 동원한 이후 2014년까지 4천 명 이상의 평균관중을 동원하며 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. 2020년에는 평균관중이 3,021명으로 나타나 코로나19 상황 속에서도 프로스포츠 중 유일하게 소폭 증가하였다. 경기 수는 2011년 291경기가 치러졌고, 2019년까지 290~293경기 사이를 유지하였다. 하지만 2020년은 213경기로 크게 감소하였다.

〈표 3-14〉 프로농구 경기 수 및 평균관중 수

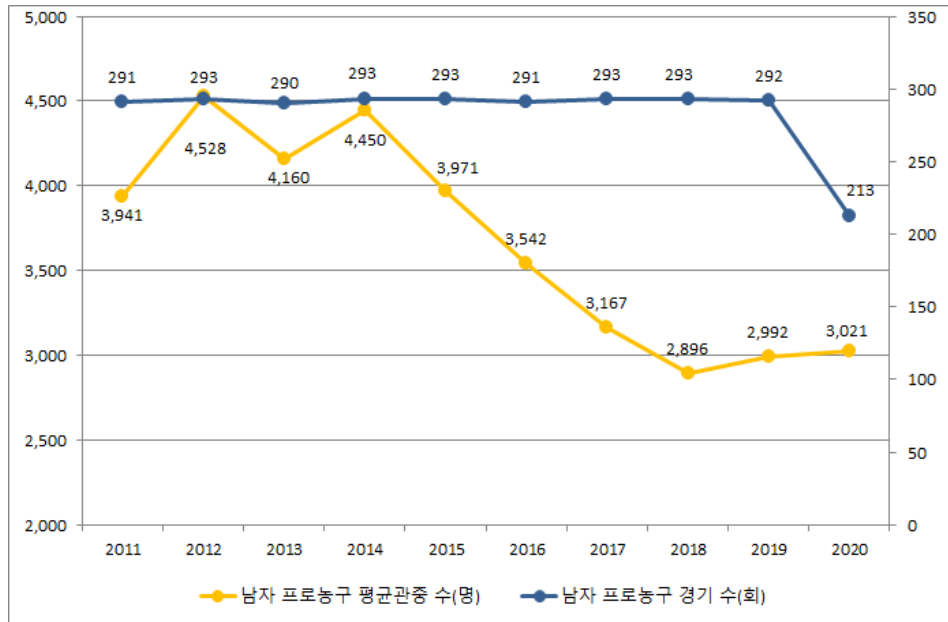
(단위: 회, 명)

구 분	농 구(남)		농 구(여)	
	경기 수	평균관중	경기 수	평균관중
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
2020	213	3,021	83	1,115

※ 경기 수 = 정규리그+포스트시즌+울스타전

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

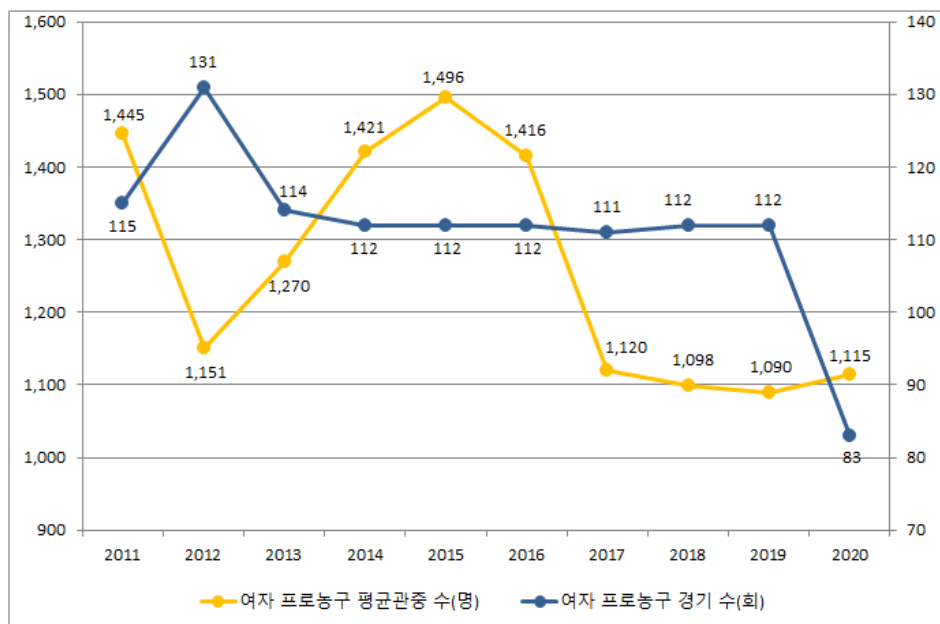
〈그림 3-8〉 남자 프로농구 경기 수 및 평균관중 수



한편 여자 프로농구의 평균 관중 수를 살펴보면 2011년 1,445명 이후 2012년 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. 2020년에는 평균관중이 1,115명으로 나타나 남자 프로농구와 함께 코로나19 상황 속에서도 프로스포츠 중 유일하게 소폭 증가하였다. 경기 수는 2011년 115경기 이후 2012년 131경기, 2013년 114경기로 편차가 심했으나 2013년 이후 111~112경기 수준을 유지하였다. 하지만 코로나19로 인해 83경기에 그쳤다.



〈그림 3-9〉 여자 프로농구 경기 수 및 평균관중 수



(3) 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

〈표 3-15〉 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

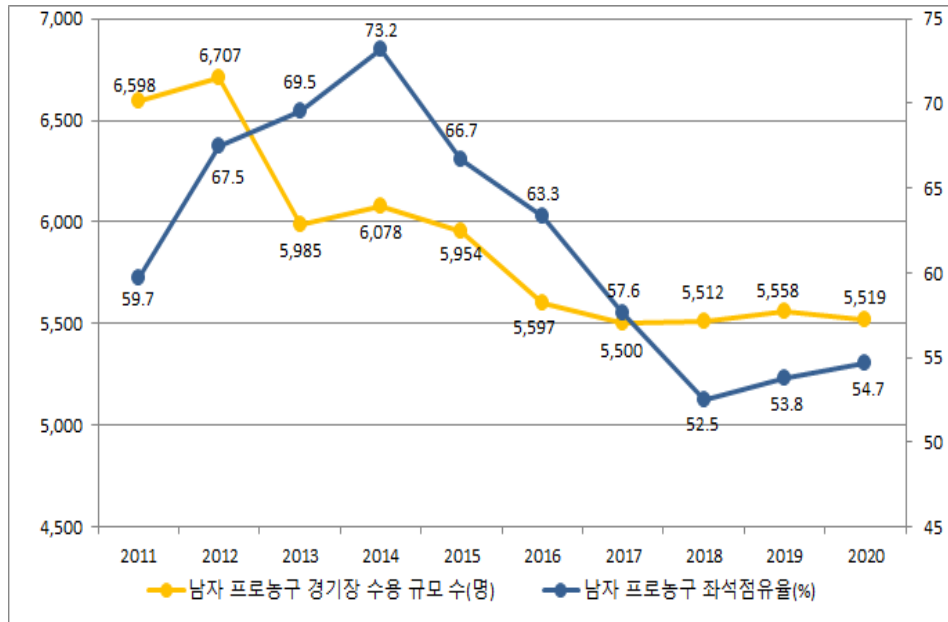
(단위: 명, %)

구 분	농 구(남)		농 구(여)	
	수용규모	좌석 점유율	수용규모	좌석 점유율
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	2,774	39.8
2019	5,558	53.8	2,774	39.3
2020	5,519	54.7	2,762	40.4

※ 수용규모 = 각 구장 매진인원 총계/ 구장 수

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

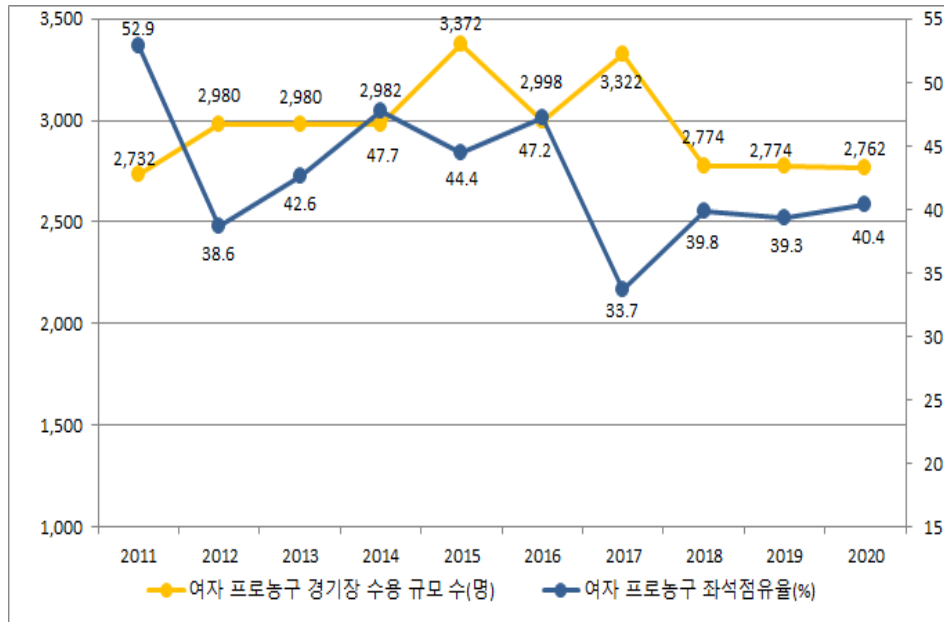
〈그림 3-10〉 남자 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율



남자 프로농구의 경기장 수용 규모는 2011년 6,598명이었으며 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 5,558명, 2020년 5,519명으로 5,500명대를 유지하였다. 좌석 점유율의 경우 2011년 59.7%를 나타내었고 2014년 73.2%로 크게 늘어났지만 이후 꾸준히 감소하여 2018년 52.5%를 기록하였다. 2019년에는 53.8%로 약간 반등하였고, 코로나19에도 불구하고 2020년에는 54.7%로 증가하였다.



〈그림 3-11〉 여자 프로농구 경기장 수용규모 및 좌석점유율



여자 프로농구의 경기장 수용 규모는 2011년 2,732명이었으며 이후 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. 2020년도 2019년과 비슷하게 2,762명으로 나타났다. 좌석 점유율의 경우 2011년 역대 최고인 52.9%를 기록하였다. 이후 감소 및 증가를 반복하다가 2017년 33.7%로 최저 수준의 좌석점유율을 보였으며, 2018년 39.8%로 반등하였고 2019년에는 39.3%를 기록하였다. 2020년은 코로나19에도 불구하고 40.4%로 나타났다.

(4) 프로농구 직접 관람 횟수

한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 2,468명을 사례 대상으로 남자 프로농구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2019년) 응원 구단의 경기를 홈 경기장에서 직접 관람한 사례는 2~3회 이상 관람이 28.0%로 가장 높게 나타났으며, 1회 관람이 20.4%로 뒤를 이었다. 또한 응원 구단의 경기를 원정 경기장에서 직접 관람한 사례는 '관람 없음'을 제외하고 19.4%로 2~3회의 비중이 가장 높게 나타났다.

〈표 3-16〉 '19년 기준 남자 프로농구 경기 직접 관람 횟수

(단위: %)

구분	사례수(명)	1회	2~3회	4~5회	6~9회	10~14회	15회이상	없음
홈경기	2,468	20.4	28.0	14.5	9.4	7.5	8.3	11.9
원정경기		17.7	19.4	8.9	4.6	3.6	2.5	43.3

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)

다음으로, 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 939명을 사례 대상으로 여자 프로농구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2019년) 응원 구단의 경기를 홈 경기장에서 직접 관람한 사례는 2~3회 관람이 29.0%로 가장 높게 나타났으며 그 뒤를 1회 관람(25.3%)이 이었다. 또한 응원 구단의 경기를 원정 경기장에서 직접 관람한 사례는 '관람한 적 없음'을 제외하고 1회 관람이 22.3%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-17〉 '19년 기준 여자 프로농구 경기 직접 관람 횟수

(단위: %)

구분	사례수	1회	2~3회	4~5회	6~9회	10~14회	15회이상	없음
홈경기	939	25.3	29.0	13.2	10.4	8.8	4.2	9.1
원정경기		22.3	21.2	8.8	6.7	5.6	1.6	33.8

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)

(5) 프로농구 직접 관람 소비지출

한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 2,468명을 사례 대상으로 1인 기준, 남자 프로농구 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출하는지 조사한 결과 5만원 미만이 35.5%로 가장 높은 비율로 나타났다. 여자 프로농구 총 939명을 사례 대상으로 1인 기준 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출하는지 조사한 결과에서도 5만원 미만이 35.1%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-18〉 '19년 기준 프로농구 한 시즌 상품 구매 비용

(단위: %)

구분	사례 수	5만원 미만	5~10만원 내외	10~20만원 내외	20~30만원 내외	30~40만원 내외	40~50만원 내외	50만원 이상	구매 안 함
남자 프로농구	2,468	35.5	23.5	11.2	4.3	1.7	0.3	0.4	23.2
여자 프로농구	939	35.1	25.8	12.1	6.1	3.3	0.6	1.0	16.0

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 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.

〈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)

※ 2020년 미조사로 2019년 기준

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

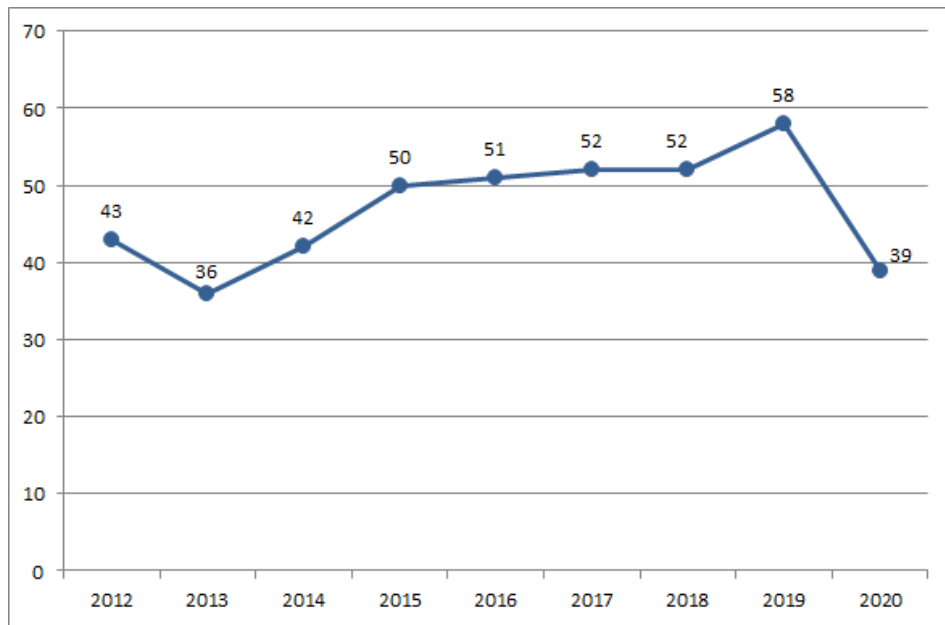
(단위: 명)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
관중 수	427,222	358,518	416,288	498,421	507,479	520,768	517,674	580,448	393,059

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

연도별 프로배구 관중수를 살펴보면 2012년에 427,222명이었다가 이후 2013년에 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. 하지만 2020년은 코로나19로 인해 전년대비 약 20만 명이 감소한 393,059명으로 나타났다.

〈그림 3-12〉 프로배구 관중 수 현황



(2) 프로배구 경기 수 및 평균관중 수

프로배구의 평균 관중수를 살펴보면 2011년 평균 1,848명의 관중을 동원한 이후 2012년 1,699명으로 잠시 감소하였다. 이후 꾸준히 증가 추세를 나타내었고 2015년에는 평균 2,196명을 기록하며 평균관중 2천명을 돌파하였다. 이후 2019년도에는 2,535명의 관중을 동원하여 역대 가장 많은 관중을 동원하는 기록을 세웠다. 하지만 2020년에는 무관중 경기 등의 영향으로 평균관중이 감소하여 2,047명으로 나타났다. 또한, 경기수의 경우 2011년 187경기, 2013년 192경기가 벌어졌고, 2014년 이후 200경기 이상을 회복하여 2019년 229경기가 열린 것으로 기록되었다. 하지만 프로배구 또한 코로나19의 영향으로 경기수가 감소하여 2020년에 192경기로 나타나 2013년 이후 처음으로 200경기 이하가 진행되었다.



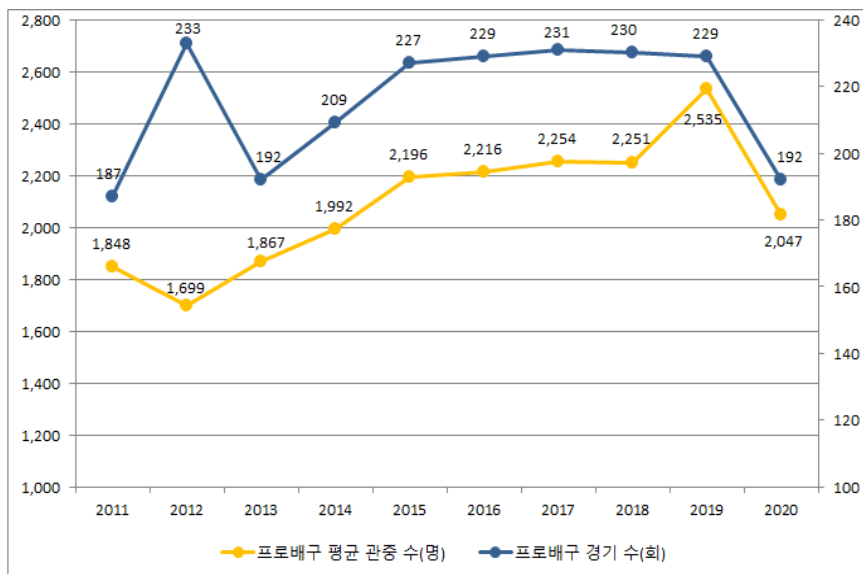
〈표 3-21〉 프로배구 경기 수 및 평균관중 수

(단위: 회, 명)

구 분	경기 수	평균관중
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
2020	192	2,047

※ 출처: 문화체육관광부(프로스포츠 경기단체 자료)

〈그림 3-13〉 프로배구 경기 수 및 평균 관중 수



(3) 프로배구 경기장 수용규모 및 좌석점유율

프로배구 경기장의 수용규모는 2011년에 4,602명, 2012년에는 4,629명 이었으나 이후 감소하는 추세를 나타내며 2014년 3,907명으로 크게 떨어진 후 2015년 4,077명으로 4,000명대를 회복했다. 하지만 2018년 3,946명으로 4,000명대 이하로 다시 감소하여 2019년 3,959명, 2020년 3,780명으로 감소하며 역대 가장 낮은 수용규모를 나타냈다. 좌석 점유율의 경우 2011년 40.2%를 기록했고 2012년 36.7%로 잠시 주춤하였지만, 2013년 40.7%를 기점으로 2019년 64.0%까지 매년 증가하는 추세로 나타났다. 하지만 2020년은 코로나19로 인해 전년 대비 9.8% 감소한 54.2%를 기록했다.

〈표 3-22〉 프로배구 경기장 수용규모 및 좌석 점유율

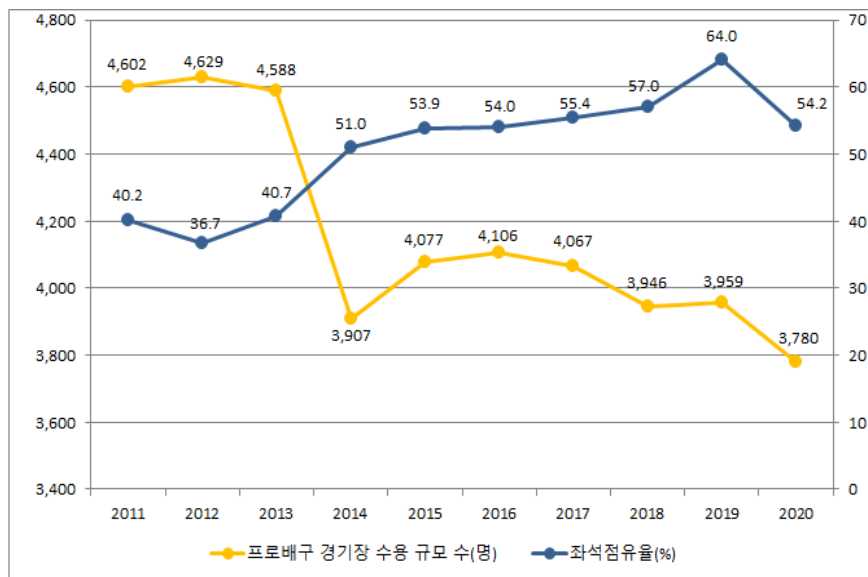
(단위: 명, %)

구 분	수용 규모	좌석 점유율
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
2020	3,780	54.2

※ 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(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 1,437명을 사례 대상으로 남자 프로배구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2019년) 응원 구단의 경기를 홈 경기장에서 직접 관람한 사례는 2~3회 관람이 27.4%로 가장 높게 나타났다. 또한 응원 구단의 경기를 원정 경기장에서 직접 관람한 사례는 '관람한 적 없음'을 제외하고 홈경기과 동일하게 2~3회 관람이 22.1%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-23〉 '19년 기준 남자 프로배구 경기 직접 관람 횟수

(단위: %)

구분	사례수 (명)	1회	2~3회	4~5회	6~9회	10~14회	15회이상	없음
홈경기	1,437	27.0	27.4	14.1	9.3	6.2	5.7	10.3
원정경기		21.0	22.1	7.6	5.3	2.8	2.1	39.1

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)

다음으로, 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 1,396명을 사례 대상으로 여자 프로배구 경기 관람 횟수를 조사한 결과 지난 시즌(2019년) 응원 구단의 경기를 홈경기장에서 관람한 사례는 1회가 31.0%로 가장 높게 나타났고, 원정경기의 경우 관람한 적 없음 38.5% 다음으로 1회 관람이 24.6%로 나타났다.

〈표 3-24〉 '19년 기준 여자 프로배구 경기 직접 관람 횟수

(단위: %)

구분	사례수(명)	1회	2~3회	4~5회	6~9회	10~14회	15회이상	없음
홈경기	1,396	31.0	27.4	12.4	7.9	5.4	4.0	12.0
원정경기		24.6	20.7	8.9	3.1	2.4	1.7	38.5

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)

(5) 프로배구 직접 관람 소비지출

한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 1,437명을 사례 대상으로 1인 기준, 남자 프로배구 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출하는지 조사한 결과 5만원 미만이 39.7%로 가장 높았다. 여자 프로배구 총 1,396명을 사례 대상으로 1인 기준 한 시즌 동안 상품 구매(유니폼, 응원도구 등)에 어느 정도의 비용을 지출하는지 조사한 결과에서는 5만원 미만이 40.7%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-25〉 '19년 기준 프로배구 한 시즌 상품 구매 비용

(단위: %)

구분	사례 수 (명)	5만원 미만	5~10 만원 내외	10~20 만원 내외	20~30 만원 내외	30~40 만원 내외	40~50 만원 내외	50 만원 이상	구매 안함
남자 프로배구	1,437	39.7	21.4	8.0	3.1	1.5	0.3	0.3	25.5
여자 프로배구	1,396	40.7	22.5	9.7	3.2	1.1	0.4	0.4	21.8

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)

또한, 남녀 프로배구 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)

※ 2020년 미조사로 2019년 기준

5) 경주스포츠

경기 및 오락서비스업의 주요 경주스포츠업 이용자 수는 2011년 3,222만 명에서 2019년에는 1,926만 명으로 감소하였다. 주요 경주스포츠업 이용자 수는 2004년 이후 지속적으로 증가하다가 2009년 3,294만 명을 기록한 후, 매년 감소하였다. 경륜의 경우, 2011년 931만 명으로 높은 이용객 수를 달성한 후 계속 감소 추세를 보이다가 2015년에 전년대비 약 31만 명 증가한 568만 명을 기록하였으나, 2016년 다시 552만 명으로 감소한 이후 계속해서 감소 추세를 보이고 있다. 경정은 2011년 339만 명으로 연간 최고 입장객 수를 기록한 후, 감소 추세를 지속하고 있으며, 2019년 193만 명의 입장객 수를 기록하였다. 경마 또한 2011년 1,952만 명의 높은 입장객 수를 기록한 이후 지속적으로 감소하여 2019년 1,271만 명을 기록하고 있다. 이러한 경륜, 경정, 경마 이용자 수의 감소 추세와 더불어 2020년은 코로나19로 이용자 수가 급격히 감소하여 주요 경주스포츠업 이용자 수는 281만 명에 그쳤다.

〈표 3-27〉 경주스포츠업 주요업종 이용자 수

(단위: 만 명)

종목 \ 연도	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
경마장 입장객 (서울+제주+부산경마장)	1,952	1,614	1,592	1,530	1,362	1,317	1,293	1,268	1,271	173
경륜장 입장객	931	785	698	537	568	552	507	500	462	86
경정장 입장객	339	290	278	239	221	213	192	195	193	22
합계	3,222	2,689	2,568	2,306	2,151	2,082	1,992	1,963	1,926	281

※ 출처: 사행산업통합감독위원회

2 간접 관람 현황

1) 프로야구

(1) 간접관람 미디어 이용 행태

한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에서는 총 8,070명의 사례대상자를 기준으로 응원 구단의 경기 생중계 시청여부를 조사하였으며, 생중계를 ‘시청한다’가 98.0% 높은 비중을 차지했다.

〈표 3-28〉 '19년 기준 프로야구 경기 생중계 시청 여부

(단위: %)

구분	사례 수 (명)	생중계 시청 여부	
		시청한다	시청하지 않는다
전체	8,070	98.0	2.0

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)

(2) 간접관람 시청 매체

한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 7,911명을 사례 대상으로 프로야구 경기장에 방문하지 못했을 때, 경기 생중계를 주로 어떤 매체로 시청하는가를 조사한 결과 TV로 시청하는 비율이 절반 이상으로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-29〉 '19년 기준 프로야구 경기 생중계 주 시청 매체

(단위: %)

구분	사례 수(명)	TV	스마트폰	PC/노트북	태블릿PC
	7,911	58.0	28.6	10.3	3.1

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)

2) 프로축구

(1) 간접관람 미디어 이용 행태

한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에서는 프로축구의 총 5,690명의 사례 대상자를 기준으로 응원구단의 경기 생중계 시청여부를 조사하였으며, 생중계를 ‘시청한다’가 97.8%로 높은 비중을 차지했다.

〈표 3-30〉 '19년 기준 프로축구 경기 생중계 시청 여부

(단위: %)

구분	사례 수 (명)	생중계 시청 여부	
		시청한다	시청하지 않는다
전체	5,690	97.8	2.2

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)

(2) 간접관람 시청 매체

한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 5,566명을 사례 대상으로 경기 생중계를 주로 어떤 매체로 시청하는가를 조사한 결과 TV로 시청하는 비율이 47.5%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-31〉 '19년 기준 프로축구 경기 생중계 주 시청 매체

(단위: %)

구분	사례 수(명)	TV	스마트폰	PC/노트북	태블릿PC
	5,566	47.5	31.3	17.4	3.8

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)

3) 프로농구

(1) 간접관람 미디어 이용 행태

한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에서 조사한 남자 프로농구 간접관람 미디어 이용 행태를 보면, 총 2,468명의 사례 대상자 중에서 생중계 시청 여부에서 생중계를 시청한다는 응답이 전체의 98.7%였으며, 여자 프로농구의 경우 총 939명의 사례 대상자 중에서 생중계를 시청한다는 응답은 전체의 98.4%로 조사되었다.

〈표 3-32〉 '19년 기준 프로농구 경기 생중계 시청 여부

(단위: %)

구분	사례 수 (명)	생중계 시청 여부	
		시청한다	시청하지 않는다
남자 프로농구	2,468	98.7	1.3
여자 프로농구	939	98.4	1.6

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)

(2) 간접관람 시청 매체

한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 총 2,436명을 사례 대상으로 남자프로농구 경기 생중계를 주로 어떤 매체로 시청하는가를 조사한 결과 TV로 시청하는 비율이 50.5%로 2위인 스마트폰(32.7%)에 비해 높게 나타났다. 하지만 TV 시청 비율은 7.7% 감소, 스마트폰 시청 비율은 4.2%가 증가하였다.

총 924명을 대상으로 집계된 여자프로농구 경기 생중계 주 시청 매체 역시 남자 프로농구와 마찬가지로 TV가 가장 높은 40.2%를 기록했다. 또한, TV 시청 비율은 23.9% 감소, 스마트폰 시청 비율은 15.8% 증가하였다.



〈표 3-33〉 '19년 기준 프로농구 경기 생중계 주 시청 매체

(단위: %)

구분	사례 수(명)	TV	스마트폰	PC/노트북	태블릿PC
남자 프로농구	2,436	50.5	32.7	12.9	3.8
여자 프로농구	924	40.2	37.6	17.4	4.9

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)

4) 프로배구

(1) 간접관람 미디어 이용 행태

한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에서 조사한 남자 프로배구 간접관람 미디어 이용행태를 보면, 총 1,437명의 사례 대상자 중에서 생중계를 시청한다는 응답이 전체의 98.5%였으며, 여자 프로배구의 경우 총 1,396명의 사례 대상자 중에서 생중계를 시청한다는 응답은 전체의 98.9%로 조사되었다.

〈표 3-34〉 '19년 기준 프로배구 경기 생중계 시청 여부

(단위: %)

구분	사례 수 (명)	생중계 시청 여부	
		시청한다	시청하지 않는다
남자 프로배구	1,437	98.5	1.5
여자 프로배구	1,396	98.9	1.1

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)

(2) 간접관람 시청 매체

한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)에 따르면 남자 프로배구는 총 1,415명을 사례 대상으로 경기 생중계를 주로 어떤 매체로 시청하는가를 조사한 결과 TV로 시청하는 비율이 52.8%로 2위인 스마트폰(30.7%)에 비해 높게 나타났다.

여자 프로배구도 총 1,380명을 사례 대상으로 경기 생중계 주 시청 매체를 조사한 결과 TV가 47.1%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-35〉 '19년 기준 프로배구 경기 생중계 주 시청 매체

(단위: %)

구분	사례 수(명)	TV	스마트폰	PC/노트북	태블릿PC
남자 프로배구	1,415	52.8	30.7	13.3	3.2
여자 프로배구	1,380	47.1	32.3	15.2	5.4

※ 출처: 한국프로스포츠협회(2020 프로스포츠 관람객 성향조사)

제2절 참여스포츠

1 생활체육 참여 실태

1) 생활체육 참여현황

(1) 생활체육 참여율

〈표 3-36〉 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
2006	28.6	13.3	13.9	24.0	12.0	-	8.1	58.0	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
2020	29.5	10.4	13.1	30.7	11.9	1.7	2.8	60.1	47.0

※ 출처: 문화체육관광부(2020 국민생활체육조사)

규칙적 체육활동의 참여 여부 및 빈도에 대한 연도별 비교에 따르면 2006년에는 ‘전혀 하지 않는다’의 비율이 28.6%였으나, 2008년에 53.2%로 약 2배 가까이 증가한 후 지속적으로 감소하다가 2020년에 29.5%로 나타났다. 또한 ‘주 1회 이상’ 참여하는 비율이 증가한 것을 통해 국민의 규칙적 체육활동은 점차 증가하고 있는 것을 알 수 있었다. 하지만 전년 대비 2020년에 ‘전혀 하지 않는다’의 비율이 4.0% 증가, ‘주 1회 이상’의 비율이 6.5% 감소한 것으로 나타났다. 참여 빈도는 조사 대상 모든 기간에 걸쳐 ‘주 2~3회’가 가장 많은 것으로 나타났고, 그 비중도 2006년에는 24.4%에 불과하였으나 2020년에는 30.7%로 증가하였다.



〈표 3-37〉 주 1회 이상 규칙적 생활체육활동 참여율 변화

(단위: %)

연도별	2008	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
참여율	42.4	50.3	43.3	45.5	54.8	56.0	59.5	59.2	62.2	66.6	60.1

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

※ 출처: 문화체육관광부(2020 국민생활체육조사)

‘주 1회 이상’ 규칙적 생활체육활동에 참여하는 국민은 2008년 42.4%를 나타낸 이후 증감을 반복하다가, 2013년 45.5%에서 2015년 56.0%, 2017년 59.2%, 2019년 66.6%로 체육 활동에 참여하는 국민이 점차 늘어나고 있음을 확인할 수 있었다. 2018년에는 62.2%로 처음으로 60%대를 넘었고, 2019년에는 66.6%까지 증가하여 ‘주 1회 이상’ 규칙적 생활체육활동에 참여하는 국민은 증가하는 추세를 보였으나 2020년은 60.1%로 역대 가장 큰 폭으로 감소하였다.

〈표 3-38〉 연령별 주 2~3회 이상 규칙적 체육활동 참여율 연도별 비교

(단위: %)

연도별	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상
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
2020	34.6	44.6	46.3	48.1	50.8	50.2	50.1

※ 출처: 문화체육관광부(2020 국민생활체육조사)

연령별 주 2~3회 이상 규칙적 체육활동 참여를 연도별로 비교해보면 2006년에는 60대가 33.0%로 가장 낮았고, 10대와 60대는 40% 이하, 70대 이상은 전 연령에서 유일하게 30%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. 하지만 2020년은 코로나19로 인하여 10대와 70대를 제외한 20~60대에서는 참여율이 감소한 것으로 나타났다.

(2) 생활체육 참여 종목

생활체육 참여 종목에 대한 연도별 순위를 살펴보면 2012년부터 2020년까지 1순위 걷기, 2순위 등산, 3순위 보디빌딩으로 동일하게 나타났다. 이러한 현상은 공간적, 경제적, 시간적 제약에 있어 상대적으로 자유로울 뿐만 아니라 쉽게 참여할 수 있는 종목 특성에 기인한 것으로 판단된다. 또한 요가/필라테스에 대한 젊은 층의 관심도가 높아지기 시작하면서 2017년부터는 축구가 수영이나 자전거, 요가/필라테스 등 보다 순위가 낮아지는 양상을 보이기 시작했다. 2014년부터는 배드민턴도 상위권에서 사라져, 생활체육 참여에도 개인화 경향이 반영되고 있다는 점을 시사한다.

〈표 3-39〉 참여종목 연도별 비교표

연도별	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위	6순위
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
2020	걷기	등산	보디빌딩(헬스)	축구	요가/필라테스	자전거

※ 출처: 문화체육관광부(2020 국민생활체육조사)

(3) 생활체육 참여 시간

국민의 1회 평균 체육활동 참여시간을 연도별로 비교한 결과 2014년 91.0분에서 2016년 83.8분까지 증감을 반복하다, 2018년 95.4분, 2019년 128.7분으로 상승하다 2020년에는 1회 평균 135.1분으로 크게 증가하였다. 또한, 국민의 1회 체육활동 시간은 조사대상 기간 모두에서 1시간에서 1시간 30분 미만이 가장 많고, 30분 미만이 가장 적은 것으로 나타났다.

〈표 3-40〉 1회 평균 체육활동 참여시간 연도별 비교

(단위: 명, %, 분)

연도	참여 빈도	30분 미만	30~60분 미만	1시간~1시간30분 미만	1시간30분~2시간 미만	2시간~3시간 미만	3시간 이상	평균(분)
2014		0.6	15.4	40.3	12.5	19.2	11.0	91.0
2015		0.6	12.1	38.8	12.2	20.2	16.1	101.3
2016		1.3	37.7	57.2	16.6	19.9	14.2	83.8
2017		0.9	24.4	59.2	19.3	24.0	17.1	90.0
2018		0.6	27.5	55.1	22.4	26.6	20.4	95.4
2019		2.8	33.8	64.0	17.5	20.4	13.9	128.7
2020		1.7	22.9	56.0	23.5	28.4	15.4	135.1

※ 출처: 문화체육관광부(2020 국민생활체육조사)



(4) 생활체육 참여 기간

국민의 평균 체육활동 참여 기간은 2015년은 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, 2020년에는 체육활동 평균 참여 기간 평균은 8.6개월, 9개월 이상인 경우가 49.6%를 기록하였다.

〈표 3-41〉 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
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		8.8개월	
2020	4.3		16.6		24.8		54.4		8.6개월	

※ 출처: 문화체육관광부(2020 국민생활체육조사)

* 2016년부터 최근 1년간 참여기간으로 조사됨

(5) 생활체육 참여 이용시설

〈표 3-42〉 생활체육 참여 주요 이용시설

(단위: %)

구 분	공공체육시설	민간 체육시설	학교/직장체육시설	기타부대 체육시설	자가시설
전체	27.8	30.6	8.8	25.9	4.2

※ 출처: 문화체육관광부(2020 국민생활체육 참여 실태조사)

주로 참여하는 체육활동 이용시설에 대해 살펴보면, 민간 체육시설이 30.6%로 가장 높았으며, 공공 체육시설(27.8%), 기타부대 체육시설(25.9%), 학교/직장 체육시설(8.8%)의 순이었다. 한편, 국내 골프장 수는 2001년 154개소에서 2020년 502개소로 증가하였다. 레저백서 2021에 따르면 2020년 대중제 골프장 이용객은 연인원 2,579만 명, 회원제 골프장은 1,615만 명으로 나타났다. 2019년에 비해 대중제 이용객은 17.7%가 늘고 회원제 이용객은 5.7%가 증가한 수치다.

〈표 3-43〉 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	328	2,191	497	3,719
2020	158	1,615	344	2,579	502	4,194

※ 출처: (주)한국레저산업연구소(2021). 레저백서 2021

2) 생활체육 소비지출 현황

(1) 생활체육활동 경비

생활체육활동참여에 대한 경비지출의 연도별 비교에 따르면 2012년에는 평균 40,815원을 지출하였고, 이후 2014년까지 증가하다가 2015년과 2016년 잠시 감소한 이후 다시 증가추세를 보이고 있다. 2018년과 2019년 모두 지출경비가 증가하여 2019년의 평균 지출경비는 78,214원으로 처음으로 7만 원대를 넘어섰다. 하지만 2020년은 코로나19로 인해 58,515원으로 급격하게 감소하였다. 2017년까지 모든 조사 대상 연도에 있어 '무료'로 체육활동에 참여하는 비중이 가장 높게 나타났지만, 그 격차가 점점 줄어드는 추세를 보이고 3만 원 미만의 비율이 증가하였다. 2018년에는 '3만 원에서 6만 원 미만'으로 지출한다는 비중이 27.0%, '10만 원 이상'이 21.2%로 나타나 '무료'로 참여하는 비율보다 높은 것을 알 수 있다. 하지만 2019년에는 2018년 이하의 현상과 유사한 비율을 나타냈고, 2020년은 체육활동에 지출경비가 없는 경우가 28.8%, '10만 원 이상' 22.4%, '3만 원에서 6만 원 미만' 21.8%, '3만 원 미만' 16.2%, '6만원에서 10만 원 미만' 10.7%의 순으로 나타났다.



〈표 3-44〉 월 평균 체육활동 경비 연도별 비교

(단위: %)

연도별	없다	3만원 미만	3~6만원 미만	6~10만원 미만	10만원 이상	평균(원)
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
2020	28.8	16.2	21.8	10.7	22.4	58,515

※ 출처: 문화체육관광부(2020 국민생활체육조사)

2020년 기준 조사대상자의 거주지 도시규모, 성별, 연령과 같은 인구통계학적 특성별로 월평균 체육활동에 참가하는 비용을 살펴본 결과는 다음과 같다. 첫째, 도시규모에서는 중소도시가 평균 61,553원으로 가장 많은 지출을 하는 것으로 나타났다. 둘째, 성별에서는 남성(66,859원)이 여성(49,608원)보다 지출이 많았다. 셋째, 성별과 연령을 함께 고려할 경우 남성은 40대가 92,992원으로 가장 많았고, 여성은 20대가 65,676원으로 가장 많이 지출하는 것으로 나타났다.

〈표 3-45〉 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		28.8	16.2	21.8	10.7	11.8	4.6	2.5	0.8	2.7	58,515
도시 규모별	대도시	22.9	17.4	22.1	12.5	14.0	5.8	2.4	1.2	1.7	59,912
	중소도시	32.3	14.8	21.8	10.2	10.2	3.6	2.5	0.4	4.3	61,553
	읍/면 이하	35.8	16.1	21.4	7.6	9.7	3.9	2.9	0.6	2.1	49,135
성별	남자	22.1	16.6	24.5	11.7	12.8	4.9	3.1	0.8	3.4	66,859
	여자	36.1	15.7	19.0	9.7	10.6	4.2	1.9	0.7	2.0	49,608
성 & 연령별	남자	10대	36.7	33.4	14.0	3.7	7.6	2.6	0.6	0.9	30,777
		20대	13.9	14.6	27.0	21.2	12.5	5.6	1.6	2.0	68,043
		30대	11.5	10.9	30.5	12.9	23.5	6.0	1.8	0.5	71,366
		40대	15.3	11.7	26.2	13.5	15.8	7.2	4.0	0.0	92,992
		50대	22.9	11.6	22.6	12.7	11.9	5.9	5.6	0.7	81,389
		60대	27.5	20.1	25.7	6.2	9.6	2.3	3.8	2.7	56,244
		70대 이상	41.2	25.4	21.1	5.4	1.2	1.6	2.7	0.0	30,939

			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)
여자	10대		54.6	22.9	7.6	3.8	3.8	1.8	3.2	0.3	2.0	39,878
	20대		24.7	8.9	24.3	15.5	14.1	5.7	3.4	1.6	1.9	65,676
	30대		26.1	8.8	22.1	17.0	15.7	6.5	1.4	0.8	1.6	62,366
	40대		28.2	15.6	16.8	12.2	15.1	5.2	2.8	1.0	3.2	62,941
	50대		33.0	16.7	21.5	7.5	10.8	5.9	1.7	1.0	1.9	49,931
	60대		41.0	22.4	22.2	5.2	4.5	1.3	1.3	0.0	2.1	34,806
	70대 이상		59.9	17.3	11.6	3.8	5.5	1.1	0.0	0.0	0.8	20,302

※ 출처: 문화체육관광부(2020 국민생활체육조사)

(2) 스포츠용품 구입

가) 스포츠용품 구입 종류

2020년 기준 생활체육 참여자들의 스포츠용품 구입 종류를 조사한 결과 스포츠 의류가 83.1%로 가장 많았으며, 스포츠 신발류(71.6%), 구기류(5.5%), 라켓류(4.9%), 기타(2.7%)의 순으로 나타났다.

〈그림 3-15〉 스포츠용품 구입 종류(복수응답)



※ 출처: 문화체육관광부(2020 국민생활체육조사)

2020년 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 2019년과 동일하게 스포츠용품 중 스포츠 의류를 가장 많이 구입한 것으로 나타났다. 둘째, 성별에서는 남성(80.8%)보다 여성(85.8%)이 스포츠 의류를 많이 구입했지만, 스포츠 신발류는 여성(63.7%)보다 남성(78.0%)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 10대와 20대는 스포츠 의류보다 스포츠 신발류의 구입 비중이 다소 높았다. 여성은

10대에서 스포츠 신발류의 구입 비중이 가장 높았고, 여성 20대의 스포츠 의류 구입 비중은 92.1%로 전체 성별과 연령을 고려하였을 때 가장 높은 비율로 나타났다.

〈표 3-46〉 스포츠용품 구입 종류(복수응답)

(단위: 명, %)

			스포츠 의류	스포츠 신발류	구기류	라켓류	기타
전 체			83.1	71.6	5.5	4.9	2.7
도시 규모별	대도시		86.4	73.5	6.7	5.7	2.6
	중소도시		81.9	69.0	4.4	4.0	2.2
	읍/면 이하		75.3	71.8	4.4	4.9	4.6
성별	남자		80.8	78.0	7.3	6.1	2.5
	여자		85.8	63.7	3.3	3.5	3.0
연령별	10대		64.7	87.0	5.5	2.5	2.3
	20대		86.4	73.5	2.9	1.9	2.6
	30대		88.1	71.4	5.1	5.8	1.5
	40대		83.9	68.7	9.8	8.5	4.7
	50대		84.0	71.3	4.5	4.7	3.4
	60대		80.9	66.1	5.2	5.8	1.7
	70대 이상		80.4	64.9	3.5	2.0	0.4
성& 연령별	남자	10대	63.9	88.3	6.2	1.3	1.2
		20대	81.5	82.1	3.1	0.8	2.8
		30대	87.4	77.4	8.4	6.5	0.9
		40대	79.6	77.1	13.1	12.9	4.3
		50대	84.5	75.5	6.4	6.5	3.3
		60대	79.3	72.4	5.7	5.6	1.6
		70대 이상	83.3	69.7	2.3	5.1	0.9
성& 연령별	여자	10대	66.4	84.1	3.8	5.1	4.6
		20대	92.1	63.7	2.6	3.1	2.4
		30대	88.9	64.1	1.0	4.9	2.2
		40대	89.0	58.7	5.8	3.1	5.2
		50대	83.4	66.1	2.1	2.6	3.4
		60대	82.9	58.2	4.6	6.1	1.8
		70대 이상	78.4	61.7	4.3	0.0	0.0

※ 출처: 문화체육관광부(2020 국민생활체육조사)

나) 스포츠용품 구입비용

2020년 기준 생활체육 참여자들의 연간 스포츠용품 구입비용에 대해 조사한 결과 1년에 평균 292,000원을 지출하는 것으로 나타났다. 좀 더 구체적으로 살펴보면 30만 원 이상이 35.5%로 가장 높게 나타났고, 10만 원에서 20만 원 미만(29.0%), 20만 원에서 30만 원 미만(23.5%), 10만 원 미만(12.0%)의 순으로 나타났다.

〈그림 3-16〉 스포츠용품 구입비용



※ 출처: 문화체육관광부(2020 국민생활체육조사)

〈표 3-47〉 스포츠용품 구입비용

(단위: %, 만원)

		10만원 미만	10~20만원 미만	20~30만원 미만	30만원 이상	평균(만원)
전 체		12.0	29.0	23.5	35.5	29.2
도시 규모별	대도시	11.4	26.5	23.1	39.0	30.7
	중소도시	12.1	31.8	24.5	31.6	27.8
	읍/면 이하	13.4	29.9	22.6	34.2	27.8
성별	남자	8.5	25.9	25.9	39.7	31.9
	여자	16.2	32.8	20.7	30.3	25.8
연령별	10대	13.9	41.8	28.1	16.2	19.9
	20대	6.4	25.1	29.1	39.3	28.9
	30대	11.0	25.7	27.3	36.1	29.2
	40대	13.6	24.7	17.5	44.1	35.0
	50대	9.4	35.9	22.7	32.0	30.1
	60대	19.7	26.9	18.5	34.9	27.1
	70대 이상	18.5	31.3	21.3	28.9	22.8

			10만원 미만	10~20만원 미만	20~30만원 미만	30만원 이상	평균(만원)
성 & 연령 별	남자	10대	10.7	44.1	29.9	15.3	20.4
		20대	4.7	25.1	29.7	40.6	30.3
		30대	7.3	20.7	28.5	43.6	32.6
		40대	6.8	22.4	19.0	51.8	40.3
		50대	8.0	25.9	28.4	37.7	33.1
		60대	16.9	26.0	18.8	38.3	29.0
		70대 이상	13.8	26.0	29.2	31.0	24.4
성 & 연령 별	여자	10대	20.8	37.0	24.2	18.1	18.8
		20대	8.4	25.2	28.5	37.9	27.2
		30대	15.5	31.8	25.8	26.9	24.9
		40대	21.9	27.6	15.6	34.9	28.7
		50대	11.2	48.0	15.7	25.1	26.4
		60대	23.1	28.1	18.1	30.8	24.7
		70대 이상	21.5	34.8	16.1	27.6	21.7

(3) 생활체육동호회 현황

〈표 3-48〉 체육동호회 조직 가입 여부

(단위: %)

		가입하여 현재 활동 중	가입 했지만, 현재 비활동	미가입
전 체		9.1	4.5	86.4
도시 규모 별	대도시	9.6	4.7	85.7
	중소도시	9.0	4.8	86.2
	읍/면 이하	8.2	3.5	88.3
성 별	남자	12.3	5.1	82.6
	여자	5.9	3.9	90.2
연령 별	10대	6.4	2.6	91.0
	20대	7.3	5.9	86.8
	30대	8.9	5.2	85.8
	40대	12.6	6.4	81.0
	50대	11.8	4.8	83.4
	60대	8.6	2.6	88.8
	70대 이상	5.0	2.2	92.8

			가입하여 현재 활동 중	가입 했지만, 현재 비활동	미가입
성 & 연령별	남자	10대	8.2	3.7	88.1
		20대	9.7	7.3	83.0
		30대	12.8	5.5	81.8
		40대	16.4	7.7	75.9
		50대	16.6	4.4	79.0
		60대	10.6	2.8	86.6
		70대 이상	6.5	1.9	91.5
성 & 연령별	여자	10대	4.4	1.5	94.1
		20대	4.6	4.4	91.0
		30대	4.7	5.0	90.3
		40대	8.6	5.1	86.2
		50대	7.1	5.1	87.9
		60대	6.6	2.4	91.0
		70대 이상	4.0	2.4	93.6

※ 출처: 문화체육관광부(2020 국민생활체육조사)

2020년 기준 체육 동호회 조직에 가입하여 활동하고 있는 비율이 9.1%, 가입은 했으나 활동하고 있지 않은 응답자는 4.5%, 미가입자는 86.4%로 나타났다.

〈표 3-49〉 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		20.8	14.4	8.9	7.5	6.8	6.7	5.5	5.4	5.3	5.0
도시 규모별	대도시	16.2	13.9	9.1	10.5	7.0	7.4	5.2	4.4	5.1	5.1
	중소도시	25.9	14.9	8.7	5.9	5.8	4.8	6.3	6.0	4.7	5.5
	읍/면 이하	21.7	14.6	8.8	3.3	8.1	9.0	4.5	6.5	6.9	3.6
성 별	남자	29.5	14.9	3.5	7.4	6.4	7.3	5.5	5.7	0.8	4.8
	여자	2.6	13.4	20.1	7.9	7.6	5.5	5.6	4.7	14.5	5.4
연 령별	10대	50.9	0.0	0.0	0.0	17.9	0.0	2.8	0.0	1.0	0.0
	20대	34.9	3.0	5.8	7.5	3.1	2.6	11.5	3.5	7.1	6.0
	30대	30.9	11.6	5.1	1.4	1.7	8.5	8.8	9.4	5.6	10.8
	40대	17.3	15.5	13.4	6.6	5.0	12.1	3.5	6.6	4.9	4.9
	50대	14.8	22.4	10.2	11.8	8.1	2.4	5.9	4.8	4.7	5.1
	60대	7.4	21.5	10.1	12.1	8.6	11.5	0.9	5.4	4.0	2.0
	70대 이상	0.0	10.0	8.9	8.4	11.2	3.7	5.0	2.5	11.7	0.6



			축구· 풋살	수영	보디 빌딩	등산	골프	요가· 필라 테스· 태보	볼링	배드 민턴	탁구	야구
성 & 연령 별	남 자	10대	58.4	0.0	0.0	0.0	9.2	0.0	4.1	0.0	0.0	0.0
		20대	49.7	4.3	5.5	10.6	2.6	1.0	8.3	4.0	0.0	1.4
		30대	41.2	10.3	6.8	1.9	2.3	6.9	6.2	8.7	0.0	8.9
		40대	26.0	14.5	3.4	4.2	5.7	16.9	3.2	8.2	1.3	5.7
		50대	21.1	22.5	3.9	11.6	8.0	2.6	7.2	4.7	1.6	6.9
		60대	12.2	26.7	0.0	13.2	10.9	9.4	1.5	3.4	0.0	0.5
		70대 이상	0.0	13.4	0.0	8.7	9.7	6.9	9.5	4.7	1.7	1.2
	여 자	10대	35.9	0.0	0.0	0.0	35.2	0.0	0.0	0.0	3.1	0.0
		20대	0.0	0.0	6.4	0.0	4.1	6.2	19.0	2.0	23.8	17.1
		30대	0.0	15.4	0.0	0.0	0.0	13.3	16.8	11.4	22.3	16.4
		40대	0.0	17.4	33.3	11.4	3.7	2.6	4.1	3.4	11.9	3.2
		50대	0.0	22.0	25.3	12.5	8.2	2.0	2.9	5.0	12.2	1.1
		60대	0.0	13.4	25.8	10.5	5.1	14.8	0.0	8.4	10.1	4.2
		70대 이상	0.0	6.2	19.0	8.1	12.9	0.0	0.0	0.0	23.1	0.0

※ 출처: 문화체육관광부(2020 국민생활체육조사)

2020년 기준 체육 동호회에 가입하여 활동하고 있는 종목은 ‘축구, 풋살’이 20.8%로 가장 많았으며, ‘수영(14.4%)’, ‘보디빌딩(8.9%)’, ‘등산(7.5%)’, ‘골프(6.8%)’ 등의 순으로 나타났다.

2 4대 종목 수요조사 결과

1) 야구

(1) 참여 현황

가) 참여 기간

〈표 3-50〉 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	100.0
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 3-51〉 야구 참여 빈도

구분		응답자 수(명)	비중(%)
참여 빈도	한 달에 2~3회 이하	155	27.9
	주 1회	269	48.5
	주 2회	91	16.4
	주 3회	31	5.6
	주 4회	8	1.4
	주 5회	0	0.0
	주 6회	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 3-52〉 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 3-53〉 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 3-54〉 야구 용품 소비지출

(단위: 개, 원)

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

※ 출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

라) 대회참가 횟수 및 회당 소비지출

〈표 3-55〉 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
자가용	5,955원
기타 잡비	1,496원
회당 대회참가 소비지출 총액	53,193원

※ 출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

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

마) 연간 대회참가 소비지출

〈표 3-56〉 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 3-57〉 축구 참여 기간

구분	응답자 수(명)	비중(%)
참여 기간	1~2년	121
	3~4년	98
	5~6년	133
	7~8년	71
	9~10년	135
	11년 이상	161
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 3-58〉 축구 참여 빈도

구분	응답자 수(명)	비중(%)
참여 빈도	한 달에 2~3회 이하	136
	주 1회	328
	주 2회	180
	주 3회	48
	주 4회	17
	주 5회	6
	주 6회	4
합계	719	100.0

※ 출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

(2) 소비지출 현황

가) 동호회 회비, 강습비, 시설 이용료

〈표 3-59〉 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 3-60〉 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. 잡히면죽어

〈표 3-61〉 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 3-62〉 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 3-63〉 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 3-64〉 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 3-65〉 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 3-66〉 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 3-67〉 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 3-68〉 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 3-69〉 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 3-70〉 농구 연간 대회참가 소비지출

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

※ 출처: 문화체육관광부(종목별 스포츠산업 실태조사 2015)

4) 배구

(1) 참여 현황

가) 참여 기간

〈표 3-71〉 배구 참여 기간

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

※ 출처: 문화체육관광부(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 3-72〉 배구 참여 빈도

구분		응답자 수(명)	비중(%)
참여 빈도	한 달에 2~3회 이하	83	18.1
	주 1회	140	30.5
	주 2회	142	30.9
	주 3회	69	15.0
	주 4회	18	3.9
	주 5회	3	0.7
	주 6회	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 3-73〉 배구 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
211,442원	6,643원	2.6회	3,147원	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 3-74〉 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 3-75〉 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 3-76〉 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 3-77〉 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

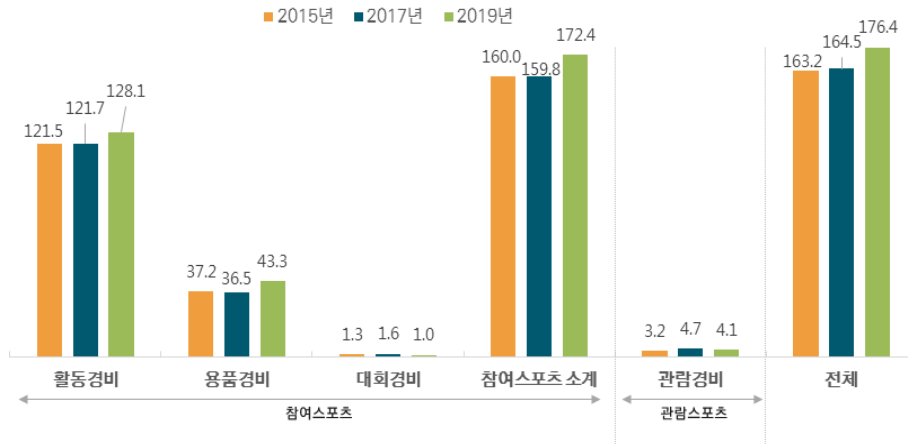
1 가구별 스포츠 소비지출

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 3-78〉 '15년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)

(단위: 만 원, %)

구 분		사례 수	참여스포츠			관람스포츠	합계
			활동지출	용품지출	대회지출	관람지출	
전 체		2,151	121.5	37.2	1.3	3.2	163.2
비중(%)			(74.4)	(22.8)	(0.8)	(2.0)	(100.0)
지 역	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 가구 소득	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
가 구	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 3-79〉 '17년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)

(단위: 만 원, %)

구 분		사례 수	참여스포츠			관람스포츠	합계
			활동지출	용품지출	대회지출	관람지출	
전 체		2,053	121.7	36.5	1.6	4.7	164.6
비중(%)			(74.0)	(22.2)	(1.0)	(2.9)	(100.0)
지 역	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
월평균 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
가 구	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 3-80〉 '19년 가구별 참여스포츠 및 관람스포츠 연간 활동 지출(평균)

(단위: 만 원, %)

구 분	사례 수	참여스포츠			관람스포츠	합계
		활동지출	응품지출	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)
지 역	서울	421	183.1	58.0	0.9	247.4
	부산	147	91.9	33.1	4.2	133.9
	대구	102	62.2	33.0	0.0	96.8
	인천	118	158.3	50.1	0.6	212.5
	광주	64	104.3	103.3	0.9	211.3
	대전	66	60.8	25.2	0.5	92.4
	울산	54	133.9	33.5	0.3	173.1
	경기	540	161.2	42.9	0.6	208.4
	강원	64	61.0	21.2	0.1	84.6
	충청	161	47.4	17.6	0.5	69.9
	전라	138	140.6	58.4	2.3	205.9
	경상	240	86.8	33.3	0.7	124.6
	제주	26	69.3	23.1	2.8	95.2
월 평균 가구 소득	70만원 미만	11	36.1	4.7	0.1	41.4
	70~135만원	34	22.0	10.4	0.0	33.6
	135~200만원	84	54.0	15.2	0.3	70.8
	200~265만원	277	61.3	19.4	0.5	83.2
	265~335만원	306	82.4	28.9	1.2	115.7
	335~400만원	307	113.1	36.5	0.6	154.4
	400~500만원	351	118.4	39.8	1.1	164.1
	500~610만원	348	150.8	52.0	1.7	208.5
	610~810만원	284	211.1	67.0	1.2	284.8
	810만원 이상	139	270.4	104.4	0.9	383.8
가 구	1인 가구	570	70.7	21.7	0.5	95.6
	2인 가구	476	102.1	39.4	1.5	146.2
	3인 가구	481	154.3	54.8	1.1	215.0
	4인 가구	453	162.6	54.4	1.0	223.3
	5인 가구	161	232.1	65.9	1.1	305.3

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2019)

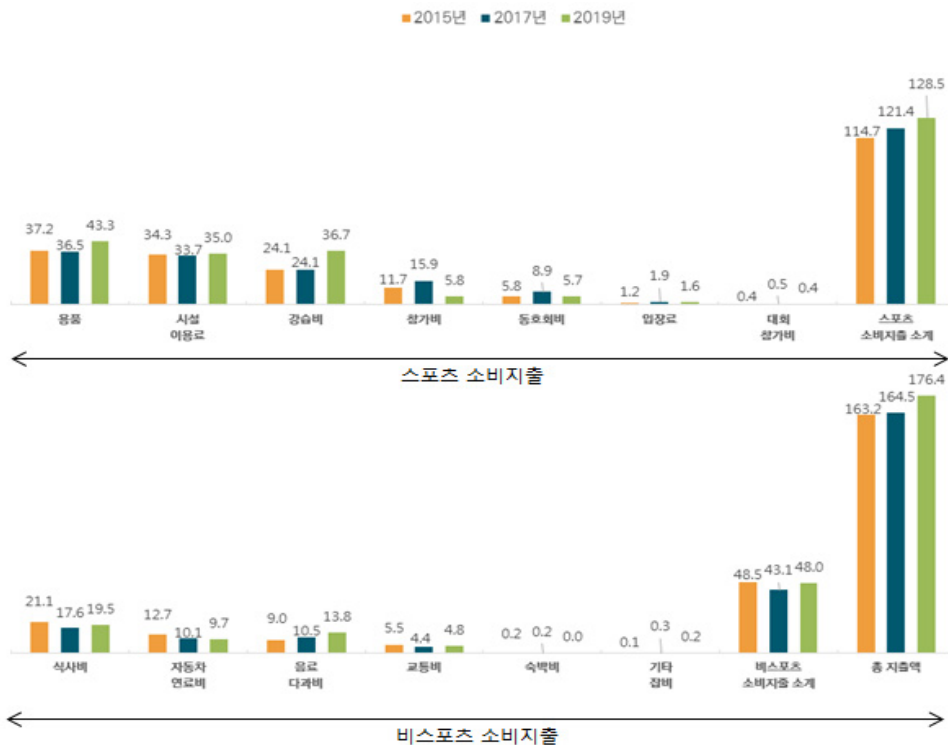
2) 지출항목별 연간 활동 지출

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 70만원 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 3-81〉 '15년 지출항목별 연간 활동 지출

(단위: 만 원, %)

구 분		사 례 수	스포츠 소비지출								비 스포츠 소비지출								합계
			용품	시설 이용 료	강습 비	참가 비	동호 회비	입장 료	대회 참가 비	소계	식사 비	자동차 연료 비	음료 다과 비	교통 비	숙박 비	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 가 구 소 액 구 분	200만원 미만	146	21.5	8.7	12.9	1.4	2.1	0.7	0.0	47.2	3.9	3.0	1.5	1.7	0.2	0.0	10.3	57.5	
	201~300만원	363	20.4	16.9	12.1	5.9	4.4	1.1	0.1	61.0	11.5	8.6	4.4	2.3	0.0	0.0	26.9	87.9	
	301~400만원	535	29.2	19.2	26.4	6.8	4.3	0.8	0.4	87.1	16.9	7.4	8.2	4.4	0.0	0.1	37.1	124.2	
	401~500만원	544	43.1	32.0	29.9	10.7	5.7	1.3	0.5	123.1	24.4	13.0	10.3	7.0	0.4	0.4	55.4	178.6	
	501~600만원	340	42.9	47.6	22.9	16.5	8.8	1.4	0.2	140.3	24.1	13.1	11.6	6.6	0.1	0.1	55.7	196.0	
	601~700만원	112	45.4	65.9	29.0	9.3	5.5	2.0	0.8	157.9	27.1	15.8	15.6	8.0	0.3	0.1	66.9	224.8	
	701~800만원	39	69.0	130.6	21.2	22.9	8.4	1.6	4.1	257.8	59.0	41.3	14.1	8.3	0.0	0.0	122.8	380.6	
	801만원 이상	62	120.8	125.0	54.8	94.0	16.6	1.6	1.2	414.0	58.5	70.9	14.2	15.6	1.1	0.3	160.5	574.5	
	거절/무응답	10	65.7	221.3	5.3	3.8	9.9	0.3	0.0	306.3	104.7	45.5	41.6	5.5	0.0	0.0	197.3	503.6	
가 구	1인 가구	304	18.3	14.4	17.0	5.7	3.4	0.9	0.1	59.8	8.1	5.4	3.1	2.5	0.1	0.0	19.2	79.1	
	2인 가구	494	31.3	19.9	16.4	9.4	5.8	0.9	0.6	84.2	16.0	11.8	7.4	4.4	0.0	0.1	39.7	124.0	
	3인 가구	674	38.4	38.3	22.3	14.7	4.4	1.1	0.2	119.4	25.6	12.5	12.1	6.3	0.1	0.0	56.6	176.0	
	4인 가구	624	48.7	49.1	33.7	13.5	8.3	1.5	0.6	155.4	25.4	16.3	9.4	6.4	0.5	0.4	58.3	213.8	
	5인 가구	55	50.9	55.9	47.0	8.4	5.8	1.5	0.7	170.3	33.1	22.0	12.6	11.0	0.0	0.4	79.0	249.3	

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2015)

〈표 3-82〉 '17년 지출항목별 연간 활동 지출

(단위: 만 원, %)

구 분	사 례 수	스포츠 소비지출								비 스포츠 소비지출							합계	
		용품	시설 이용 료	강습 비	참가 비	동호 회비	입장 료	대회 참가 비	소계	식사 비	자 동 차 연 료 비	음 료 다 과 비	교통 비	숙박 비	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
월 평 균 가 소 수 층	70만원 미만	8	13.2	5.6	12.5	26.5	0.0	3.7	1.3	62.8	14.0	9.6	25.8	6.0	0.0	0.0	55.4	69.9
	70~135만원	26	11.5	4.8	4.7	2.5	0.5	2.3	0.0	26.3	5.6	0.0	1.5	0.0	0.0	0.0	7.1	36.7
	135~200만원	117	18.8	23.7	19.4	41.5	3.1	0.9	0.3	107.6	3.2	2.3	3.8	1.2	0.0	0.0	10.4	134.9
	200~265만원	261	20.3	14.1	11.0	8.1	4.2	1.6	0.0	59.3	10.2	3.4	8.6	5.1	0.0	0.0	27.2	83.1
	265~335만원	273	26.8	21.7	16.7	6.4	6.2	0.9	0.1	78.9	9.6	4.5	6.1	3.7	0.0	0.0	23.9	102.4
	335~400만원	353	29.0	27.0	22.0	9.4	9.3	2.4	0.8	99.9	10.2	4.8	5.9	2.5	0.1	0.0	23.5	131.0
	400~500만원	459	39.5	35.0	26.1	15.6	10.4	2.1	0.6	129.4	14.0	8.1	6.4	2.2	0.1	0.3	31.1	168.8
	500~610만원	342	49.2	47.2	36.2	17.3	8.3	1.9	0.7	160.8	17.3	8.9	9.8	3.2	0.1	0.1	39.4	219.2
	610~810만원	170	72.2	68.0	35.8	34.2	19.7	2.4	0.4	232.7	25.0	12.9	13.2	6.7	0.5	0.2	58.4	302.6
810만원 이상	44	51.1	75.1	31.5	31.1	13.6	2.5	1.9	206.7	29.8	17.7	15.9	6.0	0.5	0.0	69.8	300.9	
가 구	1인 가구	526	20.0	18.8	15.1	14.5	5.6	1.5	0.2	75.8	39.6	27.8	19.9	7.0	0.0	0.0	94.3	104.5
	2인 가구	467	36.1	30.1	15.9	11.8	7.4	1.7	0.4	103.5	11.5	6.3	7.0	3.8	0.0	0.1	28.7	144.1
	3인 가구	474	45.0	36.8	26.1	18.5	13.1	2.0	0.7	142.2	18.6	9.6	8.9	3.5	0.1	0.0	40.6	188.9
	4인 가구	439	44.6	45.6	35.9	16.1	8.9	2.2	0.8	154.2	21.0	10.1	10.6	4.5	0.2	0.3	46.7	197.5
	5인 가구	147	44.8	52.8	41.1	24.6	9.9	2.1	0.5	175.8	17.5	10.8	10.3	4.2	0.5	0.1	43.3	216.5

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2017)



〈표 3-83〉 '19년 지출항목별 연간 활동 지출

(단위: 만 원, %)

구 분		사 례 수	스포츠 소비지출								비 스포츠 소비지출								합계
			용품	시설 이용 료	강습 비	참가 비	동호 회비	입장 료	대회 참가 비	소계	식사 비	자동차 연료 비	음료 다과 비	교통 비	숙박 비	기타 잡비	소계		
전 체		2,141	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	
비중(%)			(24.5)	(19.8)	(20.8)	(3.3)	(3.3)	(0.9)	(0.2)	(72.8)	(11.0)	(5.5)	(7.8)	(2.7)	(0.0)	(0.1)	(27.2)	(100.0)	
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	

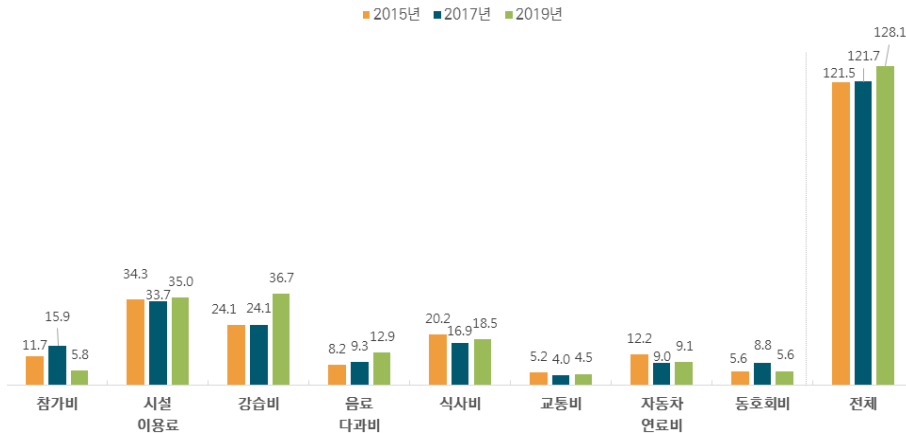
※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2019)

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 3-84〉 '15년 참여스포츠 연간 활동 지출

(단위: 만 원, %)

구 분		사례 수	참가비	시설 이용료	강습비	음료 다과비	식사비	교통비	자동차 연료비	동호회 비	합계
전 체		2151	11.7	34.3	24.1	8.2	20.2	5.2	12.2	5.6	121.5
비중(%)			(9.6)	(28.2)	(19.9)	(6.7)	(16.7)	(4.3)	(10.0)	(4.6)	(100.0)
지 역	서울	451	20.4	55.4	19.6	16.5	30.9	10.0	15.8	4.9	173.5
	부산	150	2.9	16.3	40.2	7.7	15.8	6.0	7.0	4.3	100.1
	대구	111	2.7	25.1	29.3	5.2	40.7	2.5	18.3	3.9	127.6
	인천	110	4.4	43.2	16.0	3.0	9.1	2.6	9.5	4.8	92.5
	광주	64	1.4	34.2	6.0	2.4	5.8	0.4	6.2	3.1	59.4
	대전	64	13.6	25.4	5.3	4.4	14.0	1.2	8.7	8.8	81.5
	울산	48	0.3	23.5	8.4	6.8	10.5	1.2	6.4	2.7	59.8
	경기도	469	17.9	46.4	29.4	10.4	26.5	8.0	14.5	6.3	159.3
	강원도	68	13.7	9.8	4.3	1.4	9.6	1.7	17.5	6.5	64.6
	충청도	155	9.6	22.4	9.3	2.7	7.0	2.1	10.0	4.3	67.4
	전라도	164	1.9	17.5	3.2	2.4	3.6	0.5	3.9	9.1	42.2
	경상도	263	5.7	13.0	50.9	5.2	16.8	2.0	10.2	4.3	108.2
	제주도	34	35.4	45.7	44.0	6.4	22.6	6.7	24.5	20.9	206.2
월 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
가 구	1인 가구	304	5.7	14.4	17.0	2.7	7.5	2.3	5.0	3.3	57.8
	2인 가구	494	9.4	19.9	16.4	6.6	15.2	4.2	11.2	5.6	88.4
	3인 가구	674	14.7	38.3	22.3	11.4	24.8	6.0	12.1	4.3	134.0
	4인 가구	624	13.5	49.1	33.7	8.3	24.5	6.0	15.7	8.3	159.0
	5인 가구	55	8.4	55.9	47.0	11.6	32.2	10.9	21.3	5.8	193.0

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2015)

〈표 3-85〉 '17년 참여스포츠 연간 활동 지출

(단위: 만 원, %)

구 분		사례 수	참가 비	시설 이용 료	강습 비	음료 다과 비	식사 비	교통 비	자동차 연료 비	동호 회비	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 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 3-86〉 '19년 참여스포츠 연간 활동 지출

(단위: 만 원, %)

구 분		사례 수	참가 비	시설 이용 료	강습 비	음료 다과 비	식사 비	교통 비	자동 차 연료 비	동호 회비	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
연 령 별 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

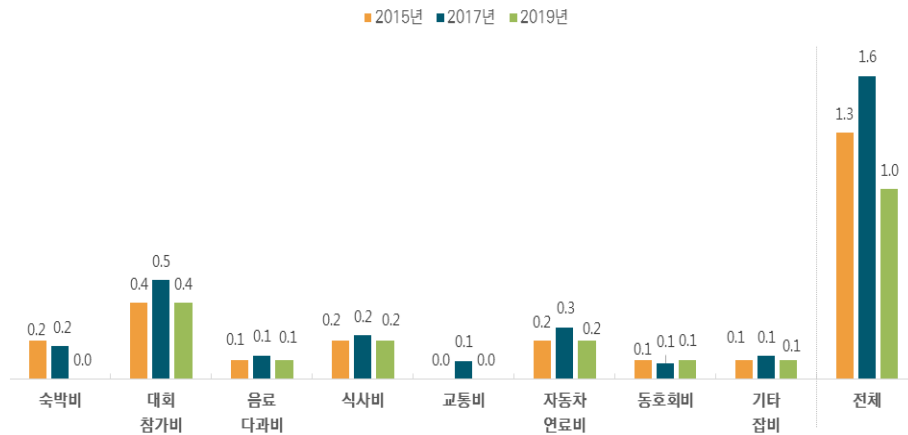
※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2019)

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 3-87〉 '15년 연간 대회참가 경비지출

(단위: 만 원, 회, %)

구 분	사례 수	평균 회수 (회)	숙박 비	대회 참가 비	음료 다과 비	식사 비	교통 비	자동차 연료비	동호 회비	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	2.9
	강원도	68	0.4	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	1.2
	전라도	164	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	0.1	0.2
	제주도	34	1.1	0.9	2.7	0.5	2.4	0.8	1.7	1.1	13.4
월 평균 참가 소득	200만원 미만	146	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	0.1	0.0	0.4
	301~400만원	535	0.1	0.0	0.4	0.1	0.1	0.0	0.2	0.1	1.0
	401~500만원	544	0.1	0.4	0.5	0.1	0.4	0.1	0.3	0.1	2.1
	501~600만원	340	0.1	0.0	0.2	0.1	0.1	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	1.7
	701~800만원	39	0.3	0.0	4.1	0.0	0.2	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	4.5
	거절 무응답	10	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	0.5
	2인 가구	494	0.1	0.0	0.6	0.1	0.3	0.0	0.3	0.1	1.7
	3인 가구	674	0.1	0.1	0.2	0.0	0.1	0.0	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	2.1
	5인 가구	55	0.2	0.0	0.7	0.2	0.0	0.0	0.1	0.0	1.5

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2015)

〈표 3-88〉 '17년 연간 대회참가 경비지출

(단위: 만 원, 회, %)

구 분		사례 수	평균 회수 (회)	숙박 비	대회 참가 비	음료 다과 비	식사 비	교통 비	자동차 연료비	동호 회비	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	0.0	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 3-89〉 '19년 연간 대회참가 경비지출

(단위: 만 원, 회, %)

구 분		사례 수	평균 횟수 (회)	숙박 비	대회 참가 비	음료 다과 비	식사 비	교통 비	자동차 연료비	동호 회비	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	0.1	1.0
	부산	147	0.2	0.0	0.4	0.0	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.9
	대구	102	0.3	0.1	1.1	0.4	1.1	0.1	1.1	0.2	0.2	4.2
	인천	118	0.0	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	0.0	0.6
	대전	66	0.4	0.0	0.5	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.9
	울산	54	0.1	0.0	0.3	0.0	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 평 균 가 구 소 득	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)

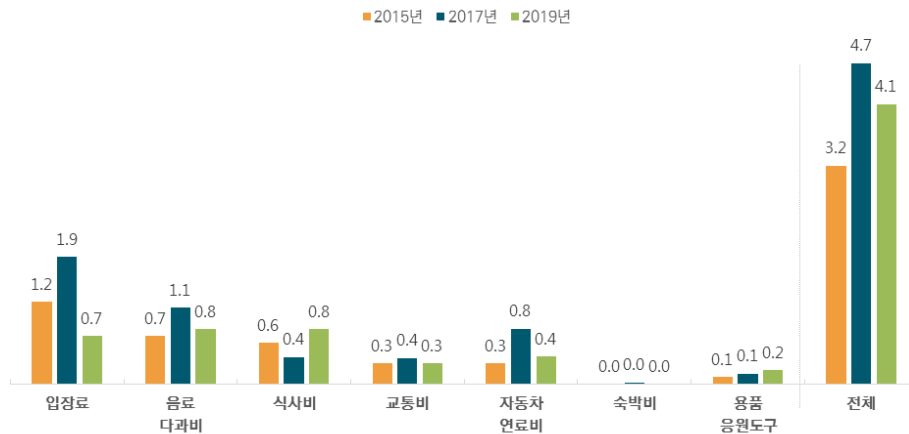
4 관람스포츠 연간 직접 관람 경비

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 3-90〉 '15년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비

(단위: 만 원, 회, %)

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

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2015)

〈표 3-91〉 '17년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비

(단위: 만 원, 회, %)

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

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2017)



〈표 3-92〉 '19년 관람스포츠 연간 직접 관람 경비

(단위: 만 원, 회, %)

구 분	사례 수	평균 회수 (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	5.3
	부산	147	0.7	2.0	1.0	0.9	0.5	0.3	0.0	4.7
	대구	102	0.3	0.6	0.3	0.2	0.1	0.3	0.0	1.6
	인천	118	0.4	1.6	0.5	0.8	0.2	0.3	0.0	3.6
	광주	64	1.2	1.0	0.7	0.6	0.1	0.3	0.0	2.8
	대전	66	0.9	2.2	1.7	0.6	0.3	0.6	0.0	5.9
	울산	54	0.6	2.2	0.8	1.3	0.5	0.4	0.0	5.3
	경기도	540	0.6	1.6	0.7	0.7	0.3	0.2	0.0	3.6
	강원도	64	0.8	1.1	0.1	0.3	0.4	0.4	0.0	2.2
	충청도	161	0.8	1.6	0.9	0.5	0.2	0.9	0.0	4.4
	전라도	138	1.0	1.2	0.9	1.0	0.2	1.2	0.1	4.7
	경상도	240	0.5	1.4	0.7	1.0	0.1	0.6	0.0	3.9
	제주도	26	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
월 평균 가구 소득	70만원 미만	11	0.4	0.4	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.5
	70~135만원	34	0.3	0.5	0.2	0.2	0.3	0.0	0.1	1.2
	135~200만원	84	0.5	0.4	0.5	0.2	0.1	0.1	0.0	1.3
	200~265만원	277	0.4	0.7	0.4	0.4	0.1	0.3	0.0	2.1
	265~335만원	306	0.6	1.2	0.7	0.6	0.3	0.3	0.0	3.2
	335~400만원	307	0.7	1.5	0.8	0.9	0.2	0.5	0.0	4.2
	400~500만원	351	0.7	1.9	0.8	1.0	0.3	0.6	0.0	4.8
	500~610만원	348	0.9	1.7	0.8	0.7	0.3	0.4	0.0	4.0
	610~810만원	284	0.9	2.1	1.0	1.2	0.4	0.5	0.1	5.5
	810만원 이상	139	1.1	4.1	1.6	1.0	0.5	0.3	0.0	7.9
가 구	1인 가구	570	0.5	1.0	0.6	0.5	0.2	0.3	0.0	2.7
	2인 가구	476	0.6	1.2	0.6	0.7	0.1	0.4	0.0	3.2
	3인 가구	481	0.8	2.0	0.8	0.9	0.3	0.5	0.0	4.8
	4인 가구	453	1.0	2.1	1.0	1.0	0.4	0.5	0.0	5.3
	5인 가구	161	1.2	2.9	1.3	0.9	0.4	0.4	0.0	6.3

※ 출처: 문화체육관광부(스포츠산업 가계지출 조사 2019)

제4장

스포츠산업 정책

2020 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 1990년대 후반부터 정부는 관련 법률을 제·개정하여 정책 지원의 근거를 마련하기 시작하였다. 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 강구하여야 한다’, 시행령(1966. 2. 7. 대통령령 제2404호)의 ‘운동용구 생산 업자에 대한 융자 알선과 외국 운동용구 생산기술 도입과 보급에 대한 지원제도’ 등 법률 내 스포츠산업체 지원 근거를 일부 마련하였다. 이후 1982년 12월 31일 국민체육진흥법이 전부 개정되면서 ‘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 국민체육진흥5개년계획(1998~2002)이다. 제1차 국민체육진흥5개년계획은 체육용구 품질수준향상과 체육활동에 필요한 용구의 적정한 공급을 목표로 체육용구 생산업체의 투자여건 조성을 위한 금융지원, 전시회 개최지원, 국산 체육용 기구 구매·사용을 적극적으로 장려하였다. 이외에도 지속적인 품질향상 및 표준화 기술 지도를 통한 공인 제품의 확대, 우수체육용구업체 지정대상과 융자규모를 확대하여 스포츠 용품업의 발전을 도모하였다. 민간스포츠 시설업의 육성을 위해서는 골프장, 스키장에 대한 특별소비세 감면, 체육시설 설치·운영의 인·허가 절차 간소화 등 규제완화를 통한 제도개선에 초점을 맞추었다. 제2차 국민체육진흥5개년계획에서 ‘스포츠산업’이라는 용어를 처음 사용함으로써 스포츠를 산업적 시각에서 다루었다. 제2차 국민체육진흥5개년계획은 민간체육시설을 적극적으로 지원하여 민간영역에서의 서비스 공급을 촉진함과 동시에 소비자를 보호하기 위한 제도적 장치 마련을 목표로 하였다. 스포츠산업을 육성하기 위하여 체육시설업·용품업체에 대한 지원, 우수 생활체육용구 생산업체에 대한 산업적 지원, 경륜·경정 등 여가스포츠산업 육성, 스포츠 소비자의 서비스 개선 등을 정책목표에 포함하였다.

2000년대 스포츠산업 정책은 스포츠산업 육성대책(2001), 스포츠산업 비전 2010(2005), 2009~2013 스포츠산업 중장기계획(2008)이며, 2000년대 정책은 1990년대보다 지원내용이 더욱 구체화 되었다. 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 의의를 찾을 수 있다. 정부는 스포츠 자원의 상품가치 개발, 스포츠 서비스업 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 2018년 2019-2023 제3차 스포츠산업 중장기 발전 계획을 발표했다. '경제 성장을 이끄는 스포츠산업'이라는 비전 아래 혁신성장, 균형일자리, 지속가능성의 세 가지 핵심가치를 추구한다. 첫째, '혁신·성장' 가치아래 스포츠산업과 첨단기술 융합으로 4차 산업혁명이라는 외부 환경변화에 대응하여 스포츠기업의 체계적 육성을 통한 혁신·성장 동력을 창출하고자 한다. 둘째, '균형·일자리'를 목표로 스포츠산업의 지역별·업종별 균형 발전과 새로운 시장 수요에 대응하는 일자리 공급 체계를 구축하고자 한다. 셋째, 지속가능성 측면에서 지속가능한 스포츠산업 진흥기반 확립을 위한 지원 전담체계 구축 및 법·제도 개선을 목표로 한다. 이를 통해 스포츠산업의 규모가 2017년 75조원에서 2023년 95조원까지의 규모로 성장할 것으로 예상하였다. 기업의 경우 '작지만 강한' 기업 육성을 목표로 매출액 10억 원 이상의 기업이 2017년 6,200개에서 2023년 7,000개로 확대하고 기업 영세성 완화를 위해 10인 미만 기업의 비중을 2017년 96%에서 2023년 93%로 낮추는 것을 목표로 한다.

문화체육관광부가 실시한 2020년 기준 스포츠산업조사 결과 보고서에 따르면 2020년 국내 스포츠산업 시장규모는 약 52조 원으로 전년대비 34.4% 감소하였고, 스포츠산업에 종사하고 있는 종사자 수는 약 37만 6천 명으로 전년대비 16.3% 감소한 것으로 집계되었다. 이는 2020년 전 세계적으로 창궐한 코로나 19 확산에 따른 결과로 스포츠산업 환경에 큰 변화를 유발하였다. 이에 따라 정부는 이러한 위기를 극복하고 스포츠산업의 지속성장을 강화하기 위해 새로운 환경에 적합한 스포츠산업 육성 방안을 마련하여 정책적 역량을 집중에 주안점을 두고자 하였다.

2 스포츠산업 경쟁력 강화 지원

1) 스포츠용품 시험 및 인증 사업

(1) 스포츠용품 시험 및 인증 사업의 개념 및 필요성

〈표 4-1〉 자유무역협정(FTA) 추진 현황

구 분	대상(건)	국가명
발효된 FTA	16	칠레, 싱가포르, EFTA(4개국), ASEAN(10개국), 인도, EU(27개국), 페루, 미국, 터키, 호주, 캐나다, 중국, 뉴질랜드, 베트남, 콜롬비아, 중미(5개국)
서명, 타결, 협상중인 FTA	17	영국, RCEP, 인도네시아 CEPA, 이스라엘, 캄보디아, 필리핀, 한·중·일, MERCOSUR(아르헨티나, 브라질, 파라과이, 우루과이, 베네수엘라 중 베네수엘라 제외 4개국), 러시아, 말레이시아, 한·ASEAN(추가자유화), 한·인도 CEPA(업그레이드), 한·칠레 FTA(업그레이드), 한·중 FTA(서비스, 투자후속 협상), 한·에콰도르 SECA, 우즈베키스탄 STEP
검토 중인 FTA (재개, 개시, 여건조성)	2	PA(4개국), EAEU(5개국)

※ 출처: 산업통상자원부(2021).

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 철폐가 추진 중에 있다.

글로벌 산업여건의 변화에 따라 각국에서는 WTO의 무역기술장벽(TBT: Technical Barriers to Trade)위원회 규제원칙을 준수하면서 표준·인증 제도를 자국 산업의 기술발전을 위해 적극적으로 활용하기 위한 정책을 추구하고 있다. 이른바 표준, 기술, 무역의 연계를 강화하는 산업정책을 복합적으로 운용하는 방안이다. 또한, 표준·인증 제도를 활용하여 기술개발을 장려하기 위해 다양한 지원제도를 도입하고 촉진하는 정책을 구사하고 있다. 이에 대응하기 위해 정부는 국내 스포츠용품의 품질향상과 국제경쟁력 강화를 위해 스포츠용품 인증제도(KISS)를 2005년 도입하였다. 스포츠용품 인증제도는 체육활동에 사용되는 운동용품에 대하여 품질과 운동기능을 과학적으로 평가하여 우수제품을 공인하는 제도이다. 스포츠용품 시험 및 인증사업은 우수 품질의 스포츠용품을 시험 후 인증을 부여하는 스포츠용품 품질인증제(KISS 마크), 스포츠용품을 구성하는 재료 또는 완제품의 역학 시험을 수행하는 스포츠용품 시험소 운영, 해외인증 획득지원을 통한 해외 경쟁력 제고 및 스포츠용품 인증기준 개발 사업으로 구성되어 있다. 아울러 스포츠용품에 특화된 품질 성능 시험·인증 인프라 구축으로 영세한 중소기업 및 국내 스포츠산업 육성을 제고하고 해외인증 획득지원을 통한 무역기술장벽 해소 및 수출경쟁력을 강화하고 있다.

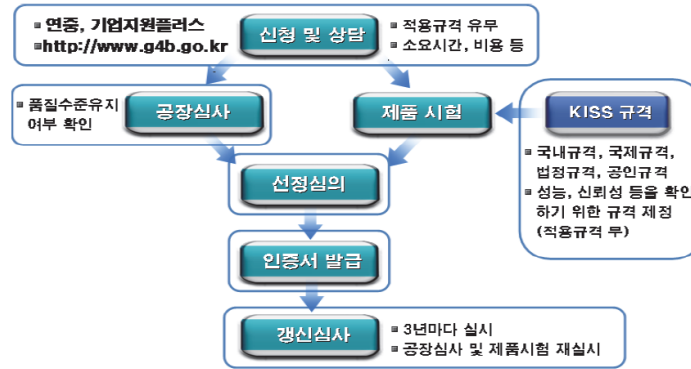
〈표 4-2〉 '20년 스포츠용품 시험 및 인증사업의 구성

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 품질인증제도시행지침」 개정('20.3/4분기), 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, 법정무인증, 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
우수체육용품 생산업체 지정	우수체육용품 지정 제도 보완 정착화



(2) 스포츠용품 시험 및 인증 사업의 추진과정

〈그림 4-1〉 KISS 인증절차



정부는 국내 스포츠 용품업체의 기술력 향상 및 국제경쟁력 확보를 위해 2011년부터 2020년까지 총 121억 원을 투입하여 스포츠용품 인증사업을 실행하고 있으며, 2020년도 사업예산은 1,209백만 원(국내 인증 719백만 원, 해외인증 490백만 원)이다. 2020년 기준 시험·검사를 위해 도입한 장비는 총 118종이며 2009년부터 2020년까지 스포츠용품 시험실적은 총 27,780건이다.

〈표 4-3〉 스포츠 인증 제도를 위한 투자현황

(단위: 백만 원)

구 분		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	계
품질 인증	경상보조	340	1,014	659	605	719	719	719	719	719	719	7,386
	자본보조 (장비구입)	100	100	100	154							
해외인증		460	460	460	460	490	490	490	490	490	490	4,780
합 계		900	1,574	1,219	1,219	1,209	1,209	1,209	1,209	1,209	1,209	12,166

※ 12년은 시험소 이전 비용 포함

※ 15년부터 기금회계로 변경되었으며 해외인증은 민간경상보조금으로 490백만 원이 지원됨

정부는 국내 스포츠 용품업체의 기술력 향상 및 국제경쟁력 확보를 위해 2011년부터 2020년까지 총 121억 원을 투입하여 스포츠용품 인증사업을 실행하고 있으며, 2020년도 사업예산은 1,209백만 원(국내 인증 719백만 원, 해외인증 490백만 원)이다. 2020년 기준 시험·검사를 위해 도입한 장비는 총 118종이며 2009년부터 2020년까지 스포츠용품 시험실적은 총 27,780건이다.

〈표 4-4〉 '20년 KISS 품질인증 실적

번호		업체명	품목명	모델명
1	1	(주)원일제이엠	실내체육관바닥재	내진시스템마루를 SF-300용
2	2	(주)유레카코퍼레이션	실내체육관바닥재	E-Cross ST Channel System
3	3	마루다움	실내체육관바닥재	이중바닥마루를 (MD40)
	4		실내체육관바닥재	이중바닥마루를 (MD5)
	5		실내체육관바닥재	이중바닥마루를 (MD7)
4	6	(주)테크플로	실내체육관바닥재	이중바닥마루를 (TG64)
5	7	(주)우진산업	실내체육관바닥재	WJ시스템마루를200
6	8	(주)피닉스다트	다트	vs피닉스알파(VSphoenix α)
	9		다트	브이에스피닉스알파2017 (VSPHOENIX α 2017)
	10		다트	VSPHOENIX5 (브이에스피닉스파이브)
7	11	대성산업 주식회사	실내체육관바닥재	이중바닥마루를 DS-A-01
	12			실내체육관바닥재
	13			실내체육관바닥재
	14			실내체육관바닥재
8	15	가연인더스	실내체육관바닥재	외부보강형 방진철재장선 시스템(spowell300)
9	16	주식회사 엘림산업	실내체육관바닥재	세이프링크시스템마루를 (SAFE-LINK-ELGS)
	17		실내체육관바닥재	세이프링크시스템마루를 (SAFE-LINK-ELG)
10	18	한백아이디	실내체육관바닥재	HB-BIO
	19		실내체육관바닥재	HB-SINGLE2
11	20	(주)대산스포텍	실내체육관바닥재	고탄성소음흡수 시스템 101(DSF-S-102)
	21		실내체육관바닥재	고탄성소음흡수 시스템 102(DSF-S-102)
12	22	케이엔비준우(주)	인조잔디	KBSE55
	23		인조잔디	KBEE35-11
	24		인조잔디	KBSE20
13	25	(주)필드글로벌	인조잔디	KM55e
	26		인조잔디	KM20
	27		인조잔디	KM35
	28		인조잔디	KA35e
14	29	(주)아이엘비	야구공	I-100A
15	30	대원그린	인조잔디	DGE55c
	31		인조잔디	DGEA35c
	32		인조잔디	DGTEU55
	32		인조잔디	DEKS19



번호		업체명	품목명	모델명
	33		인조잔디	DGN19
16	35	세민텍(주)	실내체육관바닥재	SMT-ENQ-150
17	36	(주)한마루	실내체육관바닥재	DS-200
18	37	원앤원(주)	자전거관련용품	자전거 핸들바
19	38	코오롱글로벌(주)	인조잔디	TM550e
	39		인조잔디	AB3500
	40		인조잔디	TM2000
	41		인조잔디	CL1900
20	42	(주)헬스원	COMMERCIAL TREADMILL	HERA9000PRO
21	43	대원포티스	Fortis	P2
	44		Fortis	P1H
22	45	(주)제트웨이크	전동 서프보드 배터리팩	JWLIB05275248212
23	46	(주)디렉스	트레드밀	NR30SXA
	47		일립티컬	DE6A
	48		입식 바이크	DA6U
24	49	(주)낫소	축구공	투지K5
	50		테니스볼	짜르투어
25	51	솔티드벤처(주)	솔티드 스마트인솔	SV-BTINSOLE-001
26	52	(주)잔글라이더	패러글라이더	YETI-5
	53		패러글라이더	CALYPSO
27	54	(주)다빈치프로덕츠	XC 선수용 패러글라이더	OPERA
	55		정밀착륙용 패러글라이더	POINT
28	56	나라소프트	VR Smartscreen	NS-Smartscreen-001
29	57	흥진 HJC	모터사이클 헬멧	i90
30	58	브라이트랩	스마트자전거라이트	PFM-BH1100S
31	59	(주)유비스랩	사커비빔	UBLAB01
32	60	핑테크	초레이 스윙라켓	PT-001

〈표 4-5〉 '05~'20년 인증 시험·검사장비 현황

(단위: 개)

구분	계	주요 품목		
2005	15	· 사피충격시험기	· 인라인스케이트내구성시험기	· 마찰시험기
		· 비접촉식변위측정기	· 스윙분석기	· 인라인스케이트 측정기
		· 복상용품 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	· 벨트센더	· 스윙 웨이트 측정기
		· 클럽헤드각측정기	· 헤드-소프트분리기	· 그립조립기구
		· 진동수측정기	· 충격전달용 고강성 스프링	· 자전거 측정장비
		· 런치모니터(골프관련)	· 스포츠화 피로시험기	
2009	2	· 공랭식 스크루 공기압축기	· 자전거제동주행시험기	
2010	7	· 환경측정기	· 3d 구조해석용 컴퓨터	· 가속도측정기
		· MEMS 시그널컨디셔너	· 파워측정기	· 궁도시험기쇼어경도측정기
		· 축구공 수분흡수율 측정기		
2011	4	· 사이클링 시뮬레이터	· 사이클 피팅시스템 시험기	· 골프 퍼팅동작 분석기
		· 바닥재 내구성 시험기		
2012	4	· 동작분석시스템	· 도막두께측정기	· 체육관미끄럼시험기
		· 야구장안전펜스충격시험기		
2013	3	· 투사체역학측정기	· 신체형상측정기	· 디지털인디케이터
2014	6	· 골프스윙머신	· 고속카메라 조명	· 회전관성측정기
		· 워크스테이션	· 시험용 컴퓨터	· 소형시험장비
2015	4	· 골프공내구성시험기	· 변위측정카메라	· 궁도물성시험기
2016	6	· 전자저울	· 동하중측정기	· 비냉각 IR-NDT 시스템
		· 고속카메라	· FIFA CSM 시험기	· 야구공반발탄성시험기
2017	7	· 스포츠바닥재시험기	· 다목적스포츠용품피로시험기	· 축구공 내구성 시험기
		· 디지털캘리퍼스	· 전자저울	· 자동데이터입력시스템



구분	계	주요 품목		
2018	6	· 디지털 토크렌치		
		· 고속카메라	· 소음진동계측시스템	· 정밀영상분석시스템
		· 자전거폐달 시험기	· 자전거타이어내압시험기	· 야구공 돌레길이 측정기
2019	6	· 다채널 데이터 수집장치	· 컴파운드 프레스	· 환경챔버
		· 반발높이시험기	· 수분흡수율시험기	· 5축 CNC 가공장비
2020	4	· 삼차원프린터	· 진동시험기	· 만능재료시험기
		· 야구공속도측정기		

(3) 스포츠용품 시험 및 인증 사업의 추진실적 및 성과

2020년 스포츠용품 시험 및 인증 사업 추진 결과 총 60개 품목의 스포츠용품 품질인증을 지원하였으며, 2020년 스포츠용품 시험검사 실적은 2019년 대비 17.5% 감소한 3,652건이며, 국내 스포츠 용품업체의 해외인증 획득 지원실적은 61건이다.

〈표 4-6〉 스포츠용품 시험 및 인증현황

(단위: 건)

구분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	계
시험실적	368	580	732	772	1,669	2,734	3,334	2,425	3,005	4,083	4,426	3,652	27,780
품질인증	24	44	44	32	50	33	91	71	65	59	71	60	644
해외인증	13	22	27	24	24	17	27	25	25	36	28	61	329

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

〈표 4-7〉 '20년 스포츠용품 시험 및 인증 사업의 추진실적

(단위: 건)

구분	실적 수	실적내용
스포츠용품 품질인증 지원	60	· 128개 기업의 60개 용품 인증 지원
스포츠용품 시험·검사지원	3,652	· 전년대비 시험지원 실적 17.5% 감소
스포츠용품 인증기준 개발	-	-

〈표 4-8〉 '20년 스포츠용품 해외인증 지원현황

No	업체명	품목명	모델명	인증명
1	(주)무토	Uniform(Kyorugi&Poomsae)		세계태권도연맹공인인증
2	(주)디엠비에이치	디지털퍼팅 연습기 인버디	인버디템포(신제품)	FCC
		디지털퍼팅 연습기 인버디	인버디템포(신제품)	TELEC
		디지털퍼팅 연습기 인버디	인버디템포(신제품)	CE
3	(주)볼빅	골프공	VIMAT	R&A



No	업 체 명	품 목 명	모 델 명	인증명
		골프공	VIMAX	R&A
		골프공	2020 New VIVID	R&A
4	(주)잔글라이더	PARAGLIDER	PUMA	EN
		PARAGLIDER	FUSE-3	EN
5	(주)제트웨이크	전동 서프보드	S30	CE
		전동 서프보드	S30	RoHS
		전동 서프보드	S30	FCC
		전동 서프보드	S30	IC
6	(주)소닉월드	가정용 음파동 전신운동기	SW-VM15	PSE
7	(주)디자인 파크개발	FITNESS EQUIPMENT	ELDERLY FITNESS TRAIL	TUV
8	OP (Obey&Praise)	지그비모듈	CW2020	NCC
9	(주)올리브 크리에이티브	축구공자동발사기	닥터캐논	CE
		축구공자동발사기	닥터캐논	FCC
10	완엔원(주)	자전거 프레임(도로용)	WAWS-PRO	UCI
		자전거 프레임(도로용)	RADICAL	UCI
		자전거 프레임(도로용)	CUL7	UCI
		자전거 프레임(도로용)	CUL7 DISC	UCI
		자전거 프레임(도로용)	WAWS-G DISC	UCI
		자전거 프레임(도로용)	TXT-PRO	UCI
		자전거 프레임(트랙용)	WAWS-G	UCI
		자전거 휠 셋	CXT-R38/ CXT-R50	UCI
11	(주)디렉스	좌식 바이크	DA6R	CE
		트레드밀	NR30SXA	FCC
		입식 바이크	DA6U	FCC
		좌식 바이크	DA6R	FCC
		일립티컬	DE6A	FCC
12	(주)알파온	<ul style="list-style-type: none"> · PUTTING GOD · PUTT ONE(LX) · F4 Laser Cross+ · PUTTING TRAINER · PUTT ONE 	<ul style="list-style-type: none"> · AP - G - 1 · ITEM#SPT001 · PUTT ONE LX · PUTTING GOD · F4 LASER CROSS+ 	JIS C 6082
		<ul style="list-style-type: none"> · PUTTING GOD · PUTT ONE(LX) · F4 Laser Cross+ · PUTTING TRAINER · PUTT ONE 	<ul style="list-style-type: none"> · AP - G - 1 · ITEM#SPT001 · PUTT ONE LX · PUTTING GOD · F4 LASER CROSS+ 	FCC
13	(주)핏투게더	CLBX3	OhCoach Cell B	World Rugby Certification
14	(주)론픽	피트바이저 모듈	FVMD-V03	CE
15	타누스	ARMOUR Tubeless	MTB 27.5 50-63-584	CPSC 16 CFR 1512

No	업 체 명	품 목 명	모 델 명	인증명
		ARMOUR Tubeless	MTB 27.5 50-63-584	CA Prop 65
		ARMOUR Tubeless	MTB 29 53-65-622	CPSC 16 CFR 1512
		ARMOUR Tubeless	MTB 29 53-65-622	REACH
16	에스디알 골프	실리콘 헤드 골프클럽_우드	A-1	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_우드	B-1	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_우드	C-1	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_우드	D-1	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_7번 아이언	A-2	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_7번 아이언	B-2	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_7번 아이언	C-2	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_7번 아이언	D-2	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_7번 아이언	E-2	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_7번 아이언	F-2	CPC
16	에스디알 골프	실리콘 헤드 골프클럽_웨지	A-3	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_웨지	B-3	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_웨지	C-3	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_웨지	D-3	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_퍼터	A-4	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_퍼터	B-4	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_퍼터	C-4	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_퍼터	D-4	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_퍼터	E-4	CPC
		실리콘 헤드 골프클럽_퍼터	F-4	CPC
17	(주)다빈치프로덕츠	초보자용 패러글라이더	RHYTHM2	EN-926-1/2
		초경량 패러글라이더	HULA	EN-926-1/2

2) 스포츠산업 융자사업

(1) 스포츠산업체 자금 융자사업의 개념 및 필요성

2020년 기준 국내 스포츠산업 구조는 총 사업체수 9만 7,668개로 이중 개인사업체가 전체의 89.7%를 구성하고 있으며 종사자 규모 4인 이하 업체가 86.7%를 차지하는 영세한 산업구조이다(문화체육관광부, 2020년 기준 스포츠산업조사 결과 보고서). 따라서 민간체육시설에 대한 시설관련 자금지원으로 국내 생활체육 기반을 확충하고, 체육용구생산업체와 스포츠 서비스업체의 생산설비연구개발 등을 지원함으로써 산업경쟁력 강화와 안정적인 경영기반 조성이 필요하다. 산업체의 영세성은 사업투자능력 및 생산제품의 품질 저하에 영향을 줄 수 있을 뿐만 아니라 무역수지 적자 확대 및 해외 글로벌 스포츠 브랜드의 국내시장 잠식에도 영향을 줄 수 있기 때문이다. 문화체육관광부와 관세청에 따르면 '20년 1~11월 문화체육관광 분야 주요 11개 품목의 수출은 전년동기 대비 5.0% 증가한 1,869백만 달러, 수입은 5.6% 감소한 5,710백만 달러, 수지는 3,832백만 달러 적자로 집계되었다. 이 중 '20년 1~11월 스포츠용품 수출은 전년동기 대비 9.4% 감소한 157.4백만 달러, 수입은 0.7% 증가한 1,787.9백만 달러, 무역수지는 1,630백만 달러 적자로 집계되었다. 이런 상황 속에서 국내 스포츠산업체의 내수시장 경쟁력은 점점 저하되고 있으며 국내 스포츠산업체의 상당수가 사업투자자금 부족에 직면하고 있다. 이에, 국내스포츠산업체들은 정부의 자금지원을 지속적으로 요구하고 있으며, 자금지원 수요는 정부의 지원 요청 항목 중 가장 높은 비중을 차지하고 있다.

〈표 4-9〉 국내 스포츠산업체들의 자금지원에 대한 수요

(단위: %)

지원요구사항	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
자금지원 확대	47.4	48.1	52.9	58.1	40.1	47.7	52.5	49.7

※ 2015년까지는 구분류 기준이며, 2016년부터 신분류에 따름

※ 출처: 문화체육관광부(2021). 2020년 기준 스포츠산업조사 결과 보고서

국내 스포츠산업체의 자금지원 요청에 부응하고 생산 장려 및 경쟁력 확보를 위해 정부는 국민체육진흥법 제17조(체육용구의 생산 장려 등)에 따라 생산 장려 품목에 지정된 업체와 우수체육용구 생산 지정업체에 국민체육진흥기금을 융자하고 있다. 또한, 체육시설의 설치·이용에 관한 법률에서 정한 모든 종목 시설과 스포츠 경기장, 스포츠 마케팅, 스포츠 정보업(스포츠 이벤트업 포함)에 설비 및 연구개발 자금을 융자하고 있다. 특히 2020년에는 코로나19 확산에 따른 스포츠산업체 피해극복을 위해 2019년 대비 약 225% 증가한 126,100백만 원을 융자예산으로 편성하여 집행하였다.



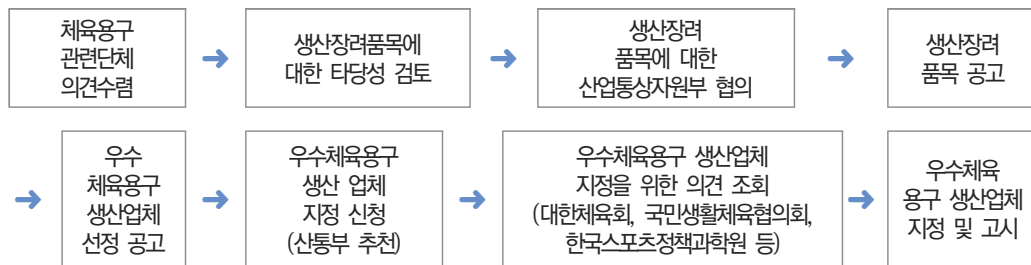
〈표 4-10〉 '20년 스포츠산업 융자집행현황

(단위: 백만 원, 건, %)

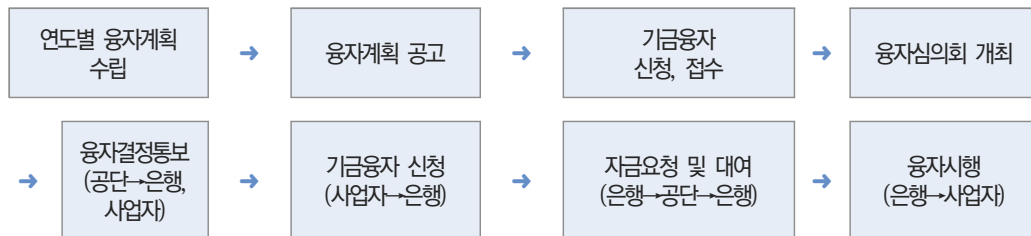
구 분	사업예산	집행금액	지원건수	집행률
총 사업비	126,100	126,100	822	100
체육용구 생산업체	126,100	3,125	22	2.6
민간체육시설업체		118,879	776	94.4
스포츠 서비스업체		4,096	24	2.9

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

〈그림 4-2〉 생산장려품목 및 우수체육용구 생산업체 지정 절차



〈그림 4-3〉 국민체육진흥기금 스포츠산업 융자 시행절차



2020년 기준 문화체육관광부장관이 지정한 우수체육용구 생산업체는 32개며, 품목은 52개이다.

〈표 4-11〉 '20년 스포츠용품 우수체육용구 생산업체

업체명	품목명	지정기간	
		시작일	종료일
풍국레포츠 신아스포츠산업	축구골대	2020-01-01	2023-12-31
	어린이 놀이기구(조합놀이대)	2020-01-01	2023-12-31
(주)대한전광	전광스코어판	2020-01-01	2023-12-31
(주)대원포티스	헬스용 승마운동기구(유산소운동기구)	2020-01-01	2023-12-31



업체명	품목명	지정기간	
		시작일	종료일
시원교구사	라인 마커	2020-01-01	2023-12-31
동화체육(주)	농구대	2020-01-01	2023-12-31
	배구 자주	2020-01-01	2023-12-31
	배구심판대	2020-01-01	2023-12-31
	복싱링	2020-01-01	2023-12-31
	축구 골대	2020-01-01	2023-12-31
	스타팅 블럭	2020-01-01	2023-12-31
	허들	2020-01-01	2023-12-31
	높이(장대)뛰기자주	2020-01-01	2023-12-31
	원반해머 그물망	2020-01-01	2023-12-31
	배드민턴 자주	2020-01-01	2023-12-31
	핸드볼 골대	2020-01-01	2023-12-31
	높이뛰기 자주	2020-01-01	2023-12-31
(주)다오코리아	유도복	2020-01-01	2023-12-31
	유도매트	2020-01-01	2023-12-31
(주)두미나	골프샤프트	2020-01-01	2023-12-31
(주)메디레포	아이싱	2020-01-01	2023-12-31
(주)양투카에스엘	인조잔디	2020-01-01	2023-12-31
(주)비인더스트리	야구 안전펜스	2020-01-01	2023-12-31
(주)디엠비에이치	퍼팅연습기	2020-01-01	2023-12-31
디렉스	전동식 러닝머신	2020-01-01	2023-12-31
	기계식 체력단련기구	2020-01-01	2023-12-31
브라보케이	당구 큐	2020-01-01	2023-12-31
어드벤처(주)	인공패널	2020-01-01	2023-12-31
	인공홀드	2020-01-01	2023-12-31
오성체육산업(주)	농구대	2020-01-01	2023-12-31
위פות테크놀로지	기능성 의류	2020-01-01	2023-12-31
(주)제스트	배팅티	2020-01-01	2023-12-31
(주)코리아팀버	바닥재	2020-01-01	2023-12-31
	인공패널	2020-01-01	2023-12-31
클라임테크(주)	인공홀드	2020-01-01	2023-12-31
	어린이 놀이기구	2020-01-01	2023-12-31
(주)한국에프앤에이	바닥재	2020-01-01	2023-12-31
빌킹코리아	당구 큐	2020-07-01	2024-06-30
티마운트	탁구대	2020-07-01	2024-06-30
마그마홀드	인공홀드	2020-07-01	2024-06-30
(주)릭스코	전동식 러닝머신	2020-07-01	2024-06-30
대명상사	당구나사지	2020-07-01	2024-06-30
(주)제트웨이크	전동제트보드	2020-07-01	2024-06-30
(주)파이빅스	표적지	2020-07-01	2024-06-30
(주)메디우	키네시올로지 테이프	2020-07-01	2024-06-30
(주)학산	배드민턴 운동화	2020-07-01	2024-06-30
	운동화	2020-07-01	2024-06-30
(주)플러버	육상트랙	2020-07-01	2024-06-30
더밸런스코리아	근력단련 보조용구	2020-07-01	2024-06-30
(주)다빈치프로덕츠	기체	2020-07-01	2024-06-30
	보조낙하산	2020-07-01	2024-06-30
	하네스	2020-07-01	2024-06-30

(2) 스포츠산업체 융자사업의 추진과정

① 우수체육용구 생산업체 대상 기금 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, 2020년 융자 이자율은 분기별 변동금리를 적용하며 1/4분기 1.50%, 3/4분기 1.20%이다.

〈표 4-12〉 '20년 우수체육용구 생산업체 기금융자 기준

융자 대상	융자 분야	융자 한도액	융자 기간	융자 이자율
문화체육관광부 지정 우수체육용구 생산업체	설비투자	10억 원	10년 (거치기간 4년)	분기별 변동금리 1/4분기 1.50% 3/4분기 1.20%
	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 제10조와 국민체육진흥법 제17조에 의거 등록체육시설(단, 회원제 체육시설은 제외) 및 신고체육시설의 시설설치자금과 개·보수자금을 대상으로 하고 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 체력단련장을 추가하였다. 회원제 체육시설, 무도장 및 무도학원은 융자 대상에서 제외하고 있다. 융자 이자율은 우수체육용구 생산업체에 대한 융자와 같이 2019년도 분기별 변동금리 4% 한도(2020년 1/4분기, 1.50%)로 인하하였다. 시설설치자금은 등록체육시설의 경우 30억 원(융자기 간 10년), 신고체육시설은 2020년 20억 원(융자기 간 10년)이며 개·보수 자금은 등록체육시설과 신고체육 시설 모두 10억 원(융자기 간 5년)을 한도로 융자하고 있다.

〈표 4-13〉 체육시설업체 기금융자

융자대상	융자분야	융자한도액	융자기간
체육 시설 업체	등록체육시설 등	시설설치자금	30억 원
		개·보수자금	10억 원
		운전자금	2억 원
	신고체육시설 등	시설설치자금	20억 원
		개·보수자금	10억 원
		운전자금	1억 원
	회원제에서 대중제 전환 골프장	시설설치자금 및 개·보수자금	85억 원
		운전자금	10억 원
	스포츠산업진흥시설 지정 프로스포츠단 연고 경기장	시설설치자금 및 개·보수자금	50억 원
		운전자금	10억 원

③ 스포츠 서비스업 대상 기금 융자사업

2000년대 이후 스포츠가 중요한 비즈니스 콘텐츠로 부각됨에 따라 스포츠와 관련된 직·간접적인 소비증대로 문화·관광 등 스포츠 연관 산업과 스포츠 서비스업의 급속한 발전을 예상하였다. 아울러 스포츠 서비스업에 대한 적극적인 육성 및 지원으로 스포츠산업 전반에 걸친 균형적인 발전이 필요하다는 인식이 확산되어 국민체육진흥법 제17조 제3항에 의거, 스포츠 서비스업 대상 기금 융자사업을 시행하게 되었다. 스포츠 서비스업 융자대상은 스포츠산업 특수분류 기준 스포츠경기업, 스포츠마케팅업, 스포츠정보업이다. 융자조건은 스포츠경기업의 경우 융자신청서 접수 마감일 이전 스포츠경기업을 운영하고 있는 자이며, 스포츠마케팅업은 개인 또는 법인으로서 공고일 현재 스포츠 마케팅 관련 실적을 보유하고 있거나 스포츠 단체, 대회, 지자체 및 기업체에 대한 마케팅 관련 권리를 획득한 업체이다. 스포츠정보업은 융자신청서 접수 마감일 이전 스포츠출판업, 스포츠방송업, 스포츠인터넷업, 스포츠소프트웨어개발업 등을 운영하고 있는 자이다. 2020년 설비자금 융자한도는 10억 원(융자기간 10년)이며 융자 이자율은 2020년 분기별 변동금리 기준 1/4분기 1.50%, 3/4분기 1.20%를 적용하고 있다.

〈표 4-14〉 '20년 스포츠 서비스업 기금 융자 기준

융자 대상	융자분야	융자한도액	융자기간	융자 이자율
스포츠 서비스업 (스포츠경기업, 스포츠 마케팅업, 스포츠정보업)	설비자금	10억 원	10년 (거치기간 4년)	공공자금관리 기금융자계정 변동금리 ('20.1/4분기 1.50% '20.3/4분기 1.20%)
	연구개발자금	3억 원	5년 (거치기간 2년)	
	운전자금	2억 원	5년 (거치기간 2년)	



〈표 4-15〉 '20년 스포츠 서비스업종별 융자 세부조건

구 분	세 부 조 건
스포츠 경기업	□ 융자신청서 접수 마감일 이전 스포츠경기업을 운영하고 있는 자
스포츠 마케팅업	□ 개인 또는 법인이 스포츠 서비스업 관련 공고일 현재 스포츠 마케팅 관련 실적(권리 획득 등)이 있는 업체 □ 스포츠 단체, 프로종목(축구, 배구, 농구, 야구, 씨름, 볼링 등)의 주최 단체, 대회조직, 기타 스포츠 단체 및 대회에 대한 권리 획득 업체 ※ 대한체육회, 대한체육회 산하단체, 대한체육회 및 관련 조직의 인가 단체에 대한 연간 마케팅 대행 권한을 획득한 기업 ※ 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 ※ 대한체육회, 대한체육회 산하단체, 대한체육회 및 관련 조직의 인가 단체가 주최하는 종목별 또는 지역별 스포츠대회에 대한 마케팅 권리를 획득한 기업 ※ 각 프로종목별 개최 대회에 대한 마케팅 권리를 획득한 기업 ※ 사회적으로 규모와 가치가 이미 인정된 대회의 마케팅 권한을 획득한 기업 (예: Peace Cup Korea, K-1 등 국내외 해당종목 단체의 대회 진행에 대한 공인여부에 상관없이 대회규모, 경제적 가치, 국민적 호응도 등 고려) ※ 기타 지자체 및 기업체에 대한 스포츠마케팅 권리를 획득한 기업
스포츠 정보업	□ 융자신청서 접수 마감일 이전 스포츠출판업, 스포츠방송업, 스포츠인터넷업, 스포츠소프트웨어개발업 등 스포츠정보업을 운영하고 있는 자

(3) 스포츠산업체 융자사업의 추진실적 및 성과

정부는 우수체육용구 생산업체를 대상으로 1991년 6개 업체에 설비투자 6억 원, 연구개발 3억 7,900만 원 등 총 9억 7,900만 원을 처음으로 융자를 시행한 이후 융자규모를 점진적으로 확대하였다. 2020년에는 총 사업비 1,261억 원 중 체육용구 생산업체에 31억 2,500만 원, 체육시설설치업체에 1,188억 7,900만 원, 스포츠 서비스업체에 40억 9,600만 원을 융자하였다.

〈표 4-16〉 '18~'20년 스포츠산업체 융자 추진 현황

(단위: 백만 원, %)

구 분	2018			2019			2020		
	계획	집행	비율	계획	집행	비율	계획	집행	비율
총사업비	42,000	41,576	99	56,000	55,999	99.9	126,100	126,100	100
체육용구생산업체	-	419	1	-	2,710	4.9	-	3,125	2.6
체육시설설치업체	-	40,507	96.4	-	51,339	91.6	-	118,879	94.4
스포츠 서비스업체	-	650	1.5	-	1,950	3.5	-	4,096	2.9

〈표 4-17〉 '19~'20년 대중제 전환 골프장 용자 추진 현황

(단위: 백만 원, %)

구분	2019년				2020년			
	사업 예산	집행 금액	잔액	집행률	사업 예산	집행 금액	잔액	집행률
계	56,000	55,999	1	99.9	126,100	126,100	0	100
일반용자	40,214	40,213	1	99.9	123,490	123,490	0	97.9
회원제→대중제 전환 골프장	15,786	15,786 (6개 업체)	0	100	2,610	2,610	0	2.0

〈표 4-18〉 '20년 용자 신청금액, 결정금액, 집행금액 현황

(단위: 백만 원, 괄호 안 신청건수)

구분	계	1차	2차
신청금액	391,333 (1,855)	95,122 (223)	175,000 (1,229)
결정금액	283,416 (1,586)	82,564 (196)	101,017 (1,045)
집행금액	126,100 (822)	37,172 (117)	42,636 (485)

〈표 4-19〉 '20년 국민체육진흥기금 스포츠산업 업종별 용자 현황

(단위: 백만 원, 괄호 안 지원건수)

구분	금액	결정건수	비고
우수체육 용구생산	3,125	22	운전자금(14) 2,100, 설비자금(6) 625, 연구개발자금(2) 400
체육시설	118,879	776	볼링장(29) 9,358, 골프연습장(125) 25,650, 수영장(58) 12,615, 종합체육시설(13) 8,190, 골프장(24) 14,526, 테니스장(7) 1,515, 체력단련장(136) 15,161, 기타종목(430) 39,085
스포츠 서비스	4,096	24	운전자금(20) 3,380, 설비투자(3) 416, 연구개발(1) 300
합 계	126,100	822	



3) 스포츠산업 모태펀드 조성사업

(1) 모태펀드의 개념 및 필요성

국내 스포츠산업체는 2016년까지는 설립연한 5년 이하의 비중이 감소하는 추세였으나, 2019년에는 57.1%로 증가하였다. 2020년 기준으로 설립연한 5년 이하 초기산업체는 51.1%로 가장 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났고, 6~10년에 속한 중간산업체가 전체 산업체 중 23.0%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 5년 이하 초기산업체와 6~10년 중간산업체를 대상으로 2020년 기준 스포츠산업 육성발전 장애요인을 조사결과 자금부족(26.5%)과 사업체 영세성(24.7%), 제도규제 과다(13.0%) 등이 높은 비중을 차지하였다.

〈표 4-20〉 '18~'20년 스포츠산업체 설립연한 비율

(단위: 천 개, %)

구분		5년 이하	6~10년	11~15년	16~20년	21년 이상
2018	사업체수	51.4	24.3	11.4	7.9	8.1
	비중	49.8	23.6	11.1	7.6	7.9
2019	사업체수	57.1	24.3	11.7	6.5	5.9
	비중	54.2	23.0	11.1	6.1	5.6
2020	사업체수	51.1	23.0	12.6	5.7	5.2
	비중	52.3	23.6	12.9	5.8	5.3

※ 출처: 문화체육관광부(2021). 2020년 기준 스포츠산업조사 결과 보고서

국내 스포츠산업체는 도입기에 머물러 있는 산업체가 대부분이며, 영세성 및 자금부족으로 투자여력이 부족한 산업체의 비중이 높게 나타났다. 투자여력 부족은 단기적으로 스포츠시장의 소비 수요 감소에 영향을 줄 수 있으며, 장기적으로는 스포츠산업 성장에 부정적으로 작용할 수 있다. 이에, 정부는 스포츠시장 활성화 및 스포츠산업의 지속적인 성장을 위해 자금 조달능력이 부족한 초기 스포츠산업체를 대상으로 2015년에 정부 주도형 모태펀드를 조성하여 2020년 현재까지 시행하고 있다. 문화체육관광부가 출자하여 결정된 기존 모태조합(펀드)의 문화계정 및 영화계정은 매년 수백억 원이 문화산업체를 대상으로 투자가 집행되고 있지만, 문화계정 및 영화계정은 투자대상이 문화산업진흥기본법에 의한 문화산업 및 한국영화에만 투자할 수 있어 스포츠산업에 대한 투자가 불가능하였다. 정부는 스포츠산업 내 성장가능성을 보유하고 지속적인 수익 창출을 기대할 수 있는 산업체를 집중적으로 육성하기 위해 타 부처 및 타 계정과 독립적으로 출자사업을 추진하였다. 스포츠 분야 모태펀드는 스포츠산업 진흥법 상 스포츠산업 및 스포츠산업(특수 분류 기준) 연관 산업에 해당하는 용품과 서비스를 생산하는 기업을 투자대상으로 한다.

〈표 4-22〉 '20년 스포츠산업분야 모태펀드 출자규모 및 출자자 선정기준

항 목		세 부 내 용	
출자 규모		스포츠산업 143억 원(정부출자 100억원)	
기본 조건		스포츠산업진흥법 상 스포츠산업, 스포츠산업 특수 분류상 연관 산업에 해당하는 기업 및 프로젝트에 결성액의 60% 이상 투자. 단, 문화체육관광부 스포츠산업 정책 사업에서 지원받은 기업에 약정총액의 10% 이상 투자	
출자 대상 및 신청 자격	창업투자조합	비상장 창업기업(업력 7년 이내 중소기업)·벤처기업에 전문적으로 투자	창업투자회사
	한국벤처 투자조합	LLC형 투자조합	상법 상 유한회사
		중소기업전용투자 및 프로젝트 투자 등	창업투자회사, 신기술사업금융사 등
	신기술사업 투자조합	「여성전문금융업법」 제41조 제3항에 따른 신기술사업투자조합으로서 중소기업에 대한 투자를 주목적으로 하는 조합	신기술사업금융사

출자자 신청대상은 타 계정의 경우 창업투자조합, 한국벤처투자조합으로 한정하였으나 스포츠 분야는 창업투자조합, 신기술사업투자조합, 한국벤처투자조합 모두 가능하게 하여 다양한 투자조합의 출자를 유도하였다. 아울러 출자자 선정 시 외국자본 10% 이상 출자, 초과수익률달성 여부, 투자 일관성이 높은 출자자, 기업평가 “A”등급 이상인 출자자를 우대하였다.

〈표 4-23〉 '20년 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 조합 약정총액의 1% 이상으로 하였으며, 펀드 운영결과 손실금 발생 시에도 우선손실충당을 실행하지 않도록 하였다. 투자의무와 관련해서는 스포츠산업 분야에 총액의 60% 이상을 투자하는 것으로 조건화하였다. 다만, 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 금액을 의무적으로 투자하도록 하였다. 출자금은 출자자가 선택할 수 있도록 출자 납입방식을 일시납, 분할납, 수시납으로 다양화하였고, 스포츠계정 투자조합의 존속기간은 8년, 투자기간은 4년 이내로 한정하여 스포츠산업 분야의 투자여건을 현실화하였다. 관리보수는 타 계정과 유사한 조건으로 책정하였으며, 기준수익률은 3% 이상을 적용하였다. 기타 출자자 주요조건은 타 계정과 유사한 범위 내에서 결정하였다.

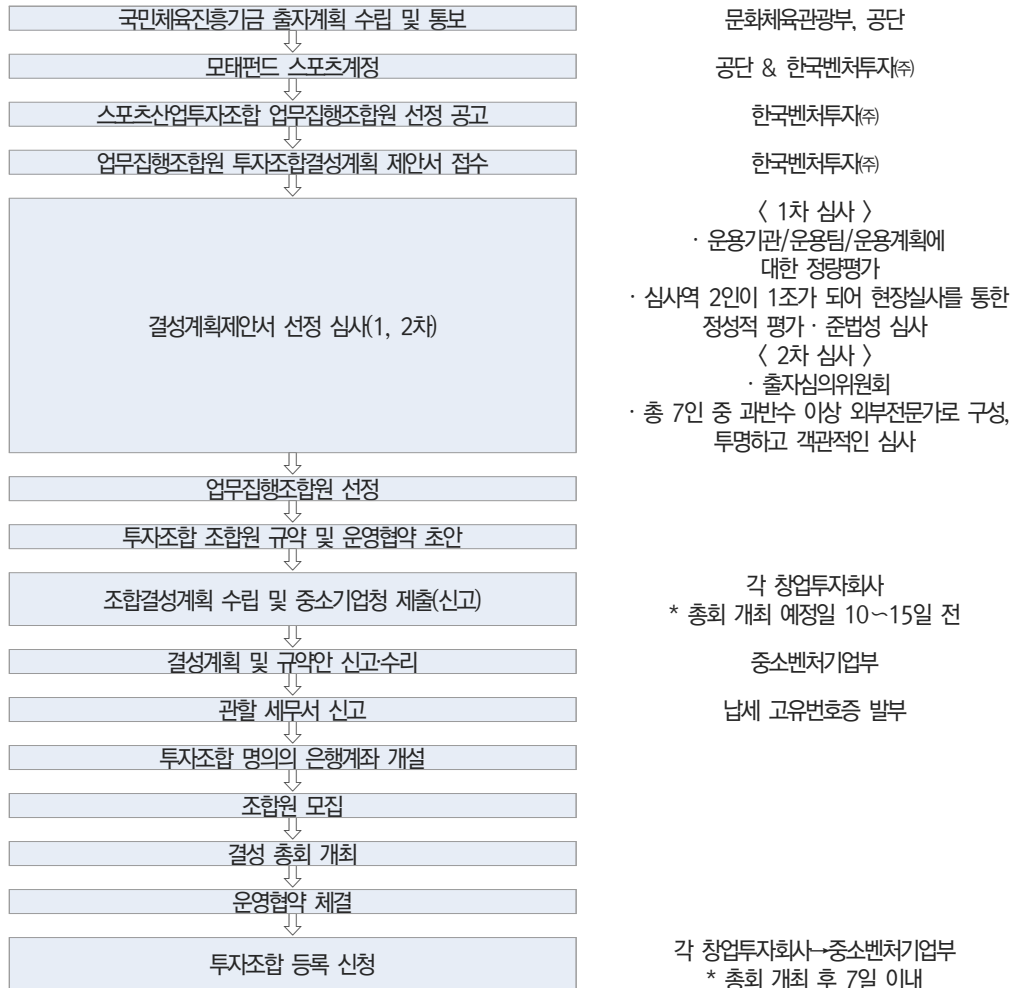
〈표 4-24〉 '20년 모태펀드 출자사업 공통 출자 주요조건

항 목	내 용
업무집행조합원 의무출자비율	• 조합 약정총액의 1% 이상
한국모태펀드 우선손실충당	• 모태펀드는 조합의 운용결과 손실 발생 시 우선손실충당을 요구하지 않으며, 우선손실충당을 하지 않음
자조합의 투자의무	• 조합 결성액의 일정 비율* 이상을 주목적 투자 대상에 투자 * '일정 비율'이라 함은 해당 조합에 부여된 최소 투자의무비율(60%)
증액방식조합 (Multiple Closing) 출자 조건	• 한국모태펀드 출자금 운용계획 공고에 따라 최초 조합결성일로부터 6개월 이내에 신규 선정 절차와 동일하게 진행
출자금 납입방식	• 일시납, 분할납(draw-down), 수시납(capital call) 중 선택 가능
조합 존속기간	• 존속기간 5년 이상 8년 이내, 투자기간 2년 이상 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 원 이하: 2.5% 이내 300억 원 초과 600억 이하: 2.3%이내 600억 원 초과 시: 2.1% 이내
기준수익률	• 2% 이상
성과보수	• 펀드 결성일로부터 3년 내 일정비율의 주목적 투자의무를 달성하는 경우 • 투자금 누계액 1억원 당 2명(1년 이상 고용된 내국인에 한함)이상 고용창출 한 경우
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, 관련 기관에 신고 후 조합원을 모집해야 한다. 조합원 모집 후 한국벤처투자(주)와 모태펀드 운용협약을 체결, 총회 개최 후 7일 이내 중소벤처기업부에 투자조합 등록을 신청해야 한다.



〈그림 4-5〉 투자조합 결성 절차



〈표 4-25〉 '17~'20년 스포츠계정 모태조합 운용 중 조합 현황

(단위: 개, 억 원)

연도	조합 수	총 결성액	정부출자
2017	2	290	170
2018	1	170	100
2019	(결성실패)	-	-
2020 (2019 출자분)	2	151	100
2020	1	143	100
합계	6	754	470

2020년 모태조합 운용 스포츠계정은 총 1개, 총 결성액 143억 원(정부출자 100억 원+민간출자 43억 원)을 조성하였다. 2015년부터 2020년까지 5년 간 총 결성액은 1,309억 원이며 이 중 정부출자액은 770억 원이다. 2019년에는 펀드결성이 이루어지지 않은 관계로 2020년에는 2019년에 해당하는 금액과 동시에 결성하였다.

〈표 4-26〉 조합원 연도별 출자내역

(‘20년 말 기준, 단위: 억 원)

조합원	출자금 약정 내역															
	'06	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20	계
한국벤처투자(주)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
중소기업진흥공단	1,100	900	800	2,850	1,000	320	700	800	1,000	2,020	1,000	8,300	4,500	3,033	9,400	39,290
문화체육관광부	500	1,000	-	1,200	-	120	-	-	200	670	460	680	710	1,230	1,430	7,731
특허청	550	550	-	330	-	-	-	-	-	170	-	-	200	100	200	2,100
영화진흥위원회	-	-	-	-	110	460	450	400	100	100	100	180	100	80	240	2,320
과학기술정보통신부	-	-	-	-	100	-	-	-	500	500	370	200	150	150	245	2,215
고용노동부	-	-	-	-	-	25	25	25	25	-	-	-	75	-	-	175
보건복지부	-	-	-	-	-	-	-	200	300	300	-	-	-	-	-	800
국민체육진흥공단	-	-	-	-	-	-	-	-	-	200	200	70	100	100	100	770
환경부	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	200	130	280	200	810
교육부	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120	150	106	150	570
국토교통부														200	500	700
해양수산부														200	200	400
중소기업벤처부															600	600
합계	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	13,265	58,482



〈표 4-27〉 '20년 모태펀드 자펀드 누적 결성액 및 투자실적

('20년 말 기준, 단위: 개, 억 원)

구분		중진	엔젤	문화	특허	영화	과기 정통	보건	지방	관광	스포츠
자펀드 결성	조합수	415	29	105	56	14	24	5	26	8	9
	결성액	169,219	3,868	22,551	15,852	2,577	4,687	4,650	3,168	1,631	1,309
	출자 약정액	40,736	3,158	10,845	4,822	1,505	2,035	980	1,677	980	770
자펀드 투자 실적	금액	129,965	1,761	24,594	12,325	3,164	3,847	3,692	1,752	879	847
구분		환경	청년	교육	혁신 모험	해양	공동	도시 재생	소재 부품	국토	합계
자펀드 결성	조합수	6	63	24	80	3	8	1	4	1	881
	결성액	1,426	13,587	850	33,951	450	2,750	250	15,219	170	284,475
	출자 약정액	810	7,620	570	11,516	300	1,530	200	600	100	90,753
자펀드 투자 실적	금액	664	11,436	-	16,585	105	46	45	407	46	214,033

(3) 모태펀드 추진실적 및 성과

2020년 정부의 모태펀드 스포츠계정 결성액은 총 143억 원이며 이 중 정부 출자액은 100억 원, 민간 출자액은 43억 원이다. 2020년 결성액의 투자액은 40억 원이며 투자율은 27.98%로 집계되었다. 2015년부터 2020년까지 스포츠계정에 조성된 총 금액의 투자액은 846억 원으로 투자율은 48.6%로 나타났다.

〈표 4-28〉 모태펀드 스포츠계정 출자 및 결성현황

(단위: 백만 원)

구분	조합명	결성액 (정부출자/민간출자)	투자액 (주목적투자)	투자율 (주목적투자)
'15년 출자	유티씨 스포츠1호 펀드 (‘15.7.14)	21,500 (10,000/11,500)	16,758 (12,919)	77.9% (77.1%)
	보광 22호 펀드 (‘15.6.18)	17,000 (10,000/7,000)	16,444 (10,200)	96.7% (62%)
	소계	38,500 (20,000/18,500)	33,202 (23,119)	86.2% (69.6%)
'16년 출자	유티씨 스포츠2호 펀드 (‘16.9.30)	17,000 (10,000/7,000)	14,999 (12,373)	68.2% (77.4%)
'17년 출자	보광 25호 펀드 (‘17.9.29)	12,000 (7,000/5,000)	6,009 (4,885)	29.2% (85.7%)
	센트럴스포츠 펀드 (‘17.12.19)	17,000 (10,000/7,000)	17,754 (13,549)	27.7% (72.2%)
	소계	29,000 (17,000/12,000)	23,763 (17,258)	28.3% (78.0%)
'18년 출자	ISU-AJ 스포츠투자펀드 (‘18.11.7)	17,000 (10,000/7,000)	4,399 (2,499)	14.7% (100%)
'19년 출자	MK 스포츠산업육성펀드 (결성실패)	-	-	-
'19년 출자분	2020뉴스포츠7로쓰사모 투자합자회사	10,000 (7,000/3,000)	3,300 (2,300)	33.0% (23.0%)
'19년 출자분	에이티유스포츠테크1호 사무투자합자회사	5,100 (3,000/2,100)	1,022 (1,022)	20.0% (20.0%)
'20년 출자	인피니툼스포츠1호펀드	14,300 (10,000/4,300)	4,001 (4,001)	27.98% (27.98%)
합계		130,900 (77,000/53,900)	84,653 (63,748)	64.6% (48.6%)

4) 중소 스포츠기업 지원 사업

(1) 중소 스포츠기업 지원 사업의 개념 및 필요성

2020년 기준 국내 스포츠산업은 종사자 4인 이하의 소규모 사업체가 전체 사업체 중 87.1%, 5~9인 사업체가 8.9%, 10~19인 미만 사업체가 2.5%를 차지하고 있다. 특히, 20~49인 이상 사업체는 단 1.2%에 불과해 스포츠산업체 대부분이 소규모 형태인 것으로 조사되었다. 조직형태별 사업체 수는 개인사업체가 89.7%를 차지하고 있고 회사법인의 비중은 8.4%로 나타났다. 이와 같이 국내 스포츠산업 구조가 영세한 산업체 중심인 관계로 내수시장 경쟁력 강화를 위한 산업체의 조직 경영 및 마케팅 관리가 부족한 실정이다. 2020년 기준 스포츠산업조사 결과 보고서에 따르면 국내 스포츠산업체의 매출증대 방안으로 홍보 및 마케팅 강화 51.4%, 내수시장 확대가 24.3%로 나타나 홍보마케팅 강화를 통한 시장 확대가 전체응답의 75.7%를 차지하고 있어 영세한 국내 스포츠산업체들에 대한 제품생산 이외에 조직 관리 및 마케팅 지원 필요성이 대두되고 있다.

〈표 4-29〉 '20년 스포츠산업 조직형태별 사업체 수

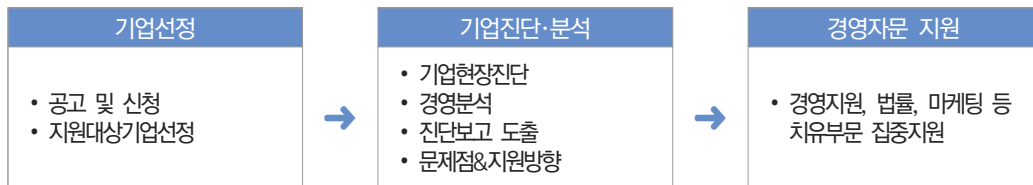
(단위: 개, %)

구 분	사업체 수	비중
개인사업체	87,588	89.7
회사법인	8,242	8.4
회사이외 법인	1,035	1.1
비법인단체	803	0.8
합 계	97,668	100.0

※ 출처: 문화체육관광부(2021). 2020년 기준 스포츠산업조사 결과 보고서

이에, 정부는 2020년 국내 스포츠 용품제조 및 서비스 중소기업을 대상으로 경영진단 컨설팅을 통해 경영체질을 개선하고 내수시장 경쟁력 강화를 목적으로 중소 스포츠기업 지원 사업을 추진하였다. 중소 스포츠기업 지원 사업은 총 3단계의 절차에 따라 추진하였다. 첫 번째 단계는 경영체질 개선이 필요한 산업체를 선정이며 두 번째 단계에서는 선정 기업의 경영 및 마케팅 역량 분석한 다음 마지막 단계에서 실제 경영 전문 컨설팅 업체 간 매칭을 통해 선정된 중소 스포츠기업의 비즈니스 모델 개발 등을 지원하였다.

〈그림 4-6〉 중소 스포츠기업 지원 사업 추진 절차



(2) 중소 스포츠기업 지원 사업의 추진과정

정부는 2015년 3월 중소 스포츠기업 지원 사업 추진을 위해 기본 추진계획을 수립하였다. 기본계획을 통해 정부는 사업 지원 대상 및 영역을 분류하였다. 지원대상은 중소 스포츠기업 중 스포츠 용품업과 스포츠 서비스업으로 한정하였으며, 지원영역은 영업마케팅, 제품경쟁력, 원가생산성, 경영지원, IPO로 구성하였다. 지원대상을 스포츠 용품업과 스포츠 서비스업으로 한정한 이유는 국내 스포츠용품 시장을 나이키, 아디다스와 같은 글로벌 스포츠기업이 주도함에 따라 국내 스포츠기업의 무역수지 적자규모가 지속적으로 확대되고 있으며, 새로운 제품개발보다는 글로벌 기업 제품을 모방·답습함에 따라 시장 주도권 확보기회를 상실하고 있는 국내 현실을 반영하였기 때문이다. 또한, 국내 스포츠 서비스업체들은 대부분 영세하기 때문에 자체 추동력 생성능력이 미흡하다고 판단했기 때문이다.

〈표 4-30〉 스포츠 용품업 무역수지 현황(품목코드 9506)

(단위: 천 달러)

구 분	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
수출(A)	116,759	103,609	107,175	135,055	127,180	134,053	132,242
수입(B)	655,739	637,846	656,368	732,497	836,654	867,583	966,944
무역수지(A-B)	△538,980	△534,237	△549,193	△597,442	△709,474	△733,530	△834,702

※ 출처: 관세청(2021).

중소 스포츠기업을 전담할 컨설팅업체는 총 28개사를 선정하였다. 선정된 28개사에는 기업 당 최대 4천만원(IPO 지원은 5천만 원)을 지원하였다. 사업지원 기간은 6개월 이내이며, 기업의 특성에 따라 지원 기간을 연장하였다.

〈표 4-31〉 '20년 중소 스포츠기업 지원 사업 지원 분야

선정기업 수	지원분야	지원금	지원 비율	수행기간
26개	경영컨설팅, 국내마케팅, 해외컨설팅, 해외마케팅	최대 4천만원	총 사업비의 80%	6개월 이내
	IPO 지원	최대 5천만원		
	클라우드 펀딩 기업평가 지원	최대 1천만원		
	해외전시 참가	최대 3천만원		

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

(3) 중소 스포츠기업 지원 사업 추진실적 및 성과

2020년 정부는 지원대상으로 선정된 중소 스포츠기업 26개사에 대한 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 지식재산권 관련 컨설팅이었다. 이후 사업계획의 적정성 및 유효성, 선정기업별 성과지표, 수혜기업 고객만족도 등 사업 관련 지표를 수립, 2020년 중소 스포츠기업 지원 사업의 성과를 평가, 분석하였다.



2020년 중소 스포츠기업 지원 사업 공모결과 스포츠용품 및 스포츠 서비스업을 영위하는 64개사가 지원하였고 심사 평가를 거쳐 최종적으로 26개사가 선정되었다. 26개사의 과업을 진행할 수행사는 총 28개사가 선정되었다.

〈표 4-32〉 중소 스포츠기업 지원 사업체 선정실적

(단위: 개)

구분	신청기업 수			선정기업 수		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
지원 산업체	39	49	64	24	31	26
컨설팅 업체	24	-	49	24	31	28

※ 2019년에는 컨설팅 업체를 별도로 모집하지 않음

〈표 4-33〉 '20년 중소 스포츠기업 지원 사업 최종 선정기업

연번	기업명	연번	기업명	연번	기업명	연번	기업명
1	엑스바디	8	오피	15	골프코리아	22	아화골프
2	사람사랑	9	클라임코리아	16	디알지코리아	23	건강한형제들
3	파이비스	10	덕운	17	잘름	24	그린나래
4	솔티드	11	리디자인	18	제미타	25	아이엔에스
5	휠라인	12	서브원	19	안지오바이크	26	슬릭코퍼레이션
6	지파션코리아	13	비인더스트리	20	플러버		
7	에스빌드	14	아날로그플러스	21	제트웨이크		

2020년 지원 사업 시행에 따른 예상 경제 효과(향후 3년)는 약 551억 원으로 예측되었다. 연도별로는 2021년 약 123억 원, 2022년 약 178억 원, 2023년 약 249억 원이다.

〈표 4-34〉 중소 스포츠기업 지원 실적 경제적 효과

(단위: 백만 원)

연도	구분	2019	2020	2021	2022	2023	합계
2018	예상	4,963	9,071	14,915			28,940
	실적	6,621	6,820	14,915			28,356
2019	예상		8,812	16,740	22,882		48,434
	실적		10,930	16,740	22,882		50,552
2020	예상			12,330	17,880	24,900	55,110
	실적			12,330	17,880	24,900	55,110

※ 지원 이후 미 도래한 연도는 예상치와 실적치를 동일하게 기재함

2020년 지원 사업에 대한 수행사의 컨설팅 품질평가는 85.3점으로 집계되어 2019년 대비 0.1점 하락하였으며 중고 스포츠기업 지원 사업에 대한 전반적인 만족도는 92.7점으로 2019년보다 2.2점 하락하였다. 2020년에는 KPI 달성을 평가를 별도로 실시하지 않았다.

〈표 4-35〉 중소 스포츠기업 지원 사업 종합 성과

구 분	2019	2020
KPI(단기성과) 달성율	96.6%	-
컨설팅 품질평가	85.4점	85.3점
중소 스포츠기업 지원 사업 수혜기업 만족도	94.9점	92.7점

※ 2020년에는 KPI 달성율 측정을 위한 별도평가를 실시하지 않았음

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, 스포츠 분야는 상대적으로 임금 수준이 낮고 근속연수가 짧으며, 수도권 편중현상이 심한 분야이다. 스포츠산업 분야의 낮은 고용안정성은 스포츠산업체의 심각한 인력난과 직결될 수 있다. 스포츠산업은 제조업, 시설업 및 서비스업이 모두 존재하는 복합 산업이기에 타 산업보다 전문 인력의 수요가 높기 때문이다. 2009년부터 2020년까지 수행한 연도별 스포츠산업조사 결과에 따르면 스포츠산업체의 발전 장애요인으로 전문 인력부족 요인이 지속적으로 나타나고 있다.

특히, 2020년 기준 국내 스포츠산업은 9인 이하의 사업체가 95.6%를 차지하고 있는 영세한 산업구조이기에 인력난은 타 분야에 비해 더욱 심할 것으로 예상할 수 있다. 이를 종합하면 국내 스포츠산업은 청년층 고학력자의 비중이 상대적으로 높으나 구직자들은 프로스포츠 구단이나 대형 스포츠협·단체 등에 취업을 희망하며 스포츠산업 분야의 일반적인 임금 수준과 근로 조건이 상대적으로 타 산업에 비해 좋지 않아 이직률이 높고 이로 인해 스포츠산업체는 전문 인력난을 겪고 있는 것으로 볼 수 있다.

〈표 4-36〉 스포츠산업 전문 인력에 대한 필요성

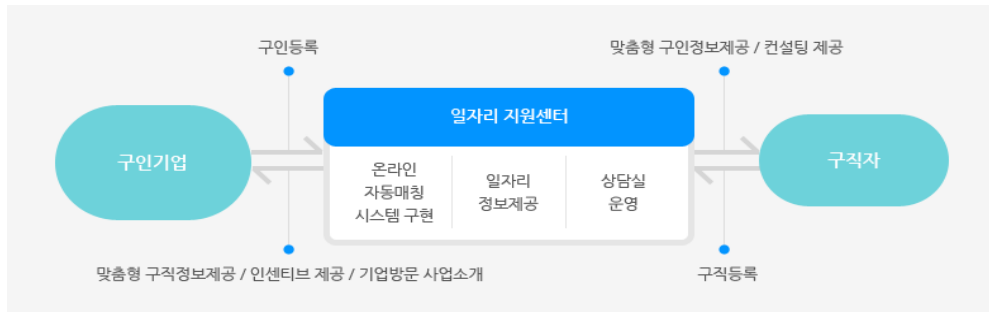
(단위: %, 전체 100% 기준)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
전문인력부족(신분류)	11.8	7.0	9.2	7.9	7.5	14.5	12.9	10.3	11.4

※ 출처: 문화체육관광부(2021). 2020년 기준 스포츠산업조사 결과 보고서



〈그림 4-7〉 일자리 지원센터 운영체계



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

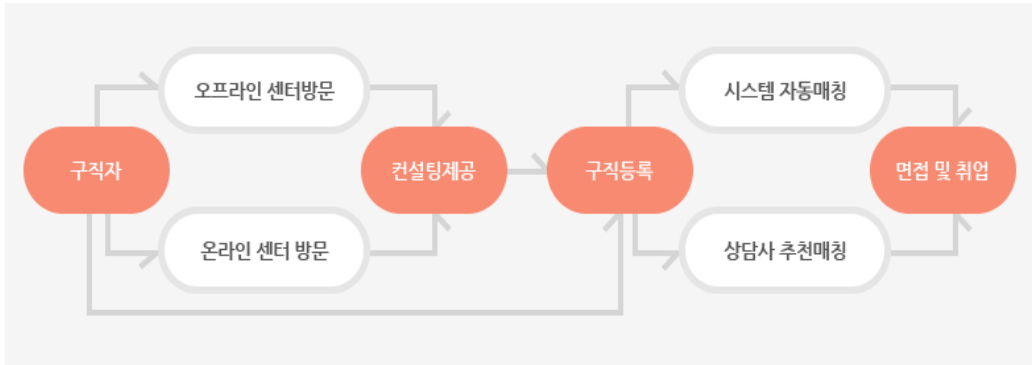
② 스포츠산업 일자리 지원센터 추진과정

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

〈그림 4-8〉 온라인 자동매칭 일자리 시스템 운영체계

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 <ul style="list-style-type: none"> - 업종, 직종, 직무, 직급, 지역, 급여 등 • 구직정보 <ul style="list-style-type: none"> - 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 면접제의하기 	<ul style="list-style-type: none"> • 기업의 최종 채용결과 전산 입력

〈그림 4-9〉 온·오프라인 일자리 지원센터 운영도



또한, 2014년 10월 스포츠산업 일자리 지원 사업의 오프라인 역량을 강화하기 위해 스포츠산업분야 일자리 상담실을 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원 내 별관에 설치하였으며(2019년 1월 국민체육진흥공단 본부로 이전), 2015년부터는 일자리 정보시스템(<https://spobiz.kspo.or.kr/job>)을 구축, 운영하고 있으며 일자리 상담실에 총 4명의 전문직업상담사를 배치하였다. 일자리 상담사는 취업알선 및 상담, 매칭률이 떨어지는 인재의 장점을 분석하여 고용 중개(특허소지자, 올림픽 메달리스트 등 자격증, 경험, 기술 보유자 등), 일자리 발굴(기업방문 및 우편발송을 통한 구인기업 발굴) 등의 업무를 수행하고 있다. 아울러 2015년부터 스포츠산업체 일자리 관련 문제점 파악 및 개선 요구사항을 조사하기 위해 산업체를 방문, 수요조사를 실시하고 있다. 2020년에도 스포츠산업 집매칭을 통한 우수인재 채용으로 기업 경쟁력을 확보하여, 구직자와 구인기업의 직접 의사소통을 위한 플랫폼 기능을 수행하고 스포츠 분야 특화 잡 프로파일링을 구축한 뒤, 전문상담인력을 활용한 맞춤형 취업중개활동을 지원하였다.

③ 스포츠산업 일자리 지원센터 추진실적 및 성과

2020년 스포츠산업 일자리 지원센터 운영사업을 통해 총 9,949건의 일자리를 매칭하였으며, 601명의 채용을 성사하였다. 2019년 대비 일자리 매칭은 16.6%, 채용성사는 22.5% 감소하였다.

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

(단위: 명, 건)

구분	방문자(명)	회원(명, 개)			일자리매칭(건)	채용성사(명)
		개인	기업	합계		
2016	192,288	5,502	636	6,138	10,511	665
2017	239,851	836	181	1,328	10,930	709
2018	258,063	3,839	281	4,120	11,308	745
2019	166,726	1,598	464	2,062	11,930	775
2020	210,305	2,958	1,431	4,389	9,949	601
합계	1,067,233	14,733	2,993	18,037	54,628	3,495

〈표 4-38〉 '20년 스포츠산업 일자리지원센터 홍보실적

구분	운영목적	운영성과
일자리 멘토링 ·컨설팅· 취업 상담 지원	스포츠산업 분야 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 : 417명) ○ 찾아가는 멘토링 및 상담 <ul style="list-style-type: none"> - 전국체육대학 체육전공자(9월~11월) - 6개 대학 374명 참여 ○ 스포츠분야 테마 취업강좌 <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠 공공분야 구직희망자(408명 참여/ 6회 실시)

(2) 창업 활성화 지원 영역 사업

① 스포츠산업 창업지원센터 운영사업의 개념 및 필요성

통계청 고용동향조사 결과 2020년 12월 기준 고용률은 65.9%로 전년대비 0.9%p 감소하였고, 실업률은 4.0%로 전년대비 0.2%p 증가하였으며, 청년실업률은 9.0%로 전년대비 0.1%p 증가하였다. 이에, 정부는 고용률 증가 및 청년실업을 완화를 위해 국내 산업 전반에 걸쳐 창업 활성화 지원을 추진하고 있다. 스포츠 분야에서는 스포츠융합기업의 창업 및 공공스포츠서비스 수요에 대응할 공익지향 스포츠기업을 육성을 지향하고 있으며 이를 위해 국내 거점형 스포츠산업 창업지원센터 운영사업을 추진하고 있다.

〈표 4-39〉 통계청 고용동향조사 결과

(단위: %, %p)

구분	2018. 12	2019. 12	2020. 12	전년대비
고용률	66.6	66.8	65.9	▽0.9
실업률	3.8	3.8	4.0	-
청년실업률	9.5	8.9	9.0	△0.1

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 포함하였다. 문화체육관광부는 스포츠 분야의 영세성이 청년실업률을 더욱 높일 수 있다는 판단 하에 타 부처보다 먼저 일자리 창출 정책을 추진하였다. 문화체육관광부의 일자리 창출정책은 일자리 지원센터 운영사업과 창업지원센터 운영사업이며, 창업 활성화 지원이 청년 실업률을 완화할 것으로 기대하여 집중적인 지원을 전개하고 있다.

〈표 4-40〉 중앙창업거점센터와 지역창업거점센터의 사업내용

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

스포츠산업 창업지원센터 운영사업은 스포츠산업 관련 창업을 준비하고 있는 예비창업자를 지원하는 사업으로 중앙창업 거점센터와 지역창업 거점센터를 운영하고 있다. 중앙거점센터는 국민체육진흥공단이 지정하여 운영하고 있으며, 지역창업 거점센터는 2017년 2개소에서 2020년 7개소로 확대하여 운영하고 있다.



② 스포츠산업 창업지원센터 운영사업 추진과정

스포츠산업 창업지원센터는 문화체육관광부와 국민체육진흥공단이 주관하는 지원사업으로 2020년에는 고려대, 국민대, 대구테크노파크, 부산디자인진흥원, 서원대, 인천대, 한국탄소융합기술원 총 7개소를 선정하였다. 각 지역거점센터에서는 선정된 예비창업자를 대상으로 창업교육과 창업보육 프로그램을 운영하고 있다.

〈표 4-41〉 '20년 스포츠산업 창업지원센터 지정 현황

구분	내용	비고
지역센터	고려대, 국민대, 대구테크노파크, 부산디자인진흥원, 서원대, 인천대, 한국탄소융합기술원	7개소
	보육지원, 교육지원	

2020년 스포츠관련 창업교육 및 보육사업 지원 절차는 다음과 같다.

〈그림 4-10〉 스포츠 창업교육 및 보육사업 지원 절차



2020년 스포츠산업 창업지원센터 운영사업에서는 스포츠 창업 저변확대 및 사업 운영기관 간 정보교류를 통한 협력 네트워크 구축 등 사업 내실화를 도모하기 위해 창업 올림피아드, 창업 데모데이, 통합 워크숍, 창업 보육 관련 실태조사를 실시하였다.

〈표 4-42〉 '20년 스포츠산업 창업활성화 사업 운영현황

구분	내용	일자	참여자수
창업올림피아드	6팀 시상(최우수상 1팀, 우수상 2팀, 장려상 3팀) 최우수상, 우수상 총 3팀은 희망 스포츠산업 창업지원센터에서 보육지원 (팀당 30백만원, 지원금 10% 본인부담)	2020.6.29.~8.18	20개팀 (143팀 접수)
창업 데모 데이	국내 VC·엔젤투자자·엑셀러레이터 대상 피칭 및 투자 연계, 참여자 네트워킹 11개팀 선정(온라인 개최)	2020.10.21	총 11개팀 124명
	코로나19로 인해 미시행		
통합 워크숍	스포츠산업 발전방향 및 트렌드 공유, 토크 콘서트 개최, 창업지원센터/엑셀러레이터/보육기업 간 상호이해 및 정보교류(온라인 개최)	2020.11.10	99명
창업 보육 수료 기업 실태조사	보육 수료팀의 사업운영 실태 및 애로사항 점검	2020.7.16.~10.15	50개팀

③ 스포츠산업 창업지원센터 운영사업 추진실적 및 성과

2020년에 선정된 스포츠산업 창업지원센터 7개소의 운영 실적을 살펴보면, 보육 기업 수는 총 76개팀이며 보육활동을 통해 총 145개에 이르는 지식재산권을 획득하였고 일자리 창출인원은 312명으로 나타났다.

〈표 4-43〉 '17~'19년 스포츠산업 창업지원센터 운영 실적

(단위: 명, 팀)

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
합계	281	278	305	15	58	66

〈표 4-44〉 '20년 스포츠산업 창업지원센터 운영 실적

(단위: 개, 건, 명)

선정기관	보육 기업	지식재산권	일자리 창출
고려대	13	32	42
국민대	12	25	35
대구테크노파크	11	17	15
부산디자인진흥원	10	27	36
서원대	7	7	17
인천대	13	37	129
한국탄소융합기술원	10	-	38
합계	76	145	312

(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. 성공한 벤처기업인이 축적된 경험과 노하우, 자금, 네트워크를 활용하여 후배 스타트업의 성장을 지원하는 방안으로 출발하였다. 액셀러레이터는 벤처기업인 등의 주도로 설립되며, 유망 스타트업을 선발하여 멘토의 경험, 노하우 및 비즈니스 네트워크를 동원하여 초기투자 및 집중 멘토링을 통해 기업을 육성하고 향후 기업의 가치상승에

따라 수익을 창출하는 창업지원 전문기관이다. 액셀러레이터 주요기능은 초기 창업자를 발굴, 투자뿐만 아니라 6개월 내외의 기간 동안 투자자와 고객지향성을 갖춘 성공제품을 창출할 수 있도록 '실전 창업교육과 전문 멘토링'을 지원한다.

② 스포츠산업 액셀러레이터 운영사업 추진과정

〈표 4-45〉 '20년 스포츠산업 액셀러레이터 운영사업의 추진과정

구 분	주요내용	
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> 스포츠산업분야 유망 스타트업 발굴 및 투자연계형 전문보육지원으로 사업모델 혁신 및 경영안정화 도모 	
사업기간	<ul style="list-style-type: none"> 지원기간 : 2020. 4 ~ 2020. 12. 	
대상	<ul style="list-style-type: none"> 5년 미만 창업기업 	
규모	<ul style="list-style-type: none"> 총 34개사 * 평가결과에 따라 액셀러레이터별 차등 지원 	
추진절차	<ul style="list-style-type: none"> 세부운영일정 <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">스포츠 스타트업 기업 모집공고 (4월)</div> <div style="font-size: 2em;">➡</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">신청접수/ 선발 (5월)</div> <div style="font-size: 2em;">➡</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">액셀러레이팅 (6~12월 중 6개월)</div> <div style="font-size: 2em;">➡</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">결과보고 (12월)</div> </div>	
프로그램 운영	프로그램	세부사업의 추진 내용
	초기투자	보조금의 최소 20% 이상 직접 씨드투자(자원 : 기관 조합펀드 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
인력 및 조직	사후관리	후속투자 유치, 상호협력 등 후속지원
	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 7개 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 34개사를 보육한 성과로 115명의 일자리가 창출되었으며, 2020년 스포츠산업 액셀러레이터 운영사업의 매출액은 22,124백만 원으로 보육 전 대비 78.0% 증가하였다.

〈표 4-46〉 '20년 액셀러레이터 실적 및 현황

액셀러레이터	소재지	스타트업 수	비고
상상이비즈	수도권	9개사	중소벤처기업부 등록 액셀러레이터로 선발
와이앤아처(주)		9개사	
컴퍼니비(주)		8개사	
씨엔티테크		8개사	

〈표 4-47〉 '20년 스포츠산업 액셀러레이터 보육성과

구 분	일자리 창출(명)	매출액(백만원)			자금유치 (백만원)	지재권 (건)
		보육 전	보육 후	증가율(%)		
총 34개사	115	12,424	22,124	78.0%	1,704	87

6) 스포츠산업 선도기업 육성 사업

(1) 스포츠산업 선도기업 육성 사업의 개념 및 필요성

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

이에 정부는 2020년 글로벌 시장 진출 의지를 보유하고 성장 잠재력이 높은 스포츠기업 대상으로 단계별 맞춤형 집중 지원을 통해 글로벌 스포츠기업으로 도약시키고자 스포츠산업 선도기업 육성 사업을 기획, 추진하였다. 이를 통해 국내 스포츠산업의 성장동력을 지속적으로 확충하고 글로벌 스포츠시장에서 지속적인 시장 확대와 이윤 창출을 추구할 수 있는 스포츠 대표 브랜드 기업으로 성장하도록 지원하였다.



(2) 스포츠산업 선도기업 육성 사업의 추진과정

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

〈표 4-48〉 '20년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 일정 및 추진절차(계속 지원)

구 분	일정	추진내용
최종 운영위원회 개최	2월	<ul style="list-style-type: none"> 1차, 2차 년도 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	~'21년 2월	<ul style="list-style-type: none"> 지원기업이 필요로 하는 분야에 대하여 통합 지원 중간평가, 현장점검, 최종평가 등 사업관리
사후관리	'21년 3월	<ul style="list-style-type: none"> 완료보고, 성과평가, 연차평가, 만족도 조사 등

〈표 4-49〉 '20년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 일정 및 추진절차(신규 선정)

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	~'21년 2월	<ul style="list-style-type: none"> 지원기업이 필요로 하는 분야에 대하여 통합 지원 중간평가, 현장점검, 최종평가 등 사업관리
사후관리	'21년 3월	<ul style="list-style-type: none"> 완료보고, 성과평가, 연차평가, 만족도 조사 등

〈표 4-50〉 '20년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 운영 및 추진과정

구 분	주요내용			
지원대상	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 스포츠용품 제조업, 스포츠 서비스업, 스포츠 시설업을 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 <ul style="list-style-type: none"> - 계속지원 : 1기 기업 10개사(2018), 2기 기업 7개사(2019) - 신규지원 : 3기 기업 12개사(2020) • 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 초과하지 못함 * 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 육성 사업 추진절차



(3) 스포츠산업 선도기업 육성 사업 추진실적 및 성과

① 선도기업 1기

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

〈표 4-51〉 '18년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 1기)

연번	기업명	업종	연번	기업명	업종
1	개선스포츠	용품제조업	6	원앤원	용품제조업
2	나옴케어	용품제조업	7	브이씨	용품제조업
3	디렉스	용품제조업	8	코베아	용품제조업
4	원창머티리얼	용품제조업	9	학산	용품제조업
5	위피크	용품제조업	10	홍진 에이치제이씨	용품제조업

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

② 선도기업 2기

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

〈표 4-52〉 '19년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 2기)

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

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

③ 선도기업 3기

2019년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 공모결과 총 33개 기업(용품제조업 16개, 시설업 8개, 서비스업 9개)이 신청하였으며, 선정심의위원회 평가 결과 최종 12개 기업을 선정하였다. 기업별 수행과제는 자율매칭과 입찰매칭 방식으로 이루어졌으며 수행기관 선정 후 지원기업과 PMO(프로젝트 관리조직) 간 3자 계약을 통해 수행과제를 실행하였다.

〈표 4-53〉 '20년 스포츠산업 선도기업 육성 사업 최종 선정기업(선도기업 3기)

연번	기업명	업종	연번	기업명	업종
1	뉴텍웰니스	용품제조업	8	싸카	용품제조업
2	메이저스포츠산업	시설업	9	아이폴	서비스업
3	사이넷	서비스업	10	알디텍	서비스업
4	성광유통	용품제조업	11	에어패스	서비스업
5	스포테크	시설업	12	찬스월드	용품제조업
6	신티에스	용품제조업	13	파워폴엑스	용품제조업
7	스타일러스	용품제조업			



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

3 스포츠산업 신시장 개척지원

1) 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원 사업

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

2020년 기준 국내 스포츠산업은 내수중심의 시장구조로 내수는 수출의 약 85배에 달한다. 2010년 수출 1조 8,550억 원 이후 점차 스포츠산업 수출 비중이 감소하였으나 2017년부터 반등하였다. 2020년 전체 매출액 52조 9,480억 원 중 내수는 52조 3030억 원, 수출은 6,150억 원으로 각각 나타났다. 내수 중심적 산업구조는 국내 스포츠산업 간 내수시장 내 경쟁심화 및 수입의존도 증대로 이어져 장기적으로는 국내 스포츠산업체의 글로벌 경쟁력 저하와 직결될 수 있다.

〈표 4-54〉 스포츠산업 전체 요약

년도	업체 수(개)	종사자(천명)	매출액 (십억 원)	내수 (십억 원)	수출 (십억 원)	영업이익 (십억 원)
2020	97,668	376	52,918	52,303	615	2,012
2019	105,445	449	80,684	78,868	1,816	6,949
2018	103,145	435	78,067	76,466	1,601	6,582
2017	101,207	423	74,696	73,350	1,346	6,131

※ 출처: 문화체육관광부(2021). 2020년 기준 스포츠산업조사 결과 보고서

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

〈표 4-55〉 대외경쟁력 강화부문 스포츠산업체 수요조사

(단위: %)

구분	전문 인력 양성	국산제품 품질제고	자체 브랜드 개발	홍보 강화	대형화 전문화	정책부처 지원	산학연 협력강화	기타
2020	15.2	12.4	8.8	28.0	17.3	15.3	2.6	0.4
2019	12.5	15.0	8.1	27.8	17.0	17.1	2.0	0.4
2018	15.0	10.1	8.2	35.3	8.9	20.1	1.6	0.7
2017	14.3	12.2	8.4	36.7	8.9	15.0	0.7	3.7

※ 출처: 문화체육관광부(2021). 2020년 기준 스포츠산업조사 결과 보고서

이에 정부는 국내 스포츠산업체의 해외수출 경쟁력 강화를 목적으로 스포츠산업체의 글로벌화를 지원하고 있다. 2020년 스포츠산업 글로벌화 지원을 위해 SPOEX 2020 개최지원 사업, SPOEX FALL 수출상담회 개최, 중소 스포츠기업 지원사업을 추진하였다. 수출 경쟁력 강화를 위한 지원사업의 유형별 세분화를 통해 지원 사업간 연계성 강화를 도모하여 시너지 효과를 창출하고 해외시장 동향 분석 및 현장 의견 반영을 통해 지속적인 지원사업 개선을 추진하고 있다.

(2) 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원사업의 추진과정

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



〈표 4-56〉 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원사업 추진과정

구 분	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 스포츠산업 활성화 기여					
사업기간	• 2020. 1. ~ 2020. 12.					
특 징	<div><div><div>참가기업설명회 (워크숍) -사업진행전-</div><div>➡</div><div>현장간담회 및 해외진출 관련 전문가 교육지원 -사업수행중-</div><div>➡</div><div>성과·만족도조사 (대면), 통합성과 간담회 - 사업종료후-</div></div><ul style="list-style-type: none">• 수요자 중심 의견수렴절차</div>					
사업예산	• 1,400백만 원					
세부사업 내용	사업명	예산 (백만원)	세부사업의 추진 내용			
	SPOEX 2020	-	○ 코로나19로 인해 취소			
	SPOEX FALL 수출 상담회	355	○ SPOEX FALL 수출상담회 개최(온라인 화상 진행) - 일시 / 장소 : 2020. 8. 17~18 / 코엑스 D홀 - 국내기업 125개사, 해외바이어 14개국 77개사 수출상담회 진행 - 상담실적 226건, 계약예상실적 \$430만			
	중소 스포츠 기업 지원 사업	1,045	○ 중소 스포츠기업 지원 사업 중 해외 진출 지원 사업 - 지원분야(3개) : 해외컨설팅, 해외마케팅, 해외전시 참가 - 지원기업 : 22개 기업 - 지원내용			
			지원 분야	지원금	지원 비율	수행기간
			해외컨설팅 해외마케팅	최대 4천만원	총 사업비의 80%	최대 6개월
해외전시 참가			최대 3천만원			

(3) 스포츠산업 유망강세 품목 해외시장 진출 지원사업의 성과

① 서울국제스포츠레저산업전(SPOEX)

2001년 5월 올림픽공원 한얼광장에서 국내·외 28개국 139개 스포츠 용품업체가 참가한 제1회 서울 국제올림픽(스포츠산업) 박람회(International Olympic Fair Seoul 2001) 개최 이후 서울국제스포츠레저산업전은 지속해서 성장하여 2019년(Seoul International Sports & Leisure Industry Show 2019) 총 참관객 수는 61,253명으로 전년대비 1.2% 증가했다. 2020년은 국내 코로나19 확산으로 개최를 취소하였다.

〈표 4-57〉 서울국제스포츠레저산업전 전시규모 현황

구 분	국 내		해 외		계	참관객
	업 체	부 스	업 체	부 스		
2018	463개사	2,031부스	17개사	19부스	480개사/2,050부스	60,536명
2019	469개사	2,066부스	33개사	34부스	502개사/2,100부스	61,253명
2020	코로나19로 인해 취소					

2019년에는 총 502개사(국내 469개, 해외 33개)가 참가하였다. 품목별로는 수중/수상스포츠 분야가 153개사(30%)로 가장 큰 비중을 차지하였으며 다음으로는 헬스/피트니스가 145개사(29%)로 그 뒤를 이었다.

〈표 4-58〉 서울국제스포츠레저산업전 품목별 참가비율

(단위: %)

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

2019년 총 참관객은 61,253명으로 전년(60,536명) 대비 1.2%가 증가하였으며, 해외바이어 참가자 수는 549명으로 전년(476명) 대비 15.3%가 증가하였다. 참가기업 총 502개사 중 해외 참가 기업은 33개사이며 대륙별 참가 비중은 아시아 52.3%, 유럽 7.9%, 북미 1.9%, 오세아니아 1.4%, 중남미 0.2%, 중동 0.2%, 아프리카 0.2%, 기타 35.9%로 나타났다.

〈표 4-59〉 서울국제스포츠레저산업전 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 서울국제스포츠레저산업전 개최 기간 동안 부대행사로 SPOEX 2019 해외 빅 바이어 수출상담회를 개최하였다. 총 8천 1백만 달러(상담액 6천 1.3백만 달러, 계약예상액 1천 9.7백만 달러)로 2018년 7천 1백만 달러보다 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 4-60〉 SPOEX 2019 해외 빅바이어 수출상담회 참가바이어

구분	본사 (참가국)	바이어 사명	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 쇼핑물 ·복합 스포츠 전문 매장 보유
4	러시아	E사	헬스, 피트니스	·오프라인 매장 및 E-commerce 운영
5	미국	C사	스포츠용품	·안전용품, 스포츠용품 등 공산품 도매 및 유통기업
6	베트남	F사	수중, 수상 스포츠	·종합 유통기업으로 최대 피트니스 체인 메인 유통사
7	베트남	R사	스포츠용품	·스포츠용품 및 의류 제조기업 ·OEM/ODM
8	스웨덴	B사	스포츠용품	·중국 유명 아웃도어/레저 브랜드 TOP20
9	싱가포르	I사	헬스, 피트니스	·피트니스 및 건강제품 전문 유통기업 ·동남아시아 전 지역 및 브루나이, 중국, 호주 내 세일즈 오피스 운영
10	인도네시아	G사	헬스, 피트니스	·인도네시아 16개 도시에 38개 아울렛 매장 내 실내놀이터 운영
11	인도네시아	S사	헬스, 피트니스	·동남아시아 및 한국 합작기업
12	인도네시아	F사	헬스, 피트니스	·건강, 피트니스 장비 전문 수입/유통기업
13	인도네시아	U사	헬스, 피트니스	·피트니스 및 건강제품 전문 유통기업
14	인도네시아	L사	헬스, 피트니스	·피트니스 가구 유통 및 17개 매장 및 소품 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 쇼핑물
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
27	중국	M사	헬스, 피트니스	·스포츠용품 판매기업

구분	본사 (참가국)	바이어 社명	분류	상세
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 2일 간 개최하였으며, 참여기업은 총 141개사로 상담 실적은 약 61백만 달러에 이르렀고 계약예상액은 19.7백만 달러로 집계되었다.

〈표 4-61〉 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 수출상담회

스포츠산업의 지역균형발전과 지방 소재 스포츠기업의 실질적인 성과창출 및 기회제공을 통해 해외시장 진출 지원을 목적으로 2020년 SPOEX FALL 수출상담회를 2020년 8월 17일부터 8월 18일까지 서울에서 개최하였다. 또한, 수출의향을 보유한 스포츠기업에서 보다 다양한 수출기회를 제공하고자 2020년 9월 3일부터 9월 24일 기간 동안 총 4회에 걸쳐 추가상담회를 개최하였다. 해외바이어(총 14개국 77개사)를 초청 1:1 수출상담회를 통해 국내 스포츠기업 125개사에서 생산하는 우수제품의 해외 판로개척을 지원하였다.



〈표 4-62〉 '20년 SPOEX FALL 수출상담회 현황

구 분	참가기업 분포	업체 수
해외	중국 25개사, 베트남 8개사, 태국 7개사, 인도네시아 6개사, 싱가포르 6개사, 일본 4개사, 인도 7개사, 대만 6개사, 홍콩 3개사, 필리핀 1개사, 미국 1개사, UAE 1개사, 브루나이 1개사, 모로코 1개사	총 14개국 77개사

SPOEX FALL 수출상담회에 참가한 국내 스포츠기업이 생산하는 품목별 현황을 살펴보면 헬스/피트니스/볼 관련 업체가 31개사, 바이크/스포츠웨어/아웃도어 관련 업체가 26개사, 골프 관련 업체가 14개사, 스포츠용품/기타 업체가 54개사로 나타났으며 스포츠산업 선도기업으로 선정된 기업도 7개사가 참가하였다.

〈표 4-63〉 '20년 SPOEX FALL 수출상담회 국내기업 품목별 참가 현황

품목	업체 수
헬스/피트니스/볼	31
바이크/스포츠웨어/아웃도어	26
골프	14
스포츠용품/기타	54
합계	125

〈표 4-64〉 SPOEX FALL 수출상담회 실적

구분	개최 지역	참가규모	상담실적		계약(예상)실적	
			건수	금액(천달러)	건수	금액(천달러)
2017	인천	국내기업 61개사 해외바이어 14개국 32개사	336건	34,863 (한화 약 389억)	83건	10,787 (한화 약 120억)
2018	부산	국내기업 62개사 해외바이어 14개국 30개사	366건	35,478 (한화 약 461억)	84건	7,096 (한화 약 92억)
2019	수원	국내기업 82개사 해외바이어 13개국 31개사	501건	40,122 (한화 약 521억)	106건	9,217 (한화 약 119억)
2020	서울	국내기업 125개사 해외바이어 14개국 77개사	226건	16,786 (한화 약 188억)	114건	4,301 (한화 약 47억)

③ 중소 스포츠기업 지원 사업(해외 진출 컨설팅, 해외시장 마케팅 지원)

국내 스포츠 분야 중소기업의 글로벌 경쟁력을 강화하고 전략적 해외시장 진출을 강화하기 위해 해외 진출 컨설팅과 해외시장 마케팅 분야를 지원하고 있다. 2019년까지는 해외 진출 컨설팅과 해외시장 마케팅 활동을 개별 사업형태로 지원하였다. 하지만 2020년부터는 중소 스포츠기업 수요에 부응하고 통합형 지원 사업체계를 구축하기 위해 중소 스포츠기업 지원 사업과 통합하였고 지원 기업의 필요에 따라 글로벌화 지원 분야를 선택할 수 있도록 하였다.

〈표 4-65〉 '20년 해외 진출 컨설팅 및 해외시장 마케팅 지원 사업 개요

사업명	분야	주요 내용
중소 스포츠기업 지원 사업	해외 진출 컨설팅	해외시장 진출 전략 수립, 해외타깃시장 조사, 해외 바이어 발굴(조사) 및 연결
		지원금 : 최대 4천만 원
	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

2020년 스포츠산업 글로벌화 지원 실적을 살펴보면, 총 22개사를 대상으로 해외 진출 컨설팅 4건, 홈페이지 제작 8건, 쇼핑몰 제작 2건, 광고 제작 11건, 카탈로그 제작 8건을 수행하였다.

〈표 4-66〉 '20년 해외 진출 컨설팅 및 해외시장 마케팅 지원 실적

(단위: 건)

구분	해외 컨설팅	홈페이지 제작	쇼핑몰 제작	광고 제작	카탈로그 제작
실적	4	8	2	11	8

〈표 4-67〉 해외 진출 컨설팅 및 해외시장 마케팅 지원 사업 수혜기업 만족도

(단위: %)

구 분	2018	2019	2020
글로벌화(컨설팅·마케팅) 수혜기업 만족도	92.4	93.1	93.2

④ 중소 스포츠기업 지원 사업(해외전시 참가 지원)

2020년 해외전시 참가 지원사업은 코로나19 확산으로 개최 예정이었던 해외 주요 전시회가 취소됨에 따라 기존 해외전시 참가 지원사업을 대체하는 사업체계를 수립하여 추진하였다. 주요 대체지원 분야는 국내·외 마케팅, 광고 제작, 영상 콘텐츠 제작 등이며 총 12개사를 지원하였다.

〈표 4-68〉 '20년 해외전시 참가 지원 사업 개요

사업명	분야	주요 내용
중소 스포츠기업 지원 사업	해외전시 참가 지원	기업체 참가희망 해외 전시회 1회 선택 및 참가지원 (2020년은 코로나19 확산으로 대체 방안 추진)
		지원금 : 최대 3천만 원



2019년 해외전시 기업관 참가 지원 사업의 경우 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 4-69〉 '19년 해외 개별 전시회 참가 실적

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

〈표 4-70〉 '17~'19년 해외전시 참가 지원 사업 종합 실적

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

2) 지역 융·복합 스포츠산업 기반 확충 사업

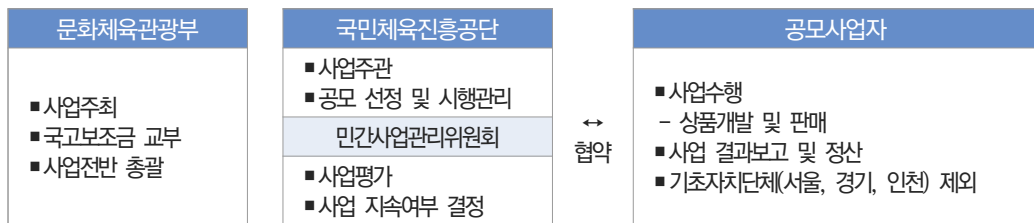
(1) 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업

① 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업의 개념 및 필요성

정부는 지역 스포츠산업 성장촉진과 지역 간 발전 격차 완화를 위해 다양한 형태의 지역 스포츠산업 육성정책을 추진해 왔다. 2005년 7월 스포츠산업 비전 2010 내 지역 스포츠산업 육성을 위한 조직체계 구축정책을 수립하여 지역 스포츠산업 진흥을 위한 정책 의지를 표출하였다. 이후 2007년 스포츠산업 진흥법을 제정하여 지역 스포츠산업육성을 위한 법적 근거를 마련하였다. 스포츠산업 진흥법 내 지역 스포츠산업육성을 위한 정책은 스포츠산업진흥센터 설치 및 시설 지정을 통한 육성기반 구축을 목적으로 하였다. 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. 2013년 12월에는 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 중소기업 중심의 산업구조를 개선하기 위해 지역 혁신기술의 융·복합화를 통한 우수한 융·복합 강소기업을 육성하고, ICT 융·복합을 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 4-71〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 기관 추진 사업 내용(대전)

구 분	전략별 사업 내용
거점조성	· 공동활용 및 사업화지원 장비 지원운영
기반조성	· 스포츠융복합 예비창업가 교육 · 스포츠융복합 예비창업가 창업성장
기업지원	· 전략제품화지원사업: 스포츠산업 대표 제품의 브랜드 창출을 위한 One-Stop 상품화 지원 · 시제품제작지원사업: 상시제품 제작 및 가공 생산 서비스 지원개발지원 · 스포츠융복합 마케팅지원사업: 온라인 마켓, 온라인 콘텐츠 등 제작 지원 · 가상콘텐츠 제작지원사업: VR/AR 동영상 등 제작 지원 · 지식재산권지원사업 · 시장진출지원사업 · 스포츠융복합 스타트업성장지원사업 · 국내외 인증획득지원사업
성과확산	· 대전 스포츠산업 성과분석 및 만족도 조사 · 스포츠융복합 디렉토리북 제작 · 스포츠융복합 시장진출지원 프로그램 · AR/VR산업 시장동향조사 · 스포츠융복합 창업성과확산



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

〈표 4-72〉 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 · 시작품단계: 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

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 전방 위적 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. 이후 선정된 거점에 대한 연차평가를 통해 지속지원 여부를 결정하였다. 2020년 지역 융·복합 스포츠산업 육성 발굴사업은 2019년과 연계하여 2020년 4월부터 2021년 3월까지 시행되었다.

〈표 4-73〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 추진과정(대전)

구 분	주요내용
사업목적	· 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	· 2020. 5. 1. ~ 2021. 2. 28.
사업예산	· 37억 원(국비 25억 원, 지방비 12억 원)

구 분	주요내용					
사업 추진과정	① 사업설명회 공모기관 대상 사업설명회 실시	➡	② 사업계획서 접수 사업계획서 접수 (광역자치단체장 협력확인서 필)	➡	③ 서면평가 응모기관 대상 서면평가 실시	➡
	④ 발표평가 발표평가(PT) 실시	➡	⑤ 종합심의 현장·서면평가 및 발표평가 결과 종합	➡	⑥ 사업자 선정 최고득점기관(1개) 최종사업자 선정	
전략별 대표 추진사업	4대 구분	주요사업		사업내용		
	거점 조성	·공동활용 및 사업화지원 장비 지원운영	70건	·既 구축장비활용 연계지원 추진		
	기반 조성	·스포츠융복합 예비창업가 교육	3건	·스포츠산업 발굴, 기초예비사업가 성장을 위한 기본 사업		
		·스포츠융복합 예비창업가 창업성장	14건	·기초 창업교육 및 아이디어 구체화 위한 교육, 캠프, 기업탐방, 박람회 참가		
	기업 지원	·전략제품화지원사업	12건	·스포츠산업 대표 제품의 브랜드 창출을 위한 One-Stop 상품화 지원		
		·시제품제작지원사업	12건	·시제품 제작 및 가공 생산 서비스 지원개발지원		
		·스포츠융복합 마케팅지원사업	18건	·온라인 마켓, 온라인 콘텐츠 제작 등 제작 지원		
		·가상콘텐츠 제작지원사업	13건	·VR/AR 동영상 등 제작 지원		
		·지식재산권지원사업	51건	·국내외 특허출원 및 분석 지원		
		·시장진출지원사업	9건	·국내외 전시회참가 지원을 통한 기업 경쟁력 강화 및 국내외 시장 확대		
		·스포츠융복합 스타트업성장지원	17건	·엑셀러레이터를 통한 창업 및 투자(융자)유치 지원		
		·국내외인증획득지원사업	20건	·국내외 인증획득 및 시험분석, 기술규제조소 및 분석 지원		
	성과 확산	·대전 스포츠산업 성과분석 및 만족도 조사	1건	·지원사업에 대한 성과조사분석		
		·스포츠융복합 디렉토리북 제작	1건	·기업소개 및 보유제품·기술 편람홍보		
		·스포츠융복합 시장진출지원 프로그램	3건	·국내·외 비즈니스 파트너 발굴 및 시장조사분석		
		·AR/VR 시장동향조사	1건	·실감/체험용 스포츠공학 및 서비스 시장조사		
		·스포츠융복합 창업성과확산	43건	·스포츠융·복합산업 세미나 및 연구회 개최		
	합 계		288건			

〈표 4-74〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 추진과정(부산)

구 분	주요내용			
사업목적	• ICT·IoT·센싱기술이 접목된 스마트 헬스케어기반의 스포츠 융·복합 산업분야에 창업보육 및 인력 양성과 선도기업 육성을 위한 전방위적 원스톱 기업지원으로 스포츠 융·복합산업 활성화			
사업기간	• 2020. 4. ~ 2021. 3. 31.			
사업예산	• 3,558백만 원			
사업 추진과정	① 사업설명회 공모기관 대상 사업설명회 실시	➡	② 사업계획서 접수 사업계획서 접수 (광역자치단체장 협력확인서 필)	
	➡	③ 서면평가 응모기관 대상 서면평가 실시	➡	
	④ 발표평가 발표평가(PT) 실시	➡	⑤ 종합심의 현장·서면평가 및 발표평가 결과 종합	
	➡	⑥ 사업자 선정 최고득점기관(1개) 최종사업자 선정		
전략별 대표 추진사업	4대 구분	주요사업		사업내용
	거점 조성	산업지원거점구축	2건	공간구축, 스포츠산업창업보육지원센터 운영
		장비구축	7건	공용시험장비 구축(4종)
		아동 운동평가 시스템 구축	2건	국제표준 측정기법으로 데이터 구축 (개발된 측정 시제품 업그레이드)
		노인 운동평가 시스템 구축	2건	개발된 측정장비로 데이터 구축 (개발된 측정 시제품 업그레이드)
		체력향상용 프로그램 개발	1건	1차 개발된 운동 프로그램 효용
	기반 조성	아이디어 공모전	5건	아이디어공모전 및 창업경진대회 운영(5팀 선정)
		창업지원	7건	창업보육팀 육성(7개사), 기술개발(11건), 지적재산권(4건), 시장진출, 투자활성화(3건), 스타트업 IR 컨설팅(2건), 창업교육(6건) 등
		역량강화	2건	Business Model Camp, 창업 역량강화 교육
		기업성장파트너십	66건	창업지원 멘토링(7팀), 기술 및 경영 컨설팅(12건), 스타트업 IR 컨설팅
		연구개발(R&D) 기획	4건	신규 연구개발(R&D) 사업 기획회 운영
	기업 지원	시작품 단계	31건	전략제품화기술개발사업, 시제품제작지원사업, 디자인개발지원사업, 성능평가기준안 개발,
		제품화 단계	33건	지식재산서비스(국외)지원사업, 기술력향상 패키지 지원(시험+기술지도), 기술규제대응 패키지 지원(인증+기술문서), 융·복합스포츠제품 기술성 성능평가지원, 국내·외 인증기준 관련 교육세미나 개최, 1:1 맞춤형 시험인증 컨설팅 교육, 지식재산권서비스(국내)지원사업, 사용성평가지원
		사업화 단계	54건	기업설명회(IR) 컨설팅 지원, 앱·홈페이지 제작지원, 제품홍보 지원사업, 국내전시회참가지원, 국내거점 마케팅지원 사업, 해외온라인 마켓플레이스 입점 지원사업, 언택트 해외마케팅 지원사업
	성과 확산	실태조사 및 성과조사	3건	지역 스포츠융·복합산업 실태조사, 기획연구, 사업성과 분석

구 분	주요내용		
	산업육성 네트워크 운영	5건	비즈니스 교류회 개최, 스포츠융·복합산업 기술세미나 개최
	기술정보제공	10건	기술정보제공
	합 계	234건	

③ 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업의 성과

2020년 지역 융·복합 스포츠산업 거점육성사업 중 대전지역은 대전테크노파크, 대덕이노폴리스벤처협회, 충남대학교, 한국산업기술시험원의 수행기관을 두고 사업을 수행하였다. 기업지원 수는 59개사이며, 수혜 기업 48개사에서 신규 고용인원 129명을 창출하여 전년 대비 71명(122.4%)이 증가하였다 또한, 스타트업성장지원사업을 통해 투자유치 6건과 960백만 원의 투자금액을 유치하였으며, 특허출원 57건, 국내·외 인증획득 20건(국내인증 10건, 해외인증 10건)의 성과를 달성하였다.

〈표 4-75〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 연차별 주요 성과(대전)

구분	2018년	2019년	2020년
핵심키워드	우수기업 발굴·육성	시장확장 강화	스포츠융·복합 기반 미래성장 동력 창출
특허/인증	22건/11건	35건/13건	57건/20건
성과지표	고용증가 7.9% 매출증가 19.4%	고용증가 58.8% 매출증가 129%	고용증가 122.4% 매출증가 43.6%

부산지역은 수혜기업 54개사를 대상을 총 199건의 과업을 지원하였다. 지원사업 참여 후 수혜기업의 매출액은 4.4% 증가하였으며, 사업기간 내 총 144명에 달하는 신규고용을 창출하였다. 참여기관별 역할을 살펴보면 주관기관인 부산테크노파크가 센터구축 및 운영전반을 담당하였고 협력기관인 부산가톨릭대학에서는 스포츠산업창업보육지원센터 구축을 통해 창업지원 업무를 담당하였고 한국건설생활환경시험연구원은 기업지원(제품화단계)에서 성능평가, 시험인증 등의 업무를, 한국표준과학연구원은 국제표준 평가법 시스템구축 및 DB확보 등의 업무를 수행하였다.

〈표 4-76〉 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 연차별 주요 성과(부산)

구분	2019년	2020년
핵심키워드	지역거점 기반구축	지역거점 기반구축
수혜기업	48개사	54개사
지원건수	125건	199건
성과지표	매출증가 14.6%, 수출증가 15.5%, 고용창출 70명	매출증가 4.4%, 고용창출 144명



〈표 4-77〉 '20년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 거점조성 분야 실적(대전)

(단위: 건(식), %)

추진내용	목표	실적	달성율	세부내용
공동활용 및 사업화지원 장비 지원운영	60	70	117	· 보유장비 공동 활용 실적 : 8개사 70건
합계	60	70	117	

〈표 4-78〉 '20년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 거점조성 분야 실적(부산)

(단위: 식, %)

추진내용	목표	실적	달성율	세부내용
산업지원거점구축	2	2	100	· 공간구축 · 스포츠산업창업보육지원센터 운영
장비구축	7	7	100	· 공용시험장비 구축(7대)
아동 운동평가 시스템 구축	2	2	100	· 국제표준 측정기법으로 데이터 구축(아동/노인)
노인 운동평가 시스템 구축	2	2	100	· 개발된 측정 장비로 데이터 구축
체력향상용 프로그램 개발	1	1	100	· 1차 개발된 운동 프로그램 효용
합계	14	14	100	

〈표 4-79〉 '20년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기반조성 분야 실적(대전)

(단위: 건, %)

추진내용	목표	실적	달성율	세부 내용
스포츠융복합 예비창업가 교육	3	3	100	· 예비창업가 심화교육 18명 수료 · 창업가 보수교육 49명 수료
스포츠융복합 예비창업가 창업성장	14	14	100	· 참가 5개 팀 창업컨설팅 완료 · 사업 성공도 확인 및 사업 분석 · 참가 6개 팀 특허출원 완료 · 비대면 산업에 대한 신규 패러다임 제공 · 역량강화 선정 5개팀 비즈니스모델 개발 완료 · 융·복합 방송프로그램 제작 및 송출지원(4개팀)
합 계	17	17	100	

〈표 4-80〉 '20년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기반조성 분야 실적(부산)

(단위: 건(식), %)

추진내용	목표	실적	달성율	세부 내용
아이디어 공모전	5	5	100	· 아이디어공모전&경진대회(7개팀 선정)
창업지원	7	7	100	· 창업보육팀 육성 7개팀 지원 · 시제품 제작지원 9건 · 홍보마케팅 지원 2건 · 매출성과: 보육전 대비 320% 증가 · 고용성과: 보육전 대비 384% 증가 · 지식재산권 획득성과: 보육전 대비 285% 증가 · 우수창업 2개팀 선정
역량강화	2	2	100	· 창업역량 강화교육 2회 실시 · 1회: 디지털 마케팅 아카데미 · 2회: Agile 기반의 프로젝트 관리
기업성장파트너십	66	66	100	· 창업전문 멘토단 구성 및 멘토링 실시 · 7개팀 대상 멘토링 총 56회 실행 · 기술 및 경영컨설팅 실행 · 3개팀 대상 IR 컨설팅 실행
연구개발(R&D)기획	4	4	100	· 신규과제 우수평가 4개팀 선정
합 계	84	84	100	

〈표 4-81〉 '20년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기업지원 분야 실적(대전)

(단위: 건, %)

추진내용	목표	실적	달성률	세부 내용
전략제품화지원사업	10	12	120	· ㈜에스피케어 등 12개사
시제품제작지원사업	10	12	120	· ㈜정우티앤씨 등 12개사
스포츠융·복합 마케팅지원사업	15	18	120	· ㈜제우기술 등 18개사
가상공간 콘텐츠 제작지원사업	13	13	100	· ㈜유니브이알 등 13개사
지식재산권지원사업	20	51	255	· 특허출원(45건), 특허분석(6건) · ㈜로임시스템 등 17개사
시장진출지원사업	8	9	110	· 2021 SPOEX 9개사 참가
스타트업성장지원사업	17	17	100	· 5개사 투자유치(총 9억원)
국내·외인증획득지원사업	10	22	200	· 스크린승마(주) 등 6개사
합 계	103	154	147%	



〈표 4-82〉 '20년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 기업지원 분야 실적(부산)

(단위: 건, %)

추진내용	목표	실적	달성률	세부 내용
전략제품화기술개발사업	6	8	133	(주SY이노테크 등 7개사
시제품제작지원사업	15	16	106	(주미리내커뮤니케이션즈 등 16개사
디자인개발지원사업	5	5	100	(주투한즈인터랙티브 등 5개사
성능평가기준안 개발	2	2	100	(주에넥스트 등 2개사
기술력향상 패키지 지원(시험+기술지도)	10	10	100	(주론픽 등 10개사
기술규제대응 패키지 지원(인증+기술문서)	5	5	100	(주엠비에스코퍼레이션 등 5개사
융·복합스포츠제품 기술성 성능평가지원	2	2	100	(주건강한친구 등 2개사
국내·외 인증기준 관련 교육세미나 개최	2	2	100	국내·외 인증 관련 세미나 2회 개최
1:1 맞춤형 시험인증 컨설팅 교육	5	5	100	(주알앤디비 등 5개사
지식재산권서비스(국내)지원사업	5	5	100	(주마코 등 5개사
지식재산서비스(국외)지원사업	2	4	200	(주지퍼션코리아 등 4개사
사용성평가지원	2	2	100	(주리디자인 등 2개사
기업설명회(IR) 컨설팅 지원	6	6	100	스마트핏 등 6개사
앱, 홈페이지 제작지원	6	6	100	(주코어무브먼트 등 6개사
제품홍보 지원	14	14	100	(주이원오엠에스 등 14개사
국내전시회참가지원	8	8	100	2021 SPOEX 전시장 내 부산스포츠융·복합사업관 구축 (18개 부스, 8개사 참가)
국내거점 마케팅지원 사업	6	8	133	서브원 등 8개사
해외온라인 마켓플레이스 입점 지원사업	6	6	100	실버팩스 등 6개사
언택트 해외마케팅 지원사업	6	6	100	(주리디자인 등 6개사
합 계	113	120	106	

〈표 4-83〉 '20년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 성과확산 분야 실적(대전)

(단위: 건(식), %)

추진내용	목표	실적	달성률	세부 내용
대전 스포츠산업 성과분석 및 만족도 조사	1	1	100	· 지역산업 사업성과 및 만족도 분석
스포츠융·복합 디렉토리북 제작	1	1	100	· 대전충청 스포츠융·복합기업 50개사 제품 및 기술소개 디렉토리북 제작 · CEO 인터뷰 4개사 · 우수사례 인터뷰 3개사
스포츠융·복합 시장진출지원 프로그램	3	3	100	· 시장진출컨설팅 보고서 제작 10개사 · ISO인증지원사업 16개사 · 홍보/마케팅 지원 8개사
AR/VR산업 시장동향조사	1	1	100	· 스포츠융·복합 산업 시장동향조사 1건
스포츠융·복합 창업성과확산	18	43	238	· 1회 스포츠융·복합산업 세미나 58명 · 2회 스포츠융·복합산업 세미나 54명 · 1회 스포츠융·복합산업 연구회 21명 · 2회 스포츠융·복합산업 연구회 34명 · 3회 스포츠융·복합산업 연구회 29명 · 4회 스포츠융·복합산업 연구회 34명 · 5회 스포츠융·복합산업 연구회 41명 · 체험홍보행사 167명 참가 · 실감스포츠 테스트베드 120명 참가
합 계	24	49	204	

〈표 4-84〉 '20년 지역 융·복합 스포츠산업 거점 육성 사업 거점기관의 성과확산 분야 실적(부산)

(단위: 건(식), %)

추진내용	목표	실적	달성률	세부 내용
실태조사 및 성과조사	3	3	100	· 지역 융·복합 스포츠산업 실태조사 및 생태계 조사분석 · 스포츠산업 기획연구 영역 (스포츠 헬스케어 시장 및 정책) · 사업성과 전문가 모니터링
산업육성 네트워크 운영	4	5	125	· 신규 스포츠산업 기획 목적 비즈니스 교류회 개최 · 스포츠산업 성장 비대면 세미나 개최 · 비대면 스포츠산업 기술 세미나 및 비즈니스 교류회
기술정보제공	10	10	100	· 부산스포츠융·복합사업단 홈페이지 개선 · 국내·외 특허동향조사(5건) · 우수 수혜기업 홍보영상 제작(5건)
합 계	17	18	106	



(2) 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업

① 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업의 개념 및 필요성

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

② 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업의 추진과정

2020년 1월부터 12월까지 기존에 선정한 5개소와 신규 선정한 2개소를 대상으로 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 지원을 실행하였다. 신규 선정 시 주요 분야는 스포츠 이벤트 특화, 참여형 스포츠관광 특화, 프로스포츠 관광 특화, 기타 등 4개 분야이며 육성 지원을 통해 스포츠를 기반으로 수익창출 계획을 마련한 지자체의 자생력 강화를 도모하였다.

〈표 4-85〉 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업 추진과정

구 분	주요내용
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> 스포츠자원과 지역 특화 비교 우위 관광자원 등이 결합된 스포츠관광 프로그램 개발 지원 및 사업화로 지역경제 활성화 기여 지역별 스포츠관광 산업 육성을 통한 스포츠산업 신시장 창출 및 저변확대
사업기간	2020. 5 ~ 2020. 12(신규사업), 2020. 1 ~ 2020. 12(기존사업)
사업예산	4,137백만 원
사업 추진과정	지역 특화 스포츠관광 산업육성 사업 공모분야
	① 스포츠이벤트 ② 참여형 스포츠관광 ③ 프로스포츠 관광 ④ 기타
	최종 2개 선정 ▼ 1, 2, 3차 심사 (1차 서면평가, 2차 현장평가, 3차 발표평가)
	사업추진 ▼ 사업관리(현장점검 등)
	사업결과평가(결과 및 회계 평가) ▼ 사업실적평가 후 지속여부결정
	2020년 결과 총 7개 지자체(기존 5개 지자체: 밀양시, 보은군, 기장군(이상 3년차)와 평창군, 하동군(이상 2년차), 신규 2개 지자체: 부여군, 수영구를 지원

구 분	주요내용																																											
공모 선정절차	사업계획 접수	서면평가	현장 및 발표평가	사업자 선정																																								
	사업계획서 접수	현장 및 발표평가 대상 기관 선정	현장평가 후 발표평가(PT)	최종사업자 선정																																								
세부 사업 내용 및 현황	• 매칭조건 및 자원 한도 안내																																											
	<table><tr><th rowspan="2">연차</th><th colspan="2">매칭조건(%)</th><th colspan="2">사업비(억 원)</th><th rowspan="2">사업비 합계액</th><th rowspan="2">비 고</th></tr><tr><th>국비</th><th>지방비</th><th>국비</th><th>지방비</th></tr><tr><td>1년차</td><td>50%</td><td>50%</td><td>5억 원</td><td>5억 원</td><td rowspan="3">30억 원</td><td rowspan="3">총사업비의 50%</td></tr><tr><td>2년차</td><td>50%</td><td>50%</td><td>5억 원</td><td>5억 원</td></tr><tr><td>3년차</td><td>50%</td><td>50%</td><td>5억 원</td><td>5억 원</td></tr></table>						연차	매칭조건(%)		사업비(억 원)		사업비 합계액	비 고	국비	지방비	국비	지방비	1년차	50%	50%	5억 원	5억 원	30억 원	총사업비의 50%	2년차	50%	50%	5억 원	5억 원	3년차	50%	50%	5억 원	5억 원										
	연차	매칭조건(%)		사업비(억 원)		사업비 합계액		비 고																																				
		국비	지방비	국비	지방비																																							
	1년차	50%	50%	5억 원	5억 원	30억 원	총사업비의 50%																																					
	2년차	50%	50%	5억 원	5억 원																																							
	3년차	50%	50%	5억 원	5억 원																																							
	• '20년 지속지원 사업현황(2, 3년차)																																											
	<table><tr><th rowspan="2">주관기관</th><th colspan="3">사업예산(백만원)</th><th rowspan="2">비고</th></tr><tr><th>보조금</th><th>지자체부담금</th><th>총 사업액</th></tr><tr><td>말양시</td><td>500</td><td>500</td><td>1,000</td><td>5:5 ('20년 3년차)</td></tr><tr><td>보은군</td><td>500</td><td>500</td><td>1,000</td><td>5:5 ('20년 3년차)</td></tr><tr><td>기장군</td><td>500</td><td>500</td><td>1,000</td><td>5:5 ('20년 3년차)</td></tr><tr><td>평창군</td><td>500</td><td>500</td><td>1,000</td><td>5:5 ('20년 2년차)</td></tr><tr><td>하동군</td><td>500</td><td>500</td><td>1,000</td><td>5:5 ('20년 2년차)</td></tr><tr><td>합계</td><td>2,500</td><td>2,500</td><td>5,000</td><td>-</td></tr></table>						주관기관	사업예산(백만원)			비고	보조금	지자체부담금	총 사업액	말양시	500	500	1,000	5:5 ('20년 3년차)	보은군	500	500	1,000	5:5 ('20년 3년차)	기장군	500	500	1,000	5:5 ('20년 3년차)	평창군	500	500	1,000	5:5 ('20년 2년차)	하동군	500	500	1,000	5:5 ('20년 2년차)	합계	2,500	2,500	5,000	-
	주관기관	사업예산(백만원)			비고																																							
보조금		지자체부담금	총 사업액																																									
말양시	500	500	1,000	5:5 ('20년 3년차)																																								
보은군	500	500	1,000	5:5 ('20년 3년차)																																								
기장군	500	500	1,000	5:5 ('20년 3년차)																																								
평창군	500	500	1,000	5:5 ('20년 2년차)																																								
하동군	500	500	1,000	5:5 ('20년 2년차)																																								
합계	2,500	2,500	5,000	-																																								
• 스포츠관광 산업 예시																																												
▶ 스포츠이벤트																																												
- 지역특화 홀마크 스포츠이벤트: 특정지역에서 일정기간 동안 주기적으로 개최되는 상징적 대규모 스포츠이벤트																																												
예) 호주 골드코스트 마라톤, 일본 도쿄마라톤																																												
▶ 참여형 스포츠관광																																												
- 지역특화 참여형 스포츠관광: 지역 자연유산과 스포츠를 연계한 관광콘텐츠 개발																																												
예) 일본 아쿠시마 산행, 카약 캐나다 위슬러 MTB																																												
▶ 프로스포츠 관광																																												
- 지역특화 프로스포츠관광: 경기장 투어, VIP투어, 지역관광 결합상품																																												
예) 스페인 레알 마드리드, 영국 맨체스터 유나이티드 관광																																												
▶ 기타																																												
- 지역 특화 관광자원과 스포츠를 연계한 관광 프로그램 개발																																												

③ 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업의 성과

2020년 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업 결과, 2019년 대비 참가인원은 74.1% 감소, 경제유발효과는 32.1% 감소, 일자리창출은 81.0% 증가하였다. 7개 지방자치단체를 방문한 인원은 25,519명이었으며, 2,619명의 일자리를 창출하였다.

〈표 4-86〉 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업 경제적 효과

구분	'16년 (6개소)	'17년 (6개소)	'18년 (9개소)	'19년 (7개소)	'20년 (7개소)
참가인원(명)	18,989 (▲163.2%)	15,511 (▼18.3%)	80,329 (▲417.9%)	98,539 (▲22.7%)	25,519 (▼74.1%)
경제유발효과(백만 원)	1,385 (-)	2,060 (▲48.7%)	5,708.888 (▲177.1%)	6,468 (▲13.3%)	4,392 (▼32.1%)
일자리창출(명)	195 (▲132.1%)	432 (▲121.5%)	1,131 (▲161.8%)	1,448 (▲28.0%)	2,619 (▲81.0%)

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

〈표 4-87〉 '20년 지역 특화 스포츠관광 산업 육성 사업성과




지자체	연 차	사업내용	총사업비 (지원금)	참가 인원 (명)	경제유발 효과 (백만원)	일자리 창출 (명)
기장군	3 년 차	아구 테마 스포츠관광 클러스터 조성사업	1,000백만원 (500백만원)	-	-	-
밀양시		밀양요가 웰니스스포츠 융·복합 관광산업 육성	1,000백만원 (500백만원)	6,609	1,054	137
보은군		지역특화 육상토탈 매니지먼트 사업	1,000백만원 (500백만원)	8,203	813	554
평창군	2 년 차	평창동계올림픽레거시 스포츠관광 클러스터 조성사업	1,000백만원 (500백만원)	807	53	401
하동군		드론스포츠를 활용한 하동관광 활성화 사업	1,000백만원 (500백만원)	5,067	256	397
부산 수영구	1 년 차	SURP-Rise 광안리 비치레포츠관광 특화 사업	1,000백만원 (500백만원)	1,110	1,040	139
부여군		세계 유산과 함께하는 카누여행	1,000백만원 (500백만원)	3,723	1,176	991
합계		-	7,000백만원 (3,500백만원)	25,519	4,392	2,619

3) 전지훈련특화시설(에어돔) 설치 지원 사업

(1) 전지훈련특화시설(에어돔) 설치 지원 사업 개념 및 필요성

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

〈표 4-88〉 '20년 전지훈련특화시설(에어돔) 설치 지원사업 개요

구 분	주요내용						
추진과정	공고 및 설명회 개최	▶ e나라도움 홈페이지 공고 ▶ 사업설명회 개최 등					
	↓						
	평가 및 사업자 선정	▶ 사업계획서·현장·발표평가로 사업자 선정					
	↓						
	1차 보조금 지급	▶ 보조금(60%) 지급					
	↓						
	사업시행	▶ 신규사업 시행(사업 승인일로부터 18개월)					
↓							
	중간보고(현장점검) 2차 보조금 지급	▶ 중간보고(현장점검)시행 ▶ 보조금(40%) 지급					
↓							
	결과 보고 및 사업비 정산	▶ 준공 및 결과보고, 사업비 정산					
사업기간	• 사업승인일 ~ 2020. 12. 31.						
지원분야	• 사업예산 : 5,000백만 원(기금회계 - 자치단체 자본보조) • 지방비 매칭(50 : 50)						
	신청분야 (2개 분야 중 택1)	기준 (에어돔 바닥면적)	규격				
	전지훈련 특화시설	축구	○ 10,000㎡이상 * 1개 축구장 면적 기준 * 주 에어돔은 축구장으로 1개 이상을 설치해야하며, 체력단련 및 편의제공 등을 위한 부속 에어 추가 가능	축구 경기장 국제 규격			
		기타 경기 종목	○ 10,000㎡이상 * 경기종목을 위해 설치된 모든 에어돔의 면적 합계 기준 * 주 에어돔은 복합종목으로 다수 설치 가능하며, 체력단련 및 편의제공 등을 위한 부속에 어돔 추가 가능	해당 종목 국제 규격			
공모 선정절차	• 서면평가(정량)와 발표평가(정성) 점수를 합산하여 최종 지자체 선정						
	사업계획 접수		서면평가		현장확인		발표평가

(2) 전지훈련특화시설(에어돔) 설치지원 사업 성과

2020년 최초로 실행한 사업으로써 지원 대상 선정 결과 경북 경주와 경남 창원 2개소를 선정하였다. 해당 사업의 실행예산은 국비와 지방비가 50:50 비율로 매칭하는 구조이며 에어돔 준공 후 지역별로 특화된 종목의 전지훈련 유치를 통해 지역경제 활성화와 신규 일자리 창출 효과를 기대할 수 있다.

4 스포츠산업 기반기술 강화

1) 스포츠산업기술개발 및 서비스 사업화

(1) 스포츠산업기술개발(R&D) 사업

① 스포츠산업기술개발 사업의 개념 및 필요성

스포츠 활동의 가치가 재조명됨에 따라 스포츠산업의 중요성이 더욱 증대되어 가고 있지만 스포츠산업기술 개발(Research & Development)에 대한 직접적인 지원은 2019년 기준 국가 전체 연구·개발사업 예산(205,328억 원) 중 문화체육관광 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 스포츠산업기술개발 사업의 규모를 점차 확대하여 2016년 스포츠산업 기술기반 조성사업의 예산은 141억 원에 달하였다. 그러나 사업목표의 구체성 및 차별성이 부족하고 사업성과 및 평가관리 등의 문제로 인해 2017년 사업 일몰이 결정되어 기존사업은 2018년을 끝으로 사업이 종료되었다. 이에, 스포츠산업기술개발 사업의 신규 사업으로 스포츠 서비스 사업화 지원이 2018년부터 시작되었으며, 2019년에는 스포츠 창업·선도기업 육성 핵심기술 개발을 추진하였다. 2020년 스포츠산업 기술개발 예산 78억 원 중 스포츠 서비스 사업화 지원에 41억 원, 스포츠 창업·선도기업 육성 핵심기술 개발에 37억 8,200만원을 배정하였다. 스포츠산업기술개발 사업은 고부가가치 용품개발, 중소기업 애로기술 개발 지원, 서비스 R&D 지원을 통한 스포츠산업 경쟁력 강화, 훈련(경기)장비 개발을 통한 전문스포츠 경기력 향상, 스포츠 참여 활성화 기술 개발을 목적으로 하고 있다.

〈표 4-89〉 스포츠산업기술개발 사업 예산 현황

구 분	'12년	'13년	'14년	'15년	'16년	'17년	'18년	'19년	'20년
예산 (억 원)	72	77	87	130	141	97	78	49	78

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, 스포츠산업기술개발 사업은 스포츠산업 경쟁력 강화를 위한 고부가가치 기술개발 지원과 지역 기반의 스포츠산업기술개발 기반 구축 및 기술개발 성과(결과물)의 활용 지원을 추진하였다. 공모 신청자격(주관연구기관)은 국·공립 연구기관, 고등교육법에 의거한 대학·산업대학 또는 기술대학, 과학기술분야 「정부출연 연구기관 등의 설립 운영 및 육성에 관한 법률」에 의하여 설립된 정부출연 연구기관, 「산업기술혁신촉진법」 제42조에 의한 전문생산기술연구소 등의 연구기관, 「특정연구기관육성법」에 의한 특정연구기관, 기업부설연구소를 보유한 상법상 주식회사(법인), 「국가과학기술 경쟁력 강화를 위한 이공계지원 특별법」 제2조 4호에 해당하는 연구개발 서비스업의 법인을 대상으로 하였다.

〈표 4-90〉 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
종합(억 원)	194,615	196,681	205,328

주: 1. 각 연도 본예산 기준

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

자료: 국회예산정책처, “국가연구개발사업 분석”(2019)

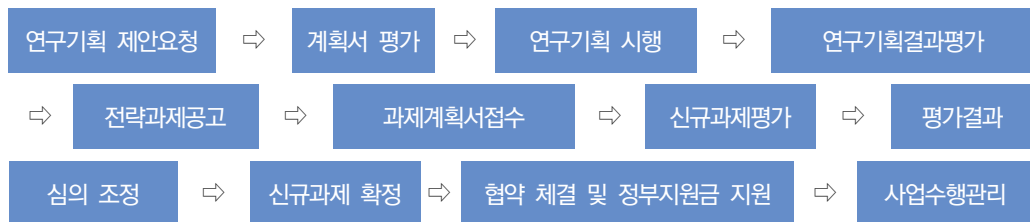
〈그림 4-13〉 스포츠산업기술개발 사업 추진 체계



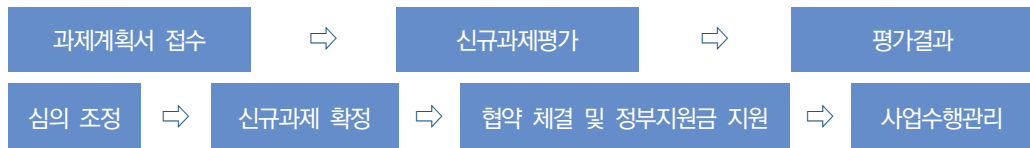
② 스포츠산업기술개발 사업의 추진과정

정부는 정책과제, 지정공모과제, 자유공모과제로 구분하여 사업을 추진하였다. 정책과제는 정부가 정책적으로 필요하다고 판단한 과제를 공모를 통해 적정수행기관 혹은 업체를 선정하여 지원하고 지정공모과제는 정부가 기술수요조사를 통해 수렴된 장·단기 관점에서 연구·개발이 필요한 기술 제안을 제시하여 이를 수행할 기관 또는 업체를 선정·지원하는 방식이다. 마지막으로 자유공모과제는 스포츠산업 종사기관에서 자체적으로 기술개발이 필요하다고 판단한 과제를 스스로 제안하여 과제를 수행하는 방식을 채택하고 있다. 지정과제 선정은 연구기획 제안요청서부터 사업수행관리까지 총 12단계의 절차를 거쳐 추진하였으며, 자유공모과제는 계획서 접수에서 사업수행관리까지 총 7단계의 절차를 거쳐 추진하였다.

〈그림 4-14〉 지정공모과제 선정절차



〈그림 4-15〉 자유공모과제 선정절차



③ 스포츠산업기술개발 사업의 성과

2020년 스포츠산업기술개발 사업 과제지원은 총 14건이었으며, 이 중 지정공모과제가 6건, 자유공모과제(일반)는 8건을 차지하였으며 정책과제는 수행하지 않았다.

〈표 4-91〉 스포츠산업기술개발 사업 과제지원 실적

(단위: 백만 원, 건)

연도	합계		정책과제		지정공모				자유공모 (사업화 포함)		지역거점	
					전략		일반					
	과제수	지원액	과제수	지원액	과제수	지원액	과제수	지원액	과제수	지원액	과제수	지원액
'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	-	-
'20년	14	7,637	-	-	-	-	6	3,910	8	3,727	-	-
합계	265	98,070	25	11,590	32	27,723	66	29,087	118	20,710	24	8,960

* 스포츠산업기술 기반조성('07~'19), 스포츠 서비스 사업화지원('18~'20), 스포츠창업-선도기업 육성 핵심기술 개발('19~'20)

〈표 4-92〉 '20년 스포츠산업기술개발 사업 추진과제 세부 현황

연도	과제명	기관명
2020	스포츠 복지를 위한 장애인 체육 시설 유니버설 디자인 기술 개발	가천대학교산학협력단
	유소년 운동능력 발달을 위한 피트니스 관리 서비스 기술 개발	송실대학교산학협력단
	실전형 태권도 경기를 위한 스마트 전자 판정 시스템 개발	국민대학교산학협력단
	안전한 실내 스포츠 활동을 위한 지능형 실내 환경 및 안전관리 기술개발	한국전자통신연구원
	개인 맞춤형 생애주기 스마트 피트니스 서비스 개발	(주)디렉스
	발달장애 아동의 건강증진을 위한 운동치료 기술 개발	동국대학교산학협력단
	정밀 GPS와 관성센서 통합기술을 활용한 고정밀 경기력 측정 기술 및 스포츠 트랙터 개발	(주)브이씨
	수출형 스포츠 데이터 수집 및 서비스 플랫폼 개발	(주)아이온커뮤니케이션즈
	패러글라이더 공력성능 향상 핵심기술 개발	(주)진글라이더
	골프픽스 3D : On-device 인공지능 기반 3차원 골프 스윙 분석 기술 및 인공지능 클럽 피팅 기술 연구 개발과 상용화 서비스 제작	(주)모아이스
	생체역학 달리기/보행 자세분석 기술 기반 허어러블 자세 코칭 및 신체나이 평가 기기 개발	(주)비플렉스
	리얼사이클링 기반 헬스케어 플랫폼 및 콘텐츠 개발	(주)리얼디자인테크
	운동기능향상을 위한 하이브리드 스마트 의복 및 모니터링 시스템	(주)포티움
	스마트 안술(갈창)활용 밸런스 트레이닝 서비스	(주)솔티드

2020년 스포츠산업기술개발 사업 추진에 따른 지식재산권 획득 실적을 살펴보면, 국외 논문(SCI) 8편, 국외 논문(비SCI) 3편을 게재하였으며, 국내·외 특허 출원 64건 및 특허 등록 9건을 달성하였다.

〈표 4-93〉 스포츠산업기술개발 사업 종합성과

(단위: 건)

구분	논문		학술대회 (해외, 기타)	특허		기술료	사업화
	SCI(국외)	비SCI(국외)		출원(국외)	등록(국외)		
2012	5	32	63	46	16	9	6
2013	-	22	43	19	12	14	4
2014	6	16	23	22	28	2	3
2015	4	15	50	38	11	4	8
2016	6	15	71	61	12	8	9
2017	11	18	61	37	15	5	16
2018	12	9	26	36	21	8	9
2019	3	13	20	33	18	3	3
2020	9	3	16	64	9	1	0
계	56	143	373	356	142	54	58

※ 출처: 국가과학기술정보서비스(2017). 2020년 스포츠산업기술개발사업 성과추적 조사 결과보고서(2021)

(2) 스포츠 서비스 사업화(R&D) 지원

① 스포츠 서비스 사업화(R&D) 지원 사업의 개념 및 필요성

스포츠 참여 저변확대와 스포츠 참여가 제한된 사회적 약자의 능동적인 스포츠 참여를 촉진할 수 있는 유관 서비스 기술개발을 강화함과 동시에 민간 기업의 참신한 신기술 아이디어를 적극 발굴하고 스포츠 기술혁신을 주도하기 위해 정부는 2020년 스포츠 서비스 사업화 지원 사업을 추진하였다.

② 스포츠 서비스 사업화(R&D) 지원 사업의 추진과정

2020년 스포츠 서비스 사업화(R&D) 지원 사업은 지원예산 41억 원 규모로 계속과제와 신규과제를 구성하고 있으며, 계속과제의 수행기간은 2019~2021년이며 신규과제 수행기간은 2020년~2022년이다. 2020년 스포츠 서비스 사업화(R&D) 지원 사업은 지정공모과제 6를 선정, 지원하였으며, 이는 스포츠산업 환경변화에 따른 수요자 중심의 생활 스포츠 서비스 시장 확대를 비롯하여 스포츠 경기력 향상 고도화, 사회적 약자의 체육활동 촉진을 위한 스포츠 사회서비스 시장창출 분야에 해당하는 과제를 구성하고 있다.

〈그림 4-16〉 스포츠 서비스 사업화(R&D) 지원 사업 개요

스포츠 서비스 사업화 지원(R&D) 사업					
사업기간	사업승인일 ~ 2020. 12. 31. * 계속과제 : '19~'21년, 신규과제 : '20~'22년				
지원대상	대학, 연구기관, 기업				
사업규모	지원규모 : 4,100백만 원 *기획평가관리비 190백만원 포함				
사업내용	- 스포츠 서비스 사업화(R&D) 지원 사업 과제				
	내역 사업명	과 제 명	예산 (백만원)		비고
			'19	'20	
	경기력향상 서비스 고도화	실전형 태권도 경기를 위한 스마트 전자 판정 시스템 개발	-	638	지정공모 (신규)
	생활스포츠 서비스 시장창출	안전한 실내 스포츠 활동을 위한 지능형 실내 환경 및 안전관리 기술 개발	-	797. 5	지정공모 (신규)
		개인 맞춤형 생애주기 스마트 피트니스 서비스 개발	-	797. 5	지정공모 (신규)
	스포츠 사회서비스 시장창출	스포츠 복지를 위한 장애인 체육시설 유니버설 디자인 기술 개발	300	500	지정공모 (계속)
		유소년 운동능력 발달을 위한 피트니스 관리서비스 기술 개발	316	591	지정공모 (계속)
		발달장애 아동의 건강증진을 위한 운동치료 기술 개발	-	586	지정공모 (신규)
	계		616	3,910	

〈그림 4-17〉 스포츠 서비스(R&D) 지원 사업 과제 선정 절차



(3) 스포츠창업·선도기업 육성 핵심기술 개발(R&D) 사업

① 스포츠창업·선도기업 육성 핵심기술 개발(R&D) 사업의 개념 및 필요성

스포츠기업의 사업화에 필수적인 자체 기술개발 시 직면하는 기술적 어려움을 완화시키고 시장 혁신적인 기술개발을 촉진하여 스포츠기업의 기술적 성장동력 마련에 노력하기 위해 2019년 착수한 사업이다. 국내 스포츠기업 중 창업 후 7년 미만인 기업과 스포츠산업 선도기업 중 기업 중 사업화를 촉진하고 기업성장을 가속화할 수 있는 기술을 보유한 기업을 지원대상으로 한다.

② 스포츠창업·선도기업 육성 핵심기술 개발(R&D) 사업의 추진과정

2020년 지원예산 37억 8,200만 원으로 계속과제와 신규과제를 추진하고 있다. 2019년 선정한 과제 5건은 계속과제로 수행하였으며 2020년에는 자유공모과제 방식으로 창업촉진 기반기술 개발사업 분야 2건, 스포츠산업 선도기업 핵심기술 개발사업 분야 1건 등 총 3건을 신규 지정하였다.

〈그림 4-18〉 스포츠창업·선도기업 육성 핵심기술 개발(R&D) 사업 개요

스포츠창업선도기업육성핵심기술개발(R&D)사업				
사업기간	사업승인일 ~ 2020.12.31.			
지원대상	· 창업기업 : 「중소기업기본법」 제2조에 의한 중소기업 중 창업 후 7년 미만 스포츠산업 분야 기업 · 선도기업 : '18~'20년 「선도기업 지원사업」에 선정된 기업 * 총 30여개 기업			
사업규모	지원규모 : 3,782백만 원			
사업내용	- 창업촉진 기반기술 개발사업			
	과 제 명		예산(백만원)	비고
			'19 '20	
	스마트인솔(갈창)활용 밸런스 트레이닝 서비스		190 380	자유과제 (계속)
	운동기능향상을 위한 하이브리드 스마트 의복 및 모니터링 시스템		190 380	
	리얼 사이클링 기반 헬스케어 플랫폼 및 콘텐츠 개발		190 380	
	골프픽스 3D : On-device 인공지능 기반 3차원 골프 스윙 분석 기술 및 인공지능 클럽 피팅 기술 연구 개발과 상용화 서비스 제작		- 190	자유과제 (신규)
	생체역학 달리기/보행 자세분석 기술 기반 허어러블 자세 코칭 및 신체나이 평가 기기 개발		- 190	
	계		570 1,520	
	- 선도기업 핵심기술 개발사업			
	과 제 명		예산(백만원)	비고
			'19 '20	
	정밀 GPS와 관성센서 통합기술을 활용한 고정밀 경기력 측정 기술 및 스포츠 트랙커 개발		441.5 883	자유과제 (계속)
	수출형 스포츠 데이터 수집 및 서비스 플랫폼 개발		441.5 883	
	패러글라이더 공력성능 향상 핵심기술 개발		- 441	자유과제 (신규)
	계		883 2,207	

(4) 가상현실 스포츠실 보급 사업

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

〈표 4-94〉 가상현실 스포츠실 보급 사업 추진과정

구 분	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 ~ 2020. 12.				
사업예산	• 4,500백만 원(지방비 매칭예산 별도)				
	구분	'20년 예산	수량	개소당 지원금	시설내용 및 지원비율 등
	가상현실 스포츠실 보급	4,500	150	30	초등학교 및 공공시설 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 및 공공시설 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, 유흥교실 활용 및 특수학교 우선 지원 				
사업 추진절차	<div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">입찰공고 게시 (나라장터)</div> <div>></div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">업체선정 (경쟁입찰)</div> <div>></div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">시설설치 및 운영</div> <div>></div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">결과보고 및 정산</div> </div> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-around; margin-top: 5px;"> (지자체, 학교) (지자체, 학교) (지자체, 학교) (지자체→공단) </div>				
기관별 역할	<ul style="list-style-type: none"> 문화체육관광부 : 관계부처 협의, 사업계획 승인 및 주요사항 변경 국민체육진흥공단 : 지원계획 수립, 지원대상 추천 요청 및 교부신청 접수, 기금 교부정산, 사업관리, 설치 및 활용 실태점검, 지자체 및 학교관계자 교육 등 광역·도·지·군·자치단체 : 지방비 예산 매칭 주관 및 지원기관(학교) 선정 <ul style="list-style-type: none"> ※ 광역·도·지·군·자치단체별 행정여건에 따라 지자체(교육청, 교육지원청) 역할 분담 및 지방비 예산 매칭 지원 병행 대상기관(학교 등) : 1개 교실 규모 이상의 설치 공간 제공, 담당교사 지정, 가상현실 스포츠실 운영, 사후관리 및 운영활성화 등 				

2016년 서울 옥수초등학교와 신정초등학교에 시범 설치를 시작으로 2017년 지자체 추천 10개 초등학교 대상으로 시범사업을 추진하였다. 2019년 103개소, 2020년에는 124개소를 설치하여 전국에 총 360개소를 운영하고 있으며, 지원비율은 기금과 지방비가 각각 50%이다.

〈표 4-95〉 '20년 가상현실 스포츠실 보급사업 지자체별 기금지원 규모

구 분	설치규모 (개소)	지원금액 (백만원)	구분	설치규모 (개소)	지원금액 (백만원)
서울시	1	30	충청북도	9	270
부산시	4	120	충청남도	13	390
대구시	8	240	전라북도	10	300
인천시	6	180	전라남도	9	300
광주시	5	150	경상북도	6	180
울산시	5	150	경상남도	12	360
경기도	28	840	합계	124	3,750
강원도	8	240			

가상현실 스포츠실 보급 사업으로 「2019 정부혁신 우수사례 경진대회」 행정안전부장관상(동상)을 수상하였으며, 가상현실 스포츠실 초등학교 보급사업 실태조사('19년 6월) 및 초등학교 선생님 및 학부모 시연회('19년11월/서울, 대구 2회 개최) 등을 실시하였다. 그 결과 학생, 학부모, 교사 대상 만족도가 높은 것으로 나타났다. 가상현실 스포츠실 보급사업은 이용자들의 수요를 파악하여 가상현실 스포츠의 혁신성장 창출에 기여하고 있으며, 2023년까지 전체 초등학교의 10% 수준인 약 600개교로 지원을 확대할 계획이다.

〈표 4-96〉 가상현실 스포츠실 보급 사업 추진결과

연도	배치계획	설치개소	기금지원액	사업기간
'18년	178개소	121개소	4,680백만 원	2018. 1. ~ 2019. 12.
'19년	112개소	103개소	3,744백만 원	2019. 1. ~ 2020. 12.
'20년	150개소	124개소	3,750백만 원	2020. 1. ~ 2021. 12.

5 스포츠산업 전문 인력 양성 사업

1) 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.

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



〈표 4-97〉 스포츠산업 실무맞춤형 전문인력 양성 지원 사업 추진과정

구 분		주요내용		
목 적	• 스포츠산업 현장맞춤형 인재양성을 위한 산학연계 전문인력양성 및 전문성 강화			
추진과정	<div><div>스포츠산업체 과제 공모 및 평가(5개 선정) (공단)</div><div>➡</div><div>산업체 주관 컨소시엄 매칭 (산업체)</div><div>➡</div><div>매칭완료 컨소시엄(과제)에 대한 평가 및 선정(3개소) (공단)</div><div>➡</div><div>과제수행 (컨소시엄)</div><div>➡</div><div>최종 성과평가 (공단)</div></div>			
지원내용	<ul style="list-style-type: none">• 기업으로 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<ul style="list-style-type: none">* 최종 과제(3개) 선정			
지원기간	• 사업승인일 ~ 2020. 12.			
지원대상	• 스포츠산업체 및 대학(원) / 3개소 선발			
사업기간	• 사업 승인일 ~ 2020. 12.			
사업비	• 210백만 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			
	주관기관	컨소시엄	과제명	예산 (천원)
	고려대	FC네트웍	빅데이터 기반 스포츠기업의 신개념 마케팅 역량 강화를 통한 실무맞춤형 전문인력 양성	70,000
		에스드림스퀘어		
		(주)인사이트코리아		
	상명대	GOTO 피트니스	On-Off 연계 개인맞춤형 운동관리 및 피트니스 프로그램 추천 플랫폼 개발	68,740
		M 스피닝	가상환경 IoT 기반 인도어 사이클 트레이닝(K-스피닝) Zone 운영모델 개발	
		클라우드파머스	QR/비콘 인터페이스를 활용한 실효성 있는 피트니스 학습지도 UX 개발	
	을지대	케이투코리아(주)	스포츠용품 사용성평가 프로세스 개발	70,000
		지엘크루	고객 경험(CX)분석 기법을 활용한 스포츠용품 사용성 조사	
선정 평가기준	<ul style="list-style-type: none">• 기업주관 컨소시엄구성<ul style="list-style-type: none">- 기업 : 과제선정, 컨소시엄구성- 대학 : 과제실행			

2020년 실무맞춤형 전문인력 양성 사업의 추진성과는 다음과 같다. 고려대, 상명대, 을지대에서 운영되었으며, 실무맞춤형 과제 실행에 총 35명이 참여하였고, 이 중 6명이 취업하였다. 고려대에서는 총 8명이 참여하였으며, 이 중 취업 5명(3명 확정, 2명 예정)이며, 상명대에서는 총 19명이 참여하였고 이중 1명이 취업예정이다. 또한 을지대에서는 총 8명이 참여하였다.

〈표 4-98〉 '20년 스포츠산업 실무맞춤형 전문인력양성 사업 운영 현황

주관기관	우수성과	참여인원	기타
고려대	빅데이터 프로세스 컨셉 개발 1건	총 8명, 취업 5명, (3명 확정, 2명 예정)	마케팅 역량 강화 프로세스 개발 1건 신규 마케팅 전략 수립 1건, 학술논문 1건(예정), 빅데이터 관련 외부전문 교육 9회, 취·창업 연계 멘토링 및 전문가 세미나 12회
상명대	특허 출원 6건(피트니스 센터 통합운영 시스템 등)	총 19명, 취업 1명(예정)	신규 사업/서비스/R&D 기획안 각 1건, 피트니스 MBA 과정 졸업용 실습보고서 3건
을지대	지식재산권 1건(특허 신청 진행 중)	총 8명	인턴십 프로그램 이수 2명, 현장실습 결과보고서 2건, 교육 세미나 5회(전문가 실무 멘토링 7회, 프로젝트 성과보고서 2건, 스포츠용품 사용성평가 테스트 pool 구축(15명), 사용성평가 운영매뉴얼 개발 1건, 신규 개발모델 효능성 및 타당성 검증 연구 논문 2건

(2) 스포츠융복합 대학원 운영사업

스포츠산업 실무맞춤형 전문인력양성 사업이외에도 전문인력양성으로 스포츠융복합 대학원 운영사업을 2019년부터 새롭게 추진하고 있다. 이는 「스포츠산업 진흥법」 제9조 2항에 근거하여 4차산업 관련 전략 분야의 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 4-99〉 스포츠융복합대학원 지원 사업 추진과정

구 분	주요내용		
목 적	• 새로운 산업 트렌드를 선도해 나갈 리더 양성		
추진과정	사업 승인 (문체부)	→	공모·평가 위원회 개최 (공단)
	→	전문인력양성기관 지정 (문체부)	→
			평가결과 통보 (공단→문체부)
			사업운영·관리 (공단)

지원내용	• 스포츠융복합 석사과정 개설, 선발, 운영 및 관리 전반에 관한 사항															
	• 대학원생 장학금, 인건비, 기자재/재료 구입비 등															
	- 교육인원 : 매년 20명 이상 석사 신입생 선발 및 교육 실시															
	- 교육기간 : 2년(1~2학기 : 정규수업/ 3학기 : 현장/ 4학기 : 논문작성 및 제출															
	* 매년 연차평가를 통해 예산조정 및 지원 중단 조치 가능															
	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 2,450백만 원/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	• 19년 ~ 최대 5년간(3+2) 지원															
사업비	• 5년간 최대 2,650백만원, 대학별 기수당 20명 내외															
운영현황	• (지원분야) 스포츠분야 유망 신산업·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	스포츠AIX대학원 (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 평가 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 22명, 포항공대 20명이 참여하였다.

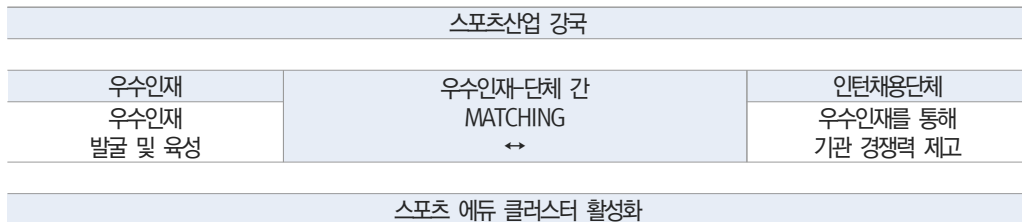
2) 스포츠산업분야 인턴십 지원 사업

(1) 스포츠산업분야 인턴십 지원 사업 개념 및 필요성

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

2014년부터는 기존 인턴 지원사업의 문제점을 개선하여 인턴사원 자격조건을 스포츠산업계열, IT계열, 디자인계열, 미디어계열, 전기전자계열 등의 대학(교) 졸업자 중 미취업자(졸업예정자)로 확대하였고, 기업과 인턴 간 맞춤형 매칭(1명당 3지망 적용)을 실시하여 인턴사원의 현장 업무능력 및 연계 채용률을 제고하였다. 2015년에는 인턴채용 희망기업 공모 및 선정기간을 앞당겨 기업이 채용을 희망하는 적기에 인턴채용이 가능하도록 개선하였으며, 지원기간도 기존 5개월에서 6개월로 확대하였다. 특히, 2016년에는 인턴사업 종료 후 인턴사원 미채용 시 패널티를 부여하는 제도를 도입하였고, 2년 연속 미 채용시에는 지원기업 선정 심사 시 감점(5점)처리하여 관리를 보다 강화하였다. 또한, 국민체육진흥공단과 한국경제신문 기관이 지원하는 2016년 체육분야 인턴지원 사업으로 역량 있는 국내 체육분야 우수인재를 발굴하여 육성하고, 다양한 직군과의 매칭을 통해 스포츠산업의 일자리 확장성을 제고하였다. 전문적이고 다양한 직군의 인턴채용단체를 통해 스포츠산업 직군의 스펙트럼 확대를 지원하여 이를 통해 우수인재의 지속적인 관리와 국내·해외취업 정보 공유를 위해 다각도의 콘텐츠를 활용한 스포츠 에듀 클러스터의 활성화를 도모하였다.

〈그림 4-19〉 스포츠 에듀 클러스터 활성화



(2) 스포츠산업분야 인턴십 지원사업 추진과정

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

〈표 4-100〉 스포츠산업분야 인턴십 지원사업 추진과정

구 분	주요내용																			
목 적	• 스포츠산업분야의 인력수급 불균형 해소 및 경쟁력 강화																			
추진과정	<div><div><div>채용기업 공모 및 선정</div><div>운영기관 ↔ 기업</div></div><div>➡</div><div><div>인턴 모집 공고 및 채용계약체결</div><div>인턴 ↔ 기업</div></div><div>➡</div><div><div>협약체결</div><div>운영기관 ↔ 기업</div></div><div>➡</div><div><div>인턴 근무 및 급여지급</div><div>인턴↔기업</div></div><div>➡</div><div><div>지원금 지급(매월)</div><div>운영기관→기업</div></div></div>																			
지원대상	• 인턴희망자, 국내외 스포츠산업체/체육분야 협단체																			
지원내용	<div>• 스포츠산업분야 인턴채용 기업(기관) 보조금 지원</div> <table><tr><th>구 분</th><th>인턴사원</th><th>채용기업</th><th>운영기관</th><th>관리기관</th></tr><tr><td>대 상</td><td>스포츠산업 종사 희망자</td><td>국내외 스포츠기업체·협단체</td><td>공모·선정(위탁) *㈜GHR</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></table>					구 분	인턴사원	채용기업	운영기관	관리기관	대 상	스포츠산업 종사 희망자	국내외 스포츠기업체·협단체	공모·선정(위탁) *㈜GHR	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) *㈜GHR	공단																
역 할	인턴근무 및 실무체험	인턴고용 및 복무관리	모집·교육·관리	사업운영 관리																
지원조건	<div>• 인턴근무자 월 20일 또는 160시간 이상 근무 시 지원금 전액 지급</div> <div>• 상기 조건 미충족시 근무일 기준 일할 계산</div> <div>• 채용기관은 지원금과 별도로 4대 보험 가입, 월 55만원 이상 자부담</div>																			
지원기간	<div>• 사업승인일 ~ 2021. 1월</div> <div>(국내 : 4개월 + 정규직 전환 시 4개월 추가 / 해외 : 코로나19 확산으로 미시행)</div>																			
사 업 비	• 1,577백만 원																			
지원규모	<div>※ 국내인턴</div> <div>• 지원인원 및 금액: 186명, 1인 125만원/월(기업부담 55만원)</div> <div>• (기본사항)기본 4개월 + 정규직 전환시 4개월 추가지원(최대 8개월 지원)</div> <div>• 월 20일 이상 또는 160시간 이상 근무시 전액 지급(월차, 정기휴가, 병가시 근무 인정)</div> <div>• 동 기준 미 충족시 일할계산 (5만원/1일) 및 1일 4시간 미만 근무시 지급 제외</div> <div>※ 해외인턴</div> <div>• 코로나19 확산에 따라 국내인턴 사업으로 변경 진행</div>																			
참여대상	<div>※ 국내인턴</div> <div>• 인턴사원 자격 조건</div> <div>- 인턴신청일 현재 미취업 상태인 자(군필 또는 면제자)</div>																			

구 분	주요내용
	<ul style="list-style-type: none"> - 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) <p>※ 해외인턴 • 코로나19 확산에 따라 국내인턴 사업으로 변경 진행</p>

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.

(3) 체육분야 인턴십 지원사업 성과

2020년 체육분야 국내 인턴의 경우 1, 2차 총 136개사, 186명을 지원하였다. 그 중 141명은 정규직 전환 등의 취업으로 이어졌으며 채용비율은 75.8%로 전년보다 15.9% 증가하였다.

〈표 4-101〉 '20년 체육분야 인턴 지원사업 모집공모 및 채용결과

구 분	인턴채용 희망기업 공모	인턴사원 모집 공모	인턴채용 및 협약체결
내용	온라인 신청 (http://spobiz.kspo.or.kr/job)	온라인 신청 (http://spobiz.kspo.or.kr/job)	협약체결 (운영기관↔채용기관)
공모결과	136개 기업, 186명 채용		

〈표 4-102〉 '16~'20년 체육분야 국내 인턴 지원사업 채용 연계 실적

년도	인턴희망 기업모집	인턴근무 희망자모집	인턴지원		인턴 후 채용인원(B)	채용비율 (B/A)
			지원기업	지원인원(A)		
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%
2020	242개	4,713명	136개	186명	141명	75.8%

〈표 4-103〉 '17~'20년 체육분야 인턴 지원 사업 인턴사원 성과

구 분	국내 인턴				국외 인턴			
	배치 기관	목표 인원	배치 인원	채용률	배치 기관	목표 인원	배치 인원	채용률
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%
2020	136개	170명	186명	75.8%	-	-	-	-

〈표 4-104〉 '17~'20년 체육분야 인턴십 지원사업 국내인턴 인턴종료 후 취업현황

연도		인턴근무 인원 수	인턴종료 후 채용현황			인턴계속 채용률	인턴채용 기관수	계속채용 기관 수	기관계속 채용률
			정규직	인턴	합계				
2017	국내	52명	13명	7명	20명	38.1%	42개	14개	33%
	국외	52명	4명	6명	10명	19%	32개	7개	21.8%
2018	국내	198명	72명	2명	74명	40.4%	137개	74개	54%
	국외	51명	10명	0명	10명	19.2%	31개	10개	32.2%
2019	국내	142명	85명	0명	85명	59.9%	135개	85개	63%
	국외	26명	0명	3명	3명	11.5%	14개	3개	21.4%
2020	국내	186명	141명	0명	141명	75.8%	136개	111개	81.6%

3) 스포츠산업 채용박람회(JOB FAIR) 개최 사업

(1) 스포츠산업 채용박람회 개최사업 개념 및 필요성

정부는 스포츠산업 관련 구직자 및 우수 인력의 취업정보 획득 및 관련 기업의 취업기회 제공을 위해 2011년도부터 2020년까지 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. 2020년은 코로나19로 인해 온라인으로 개최하였다.

〈표 4-105〉 스포츠산업 채용박람회 'JOB FAIR 2020' 개최 사업 개요

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	• 2020. 9. 14. ~ 2020. 9. 18.
사업예산	• 90,700천원
사업시행주체	• 국민체육진흥공단
사업대상	• 국내·외 스포츠산업 관련기업 및 스포츠산업 구직 희망자, 일반 관람객 등
사업 추진 내용	<ul style="list-style-type: none"> 행사명 : 스포츠산업 JOB FAIR 2020 일 시 : 2020년 9월 14일 ~ 9월 18일 / 5일간 장 소 : 온라인 개최 참가규모 <ul style="list-style-type: none"> - 참가기업 수 : 59개사 - 행사 참가자 : 7,442명 - 상담참여 수 : 1,530건

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

(3) 스포츠산업 채용박람회 개최사업 성과

스포츠산업 채용박람회 'JOB FAIR 2020'은 59개 기업과 7,442명이 참가하였다. 이를 통해 스포츠산업 우수기업이 겪고 있는 구인난 해소뿐만 아니라, 스포츠산업 관련 분야에 취업을 희망하는 구직자와 기업 간 만남의 장을 제공하여 사회적 이슈로 부각되고 있는 청년실업을 완화에 기여하고 하였다. 또한, 4차 산업혁명 등 시대적 변화에 부응하여 스포츠산업 분야 우수사례 소개도 병행하여 스포츠산업에 대한 이해도를 제고하였다.



4) 스포츠산업 비대면 시장 융합인력 양성

(1) 스포츠산업 비대면 시장 융합인력 양성 개념 및 필요성

정부에서는 「국민체육진흥법」 제22조(기금의 사용 등)와 2020년도 국민체육진흥기금 기금운용계획안에 의거하여 비대면 스포츠 코칭 시장 창출 지원사업을 실시하고 있다. 이 사업은 비대면 스포츠 신시장 창출을 통해 다가올 미래에 대한 선제 대응 및 관련 분야의 새로운 일자리 창출을 도모하고, 포스트 코로나 이후 수요 증가가 예상되는 ‘운동 영상 분석’이나 ‘운동 데이터 분석·처리’ 등의 특기·적성 분야 전문 교육을 통해 장기적으로 취업가능한 역량을 강화시키는데 목적이 있다.

(2) 스포츠산업 비대면 시장 융합인력 양성 추진 개요

비대면 스포츠시장 융합인력 양성을 위해 민간체육시설사업자, 스포츠강사 및 지도자, 체육사범 등 1,800명에 대한 비대면 사업 역량향상 교육을 실시하였다. 기술분야 양성을 위해 온라인 영상과 데이터의 분석 및 처리 등을 위한 기술 분야와 사업모델 설계 등의 60시간 교육을 제공해오고 있다.

〈표 4-106〉 스포츠산업 비대면 시장 융합인력 양성 사업 추진과정

구 분	주요내용
목 적	• 비대면 스포츠 신시장(원격 코칭 등) 창출을 통해 미래 사회적 선제 대응
추진과정	
지원대상	• 민간체육시설사업자, 스포츠강사(지도자), 체육사범 등
교육내용	• 기술 분야(온라인 영상·데이터의 분석·처리 등), 사업모델 설계 등
사 업 비	• 1,577백만 원

(3) 스포츠산업 비대면 시장 융합인력 양성 성과

2020년 비대면 스포츠시장 융합인력 양성을 위한 지원예산은 6억 2,600만원이 투입되었으며, 626명을 양성하였다.

〈표 4-107〉 비대면 스포츠 코칭 시장 창출 지원 연간실적

(단위 : 명)

구분	2020년
비대면 스포츠시장 융합인력 양성인원	626

출처: 국민체육진흥공단 종합업무현황(2021)

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 스포츠산업조사

스포츠산업조사는 국가승인통계(제11321호)로 지정된 2009년 기준조사부터 2020년 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(66개 세세분류)로 새로 개편된 「스포츠산업 특수 분류 V.3」(신분류)를 적용하여 조사가 수행되었다. 연도별, 부문별 전년도 조사와 비교 분석이 가능하도록 표준화된 구축 틀을 활용하여 2020년 기준조사를 실시하였다. 또한, 전년도 조사와 시계열 분석이 가능하도록 구성하여 스포츠산업이 대표 통계가 될 수 있도록 진행되었다.



〈표 4-108〉 스포츠산업조사 주요 추진 현황

기준 년도	추진 기관	예산	추진 시기	모집단/ 표본크기	산업분류체계 (대분류)	특이사항
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
2020	민간업체	3억	5~12월	신분류기준 105,445개/12,007개	한국표준산업분류 스포츠산업특수분류체계 (스포츠산업 v3.0)	국가승인 통계유지

〈표 4-109〉 '20년 기준 스포츠산업조사 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	<ul style="list-style-type: none"> • 2021. 5. ~ 2021. 12. 														
소요예산 (보조금)	<ul style="list-style-type: none"> • 3억 원 														
조사 설계	<table> <tr> <th>구 분</th><th>세부 내용</th></tr> <tr> <td>조사 지역</td><td>• 전국</td></tr> <tr> <td>조사 범위</td><td>• 스포츠 활동을 지원하는 시설업, 용품업, 서비스업</td></tr> <tr> <td>표본 크기 (sample)</td><td> <ul style="list-style-type: none"> • 총 12,116업체 - 스포츠 시설업: 5,613개 - 스포츠 용품업: 3,247개 - 스포츠 서비스업: 3,256개 </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>• 2021. 9. 15 ~ 11. 27.</td></tr> </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 12,116업체 - 스포츠 시설업: 5,613개 - 스포츠 용품업: 3,247개 - 스포츠 서비스업: 3,256개 	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	• 2021. 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 12,116업체 - 스포츠 시설업: 5,613개 - 스포츠 용품업: 3,247개 - 스포츠 서비스업: 3,256개 														
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	• 2021. 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 4-20〉 스포츠산업조사 수행 절차

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

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.

〈표 4-110〉 제16회 대한민국 스포츠산업대상 포상사업 추진과정

구 분	주요내용	
목 적	• 스포츠산업 발전에 기여한 우수 기업을 발굴·시상하여 새로운 성장 동력 산업으로 주목받고 있는 스포츠산업 분야 종사자들의 사기 진작과 국내 스포츠산업의 경쟁력 제고	
추진과정	‘대한민국 스포츠산업대상’ 시상 계획 공고	
	↓ 신청 접수 / 제출 서류 확인 ① 신청서(또는 추천서) ② 공적요지 ③ 세부 공적내용 ④ 공적내용의 각 항목별 증빙자료, ⑤ 사업자등록증 및 법인 등기부등본 ⑥ 최근 3년간 대차대조표 및 손익계산서, 현금흐름표	
	↓ 1차 심사: 신청 기업 중 우수 후보군(약 2~3배수) 선정	
	↓ 2차 심사: 기업 소개(PT) 및 질의응답(필요시 현장실사 병행)	
	↓ 결과발표: 개별 통보	
	↓ 시상식	
포상대상	• 스포츠용품 제조, 체육시설업, 서비스업, 유통임대업 등 스포츠산업 전 분야(프로스포츠, 지자체, 개인 포함)	
신청분야	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 스포츠 산업 발전 및 활성화에 기여한 지방자치단체
	개인	스포츠산업 발전, 일자리 창출 등에 기여한 공로가 큰 자
포상규모	• 대통령 표창 1, 총리 표창 1, 장관 표창 6	
심사방법	• 1차 서류심사, 2차 PT발표(15분) (필요시 현장실사 병행)	
	• 신청분야별 계량(재무건전성), 비계량 지표(기업이미지 외) 평가	
시상식	• 일시/장소: 2020. 12. 16. • 코로나19로 대상만 직접수여하고 그 외 수상 단체·개인에게는 개별적으로 표창장 전달	

(3) 스포츠산업 인프라 구축 사업 성과

① 스포츠산업조사

2020년 기준 스포츠산업조사는 2018년 기준조사 시 개편된 스포츠산업 특수 분류체계(스포츠산업 특수 분류 v3.0)를 적용하여 스포츠산업을 총 66개 세세분류로 진행하였다. 2014년부터 기준조사에서 조사 모집단 보완을 위해 산업세세분류에 속하는 사업체를 전화조사 및 2013년 기준조사결과와 교차 검토, 행정자료 매칭을 통하여 보완 과정을 거쳤으며, 2015년 기준조사에서는 스포츠산업 특수 분류를 체계적으로 정리하여 기존 표본 추출들을 재정비함으로써, 모집단의 대표성을 확보하였다. 2020년 기준조사 결과 신분류 기준 97,668개 사업체가 있는 것으로 조사되었다. 2019년 기준조사와 비교 분석한 결과 전체 사업체는 7,777개가 감소하였다.

〈표 4-111〉 '15~'16년 대분류별 모집단 비율(구분류 기준)

(단위: 개, %)

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

〈표 4-112〉 '18~'20년 대분류별 모집단 비율(신분류 기준)

(단위: 개, %)

구 분	2018 기준		2019 기준		2020 기준	
	사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중
스포츠 시설업	41,423	40.2	42,122	39.9	38,279	39.2
스포츠 용품업	34,161	33.1	33,621	31.9	30,876	31.6
스포츠 서비스업	27,561	26.7	29,702	28.2	28,513	29.2
합 계	103,145	100.0	105,445	100.0	97,668	100.0

2017년 기준조사부터는 지역별(17개 시도) 결과를 정식으로 공표하기 시작하였으며, 2012년 기준조사와 동일하게 통계청의 나라통계시스템을 이용하여 자료처리를 실행하였고, 단순로운 설문 조사표를 가능한 구체화하여 통계조사 결과에 대한 양적·질적 분석을 확대하였다. 또한, 응답자의 적극적인 협조요도를 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 부문의 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. 2020년에는 스포츠산업 디자인 공모전 사업을 종료한 관계로 시상이 이루어지지 않았다.

〈표 4-113〉 스포츠산업대상 및 디자인 공모전 역대 수상 현황

년도	상 장	훈 격	수상업체	업 종
2006 (제2회)	대 상	대통령 표창	코오롱글로벌(주)	종합스포츠센터
	최우수상	장관 표창	원앤원스포츠	양궁할 제조
			(주)이동수에프엔지	골프구단
	특별상	장관 표창	태하메카트로닉스(주)	런닝머신 제조
	프로경기단상	장관 표창	(주)한화이글스	프로구단
	우수상	공단이사장 표창	(주)볼빅	골프공 제조
			수원월드컵경기장관리재단	경기장 운영
프로스포츠 스타상	공단이사장 표창	(주)삼성라이온즈	프로구단	
2007 (제3회)	대 상	대통령 표창	송진우	프로야구 선수
	최우수상	총리 표창	신산상사(주)	볼류 제조
			프로스펙스	풋살경기
	우수상	장관 표창	(주)SK와이번스	프로구단
			이글아이드	골프화 제조
	프로경기단상	장관 표창	(주)현대시멘트레저사업본부	대중골프장
	스포츠마케팅우수 지자체	장관 표창	KTF매직윙스농구단	프로농구단
	장려상	공단 이사장 표창	대구광역시	지방자치단체
			대전광역시	
장려상	공단 이사장 표창	(주)알와이앤코리아	기능성신발 제조	
2008 (제4회)	대 상	대통령 표창	(재)에덴스포츠타운	종합스포츠레저시설
	최우수상	총리 표창	(주)홍진에이치제이씨	오토바이 헬멧 제조
	우수상	장관 표창	(주)삼익스포츠	양궁 제조
			(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
2009 (제5회)	대 상	대통령 표창	(주)골프존	골프시물레이터 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
	장려상	공단 이사장 표창	(주)싸카	스포츠용품 도소매
			(주)스포츠테레카	야구장 선수 보호용
			(주)디자인파크개발	야외체육시설 제조
2010 (제6회)	대 상	대통령 표창	코오롱FnC부문	아웃도어 제조
	최우수상	총리 표창	군산레저산업(주)	골프장 운영
	우수상	장관 표창	한솔개발(주)	종합레저스포츠시설 운영
			(주)블랙야크	등산용 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)알파니스트	등산용품 제조
			(주)볼빅	골프공 제조
2011 (제7회)	대 상	대통령 표창	(주)LS네트웍스	아웃도어 도소매
	최우수상	총리 표창	(주)골프매니지먼트	골프용품 유통
	우수상	장관 표창	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
			완앤원	양궁 활 제조
2012 (제8회)	대 상	대통령 표창	완앤원	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 충전재	천안 현대캐피탈 배구단	프로구단
	프로경기단상	장관 표창	동부 프로미 농구단	프로구단
			지자체상	
	개인상	공단 이사장 표창	최종필	대구대 교수
			임호순	스포츠 용품 개발
2013 (제9회)	대 상	대통령 표창	코베아	캠핑 등산 용품
	최우수상	총리 표창	(주)블루원	골프장 서비스
	우수상	장관 표창	(주)할라인	스포츠용 활체어 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)	프로스포츠타운(축구)
	최우수상	총리 표창	(주)컬처메이커	태권도 용품
	우수상	장관 표창	(주)케이엘에스	야외운동기구
			디스커버리씨에스(주)	인공암벽시설
	프로경기단상	장관 표창	창원LG세이커스	프로구단
	지자체상	장관 표창	충북 보은군	지방자치단체
			충남 아산시	
	공로상	공단 이사장 표창	김양경	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)	스 포 츠 산 업 대 상	대 상	대통령 표창	(주)유크테크놀로지	스포츠용품(골프)	
		최우수상	총리 표창	SK와이번스 프로야구단	프로구단	
		우수상	장관 표창	임페리얼스포츠	스포츠경기용품 제조	
				(주)아이폴	유소년 스포츠 교육기관	
				에어포스	캠핑레저용품 업체	
		지방자치 단체상	장관 표창	서귀포시	지방자치단체	
	공 로 상	장관 표창	(주)저니맨스포츠 최익성 대표	(주)저니맨 스포츠 대표		
	디 자 인 공 모 전	대 상	장관 표창	김경석		
		최우수상	이사장 표창	오인호		
		우수상	이사장 표창	정하림		
				홍지요, 박효원		
				인영주		
		장려상	이사장 표창	이교진		
	이봉주					
2017 (제13회)	스 포 츠 산 업 대 상	대 상	대통령 표창	(주)우성이아이비	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	
		공 로 상	장관 표창	-		
	디 자 인 공 모 전	대 상	장관 표창	김구한		
		최우수상	이사장 표창	김희란		
		우수상	장관 표창	김용한, 한은혜, 김용재, 김성우		
		장려상	장관 표창	김술, 최민호, 김은현, 박형민		
	2018 (제14회)	스 포 츠 산 업 대 상	대 상	대통령 표창	충남 천안시	지방자치단체
			최우수상	총리 표창	(재)대구테크노파크	기타 공학 연구 개발업
우수상			장관 표창	(주)티엘인더스트리	컴퓨터 제조업	
우수프로스포츠단상				부산 아이파크	프로축구단	
우수지방자치단체상				경기 안산시	지방자치단체	
공 로 상(개인)				이정학 교수	경희대 교수	
디 자 인 공 모 전		대 상	장관 표창	홍욱		
		최우수상	이사장 표창	권나현, 이승현		
		우수상		김지유		
				김우형		
				김주원, 정유진		
				이재욱		
		장려상		신경연		
				진다정, 정성훈		

				김나영	
				성민재, 이소현	
2019 (제15회)	스포츠산업대상	대 상	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
			-		
	디자인공모전	대 상	장관 표창	신민호	
		최우수상	이사장 표창	이채영, 서진	
		우수상		김지윤, 진유진	
				우철재	
				안선주	
				박수영, 한유진	
장려상		김경아, 김호준			
	신영균				
2020 (제16회)		대 상	대통령 표창	(사)한국여자프로골프협회	프로스포츠협회
		최우수상	총리 표창	강원도 양구군	지방자치단체
		우수상	장관 표창	(주)사이넷	모바일어플리케이션개발
				(주)솔티드	스포츠용품제조업
				(주)에스빌드	스포츠 시설업
		우수프로스포츠단		NCD아노스 프로야구단	프로스포츠단
		우수지방자치단체		경상남도 고성군	지방자치단체
		공로상		김영석	포스텍 교수

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 종사자들에게 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 국내의 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. 2020년에는 2019 스포츠산업백서 발간을 비롯해 연간 10회의 SI포커스를 발행하고, 8회의 이슈페이퍼를 발행하며, 월 1회 총 10회의 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 정책성과를 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 4-114〉 스포츠산업 백서 발간 사업개요

구 분	주요 내용
발간목적	• 국내 스포츠산업 현황 및 정부정책 성과 등을 소개
사업기간	• 2021. 3. ~ 2021. 12.
사업예산	• 32,000천 원
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> • 2020 스포츠산업 백서 개요 <ul style="list-style-type: none"> - 백서규격: 국판, 400쪽 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 설문 등을 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(국내·외 시장 환경, 주요국 산업실태 등) - 스포츠산업 공급과 수요, 정책 및 제도 - 스포츠산업 관련 국내외 기관 및 단체 현황

② SI 포커스 및 이슈페이퍼 발행

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

〈표 4-115〉 SI 포커스 및 이슈페이퍼 발행 사업개요

구 분	주요 내용	
	SI 포커스	이슈페이퍼
발간목적	• 스포츠산업 동향에 대한 부문별 심층 분석을 통하여 스포츠산업 부문별 지원전략 및 정책 발굴	• 스포츠산업 전반 현안을 집중 분석하여 현상의 문제점을 파악하고 스포츠산업 성장에 필요한 대안 모색
발행기간	2020. 1 ~ 12.(총 10회)	2020. 1 ~ 12.(총 8회)
발행면수	A4 15 ~ 20쪽 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 • 공단 스포츠산업연구실 연구위원, 학계 및 현장 전문가 협업 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"> • 종목별 야구, 축구, 농구, 배구, 골프 산업 경영현황 분석 • 레저스포츠 현황 분석 • 스포츠서비스 현황 분석 	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나19의 스포츠산업 전반에 미치는 영향 • 프로스포츠 관람 소비 변화

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 4-116〉 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	• 2020. 3. ~ 2021. 2.		
발 송	• 월 1회(2020년 총 10회)		
발행형식	• 메일링 서비스 및 홈페이지 게시(www.spois.or.kr)		
사 업 비	• 49,500천 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 스포츠산업 제품 및 서비스 동향 - 스포츠 용품 차별 키워드 분석 - SPOEX & SPOEX FALL 참여업체의 제품 소개 - 국내·외 스포츠산업 서비스 콘텐츠 소개	2~3 페이지
	스포츠산업 자원사업 우수사례집	○스포츠산업 자원사업 수혜기업 우수사례 인터뷰 및 근황 소개	3~4 페이지
	스포츠산업 지식정보	○스포츠산업 현장 이슈 심층 분석 - 과학원 발행 SI포커스, 이슈페이퍼	3~4 페이지
	스포츠산업 일정	○국내·외 스포츠 콘퍼런스 및 박람회 일정 ○과학원 자원 사업 소개 및 홍보	1~2 페이지

④ 스포츠산업 콘퍼런스 개최

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



〈표 4-117〉 스포츠산업 컨퍼런스 개최 사업개요

구 분	주요 내용														
사업목적	• 스포츠산업 시장 현황분석 및 최신정보를 공유하여 미래시장을 예측하고 국내 산업체의 발전을 위한 기반 마련														
추진기간	2020. 2. ~ 2020. 12.														
사업내용	① 스포츠산업 컨퍼런스 개최														
	국내 컨퍼런 스	1회 (2020.10.16.)	뉴노멀 시대의 스포츠산업 전망	총 조화수 2,946회	엔택트 스트리밍(국민 체육진흥공단 공식 유튜브)										
		2회 (2020.11.27.)	스포츠한류“ K-Sports의 글로벌화를 위한 전략	총 조화수 2,163회	엔택트 스트리밍(국민 체육진흥공단 공식 유튜브)										
	전문가 간담회	1회 (2020.10.16.)	스포츠 8대 직업 릴레이 강의	약 350명	올림픽파크텔										
		2회 (2020.10.21.)	포스트 코로나 스포츠산업 정책 및 현안	약 14명	올림픽파크텔 베를린홀										
		3회 (2020.11.20. ~21.)	코로나시대 스포츠관광의 미래는?	약 100명	한국교통대학교 중앙도서관										
	글로벌 컨퍼런 스	1회 (2020.12.18)	뉴노멀 시대의 스포츠산업 전망	총 조화수 1,161회	엔택트 스트리밍(국민 체육진흥공단 공식 유튜브)										
	② 스포츠산업 컨퍼런스 개최현황														
	2020년	○코로나19로 인하여 지역간담회는 소규모로 오프라인으로 개최하였으나 컨퍼런스는 온라인 스트리밍으로 개최 1) 스포츠산업 컨퍼런스 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: 지역별 용품·서비스·시설 등 스포츠산업 현안 이슈를 중심으로 정책적 방향을 도출할 수 있는 주제 선정													
	③ 컨퍼런스 운영위원회 구축 및 운영														
	• 한국스포츠정책과학원, 학계, 업계 등으로 위원회 구성														
	<table><tr><td>계</td><td>한국스포츠정책 과학원</td><td>학 계</td><td>언론계</td><td>산업계</td></tr><tr><td>9명</td><td>2명</td><td>3명</td><td>1명</td><td>3명</td></tr></table>					계	한국스포츠정책 과학원	학 계	언론계	산업계	9명	2명	3명	1명	3명
	계	한국스포츠정책 과학원	학 계	언론계	산업계										
	9명	2명	3명	1명	3명										
	• 운영위원회 역할 : 주제선정, 연사리스트 작성 및 초청, 홍보 등														
	④ 컨퍼런스 주제 선정														
• 국민적 관심 제고를 위해 프로스포츠 등 국민적 관심도 높은 주제 선정															
• 스페인 La Liga, 영국 프리미어 리그, MLB 등 해외 경기단체 및 국내 경기단체, 전문가 단체, 동호회 등 다양한 그룹 연계 가능															

구 분	주요 내용	
	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 콘퍼런스 연사 조기 확정 후 한국스포츠정책과학원 홈페이지, 페이스북, 인스타그램 등 소셜 미디어를 활용하여 홍보
	⑥ 행사진행 방안	
	• 행사운영 효율화를 위해 경쟁 입찰을 통한 행사대행사 선정	
	• 한국스포츠정책과학원과 대행사간 명확한 업무분장을 통한 운영효율성 제고	
구 분	한국스포츠정책과학원	대 행 사
업 무	◦콘퍼런스 운영위원회 구성/운영 ◦콘퍼런스 개최 계획 수립 - 주제, 연사섭외 등 ◦TV 방송 및 신문 기획보도 콘 텐트 및 방향 수립	◦콘퍼런스 운영 세부사항 실행 - 콘퍼런스 진행 및 운영 - 연사 초청 및 행정처리 - 장소 대관 및 시스템 구축 - 결과보고 및 정산보고서 작성
사업비	• 300,000천 원	

⑥ 생활체육분야 스포츠산업 실태조사

생활체육분야 종목별 실태조사를 통한 해당 산업규모 산출 및 현황분석과 시장 활성화를 위한 정책수립의 기초자료로 활용하는 것이 목적이다.

〈표 4-118〉 생활체육분야 스포츠산업 실태조사 개요

구 분	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"> • 75,000천 원



구 분	세부항목		
사업내용	구분	항목	세부항목
	공동 문 항	사업체 일반현황	<ul style="list-style-type: none"> • 업체규모, 업종분류 • 인력구성, 종사자수
		경영현황	• 매출액, 영업비용, 매출원가, 판매관리비, 영업이익, 연구비용
		국제 경쟁력	• 기술, 품질, 인적자원, 가격, 생산기반, 홍보마케팅, 정부지원 경쟁력 평가
		시장 전망	• 단기(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		• 운영시설 수 및 면적, 이용자수 및 영업일 비율
			• 매출구성(내수·수출), 해외 수입액
			• 원재료/부품 원산지, 품목별 유통 비중

⑦ 올해의 우수 스포츠기업 선정 및 홍보

스포츠산업 관련 대국민 인식 개선과 우수 스포츠기업을 발굴육성을 촉진하기 위해 2020년 올해의 우수 스포츠기업을 선정하고 홍보하였다. 선정 기준은 신청 기업의 매출액 증가율과 영업이익율 등 계량 항목과 대외 경쟁력, 시장개척의지 등 비계량 항목으로 구성하였다. 2020년에는 총 10개사(강소기업 부문 5개사, 스타트업 부문 5개사)를 선정하였다. 선정 기업에게는 국내 경제 일간지 게재와 우수 사례집 홍보 기회를 비롯하여 매년 연말에 거행되는 문체부 주관 스포츠산업 대상 후보자격을 부여하였다.

〈표 4-119〉 올해의 우수 스포츠기업 선정 및 홍보 사업개요

구 분	주요 내용
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> • 스포츠산업에 대한 대국민 인식 개선을 위한 홍보 강화 • 우수 스포츠기업 발굴 및 육성 촉진
사업기간	• 2020. 7. ~ 2020. 12.
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> • 보도매체: 한국경제신문(경제지), 소셜미디어 등 • 보도내용 <ul style="list-style-type: none"> - 올해의 우수 스포츠기업 모집 및 부여 혜택 - 공단 이사장 인터뷰 수록 및 홍보 - 선정 기업 소개 및 홍보 • 홍보제작: 우수 사례집 제작 배포 등 • 온오프라인 사업설명회 동시 개최(12.15.)
사업비	• 52,350천 원

〈표 4-120〉 '20년 올해의 우수 스포츠기업 선정 업체

연번	기업명	업종	연번	기업명	업종
1	(주)사이넷	스포츠 시설서비스업	6	(주)핏투게더	스포츠 시설서비스업
2	(주)렉스코	스포츠 용품업	7	(주)큐엠아이티	스포츠 시설서비스업
3	(주)에스빌드	스포츠 시설서비스업	8	(주)위끗테크놀로지	스포츠 용품업
4	위파크(주)	스포츠 시설서비스업	9	(주)피트	스포츠 시설서비스업
5	(주)알디텍	스포츠 용품업	10	(주)스미스스포츠	스포츠 시설서비스업

(3) 스포츠산업 정보 제공 및 저변 확대 사업 성과

① 스포츠산업 백서 발간

2020년까지 스포츠산업백서는 연간 1회, 총 7회 발간되었다. 주요 목적은 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 4-121〉 스포츠산업 백서 사업 실적

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



② SI 포커스 및 이슈페이퍼

2020년 한 해 동안 SI 포커스는 총 10회가 발행되었으며 이슈페이퍼도 연간 총 8회가 발행되었다. 호별 제목 및 저자는 다음과 같다.

〈표 4-122〉 '20년 SI 포커스 발행 실적

발행호	발행일	제 목	저 자
제52호	3.31	국내 야구산업 경영현황 분석: 생활스포츠산업 실태조사 기반	신성연
제53호	4.30	국내 축구산업 경영현황 분석: 생활스포츠산업 실태조사를 중심으로	고경진
제54호	5.15	국내 농구산업 경영현황 분석: 생활스포츠산업 실태조사를 중심으로	김민수
제55호	6.15	국내 배구산업 경영현황 분석: 생활스포츠산업 실태조사를 중심으로	김상훈
제56호	7.30	국내 골프산업 경영현황 분석: 생활스포츠산업 실태조사를 중심으로	유익동
제57호	8.15	왜 서비스인가? 스포츠 서비스산업 현황 분석과 아젠다	신성연
제58호	9.15	국내 스포츠산업 품목 수출·입 동향분석 및 시사점: 주요교역국을 중심으로	고경진
제59호	10.15	레저스포츠산업 현황 분석: 육상 종목 실태조사를 중심으로	김혜란
제60호	11.15	수상 레저스포츠산업 현황 분석: 실태조사를 중심으로	김진국
제61호	12.15	코로나19 팬데믹과 스포츠산업의 변화	김상훈, 김태중

〈표 4-123〉 '20년 이슈페이퍼 발행 실적

발행호	발행일	제 목	저 자
제53호	5.31	코로나19가 국내 프로스포츠에 미친 영향과 극복과정, 그리고 향후 과제	김세훈
제54호	6.30	코로나19 바이러스와 스포츠헤인 그리고 스포츠의 미래	유상건
제55호	7.31	코로나19(COVID-19)를 통해서 본 미국 스포츠산업의 경제적 타격과 대처 그리고 팬의 가치	김지호
제56호	8.31	코로나19와 독일스포츠 축구를 통해 보는 : 프로스포츠 및 생활체육에 대한 영향	강진호, 박주호
제57호	9.30	코로나19에 따른 스포츠 테크놀로지 동향 및 시사점	이기광
제58호	10.31	뉴노멀시대, 프로스포츠 관람 소비 변화에 따른 팬층 확대 방안	금현창
제59호	11.30	코로나19에 따른 태권도장 활성화 방안 탐색	손성도
제60호	12.31	코로나19(COVID-19) 이후 국내 스포츠산업의 뉴노멀에 대한 선택과 집중 전략	오응수

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% 감소하였으나 2020년 21천 명으로 16.6% 증가한 것으로 나타났다.

〈표 4-124〉 스포츠산업 동향정보 제공 사업 실적

발행연도	구독자	만족도	실적
2016	13천명	96.4점	종목별(농구, 축구, 배구, 야구 등) 스포츠산업 실태조사 실시 및 e-스포츠, 스포츠와 IT 융합을 주제로 향후 과제와 영업실태 비교 분석
2017	15천명	96.7점	23개 항목 1,911만 가구(모집단) 대상, 산업연관분석을 실시하여 참여 및 관람 스포츠 가계지출 분석 ※ 가구당 1,645천원(참여 1,598천원, 관람 47천원)지출, 전체가구 31.4조원(참여 30.5조원, 관람 0.9조원) 지출
2018	19천명	96.5점	피트니스 산업 규모 확장 및 콘텐츠 개발, 스포츠 사회적 기업, 빅데이터 활용과 전망, 생활스포츠와 스마트 컨디셔닝
2019	18천명	82점	해외 e-스포츠산업 정보, 스포츠산업 중장기 발전 계획, 해외 스포츠의류 과학화 동향, 해외 주요 스포츠 전시회 정보, 국내·외 스포츠 테크 동향, 글로벌 스포츠 메가 이벤트 정보 등
2020	21천명	90.5점	해외 스포츠 OTT 시장 분석, 국내 신규 스포츠 용품 정보, 인도네시아 스포츠산업 정보, 미국 아웃도어 산업 정보, 코로나19 관련 스포츠산업 현안 정보 제공 등

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%로 나타났고, 2020년은 90.5점으로 전년대비 10.3% 증가하였다.

스포츠산업 동향 뉴스레터는 2020년 한 해 동안 총 10회 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 4-125〉 '20년 스포츠산업 동향 뉴스레터 발행 실적

발행권	발행호	제 목
제127권	1월 1호	2019 베스트 글로벌 100대 브랜드의 스포츠 스폰서
제128권	1월 2호	미국 OTT 비디오 시장과 MLB, NBA를 따라잡을 e스포츠 시장
제129권	2월 1호	중국, 베이징 동계올림픽 가까워지며 새로운 개념 접목한 아웃도어+ 인기
제130권	2월 2호	2020 문화체육관광부 예산
제131권	4월 1호	스포츠산업 신남방 정책 : 인도네시아 환경 분석
제132권	4월 2호	빅데이터를 활용한 스포츠 소비행태 조사 : 삼호코리아컵
제133권	6월 1호	빅데이터를 활용한 스포츠 소비행태 조사 : 대구광역시장배 수영대회 및 대구광역시장배 전국마스터즈 수영대회
제134권	7월 1호	레저스포츠 시장 : 미국 아웃도어 산업 현황분석
제135권	8월 1호	레저스포츠 시장 : 4차 산업혁명과 레저스포츠의 융합
제136권	9월 1호	레저스포츠 시장 : 수요자 중심 참여환경 및 사업화 활성화 방안
제137권	10월 1호	코로나19로 인한 2020년 상반기 스포츠산업 현황
제138권	11월 1호	스포츠산업 신남방정책 1: 주요국 스포츠시장 동향
제139권	12월 1호	스포츠산업 신남방정책 2: 스포츠산업 진출 기반 조성

④ 스포츠산업 콘퍼런스 개최

2020년 한 해 동안 스포츠산업 시장 현황 분석 및 최신 정보를 공유하여 미래시장을 예측하고 국내 산업체의 발전을 위한 기반을 마련하기 위한 사업으로, 스포츠산업 최신 이슈전파 및 고부가가치 스포츠산업에 대한 통합적인 방향을 제시했다. 국내·외 스포츠산업의 현안사항을 중심으로 방향성을 탐색하고 미래를 조망하여 미래시장을 선도할 수 있는 정보·지식을 공유하여 산업간 융합을 통한 고부가가치 사업으로 육성하기 위한 기반을 조성하였다. 올해는 총 6회(국내콘퍼런스 2회 개최, 전문가 간담회 3회 개최, 글로벌 콘퍼런스 1회 개최)를 개최하였다. 국내·외 콘퍼런스와 글로벌 콘퍼런스는 국민체육진흥공단 공식 유튜브를 통해 생중계하였다.

〈표 4-126〉 스포츠산업 콘퍼런스 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 스포츠산업의 미래
2017	1,211명	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 콘퍼런스 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 콘퍼런스 1회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 기술을 통한 스포츠산업의 확장
2018	920명	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 콘퍼런스 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 콘퍼런스 1회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠미디어의 새로운 시대
2019	890명	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 콘퍼런스 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 콘퍼런스 1회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠 비즈니스에서 데이터의 중요성
2020	스트리밍	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 콘퍼런스 2회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 뉴노멀 시대의 스포츠산업 전망 - 스포츠한류“ K-Sports의 글로벌화를 위한 전략 • 전문가 간담회 3회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠 직업 릴레이, 스포츠산업 정책, 스포츠관광 • 글로벌 콘퍼런스 1회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 뉴노멀 시대의 글로벌 스포츠산업 전망

⑤ 올해의 우수 스포츠기업 선정 및 홍보

국내 스포츠산업 저변확대와 우수 기업 육성 촉진을 위해 혁신적인 제품 및 서비스를 보유하고 경쟁력을 갖춘 중소 스포츠기업 선정하였다. 선정된 기업에 한 홍보 및 우수 사례집 배포 활동 등을 통해 스포츠산업의 미래 성장성을 제시하고 중소 스포츠기업의 현장 경영활동에 적용할 수 있는 다양한 정보를 공유하였다.

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 4-127〉 '18년 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 4-128〉 '18년 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 4-129〉 '18년 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

2020 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 일마상회 종업원이었던 엄복동이 해성과 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 일마상회로부터 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. 또한 여자프로배구의 인기가 상승함에 따라 2019년 배구 관중은 580,448명으로 증가하였으나, 코로나19 발생 이후 관중 입장의 제한으로 인해 전 종목 관중에 감소하여 2020년 프로스포츠 전체 관중은 1,668,068명에 그쳤다.

2) 프로스포츠산업화

국내 프로스포츠는 대부분 지역연고제를 근간으로 이루어지고 있다. 지역연고제는 일반적으로 홈구장이 위치한 도시를 기반으로 하는 도시연고제를 의미한다. 각 프로리그는 2천만 명이 거주하고 있는 수도권과 광역도시(부산, 대구, 광주, 대전, 인천, 울산)를 중심으로 프로팀이 연고지를 두고 있다. 특히 주 5일 근무 및 수업, 국민의 스포츠 직·간접 참여의식 성장, 미디어 발달 등 급속한 사회 환경의 변화는 프로스포츠의 기능을 더욱 확대해 스포츠 대중화와 스포츠산업 발전의 기반이 되고 있다. 프로스포츠는 직접적으로 지역경제 및 스포츠산업과의 연계로 이어진다. 따라서 프로스포츠는 지역의 경제적 효과, 국민의 여가선용 기회와 지역화합 도모, 아마추어 선수들의 진로 개척에 중추적 역할을 하며 지속적인 성장을 하고 있다.

프로스포츠산업이 지역경제 활성화를 위한 중요한 산업 중 하나로 자리매김하면서 프로스포츠는 지역발전의 주요 수단으로 인식되고 있으며 각 지방자치단체는 프로스포츠산업을 유치하고자 노력하고 있다. 특히 프로스포츠산업은 경기를 하는 선수와 이를 관람하는 관중, 팀과 리그에 참여하는 스폰서, 프로스포츠와 관련된 미디어, 유품업체 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 중계방송되었으며 현재는 손흥민, 이강인 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 성장하였고, 뿐만 아니라 세계 각국의 축구 리그에 다수의 국내 선수들이 활약하고 있다. 야구는 추신수(텍사스 레인저스), 류현진(토론토 블루제이스), 최지민(탬파베이 레이스), 김광현(세인트루이스 카디널스) 등의 선수가 미국 메이저리그에서 활약하고 있다.

〈표 5-1〉 리그수입에 따른 전 세계 프로스포츠 순위(2020년 기준)

리그	종목	국가	팀수	총수익규모
1위 프로풋볼리그(NFL)	미식축구	미국	32	122억 달러
2위 프로농구(NBA)	농구	미국 / 캐나다	30	79.2억 달러
3위 라 리가(La Liga)	축구	스페인	20	59.9억 달러
4위 프리미어리그(EPL)	축구	영국	20	55.5억 달러
5위 북미아이스하키리그(NHL)	아이스하키	미국 / 캐나다	30	43.7억 달러
6위 메이저리그(MLB)	야구	미국 / 캐나다	30	36.6억 달러

※ 출처: Plunkett research(2020), Statista(2020), Sportspro Media(2020)

국내 프로스포츠 리그에서 외국인선수가 처음으로 된 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 뛸 수 있다. 1990년대부터 본격적으로 외국인 선수들이 K리그에서 뛰기 시작하였다. 1991년 성남 일화축구단에 입단했던 러시아 출신의 사리체프는 성남의 리그 3연패를 이끌며 K리그의 외국인 골키퍼 붐을 일으켰고, 이는 1996년 외국인 선수의 골키퍼 기용 금지조항을 도입하게 한 계기가 되었다. 이후 그는 안양 LG(현 FC서울)로 옮기면서 한국으로 귀화하였으며 이름을 당시 애칭이던 “신의손”으로 개명하였다. 그 뒤로 이성남(데니스), 이싸빅(싸빅), 마니산(마니치) 등의 선수가 K리그에서 뛰며 한국으로 귀화하였다. 한편 인천유나이티드FC는 2015년 12월 베트남 국가대표 선수인 쯔엥을 베트남의 호앙 안 지아 라이 FC로부터 임대 영입하여 국내 베트남 근로자 및 동남아 마케팅에 나섰다. 쯔엥은 피아퐁 이후 30년 만에 K리그에 진출한 아시아 선수로 2016년 강원 FC로 이적하였다. 2019년 K리그1 선수는 487명(팀당 평균 40.6명), K리그2 등록 선수는 389명(팀당 평균 38.9명)이었다.

프로야구는 1998년 외국인 선수제도를 도입한 이래 꾸준히 숫자를 확대하여 현재 팀당 3명(타자 1명 포함)의 외국인 선수가 등록되어 있으며 신생팀인 kt 위즈의 경우 1군 경기 첫해인 2015년과 2016년 첫 2년 동안에 한해서 4명의 외국인 선수가 등록되었다. 1991년에는 한·일 국교 수교 25주년을 기념하여

한일 프로야구 간의 슈퍼게임이 6경기 개최되었고 1995년 6경기, 1999년 4경기가 치러졌다. 2006년에는 세계 16개국이 참가하는 WBC(World Baseball Classic)가 처음으로 열려 한국이 4강에 진출하였고 2009년 WBC에서는 준우승을 차지하였으나 2013년 WBC에서는 1라운드에서 탈락하였다. 2015년 WBSC(World Baseball Softball Confederation)가 주최하여 세계 12개국이 참가한 국가대항 야구대회인 프리미어12에서는 한국이 결승에서 미국을 꺾고 대회 초대우승을 차지하였다. 프로농구와 프로배구도 외국인 선수제도를 리그 초기부터 도입함으로써 부족한 선수수급문제 해결, 경기력 향상 및 볼거리 제공으로 국내 프로스포츠의 글로벌화에 일정 부분 역할을 하고 있다.

2 프로스포츠산업

1) 프로스포츠 관람객

국내 프로스포츠 관람객은 야구, 축구, 농구, 배구의 4대 종목 관람객을 합하여 2009년부터 2014년까지 증감을 반복하다가 2015년 1,160만 명, 2016년 1,246만 명으로 증가추세를 보였다. 하지만 2017년 12,119만 명, 2018년은 1,146만 명, 2019년 1,148만 명으로 또다시 감소추세를 보이다 코로나19로 인하여 2020년에는 116만 명에 그쳤다. 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 보였고 2020년엔 42만 명으로 국내 프로스포츠 중 가장 큰 폭으로 관중이 감소하였다. 프로축구의 경우 2011년 이후 지속적으로 관람객이 감소하였으나 2019년 다시 반등하였다. 1998년 처음으로 프로축구 관람객 수가 200만 명(2,179,288명)을 돌파한 뒤로 2000년에 200만 명 미만(1,909,839명)으로 떨어졌고 2017년에는 191만 명으로 2000년 이후 처음으로 2백만 관중 돌파에 실패했으며 2018년도에는 157만 명을 기록하였다. 2019년에는 2012년 승강제 도입 후 최다 관중인 237만 명을 기록하였으나 2020년은 11만 명에 그쳤다. 남자농구(KBL)의 경우 2014년 이후 꾸준히 관중수가 감소하다가 2019년도에는 87만 명으로 반등 후 2020년에 64만 명으로 나타났다. 여자농구(WKBL)의 경우 2015년 16만 명의 관중을 동원한 이후 지속적으로 감소하여 2019년 12만 명, 2020년 9만 명을 기록했다. 프로배구(KOVO)의 경우 지속적인 증가 추세를 나타내며 2019년 기준 남·여 경기를 합쳐서 총 580,448명의 관람객이 배구장을 찾았지만 2020년에 39만 명을 기록하였다. 2008년 이후로 2019년까지 야구, 축구, 농구, 배구 등 4개 프로스포츠의 총 관람인원은 매년 1,000만 명을 넘고 있다. 하지만 2020년 주요 프로스포츠 경기 당 평균 관중 수는 야구 579명, 축구 383명, 남자농구 3,021명, 여자농구 1,115명, 그리고 배구 2,047명으로 나타났다.



〈표 5-2〉 프로스포츠 전체관람객 추이

(단위: 명)

구 분	야 구	축 구	농 구(남)	농 구(여)	배 구	합 계
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
2020	424,399	114,412	643,651	92,547	393,059	1,668,068

※ 출처: 문화체육관광부(2020 프로스포츠 경기단체 자료)

〈표 5-3〉 주요 프로스포츠 경기 수 및 경기당 평균 관중 수

(단위: 회, 명)

구 분	야 구		축 구		농 구(남)		농 구(여)		배 구	
	경기수	평균관중	경기수	평균관중	경기수	평균관중	경기수	평균관중	경기수	평균관중
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
2020	733	579	299	383	213	3,021	83	1,115	192	2,047

※ 경기수 = 정규리그+포스트시즌+올스타전(축구는 컵대회 포함)

※ 출처: 문화체육관광부(2020 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
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
2020	21,950	2.6	29,302	1.3	5,519	54.7	2,762	40.4	3,780	54.2

※ 구장 매진인원 총계/구장 수

※ 출처: 문화체육관광부(2020 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, 2020년 연간 수익은 NFL 153억 달러(약 18조 1,305억 원), MLB 65억 달러(약 7조 7,025억 원), NBA 79억 달러(약 9조 3,611억 원), NHL 44억 달러(약 5조 2,140억 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
감독	10	22	9	6	7	6	-	-	61
선수	890	876	176	109	139	110	224	2707	5,231
코칭 스태프	272	269	84	55	86	57	-	-	823
임직원	530	410	70	25	55	43	-	-	1,133

※ 출처: 각 프로리그 협회 홈페이지(2020). 시즌 초 정기 선수등록 기준

※ 남자 프로농구 '인천 전자랜드 엘리펀츠' 자료 미공개로 9개 구단 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(2020 프로스포츠 경기단체 자료)

3) 국내 프로스포츠 시장규모 및 경제적 가치

프로스포츠의 성장을 위해서는 스폰서십, 방송중계권, 라이선싱, 선수 관리 및 계약, 스포츠이벤트, 스포츠마케팅 등의 여러 가지 연계활동을 통한 경제적 가치 창출이 중요하다. 포브스(Forbes)가 미국 경제지에서 매년 발표하는 전 세계 스포츠클럽 가치 랭킹에서 2016년부터 현재까지 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. 2020 전 세계 구단 가치 리스트에서 델러스 카우보이스가 지난해보다 10% 상승한 55억 달러(약 6조 4,801억 원)의 구단 가치를 기록했다. 모든 프로스포츠를 통틀어 역대 최고 흑자 기록임은 물론, 2016년 스페인 프로축구 레알 마드리드를 제치고 1위로 올라선 뒤 5년 연속 최고 가치 구단으로 선정됐다. 특히 델러스 카우보이스를 비롯한 NFL 구단들은 톱50 중 절반이 넘는 27개 팀이 이름을 올렸다. 미국 프로야구(MLB) 뉴욕양키스는 지난해보다 구단 가치가 8.7% 상승해 50억 달러(약 5조 8,970억 원)로 2위를 기록했다. 뉴욕 닉스가 46억 달러(약 5조 3,820억 원)로 3위, LA 레이크스가 44억 달러(약 5조 1,480억 원)로 4위, 골든스테이트 워리어스가 43억 달러(약 5조 327억 원)로 5위를 차지했다. 이러한 사례들에 비추어 보면 국내 프로스포츠는 상대적으로 프로스포츠 선진국에 비해 경제적 가치 규모가 작다고 할 수 있다.

2020년 5개 프로스포츠(야구, 축구, 농구, 배구, 골프)의 입장수입 규모는 총 약 0,00억 원이었으며 이중 프로야구가 85억 원으로 가장 큰 비중을 차지하였다. 프로축구가 00억 원으로 두 번째로 입장수입 규모가 큰 시장이었으며, 프로배구(남, 여)가 29.8억 원으로 뒤를 이었다. 다음으로 남자 프로농구가 11억 원, 여자 프로농구가 2.2억 원으로 나타나 남자 프로농구에 비해 여자 프로농구의 입장수입 규모가 현저히 작은 것을 알 수 있다. 프로축구는 2018년 다소 감소하였으나 2019년에는 다시 증가한 것으로 나타났다. 남자 프로농구는 2018년에 다소 감소하였다가 2019년에 증가한 것으로 조사되었다. 코로나19에 따른 프로스포츠 관중 입장 제한 명령으로 인해 전체 프로스포츠 관중이 급격한 감소 현상을 나타냈다.

〈표 5-7〉 프로스포츠 입장수입 규모

(단위: 억 원)

	2017	2018	2019	2020
프로야구	898	923	948	85
프로축구	123	116	187	56
프로농구(남)	74.6	64	66.6	11
프로농구(여)	3	2.6	2.5	2.2
프로배구(남, 여)	24.6	27.4	33.3	29.8
프로골프(남)	1.3	1.6	0.1	0
프로골프(여)	41.0	41.7	0	-
소계	1,165.5	1,186.3	1,237.5	184.0

※ 출처: 각 프로스포츠연맹



프로스포츠의 중계권 시장을 살펴보면 프로야구의 중계료가 약 540억 원으로 가장 큰 규모를 나타내고 있다. 이는 모바일·인터넷 등 뉴미디어 중계를 제외한 지상파, 케이블 등 TV방송기준으로, 연간 약 300억 원 규모로 추정되는 뉴미디어 중계권료를 합하면 연 900억 원을 넘는 중계수익을 올리고 있다. 프로야구 중계권료는 구단에 균등 배분되고 있기 때문에 프로야구 구단들은 연간 약 54억 원 정도의 중계권 수익을 올리고 있다고 볼 수 있다. 프로축구는 2013년부터 2019년까지 매년 60억 원 규모의 중계권 수익을 올리고 있다. 2020년에는 68억 원의 매출을 올리는 것으로 나타났다. 프로배구는 2017부터 2019년까지 매년 40억 원을 중계권료로 받았으나 2020년에는 37억 원으로 나타났다. 여자프로농구의 경우 4억 원 규모의 중계권 수입을 올리는 것으로 나타났으며, 남자프로농구는 연간 약 33억 원 규모로 중계권 시장이 형성되어 있었으나 2020년 감소한 30억 원으로 조사되었다. 2020년 여자프로골프와 남자프로골프의 경우는 중계권 계약 규모가 알려지지 않았다.

〈표 5-8〉 프로스포츠 중계권 시장규모

(단위: 억 원)

	2017	2018	2019	2020
프로야구	579	600	540	540
프로축구	60	60	60	68
프로농구(남)	33	33	33	30
프로농구(여)	3	4.4	4	4
프로배구(남, 여)	40	40	40	37

※ 출처: 각 프로스포츠 연맹

프로스포츠의 머천다이징(상품화) 시장은 라이선싱 시장을 포함한다. 머천다이징 시장은 구단 혹은 협회가 상품을 소비자들에게 직접적으로 판매하는 것이고, 라이선싱 시장은 기업체 혹은 상품화권자에게 수수료를 받고 판매권을 넘기는 형태이다. 따라서 머천다이징 시장은 2차 파생시장이 없지만 라이선싱 시장은 2차 파생시장을 낳는다. 프로스포츠의 머천다이징 및 라이선싱 시장은 구단 혹은 협회의 로고나 마스코트 등이 들어간 유니폼을 비롯한 여러 가지 상품의 판매와 유소년 강습 등에서 주로 나타난다. 프로골프의 경우에는 팀스포츠가 아닌 개인 스포츠이며 대회의 운영이 대회별 스폰서 주도로 이루어지고 스포츠 이벤트 대행업체에 의하여 대회가 진행되는 경우가 많기 때문에 상대적으로 머천다이징 및 라이선싱 시장이 형성되기 어려운 실정이다.

2020년 4개 프로스포츠 머천다이징 시장규모는 약 000억 원이다. 이중 프로야구가 73억 원으로 머천다이징 시장에서 대부분의 비중을 차지하고 있으며, 2등은 프로축구로 00억 원이다. 반면 프로배구(남, 여)는 1.3억 원, 남자 프로농구는 1억 원, 여자 프로농구는 0.4억 원으로 나타났다. 남자프로골프는 5.9억 원에서 6.36억 원으로 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)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
프로야구	60	60	70	65	65	116	73
프로축구	20.251	33.684	27	37	24	34	16
프로농구(남)	2.1	1.9	4.2	2.2	-	1.9	1.0
프로농구(여)	0.3	0.9	0	-	-	0.1	0.4
프로배구(남, 여)	0.3	0.4	0.6	0.6	1.7	2.2	1.3
프로골프(남)	2.3	1.5	3.5	4.3	4.7	5.9	6.36
소계	85.251	98.384	105.3	109.1	95.4	213.2	98.06

※ 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. 2020년 기준으로 모기업의 스폰서 금액을 제외한 프로야구 스폰서 시장규모는 약 657억 원으로, 구단 평균 65.7억 원, 프로축구의 스폰서 시장규모는 약 100억 원으로 나타났다. 남자프로농구는 2019년 공개한 자료에 따르면 남자프로농구의 스폰서 시장 규모는 약 90억 원으로 2018년에 비해 크게 감소하였고 2020년은 68.9억 원 규모이다. 반면 여자프로농구의 스폰서 금액은 2019년에 25.5억 원으로 2018년 대비 6.5억 원 증가하였다가 2020년에 20.9억 원으로 감소하였고, 프로배구(남, 여)는 110억 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(2020년 기준 19개 대회) 스폰서 시장이 남자 경기(2019년 기준 12개 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)

	2016	2017	2018	2019	2020
프로야구	1,100	1,098	1,100	1,079	657
프로축구	1,689	1,876	1,825	349	349
프로농구(남)	294.7	412	282	90	68.9
프로농구(여)	20	20	19	25.5	20.9
프로배구(남, 여)	106.3	106.3	122.7	123.3	110
프로골프(남)	190	284	362.1	4	33.6
프로골프(여)	256.1	251.4	254.5	300	217
소계	3,656.1	4,047.7	3,965.3	1,970.8	1,456.4

※ 모기업 제외 스폰서 금액

※ 출처: 각 프로스포츠 연맹

3 종목별 프로스포츠산업

국내 프로스포츠의 전체 현황은 1982년 프로야구리그가 출범한 이후 본격적으로 국내 스포츠리그의 프로화가 진행되었고 스포츠산업을 이끄는 기폭제가 되었다. 2020년 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 개발사업 등을 하고 있다.

〈표 5-11〉 프로스포츠단체 현황

(단위: 개)

종목 구분	축구		야구	농구		배구		골프	
단체명	(사)한국프로축구연맹		(사)한국야구위원회	(사)한국농구연맹	(사)한국여자농구연맹	(사)한국배구연맹		(사)한국프로골프협회	(사)한국여자프로골프협회
대표	권오갑		정운찬	이정대	이병완	조원태		구자철	김정태
구단수	12	10	10	10	6	7	6	-	-

※ 출처: 각 단체 홈페이지(2020년 기준)

1) 프로야구

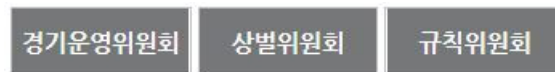
(1) 한국야구위원회

(사)한국야구위원회(Korea Baseball Organization)는 야구를 통해 대한민국 프로스포츠 발전에 기여하는 것을 목적으로 1981년 12월 11일 창립되었다. 대한민국 문화체육관광부 소관의 사단법인으로 각종 국제대회 참가 및 KBO 리그(국내 프로야구 리그)를 총괄하는 기구이다. 한국야구위원회의 주요 활동은 KBO 정규시즌, 올스타전, 포스트시즌, 한국시리즈 등의 리그 활동 관리, KBO 야구 경기의 기록 및 관련 자료의 수집과 조사 및 분석, 국제 야구 활동 교류추진, 아마추어 야구발전을 위한 제반 지원활동, TV 및 라디오 방송중계권 계약활동, 야구기술의 개발 및 지도 보급, 야구관계자의 상벌 및 복지사업, 야구박물관, 도서관 및 야구회관의 설치 운영, KBO 연감 및 간행물 발간, KBO 재산 및 회계 관리 등이 있다. 2008 베이징 하계 올림픽대회 야구 종목에서 한국대표팀이 구기 종목 사상 최초로 금메달을 획득한 이후 2009 제2회 월드 베이스볼 클래식(WBC)에서 준우승, 2010 광저우 하계 아시아 경기대회에서 금메달을 차지하였으며, 2015년에 열린 제1회 WBSC 프리미어12에서 우승하면서 국민적 인기를 구가하는 종목으로 발전하였다. 이러한 현상으로 인해 2016년 800만 관중을 돌파하였으나, 2019년 다시 700만 명대로 감소하였다. 이처럼 관중 감소가 일어나던 중 2020년은 코로나19로 인해 42만 명에 그쳤다.

〈그림 5-1〉 한국야구위원회 조직도



〈그림 5-2〉 KBO 전문위원회



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(2020) 야구연감

한국 프로야구는 6개 구단으로 프로리그를 운영하다가 1986년 대전·충남을 연고로 빙그레 이글스가 창단 되면서 7개 팀으로 늘어났다. 1990년 MBC 청룡이 LG에 인수되면서 LG트윈스가 되었고 1991년 쌍방울 레이더스가 전북을 연고로 창단하면서 8개 구단으로 리그가 진행되었다. 1993년에 빙그레 이글스가 한화 이글스로 바뀌었고 1999년 OB 베어스가 두산 베어스로 구단 명칭을 바꾸었다. 다음 해 쌍방울 레이더스가 해체되었고, 신인 지명권과 선수단은 새로 창단된 SK 와이번스가 인수하였다. 2001년 기아가 해태 타이거즈를 인수하면서 기아 타이거즈가 되었다. 2008년 현대 유니콘스가 해체되었으나 센테니얼 인베스트먼트가 선수단을 흡수하였고 우리담배가 스폰서를 맡아 우리 히어로즈가 창단되었다. 그러나 우리담배가 스폰서 계약을 해지하여 히어로즈라는 명칭으로 운영되었다. 2010년 넥센타이어가 네이밍스폰서가 되면서 넥센 히어로즈가 탄생하였다. 이후 넥센과의 스폰서 계약이 종료되고 키움증권과 새롭게 네이밍스폰서를 계약하면서 2019년 1월 15일 키움 히어로즈로 변경되었다. 2011년 엔씨소프트가 NC 다이노스를 창단하면서 9개 구단이 되었다. 그리고 2013년 kt 위즈가 창단하면서 한국 프로야구는 10개 구단 시대를 맞이하였다. 2020년도 구단 순위는 NC가 총 144경기 중 83승 6무 55패로 1위를 차지하였으며 그 다음으로 두산, kt, LG, 키움, KIA, 롯데, 삼성, SK, 한화 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(2020) 야구연감



〈표 5-14〉 '20년 KBO리그 팀 개요

팀	연고지	홈 경기장	제2 홈구장	창단연도	리그참가	감독
KIA 타이거즈	광주	광주-기아 챔피언스필드	군산월명종합운동장야구장	2001년	1982년	맷윌리엄스
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	손 혁
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(2020) 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
화성하어로즈 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-KIA챔피언스 필드	KIA 타이거즈 2군	2012년	340억 원	-
울산 문수 야구장	롯데 자이언츠	2014년	450억 원	12,088명

※ 출처: 각 지자체 홈페이지

롯데 자이언츠는 부산 사직구장을, NC 다이노스는 1982년 건립된 마산종합운동장 야구장을 사용하다 2019년 창원NC파크를 건립해 사용하고 있다. SK 와이번스는 2002년에 인천에 SK 행복드림구장을 건립하였으며 국내 야구장 중 최초로 외야에 투수 불펜을 설치하여 투수들이 안전하게 몸을 풀 수 있는 환경을 마련하였고 2009년 외야석 일부를 떼어내고 바비큐 존을 설치하였다. 내야석에도 탁자 지정석을 두 배로 늘리면서 좌석 수가 기존 30,400석에서 27,877석으로 줄어들었다. 삼성 라이온즈는 총사업비 1,666억 원이 투입돼 2016년 3월 19일에 개장한 대구 삼성라이온즈파크를 홈경기장으로 사용하고 있다. 한화 이글스는 1964년에 건립된 대전 한밭종합운동장 야구장을 홈구장으로 사용 중이며 이는 1982년 프로야구 원년부터 3년 동안 OB베어스(현 두산베어스)의 홈구장으로 사용되었다. 1985년 OB베어스가 서울로 연고지를 이전하고, 1985년 창단되어 1986년부터 1군 리그에 참가한 한화 이글스의 전신 빙그레 이글스가 대전구장을 홈구장으로 사용하게 된 바 있다. 롯데 자이언츠는 원년부터 1985년까지는 구덕 야구장을 사용했다가 1985년 완공된 사직 야구장으로 이전했다. 사직 야구장은 국내에서 펜스 높이가 가장 높기 때문에 타자들이 느끼는 체감 거리가 다른 곳보다 크다는 장점이 있다. 관중석 규모도 잠실 구장과 비슷하여 상당하다. 또한 제2홈구장을 사용하고 있는데, 과거에는 마산 야구장, 현재는 울산 문수 야구장을 사용하고 있다.

(4) 프로야구 현황 및 과제

가. 현황 및 문제점

1982년부터 프로야구 리그를 시작했으며, 2020년 현재 10개 구단이 KBO 리그에 참여하고 있다. 프로야구는 국내 타 종목에 비해서는 관람객이 많지만, 그마저도 2019년 대비 2020년 연간 관람객은 7,111명 감소한 424천 명으로 나타났다. 평균 관중은 579명으로, 해외 주요리그 평균 관중(미국 MLB 19년 기준 28,198명, 일본 19년 기준 30,928명)에 비해서는 아직 격차가 크다. 주로 리그 성적이 중심이 되고 있어 전반적인 적자(각 구단은 모기업의 지원에 의존하며 50~200억 원 적자)를 극복하지 못하고 있다.

〈표 5-16〉 '20년 프로야구 관람객 및 좌석점유율

구 분	경기 수	연간 관람객	평균관중	좌석점유율
2020	733	424천 명	579명	2.6%

한국 프로스포츠는 야구와 축구, 농구, 배구 등 4대 스포츠가 모두 흥행하며 세계적으로도 손꼽히는 규모를 갖추고 있으나 정작 경기장이 낙후되어 팬들의 외면을 받았고 구단도 수익 창출에 어려움을 겪었다. 프로야구가 직면하고 있는 최대 과제는 지자체 소유의 경기장을 단편적으로 운영하고 있는 것이다. 특히 경기장 임대문제는 프로스포츠 발전을 저해하고 있는 주요 요소로 꼽히고 있다. 수원시와 25년 장기계약을 체결한 kt 위즈를 제외한 구단들은 단기간 계약으로 경기장의 안정적이고 지속적인 활용이 불가능하다. 또한 미래를 준비하는 체계적인 유소년선수 육성시스템이 부재하고, 고교야구의 경우 주말리그의 문제점(재정지원, 경기장 확보, 심판 확보, 출전선수 편중 등)에 대한 개선 및 정착 방안 마련이 필요하다.

나. 개선방안

국내 프로야구 구단들이 리그 성적 중심에서 자립 경영 중심 체제로 패러다임을 전환해야 한다. 모기업의 지원금에 의존하여 경기에만 집중하기보다는 프로구단 운영을 비즈니스로 인식하는 사고의 전환이 필요하다. 1980년대 초반 프로야구와 프로축구 출범 뒤 30년을 넘긴 한국 프로스포츠에 프로스포츠가 산업으로써의 역할을 할 수 있도록 뒷받침하는 '스포츠산업 진흥법' 전면 개정안이 2016년 시행되면서 프로구단이 홈구장을 최대 25년까지 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 수익계약을 할 수 있도록 하여 경기장의 안정적이고 지속적인 활용을 위한 장기임대 시스템의 법적인 기반이 마련되었다. 또한, 야구저변이 부족하기 때문에 미래를 준비하는 체계적인 유소년선수 육성시스템을 마련하고, 고교야구 주말리그의 문제점(재정지원, 경기장 확보, 심판 확보, 출전선수 편중 등)에 대한 개선 방안 마련 및 경기장 확대 등의 야구 인프라 확충도 필요한 실정이다. 또한 KBO.com 등 리그수입

극대화를 위한 통합마케팅이 요구되고 있으며, 구단별 비즈니스보다는 리그중심의 리그십에 대한 이해를 높여야 프로야구의 자립경영이 가능할 것이다.

2018년에는 두산 베어스가 프로구단 간 성과평가에서 최고 등급(S등급)을 받았다. 두산 베어스는 비용총액 대비 마케팅 및 관리 비용의 증감량, 유료 평균 관중수, 입장수익, 성적, 마케팅 혁신 등의 평가항목에서 높은 점수를 받았다. 9년 연속(2009~2017년) 홈 관중 1백만 명 돌파 기록을 세운 두산은 흥행성이 낮은 게임과 좌석의 판매 증대를 위해 연 40회 이상 홈경기에서 다양한 타깃 마케팅을 펼쳤다. ‘베어스데이(가족 타깃)’, ‘미스터두데이(남성 타깃)’, ‘퀸스데이(여성 타깃)’, ‘두린이날(어린이 타깃)’을 비롯해 비인기 좌석은 스타선수 마케팅 일환인 ‘하슬두데이’ 등으로 관객을 유치했다. 또한 서울시로부터 잠실야구장 광고권 사용 수익허가를 얻고, 모기업이 아닌 기업브랜드(한국타이어, 휠라코리아, 대화제약, 유안타증권 등)를 유니폼에 부착하는 등 모기업 광고지원금에 의존한 수입구조를 탈피해 다양한 기업 광고 유치에 힘썼다. 이외에도 인스타그램 채널과 구단 공식블로그 ‘두런두런’을 오픈하고, 약 1,800건의 경기 하이라이트 영상, 인포그래픽 등 SNS 콘텐츠를 제작해 팬들과의 온라인 커뮤니케이션도 활발히 가졌다. 그 결과 페이스북, 트위터, 유튜브, 인스타그램 등 구단 계정의 SNS 구독자 수가 전년대비 64%(총 구독자 19만명 증가) 증가한 점에서 높은 점수를 획득했다(한국프로스포츠협회, 2018). 두산 베어스뿐 아니라 나머지 9개 구단 또한 지속적으로 다양한 마케팅을 실시하고 있고 SNS, 유튜브 등을 통해 팬들과의 소통을 하고 있다. 구단들은 이러한 활동을 통해 소비층을 가장 크게 넓힐 수 있는 주요 타킷인 젊은 팬들의 유입에 초점을 맞추고 있다. 하지만 최근 관중 수의 감소세를 보면 야구 소비층의 저변을 확대하기가 쉽지만은 않은 상황이다. 구단 차원에서는 무엇보다 젊은 팬들을 야구장에 끌어들이기 위한 다양한 마케팅 아이디어가 필요하다. 야구장이 단순히 야구를 보러 가는 공간이 아니라, 놀거리가 가득한 공간으로 인식될 수 있도록 하는 것은 물론, 선수들의 스토리를 잘 발굴해 내는 것도 필요하다. SK 와이번스, kt 위즈, NC 다이노스 등이 첨단기술을 접목한 스마트 경기장을 선보이며 AR을 활용한 관중 참여 등에 앞장서고 있는 것도 야구장으로 관중을 끌어 모으기 위한 방안 중 하나라고 할 수 있다.

2) 프로축구

(1) 한국프로축구연맹

한국프로축구연맹은 프로축구를 통한 국민의 여가선용, 스포츠 활성화 및 저변확대, 그리고 이를 기반으로 한 한국축구의 양적, 질적 성장을 목적으로 1994년 7월 30일 조직된 기관이다. 1983년 한국 최초의 프로축구리그인 슈퍼리그 출범 당시 리그 관장 기구였던 슈퍼리그 위원회가 대한축구협회에 통합된 후 대한축구협회 프로위원회가 프로축구를 관리했다. 1994년 7월 30일 한국프로축구연맹이라는 명칭으로 독립하였고 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 5개 팀으로 리그가 진행되었다. 1983년 12월 3일 대우가 대우 로얄즈라는 명칭으로 프로화하였고 3일 뒤 현대가 창단, 22일 럭키금성 구단이 탄생하였다. 1984년 포항제철이 프로로 전향하였다. 최초 5개 팀으로 시작했던 프로축구는 1985년 6개의 프로구단과 2개의 실업팀으로 리그를 진행했다. 하지만 1985년도 시즌을 마지막으로 할렐루야가 아마추어 팀으로 전향하였다. 프로리그를 활성화하기 위해 1987년 프로축구위원회가 조직되었고 전임심판제도를 시행하였다. 1989년 일화 천마가 프로축구팀을 만들었다. 1991년 평균 관중 1만 명을 달성하였고, 1994년 지금의 한국프로축구연맹이 출범하였다. 같은 해 전북 버팔로가 창설되었으나 재정난으로 해체되었고 전북 다이노스와 전남 드래곤즈가 창단되었다. 1995년 수원 삼성 프로축구단, 1997년 대전 시티즌이 창단되었다. 1994년 3월 15일 2002 월드컵 축구 유치위원회가 설치되었고 같은 해 7월 30일 한국프로축구연맹 KPFL이 발족되었다. 2000년 천안 일화 천마가 성남으로 연고지를 옮기면서 성남 일화 천마가 되었다. 2003년 최초의 시민구단인 대구 FC가 창단되었고, 2004년 안양 LG 치타스가 서울로 연고를 바꾸면서 FC 서울이 되었다. 2006년 부천

SK가 제주도로 옮기면서 제주 유나이티드로 명칭을 변경하였고, 경남 FC가 창단되었다. 2008년 강원도를 연고로 하는 강원FC가 탄생하였다. 2011년 광주 FC가 창단되었고, 2013년 FC안양, 2014년 서울 이랜드 FC가 탄생하였다. 2016년에는 그간 경찰팀 형태로 운영되던 무궁화 FC와 2017년을 끝으로 계약을 연장하지 않기로 하였고, 2018년에 아산 무궁화로 K리그2에 출전하였다. 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. 2020년도 전북 현대 모터스가 K리그1 우승을 차지하였고 제주 유나이티드, 수원 FC가 승격, 부산 아이파크, 상주 상무가 강등되었다.

〈표 5-17〉 프로스포츠클럽 자격요건(제1조)

1.	국내법을 근거로 설립된 영리법인 또는 비영리법인
2.	특정 행정 단위의 연고지
3.	연고지내에 본 규정 제3장 제2~4조에 부합되는 경기장 보유
4.	사무국 가. 상근임원 나. 사무국장 및 분야별(재무, 안전, 미디어, 마케팅 등) 담당자
5.	연맹 표준계약서를 체결하여 등록된 선수를 최소 20명 이상(외국인선수 포함) 보유하여야 한다. 선수 등록은 선수규정 제4조 1항에 의거한다.
6.	유소년클럽시스템 가. 4단계 연령별 클럽(U10, U12, U15, U18) 보유 나. 상기 가항의 클럽 중 U12, U15, U18클럽은 협회에 등록되어야 한다 다. 유소년육성책임자(AFC A급 자격증 보유자)
7.	기타 연맹 규정 또는 이사회, 총회의 의결로 정하는 사항

※ 출처: 한국프로축구연맹(2020)



〈표 5-18〉 프로축구 K리그1 '20년 참가팀

(단위: 명)

구단	순위(2020)	위치	홈구장	수용 인원
전북 현대 모터스	K리그1 우승	전주	전주월드컵경기장	42,477
수원 삼성 블루윙즈	K리그1 8위	수원	수원월드컵경기장	44,031
울산 현대	K리그1 2위	울산	울산문수축구경기장	44,102
FC 서울	K리그1 9위	서울	서울월드컵경기장	66,806
강원 FC	K리그1 7위	강원	춘천송암스포츠타운 주경기장	20,000
포항 스틸러스	K리그1 3위	포항	포항스틸야드	17,443
대구 FC	K리그1 5위	대구	대구스타디움	66,422
인천 유나이티드	K리그1 11위	인천	인천축구전용경기장	20,300
부산 아이파크	K리그1 12위	부산	구덕운동장	11,808
상주 상무	K리그1 4위	상주	상주시민운동장	15,042
성남 FC	K리그1 10위	성남	탄천종합운동장	16,867
광주 FC	K리그1 6위	광주	광주월드컵경기장	40,245

※ 출처: 프로축구연맹(2020) 프로축구연감

〈표 5-19〉 프로축구 K리그2 '20년 참가팀

(단위: 명)

구단	순위(2020)	위치	홈구장	수용 인원
아산 무궁화	K리그2 10위	아산	아산종합운동장	19,283
전남 드래곤즈	K리그2 6위	광양	광양축구전용구장	13,496
부천 FC 1995	K리그2 8위	부천	부천종합운동장	35,545
수원 FC	K리그2 2위	수원	수원종합운동장	11,808
FC 안양	K리그2 9위	안양	안양종합운동장	17,095
서울 이랜드 FC	K리그2 5위	서울	서울종합운동장	5,216
안산 그리너스 FC	K리그2 7위	안산	안산와-스타디움	35,000
대전 시티즌	K리그2 4위	대전	대전월드컵경기장	40,535
제주 유나이티드	K리그2 1위	제주	제주월드컵경기장	35,657
경남 FC	K리그2 3위	경남	창원축구센터	15,116

※ 출처: 프로축구연맹(2020) 프로축구연감

(3) K리그 구단 명칭과 연고지 변천

〈표 5-20〉 프로축구 K리그 구단 변천사

구단명	K리그 참가 기간	구단명칭 변경	창단일 / 변경일
포항 스틸러스	1983년-현재	포항제철 축구단	1973년 4월 1일
		포항제철 돌핀스	1983년 (수퍼리그 참가로 마스코트 확정) 1984년 2월 (프로축구단으로 전환 확정)
		포항제철 아톰즈	1985년 2월 7일
		포항 아톰즈	1995년 5월 29일
		포항 스틸러스	1997년 1월 1일
부산 아이파크	1983년-현재	새한자동차 축구단	1979년 11월 22일 (창단식)
		대우 축구단	1980년 10월
		대우 로얄즈	1983년 (수퍼리그 참가로 마스코트 확정) 1983년 12월 3일 (프로축구단으로 창단식)
		부산 대우 로얄즈	1996년 1월
		부산 아이콘스2	2000년 2월 10일 (부산 대우 로얄즈 인수) 2000년 3월 7일 (부산 아이콘스로 재창단식)
		Pusan i.cons에서 Busan I'Cons로 구단명칭 영문철자 변경	2002년 7월
		부산 아이파크	2005년 2월 21일
제주 유나이티드	1983년-현재	유공 코끼리	1982년 12월 17일 (창단식)
		부천 유공	1996년 1월 4일
		부천 SK	1997년 10월 1일
		Puchon에서 Bucheon으로 구단 영문철자 변경	2001년
		제주 유나이티드	2006년 2월 2일
울산 현대	1984년-현재	현대 호랑이	1983년 12월 6일 (창단식)
		울산 현대 호랑이	1996년 1월
		울산 현대	2008년 2월
FC 서울	1984년-현재	력기금성 황소	1983년 12월 22일 (창단식)
		LG 치타스	1991년 2월 26일
		안양 LG 치타스	1996년 4월 26일
		FC 서울	2004년 3월 19일
성남 FC	1989년-현재	일화 천마	1989년 3월 18일 (창단식)
		천안 일화 천마	1996년 3월 27일
		성남 일화 천마	1999년 12월 27일

구단명	K리그 참가 기간	구단명칭 변경	창단일 / 변경일
		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)
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(2020) 프로축구연감

(4) 프로축구 현안 및 과제

가. 현황 및 문제점

1983년부터 프로축구 리그를 시작하여, 2020년 K리그1 12팀, K리그2 10팀이 리그에 참가하였다. 프로 축구 좌석 점유율은 19.5%로 국내 타 종목에 비교해 최하위 수준이다. 해외 주요리그 평균 관중 수를 살펴보면 독일(분데스리가) 4만 3천명, 잉글랜드(프리미어 리그) 3만 6천명, 스페인(프리메라 리가) 2만 6천명, 이탈리아(세리에A) 2만 3천명, 미국(MLS) 1만 8천명, 일본(J-League) 1만 7천명 수준이다. 2020년은 코로나19에 따른 관람객 입장제한으로 K리그 평균 관중 수가 383명으로 집계되었다. 홈구장의 수용 인원이 가장 많은 곳은 FC 서울의 '서울월드컵경기장(6만 6,806명)'이고 홈구장의 수용인원이 가장 적은 곳은 서울 이랜드 FC의 '서울종합운동장(5,216명)'으로 서울월드컵경기장과는 6만 1,590명의 차이를 보였다.

〈표 5-21〉 '20년 프로축구 관람객 및 좌석점유율

구 분	경기 수	연간 관람객	평균관중	좌석점유율
2020	299	114천 명	383명	1.3%

※ 출처: 문화체육관광부(2020 프로스포츠 경기단체 자료)

K리그는 K리그1 12개 팀(4개 팀이 시민구단), K리그2 10개 팀(7개팀이 시민구단)이 있는데 시민구단을 제외하고는 프로구단 홈 경기장 임대 사용료 과다 납부로 프로축구단 경영부담이 심화되고 있다. FC서울은 입장수익의 36%로 1경기 평균 4,000만 원 이상 사용료를 납부하고 있으며, 부산 아이파크는 경기당 약 4백만 원의 적자를 내고 있다. 경기장 구단 소유를 위한 규제 개선과 시·도민 구단의 지원을 가능하게 하는 체계적인 시스템 부재로 인해 시설 투자의 어려움이 있고 지자체 또는 산하 공단에 있는 경기장 운영권으로 관중을 위한 편의시설 개선, 안정적 수익 사업에 어려움이 상시 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 1.3%의 좌석점유율을 보이고 있다. 챌린지 구단의 경우 축구전용구장이 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 관중 수, 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 구매 대기 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 훔플러스 아시아드점 지하에 150평 규모의 실내 풋살구장 '더 킥오프 (THE KICKOFF)'를 개장하고 축구저변 확대를 위해 노력했다(한국프로스포츠협회, 2018).

스포츠산업 진흥법의 개정 및 시행으로 시·도민 구단의 운영 등을 지방자치단체가 지원하고 경기장 장기 임대를 위한 법적인 근거가 마련되었으나 실효성을 갖기 위해서는 프로축구단과 지자체간의 긴밀한 협력체제가 구축되어야 한다. 협력체제 구축을 위해서는 지자체의 스포츠 담당 공무원들과 프로축구단 관계자와의 협의체가 필요하며 협의체는 정기적인 회의와 워크숍 등을 통해 축구단의 미래 수익화 방안에 대한 비전을 공유할 수 있는 의제들이 논의되어야 한다. 경기장의 마케팅 활성화 및 수익 창출을 위해 해외의 '알리안츠 아레나', '도요타 파크' 등과 같은 경기장 명칭권(naming rights) 도입도 필요하다.

또한 프로축구는 프로그램 경쟁력 및 관중 확대를 위한 마케팅 강화가 시급하다. 기념품 다양화 및 디자인 개발, 경영 컨설팅 등을 통해 경영개선 및 자립 기반을 마련해야 한다. 또한 프로구단 수익의 중요 요소인 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 운영하고 있는 실정이다. 향후 한국축구의 미래는 결국 K리그 활성화 정도에 달려있다. 손흥민, 황희찬, 김민재를 비롯한 해외진출 선수들을 통해 높아진 축구 팬들의 눈높이에 맞출 수 있는 리그 전반의 질적 수준 제고가 동반되어야 함은 물론이다. 즉, 국내 프로축구 활성화를 위해서는 마케팅 강화, 상품 개발 등과 함께 국내·외 선수들의 경기력 향상이라는 질적 성장을 동시에 제고하는 것이 필요하다.

〈표 5-22〉 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(고등학교 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)

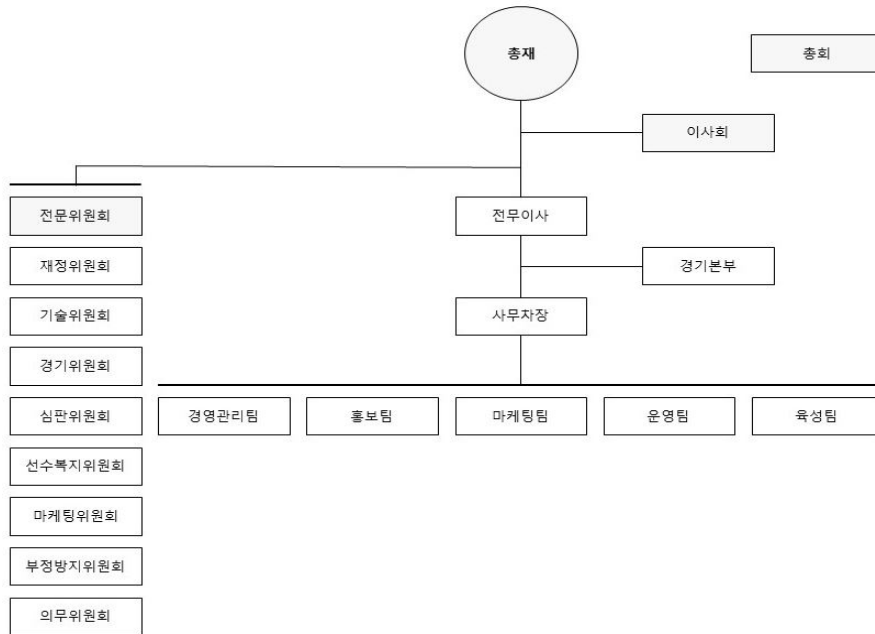
3) 프로농구

(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 언스포츠클라이크(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 언스포츠클라이크 파울, 디스퀀팅 파울, 파이팅 파울로 인한 드로우 인은 팀의 프론트 코트에서 시행한다. 이와 같은 모든 상황에서 샷클락은 14초로 되는 것으로 변경하였다. 또한, 드리블 부분도 백보드에 볼을 던지는 것은 이제 드리블로 간주하지 않으며 드리블 이후 '백보드명크'는 허용한다.



〈그림 5-5〉 한국농구연맹 조직도



※ 출처: 한국농구연맹 홈페이지

(2) 남자프로농구 역사

한국남자 프로농구는 1996년 10월 16일 한국농구연맹이 창립되면서 시작되었다. 1983년 출범된 농구대잔치가 큰 인기를 끌었지만, 실업팀, 대학팀 간 경쟁이 심화되면서 스카우트 과열, 판정사비 등 여러 부작용이 발생했다. 이러한 문제를 해결하기 위한 방안으로 프로화가 제기되었고 1993년 5월 대한농구협회 산하에 프로농구 추진위원회가 설립되면서 본격적인 프로농구 도입 작업이 진행되었다. 최초로 프로리그가 열린 1997년 총 8개 구단(부산 기아 엔터프라이즈, 안양 SBS 스타스, 원주 나래 블루버드, 대구 동양 오리온스, 광주 나산 플라망스, 인천 대우 제우스, 대전 현대 다이넷, 수원 삼성 썬더스)이 등록되어 있었다. 다음 시즌에 청주 SK 나이츠와 창원 LG 세이커스가 합류하면서 총 10개 구단이 되었다. 정규리그전은 매년 개최되며 후원사에 따라 대회명 앞에 후원사의 이름이 다르게 붙는다. 정규경기와 플레이오프전의 홈경기는 KBL이 주최하고 홈팀이 주관하며 올스타경기는 KBL이 주최·주관한다.

〈표 5-23〉 프로농구 구단 변천사

구단명	리그 참가 기간	구단명칭 변경	창단일 / 변경일
울산 현대모비스 피버스	1997년 ~현재	부산 기아 엔터프라이즈	1997년 ~ 2001년
		울산 모비스 오토몬스	2001년 ~ 2004년
		울산 모비스 피버스	2004년 ~ 2017년
		울산 현대모비스 피버스	2017년 ~ 현재



구단명	리그 참가 기간	구단명칭 변경	창단일 / 변경일
고양 오리온 오리온스	1997년 ~현재	대구 동양 오리온스	1997년 ~ 2003년
		대구 오리온스	2003년 ~ 2011년
		고양 오리온스	2011년 ~ 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 플리망스	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 엑세서스	1999년 ~ 2002년
		원주 TG 엑세서스	2002년 ~ 2003년
		원주 TG삼보 엑세서스	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
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

2020~2021시즌 우승팀 전주 KCC 이지스(KCC EGIS)는 2001년 5월 현대 걸리버스 프로농구단을 인수, 연고지를 대전에서 전주로 변경한 후 11월에 KCC 이지스로 창단하였다. 전주 KCC 이지스는 플레이오프 5회 우승으로 10개 팀 중 두 번째로 많은 우승을 차지하였고, 정규리그 또한 정규리그 5회를 우승하여 원주 DB 프로미와 함께 두 번째로 많은 우승 횟수를 기록했다. 1977년 대전을 연고지로 한 현대 농구단으로 창단 후, 2001년 연고지를 대전에서 전주로 옮기며 전주실내체육관으로 홈구장을 이전했다.

〈표 5-24〉 '20~'21년 프로농구 참가 구단 개요

구단명	연고지	경기장	제2경기장	참가시즌	감독
고양 오리온 오리온스	고양	고양체육관		1997시즌	강을준
부산 kt 소닉붐	부산	사직실내체육관			서동철
서울 삼성 썬더스	서울	잠실실내체육관			이상민
서울 SK 나이츠		잠실학생체육관		1997~1998시즌	전희철
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	조성원

※ 출처: 한국농구연맹(2020)

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 인천아시안게임에서 금메달을 획득하는데 기여하였고, 비디오 판독 시스템을 도입, 보완하여 여자프로농구 심판 판정의 신뢰도와 정확도를 향상시키고 있다. 또한 WKBL은 여름리그와 겨울리그를 주관하고 있는데, 리그는 정규경기, 플레이오프, 챔피언결정전으로 구성된다. 정규리그, 플레이오프경기 종료 후에는 경기 실적에 따라 정규리그 MVP, 챔피언전 MVP, 신인선수상 등의 시상을 실시한다. WKBL은 아마추어 농구 활성화를 위해 여자 중고등부 엘리트 농구 선수를 대상으로 한 클럽대회인 'W Champs', 초중고교 및 사회단체에 소속된 남녀학생을 대상으로 한 방과 후 체육프로그램인 'W school' 등의 다양한 프로그램을 운영하고 있다.



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.

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 하나은행	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 우리WON, 부천 하나원큐, 부산 BNK 썸 등 총 6개 구단이 등록되어있다.

〈표 5-26〉 '20~'21년 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 스포원파크 BNK센터	2019시즌	유영주

※ 출처: 여자농구연맹(2020)

(5) 프로농구 현안 및 개선방안

가. 현황 및 문제점

1997년부터 프로농구 리그를 시작하여, 현재 남자농구 10개 팀, 여자농구 6개팀이 리그에 참여하고 있다. 2014년 인천아시안게임 남자와 여자 농구 동반우승으로 성장 가능성은 보였지만, 고질적인 경기력 문제는 여전히 나타났다. 전체적으로 보면 경기규칙, 심판역량, 대표팀 지원 문제 등으로 국제 경기력이 경쟁력을 갖추지 못하고 있다. 프로농구단 대부분이 모기업의 하부부서 형태로 자생능력 약화 및 상품화 전략이 부재하고 모기업 후원 및 연맹에 의존한 운영으로 수익창출 노력 또한 부족한 실정이다. 또한, 연고지 문제도 심각하다. 대다수 팀이 흥행을 기대하기 힘든 중소도시에 위치해 있으며, 아직까지도 WKBL 팀 중 서울특별시 연고팀이 없는 문제점이 대두되고 있다.

〈표 5-27〉 '20년 프로농구 관람객 및 좌석점유율

구 분	농 구(남)			농 구(여)		
	경기 수	평균관중	좌석점유율	경기 수	평균관중	좌석점유율
2020	213	3,021명	54.7%	83	1,115명	40.4%

※ 출처: 문화체육관광부(2020 프로스포츠 경기단체 자료)

또한, 프로농구 인프라가 미흡하고 이에 관한 관심도 부족하여 선수 저변확대에 한계가 있다. 현재 농구 전용 체육관이 부재하고 기존 시설들이 노후화되어 있으며 장기임대도 불가하여 각 구단이 시설을 활용하는 데 있어서 어려움이 있다. 승부조작과 불법 스포츠 도박 파문으로 농구 관심도가 하락하여 2016년 한국프로 농구(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), 한국여자농구 연맹(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

2015	2016	2017	2018	2019	2020
2,685명	2,446명	2,625명	2,479명	2,236명	2,059명

나. 개선방안

선진 국제경기 운영체계 도입을 통해 국제 경기력을 향상시킬 필요가 있다. 이를 위해서는 적극적인 몸싸움과 공격중심의 경기를 위한 국제농구연맹(FIBA)규칙 도입이 요구된다. 동시에 심판 통합관리 및 라이선스 인증 도입 등 심판역량 강화를 위한 노력도 필요하다. 국제경기 교류전 활성화를 통한 경기력 향상(2015년 한·중·필 리그)을 도모하고 프로농구 정체성 확립을 위한 구단 자생력 강화방안을 모색해야 한다. 한·중·필의 3개국 리그를 일본을 포함하여 4개국 리그로 늘리고 궁극적으로 프로축구처럼 중동권(카타르, 아랍에미



레이트연합, 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 업무정립과 협업, 유소년, 아마추어, 생활, 프로농구 단체 정체성에 부합하는 역할이 정립되어야 할 것이다. 프로선수(은퇴선수 포함)를 활용한 유소년 및 아마 훈련 프로그램 개발 역시 장기적인 한국농구발전을 위한 개선방안이 될 것이다. 또한, 지역연고 의식 고취를 위해 각 구단이 연고지역에 구단사무실과 클럽하우스를 두어, 지역밀착에 각고의 노력이 요청되고 있다. 상대적으로 지역연고 개념이 부족하다는 평가를 받는 프로농구는 지역밀착 없이는 현재의 난관을 극복하기가 어려울 수 있다. 하지만 18-19시즌 올스타전을 서울 장충체육관에서 개최한 것은 연고지 문제 해결을 위한 노력으로 보여졌다. 장충체육관에서의 올스타전을 성공적으로 개최하면서 연고지의 인구가 어느 정도 받쳐준다면 WKBL도 충분히 흥행할 수 있다는 것을 증명했으며 연고지 문제 해결방안에 대하여 계속해서 노력하고 있다. 그럼에도 불구하고 2017년부터 현재까지 이어지는 선수 감소 현상이 향후에도 이어진다면, 프로농구 및 국내 농구의 양·질적인 측면이 감소할 수 있기 때문에 국내 농구의 저변 확대를 위해 인적 자원의 양성도 필요한 실정이다.

4) 프로배구

(1) 한국배구연맹

한국배구연맹(Korean Volleyball Federation: KOVO)은 한국배구의 발전과 보급을 통한 국민의 건전한 여가선용 및 스포츠 진흥에 이바지할 목적으로 2004년 12월 31일 출범된 문화체육관광부 소관의 사단법인이다. 남자부 4팀, 여자부 5팀으로 구성된 프로배구리그를 주관하였고 현재 남자 7팀, 여자 6팀으로 양적 확장을 이루었다. 짧은 역사에도 불구하고 관중 수 증가를 위한 여러 사업을 추진한 결과 2005년 101,436명의 총 관중을 기록하였으나 2020시즌 393,000명의 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 개막됐다. 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, 흥국생명이 천안에서 인천으로 연고지를 옮겼다. 남자부에서는 자유계약선수제도(Free Agent)가 도입되었고, 현대건설 그린폭스가 현대건설 힐스테이트로 다시 구단명을 바꾸었다. 겨울스포츠로서 KBL, WKBL와 경쟁하는 위치에 있다. 2010년대 이후로는 케이블 중계의 경우 대체로 KBL보다 시청률이 높게 나왔고, 연고지 중심으로 관중 동원도 잘 되는 편이다. 2013 오프시즌에 KOVO와 KBSN이 3년에 100억이 넘는 중계권료 계약을 체결하기도 했다. 이후 2016시즌부터 5년간 200억 원 규모의 중계권 계약이 이어졌다.

〈표 5-29〉 '20~'21년 V-리그 경기 남자부 참가팀

팀명	연고지	홈경기장	감독
의정부 KB손해보험 스타즈	의정부	의정부체육관	이상열
대전 삼성화재 블루팡스	대전	대전충무체육관	고희진
인천 대한항공 점보스	인천	인천계양체육관	로베르토 산틸리
천안 현대캐피탈 스카이워커스	천안	천안유관순체육관	최태웅
서울 우리카드 위비	서울	서울장충체육관	신영철
수원 한국전력 빅스톰	수원	수원실내체육관	장병철
안산 OK금융그룹 웃맨프로배구단	안산	안산상록수체육관	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〉 '20~'21년 V-리그 경기 여자부 참가팀

팀명	연고지	홈 경기장	감독
한국도로공사 하이패스 배구단	김천	김천실내체육관	김종민
KGC인삼공사 프로배구단	대전	대전충무체육관	이영택
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〉 '20년 프로배구 관람객 및 좌석점유율

구 분	경기 수	연간 관람객	평균관중	좌석점유율
2020	192	393천명	2,047명	54.2%

※ 출처: 문화체육관광부(2020 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 완전한 성장세를 보였다. OK 저축은행의 로버트랜디 시몬 아티, 대한항공의 가스파라니 등과 같은 세계 정상급 선수들의 영입으로 인한 경기 수준의 향상과 여자대표팀의 2012년 런던올림픽 4위, 2016년 리우올림픽 8강에 오른 선전 및 세계 최고 선수로 꼽히는 '배구여제' 김연경의 등장으로 여자배구도 인지도가 높아졌다. 이로 인해 KBS N 스포츠와 SBS 스포츠로 전 경기가 중계되면서 V리그의 2019/20시즌 남자부 경기의 시청률이 0.83%를 기록했고, 여자부 경기의 시청률은 1.05%로 나타났다. 이처럼 V리그 시청률은 전반적으로 증가하였지만 남자부는 시청률이 감소하는 추세이고, 여자부는 시청률이 증가하여 과거와 상반된 시청률로 나타나고 있다. 이처럼 여자부의 인기와 시청률이 남자부보다 높아짐에도 불구하고 남자부의 샐러리캡이 여자부보다 항상 높다는 점이 배구 팬들로부터 의문점과 문제점으로 지적되어오고 있다. 또한 프로배구단들의 구조가 독립법인인 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 중점을 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·아마스포츠 60%, 프로스포츠 40%를 합산해 실시하는 종목 간 평가에서 타 종목(야구, 축구, 농구) 대비 단체 운영 및 사업평가, 프로리그 전체 관중 증가율, 프로리그 전체 매출 증가율에서 1위에 올라 최고 등급을 받았다. 이처럼 프로배구 관중 수는 타 종목보다 높은 성장률을 보이고 있고, 특히 김연경의 국내리그 복귀로 인하여 여자배구의 인기가 남자배구보다 높아지기 시작했다. 이러한 긍정적인 이면에 남·여부의 샐러리캡 차이, 학교폭력 등과 같은 불안요소가 끊임없이 제기되고 있어 적극적인 조치가 필요한 실정이다.

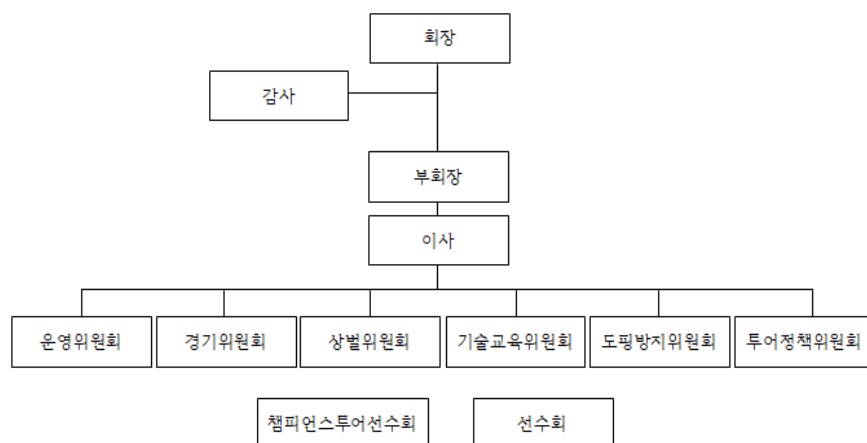
프로배구 남자부 현대캐피탈은 TV시청률과 인터넷 중계 동시접속자 수, 유료 평균 관중 수, 입장수익, 마케팅 혁신 및 사회공헌활동 항목에서 모두 다른 구단보다 앞섰고, 활발한 팬서비스와 관람석 개선 등으로 프로구단 성과평가에서 2년 연속 최고 등급인 S등급을 받았다. 여자부는 흥국생명이 TV시청률, 인터넷 중계 동시 접속자 수, 입장수익, 입장수익 증가율, 홈경기 승률 항목에서 높은 점수를 얻어 최고 등급을 받았다. 프로구단 간 성과평가는 구단들이 적극적으로 자생력을 기르고 경쟁력을 갖출 수 있는 환경을 조성하기 위해 도입됐다. 특히 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 활성화 시켜 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

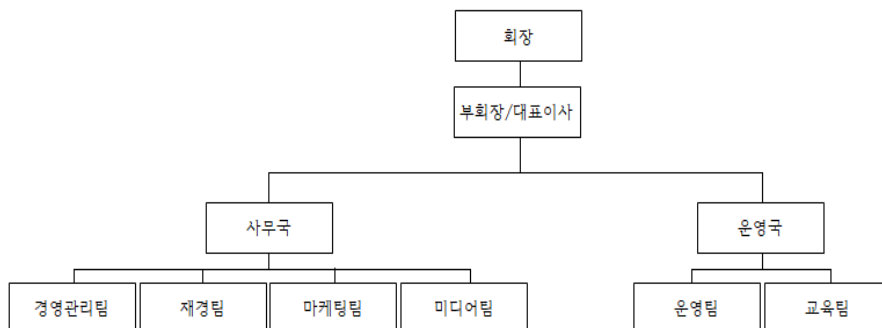
한국프로골프협회(Korea Professional Golfers' Association)는 1968년 한국프로골프의 발전에 이바지 하고 프로골퍼의 기량 및 자질향상을 도모하여, 골프를 통한 국위선양을 목적으로 설립되었다. 1958년 한국프로골프선수권대회, 한국오픈 골프선수권대회가 개최된 후 1963년 프로골프회가 창설되었고, 1968년 11월 12일, 문교부의 정식 설립 인가를 받은 한국프로골프협회가 발족하게 되었다. 레슨프로제도 도입(1983), 골프 코치스쿨 및 세미프로 선발전 실시(1988), 2부 투어대회 출범(1999) 등 골프지도와 우수골퍼들이 성장할 수 있는 제도적 기반들을 조성하였다. 2004년 SBS와 조인식을 가졌고 2005년 KOREAN TOUR를 창설하였다. 이후 2006년부터 2008년까지 12개 대회를 창설하였고 2009년 KPGA 아카데미투어를 창설하였다. 2020년은 총 11개의 남자프로골프(KPGA)대회가 열렸고 총 상금규모는 94억 원이었다.

〈그림 5-8〉 한국프로골프협회 조직도(이사회 및 분과위원회)



※ 출처: 한국프로골프협회 홈페이지

〈그림 5-9〉 한국프로골프협회 조직도(사무국)



※ 출처: 한국프로골프협회 홈페이지

〈표 5-32〉 '20년 KPGA 대회 개요

(단위: 원)

대회명	장소	대회기간	총상금
우성종합건설 아라미르CC 부산경남오픈	아라미르CC	07.02-07.05	5억
KPGA 군산CC 오픈	군산 CC	07.09-07.12	5억
KPGA 오픈 with 솔라고CC	솔라고 CC	07.16-07.19	5억
제 63회 KPGA 선수권대회 with A-ONE CC	에이원 CC	08.06-08.09	10억
제 39회 GS칼텍스 매경오픈	엘리시안 강촌 CC	08.21-08.23	10억
헤지스골프 KPGA 오픈 with 일동레이크골프클럽	일동 레이크 GC	08.27-08.30	5억
제36회 신한동해오픈	베어즈베스트 청라 GC	09.10-09.13	14억
현대해상 최경주 인비테이셔널	페럼클럽	09.24-09.27	10억
제네시스 챔피언십	잭 니클라우스 골프클럽 코리아	10.08-10.11	15억
비즈플레이 전자신문 오픈 with 티마우스 CC	티마우스 골프앤빌리지	10.22-10.25	5억
LG SIGNATURE 플레이어스 챔피언십	서원밸리 CC	11.05-11.08	10억

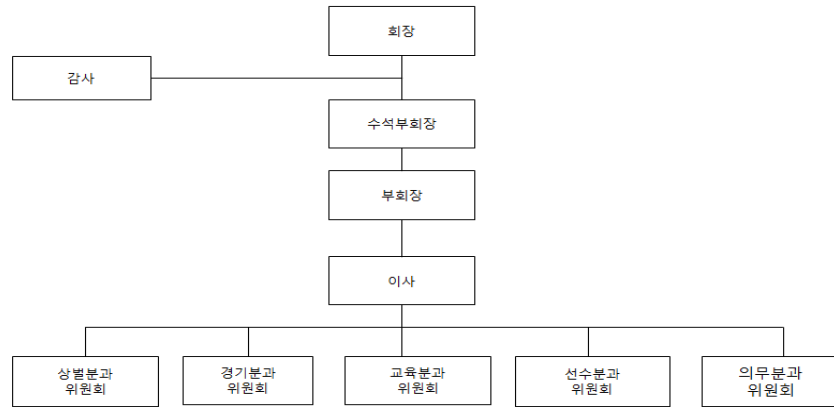
※ 출처: ㈜한국프로골프투어(KGT) 홈페이지(kpga.co.kr)

(2) 한국여자프로골프협회

1978년 한국프로골프협회 산하에 여자프로부가 설치되어 한국여자 프로골퍼 8명을 배출하였고 여자프로 골프대회가 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.

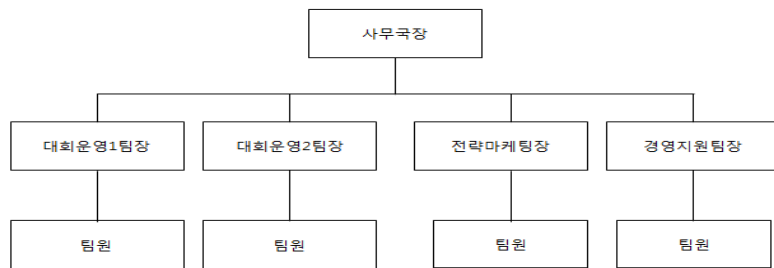
2000년 최초 대의원 총회를 개최하였고 SBS 골프 채널과 골프대회 실시간 중계실시 방송중계권료 계약을 체결하였다. 2001년 아마추어 시드전을 폐지하고 프로입문을 위한 나이제한(만 17세 이상)을 부활시켰다. 2003년 농심배 신인왕전이 최초로 개최되었으며 산후제도 시행 및 풀시드권 명수 규정을 40명에서 50명으로 변경하였다. 2006년에는 협회와 KB국민은행이 계약하여 KLPGA 역사상 최초로 투어제도를 도입하였다. 2007년 MBC투어를 출범하였고 스포츠토토 기금으로 유소년 체육 활성화 사업을 시행하였다. 2010년 정회원 및 준회원 선발전을 절대평가에서 상대평가로 변경(연간 정회원 총 61명, 준회원 총 100명 선발)하였다. 2020년에 총 19개의 한국여자프로골프(KLPGA)대회가 열렸고 총상금규모는 168억 원이다.

〈그림 5-10〉 한국여자프로골프협회 조직도(이사회 및 분과위원회)



※ 출처: 한국여자프로골프협회 홈페이지

〈그림 5-11〉 한국여자프로골프협회 조직도(사무국)



※ 출처: 한국여자프로골프협회 홈페이지



〈표 5-33〉 '20년 KLPGA 대회 개요

(단위: 원)

대회명	장소	대회기간	총상금
제42회 KLPGA 챔피언십	레이크우드	05.14-05.17	30억
제8회 E1 채리티 오픈	사우스스프링스	05.28-05.31	8억
제10회 롯데 칸타타 여자오픈	롯데스카이힐 제주	06.04-06.07	8억
제14회 S-OIL 챔피언십	엘리시안 제주	06.12-06.14	7억
기아자동차 제34회 한국여자오픈 골프선수권대회	베어즈베스트 청라	06.18-06.21	10억
BC카드·한경 레이디스컵 2020	포천힐스	06.25-06.28	7억
맥콜·용평리조트 오픈 with SBS Golf	버치힐	07.03-07.05	6억
아이에이스동서 부산오픈	스톤게이트	07.10-07.13	10억
제주삼다수 마스터스	세인트포	07.30-08.02	8억
대유위니아 MBN 여자오픈	대유동베르 CC	08.14-08.16	7억
2020 팬텀 클래식	사우스링스 영암 CC	09.25-09.27	6억
2020 오택캐리어 챔피언십 with 세종필드 골프클럽	세종필드 골프클럽	10.08-10.11	8억
KB금융 스타챔피언십	블랙스톤 이천	10.15-10.18	12억
2020 휴엔케어 여자오픈	사우스링스영암 CC	10.22-10.25	8억
SK네트웍스·서울경제 레이디스 클래식	핀크스 골프클럽	10.29-11.01	8억
하나금융그룹 챔피언십	스카이 72	11.05-11.08	15억
SK텔레콤·ADT캡스 챔피언십 2020	라비에벨	11.13-11.15	10억

※ 출처: 한국여자골프협회(KLPGA) 홈페이지

4 프로스포츠산업화를 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 분담 조건으로 장기임대 협의 중
LG, 두산 잠실	위탁	3년 계약(17-19) 연간 약 30억 원	- 경기장, 매점 운영권만 구단 소유 - 광고권 입찰(스타에드컴 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 스키야박스 1년 내내 구단이 전권 행사 (스카이박스의 경우 3개를 제외한 나머지는 서울시 요청 시 임대)

※ 서울시가 구단에게 가장 불리한 조건이며, 기타 구단의 경우에도 문제해결을 위해서는 지방 조례 개정이 필요한 상황

미국 메이저리그와 일본 프로야구의 구장들의 임대료는 국내와 비교해보면 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 있다. 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 유치를 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 성장 기여 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 배트공인·국가대표운영 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 마케팅 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

프로야구 규약 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」 제10장에 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, 해외 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.

〈표 5-37〉 프로야구(KBO) 규약

KBO 규약
<p>제42조 [대리인]</p> <p>① 선수가 대리인을 통하여 선수계약을 체결하고자 하는 경우에는 한국프로야구선수협회의 공인을 받은 자를 대리인으로 하여야 한다.</p> <p>② 대리인은 동시에 구단 당 선수 3명, 총 선수 15명을 초과 하여 대리할 수 없다.</p> <p>③ 대리인제도의 대리인제도의 운영은 KBO와 한국프로야구선수협회가 합의하여 시행한다.</p> <p>④ 대리인제도의 시행일은 부칙에 따로 정한다.</p> <p>부칙</p> <p>제4조 [대리인제도의 시행일] 제42조 소정의 대리인제도는 2018년 2월 1일부터 시행 한다.</p>
외국인 선수 계약서
<p>제10장 독점 교섭기간보류권</p> <p>구단은 본 계약서상의 시즌에 이어 1년 동안 계약 연장 의사를 선수에게 통지할 권리를 갖는다. 구단은 계약연도 11월 25일(단, 포스트시즌 경기 중일 때는 한국시리즈 종료 익일)까지 재계약 의사를 서면으로 선수와 그의 지정된 대리인에게 통지해야 하며...(중략)</p>

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
<p>제2장 선수</p> <p>제1조 프로계약</p> <p>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.</p> <p>① 클럽과 선수 간의 프로계약은 연맹이 정한 프로축구선수 계약서에 의해 체결한다.</p> <p>② 클럽과 선수 간의 입단 계약 또는 연봉 계약을 체결할 때에는 해당 클럽 대표자(또는 위임받은 담당자)와 해당 선수가 계약을 체결하여야 한다. 다만, 해당 선수가 미성년자일 경우 법정대리인(또는 법정후견인)의 동의가 있어야 한다.</p> <p>1) 대한축구협회(이하 “협회”라 한다)에 등록된 중개인만이 대리인 자격으로 클럽, 선수와 협상 및 계약을 할 수 있다.</p> <p>2) 중개인에 대한 시행규정(규칙)은 FIFA 및 협회의 규정(규칙)에 의한다.</p> <p>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.</p> <p>④ 체결된 계약서는 정본 2부를 작성하여 연맹의 승인을 받으며, 선수와 해당 클럽이 각1부씩 보관한다.</p>



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. 클럽이 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 에이전트외만 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> <ol style="list-style-type: none"> ① 구단과 선수는 이사회가 정한 연맹의 ‘표준계약서’를 바탕으로 계약을 체결한다. ② 구단과 선수가 선수계약을 체결할 때는 해당 구단 대표자(또는 위임받은 구단 관계자)와 해당 선수 또는 연맹이 지정한 대리인이 직접계약을 체결하여야 한다. ③ 선수가 계약 체결 시 마성년자(가족관계등록부 기준)일 경우에는 계약 체결에 있어 법정대리인의 동의를 받아야 한다. <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
<p>제5조 (보수 등)</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 채와 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 조화를 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. 문체부 스포츠산업조사에 따르면 2020년 스포츠 에이전트 업체 수 42개, 매출액 250억 원, 종사자 수 2백 명으로 나타났다.

〈표 5-43〉 '16~'20년 에이전트 관련 사업체 수 현황

(단위: 개, %)

구 분	2016		2017		2018		2019		2020	
	사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중
스포츠 에이전트업	35	0.0	35	0.0	44	0.0	39	0.0	42	0.0
스포츠 마케팅 대행업	24	0.0	28	0.0	29	0.0	34	0.0	38	0.0
기타스포츠 마케팅업	724	0.8	825	0.8	744	0.7	771	0.7	834	0.9

〈표 5-44〉 '16~'20년 에이전트 관련 매출액 현황

(단위: 십억 원, %)

구 분	2016		2017		2018		2019		2020	
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
스포츠 에이전트업	23	0.0	28	0.0	34	0.0	45	0.1	25	0.0
스포츠 마케팅 대행업	9	0.0	11	0.0	21	0.0	22	0.0	18	0.0
기타스포츠 마케팅업	1,431	2.1	1,684	2.3	1,843	2.4	1,896	2.3	1,335	2.5

〈표 5-45〉 '16~'20년 에이전트 관련 종사자 현황

(단위: 백명, %)

구 분	2016		2017		2018		2019		2020	
	종사자 수	비중	종사자 수	비중	종사자 수	비중	종사자 수	비중	종사자 수	비중
스포츠 에이전트업	2	0.0	2	0.0	2	0.0	2	0.1	2	0.1
스포츠 마케팅 대행업	2	0.0	1	0.0	1	0.0	2	0.0	2	0.0
기타스포츠 마케팅업	75	1.9	85	2.0	83	1.9	80	1.8	75	2.0

〈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 권익 보호와 전문화된 서비스 제공은 구단의 선수관리 비용감소와 구단의 리그 성적에 긍정적인 영향을 미치게 되어, 나아가 프로스포츠 리그 및 스포츠마케팅업 확장에 따른 스포츠산업 성장에 기여할 것으로 판단된다.

제6장

스포츠산업 관련 법제

2020 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 「스포츠산업 진흥법」이다. 이 법은 스포츠산업이 고부가가치산업으로 성장 잠재력이 매우 큼에도 불구하고 당시 스포츠산업에 대해서는 「국민체육진흥법」에 ‘체육용구의 생산장려 및 체육시설업의 육성’에 관한 사항만을 규정하고 있어 ‘스포츠산업’과 관련하여 보다 체계적인 법적·제도적 지원 기반의 확보가 요청됨에 따라 이 법을 제정하여 되었다. 「스포츠산업진흥법」은 스포츠산업의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화하여 스포츠산업의 진흥을 촉진하고, 나아가 국민의 문화적인 삶의 향상과 국민경제의 발전에 이바지하는데 그 목적을 지니고 있다.

스포츠산업과 관련된 법령은 「스포츠산업 진흥법」 이외에도 스포츠산업과 관련된 내용을 담고 있는 다양한 실정법에서 찾아볼 수 있는데 이를 ‘스포츠산업관련법’이라고 할 수 있다. 스포츠산업관련법의 의미를 좀 더 명확하게 정의하기 위하여 법의 분류를 살펴보도록 한다. 법을 분류하기 위해서는 법의 형식이나 내용 또는 효력에 따라서 다양하게 분류할 수 있다.

현재 우리나라 법령의 수는 약 5,000여 건으로 예상되며, 형식에 따라서 피라미드식의 구조로 구성되어 있다. 이 구조에서 최상의 위치에는 헌법이 자리 잡고 있고 그 밑으로 국회에서 제정한 법률이 존재한다. 법률은 다시 일정 부분 대통령에게 위임하게 되는데 이때 대통령의 명령을 시행령이라고 한다. 또한 대통령의 시행령을 위임 받은 총리와 각 부장관은 명령을 하게 되는데 이를 시행규칙이라고 한다. 이외에 조례 등 지방자치단체에 의한 자치법규가 밑으로 자리 잡고 있다. 여기서 국회에서 제정한 법을 법률이라고 하고, 대통령과 국무총리 및 각 부장관이 제정한 법을 명령이라고 하며, 법률과 명령을 합쳐서 법령이라고 한다.

이러한 법령들은 그 내용에 따라서 공법과 사법, 그리고 사회법 등으로 분류한다. 공법은 국가와 지방자치단체, 기타 공법인이 주체가 되고, 국가와 국민 간의 관계를 규율하며, 공익의 실현을 추구하는 법을 말한다. 사법은 사인 간의 생활관계를 규율하는 법을 말한다.

스포츠산업과 관련된 법령은 그 효력이 미치는 범위에 따라 공법적인 성격을 지닌 「국민체육진흥법」과 「체육시설의 설치·이용에 관한 법률」 등이 있고, 사업의 추진이나 운영, 진흥(지원)을 위한 특별법 성격의 「경륜·경정법」, 「국제경기대회지원법」, 「생활체육진흥법」, 「2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 지원 등에 관한 특별법」, 「태권도 진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률」, 「전통무예진흥법」, 「바둑진흥법」, 「이스포츠(전자스포츠)진흥에 관한 법률」, 「게임산업 진흥에 관한 법률」(이상 문화체육관광부 소관 법률), 「수상레저안전법」(해양경찰청 소관 법률), 「한국마사회법」(농림수산식품부 소관 법률) 등이 있다. 이외에도 「정부조직법」, 「청소년기본법」, 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」, 「국가배상법」, 「공유재산 및 물품 관리법」, 「저작권법」, 「독점규제 및 공정거래법에 관한 법률」, 「약관의 규제에 관한 법률」, 「제조물책임법」 등에서도 스포츠산업과 직·간접적으로 관련된 내용을 가진 법령들을 찾을 수 있다. 사법의 영역에서는 직접 스포츠에 관하여 명문의 규정을 두고 있는 경우는 거의 없다. 「민법」이나



「상법」, 「저작권법」 등의 법률은 단지 스포츠에서 발생하는 각종 사인 간의 법률관계에 적용될 수 있을 뿐이다. 즉 사인 간의 계약관계에 따른 재산권 관련 문제나 사고와 관련하여 그 주체가 사인이라면 「민법」상의 불법행위와 관련하여 손해배상 규정이 적용된다.

법령은 그 적용범위에 따라 일반법과 특별법으로 구분하고, 특별한 목적으로 제정된 특별법이 일반법에 우선하여 적용된다.

2 스포츠산업 관련 법제 현황

스포츠산업과 관련된 법제도의 현황은 스포츠산업과 직접적으로 관련된 법제도와 간접적으로 관련된 법제도를 통해서 살펴볼 수 있다. 우선, 스포츠산업과 직접적으로 관련된 법제도는 ‘문화체육관광부 소관 법령’과 ‘문화체육관광부 행정규칙(훈령·예규·고시·공시)’ 등을 통해서 그리고 간접적으로 관련된 법제도는 여러 스포츠산업 유관법령을 통해서 그 현황을 파악할 수 있다.

1) 문화체육관광부 소관 법령

스포츠산업 관련 법령에서 문화체육관광부 소관 법령으로는 아래 <그림 6-1>에서 보는 바와 같이 총 10편을 선별하였고 이러한 법령들의 제정년도와 개정회수는 아래 <표 6-1>과 같다.

<그림 6-1> 스포츠산업관련법령 제정현황



〈표 6-1〉 문화체육관광부 소관 스포츠산업 관련 법령 재개정 현황

순번	법률명	제정일	비고
1	스포츠산업 진흥법	2007.04.06	개정 05회
2	국민체육진흥법	1962.09.17	개정 43회
3	체육시설의 설치·이용에 관한 법률	1989.03.31	개정 38회
4	경륜·경정법	1991.12.31	개정 24회
5	태권도진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률	2007.12.21	개정 20회
6	전통무예진흥법	2008.03.28	개정 04회
7	2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 지원 등에 관한 특별법	2012.01.26	개정 30회
8	국제경기대회지원법	2012.05.23	개정 16회
9	생활체육진흥법	2015.03.27	개정 02회
10	바둑진흥법	2018.04.17	개정 00회

※2020년 12월까지의 재개정 반영

가. 스포츠산업 진흥법

「스포츠산업 진흥법」은 2007년 4월 6일 제정된 법으로서 “스포츠산업의 진흥에 필요한 사항을 규정함으로써 스포츠산업의 기반조성 및 경쟁력 강화를 도모하고, 스포츠를 통한 국민의 여가선용 기회 확대와 국민경제의 건전한 발전에 이바지함”을 목적으로 하고 있다.

이 법은 전체 23조로 구성되어 있으며, 주요 내용으로는 국가가 스포츠산업 기본계획을 수립하고, 전문 인력을 양성하며, 창업지원, 스포츠산업진흥시설의 지정, 스포츠산업지원센터의 지정, 프로스포츠의 육성, 국제교류 및 해외시장 진출지원 등의 노력을 하도록 규정하고 있다.

주요 내용을 구체적으로 살펴보면, 우선 문화체육부장관은 스포츠산업 진흥에 관한 기본적인 종합적인 중장기 진흥 기본계획과 스포츠산업의 각 분야별·기간별 세부시행계획을 수립·시행하여야 한다. 또한, 문화체육관광부장관은 기본계획 및 세부시행계획에 따라 공공기관, 단체 및 스포츠산업 사업자가 스포츠산업의 경쟁력 강화를 위한 조치를 취하고자 할 때에는 예산의 범위에서 지원할 수 있다.

이 법의 두 번째 주요내용으로는 ‘전문인력 양성’을 들 수 있다. 국가나 지방자치단체는 스포츠산업 전문 인력 양성을 위하여 연구소·대학 등 대통령령으로 인정하는 기관을 전문 인력 양성기관으로 지정하고, 그 양성에 필요한 경비를 보조할 수 있도록 규정하고 있다.

세 번째는 ‘창업지원’에 관한 내용이다. 문화체육관광부장관은 스포츠산업과 관련된 창업을 촉진하고, 일자리를 창출하기 위하여 필요한 시책을 마련하며, 사업추진에 필요한 자금을 예산의 범위에서 지원할 수 있다.

네 번째는 ‘스포츠산업진흥시설의 지정’에 관한 내용이다. 스포츠산업의 진흥을 위하여 필요하다고 인정하는 경우 지방자치단체의 장과 협의하여 당해 지방자치단체 소유의 공공체육시설을 스포츠산업진흥시설로 지정할 수 있고, 이 경우 시설 설치 및 보수 등에 필요한 자금의 전부 또는 일부를 지원할 수 있도록 하고,



지정된 스포츠산업진흥시설이 지정요건에 미달하는 때에는 그 지정을 해제할 수 있도록 규정하고 있다. 또한, 국가 또는 지방자치단체는 스포츠산업진흥시설의 지정 및 운영을 위하여 필요하다고 인정하는 경우에는 「국유재산법」 또는 「공유재산 및 물품관리법」의 규정에도 불구하고 국·공유재산을 수의계약으로 대부·사용·수익하게 하거나 매각할 수 있도록 하고, 스포츠산업진흥을 위하여 필요하다고 인정하는 경우 스포츠산업진흥시설을 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 프로스포츠팀 창단에 출자 또는 출연할 수 있으며, 프로스포츠 활성화를 위하여 필요한 경우 프로스포츠팀 사업 추진에 필요한 경비를 지원할 수 있다. 지방자치단체의 장은 필요한 경우 공유재산을 25년 이내의 기간을 정하여 프로스포츠팀의 연고 경기장으로 사용·수익을 허가하거나 관리를 위탁할 수 있으며, 이때 해당 체육시설과 그에 따른 부대시설에 대하여 해당 프로스포츠팀과 우선하여 수의계약 할 수 있다. 또한, 프로스포츠팀은 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 5차례 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 프로스포츠팀이 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 프로스포츠팀체가 지방자치단체의 공공체육시설을 25년의 기간 내에서 사용·수익할 수 있도록 법적 근거를 마련함으로써 프로스포츠의 활성화 및 공공체육시설의 효율적 운영을 도모하고자 하였다.

2016년 2월 3차 개정에서는 「스포츠산업 진흥법」 전부 개정을 시도하였다. 전부개정이 이루어지게 된 배경에는 2013년 12월 문화체육관광부의 ‘스포츠산업 중장기 발전계획(‘14~‘18년)’ 발표가 있었고, 스포츠산업 전담부서가 신설되면서 스포츠산업 육성을 위한 추진동력과 실효성 확보를 위해 법적근거가 필요했기

때문이다. 또한 2007년에 제정된 현행법은 스포츠산업 진흥을 위한 선언적인 사항만을 규정하고 있어서 스포츠산업을 체계적으로 육성·지원하는 데 한계가 있다는 지적에 따른 것이다. 3차 전부 개정된 주요 내용은 아래 <표 6-2>와 같다.

<표 6-2> 스포츠산업 진흥법 주요 개정 내용

조 항	내용
제7조	기본계획과 세부 시행계획을 효율적으로 수립·시행하기 위하여 정기적으로 스포츠산업 실태조사를 실시하도록 함
제8조	스포츠산업과 관련된 기술개발을 추진하기 위한 정책을 수립·시행하고, 기술개발을 수행하는데 드는 자금을 예산의 범위에서 지원 또는 출연할 수 있도록 하며, 기술개발사업 업무 대행기관을 둘 수 있도록 함
제10조	스포츠산업과 관련된 창업을 촉진하고 일자리를 창출하기 위하여 필요한 자금을 예산의 범위에서 지원할 수 있도록 함
제11조	지방자치단체 소유의 공공체육시설을 스포츠산업진흥시설로 지정할 수 있도록 하며, 프로스포츠의 육성을 위하여 프로스포츠단 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 권익 보호와 스포츠산업의 건전한 발전을 위하여 공정한 영업질서의 조성 등 필요한 시책을 강구하도록 함

2020년 2월 4차 개정에서는 「벤처투자 촉진에 관한 법률」(법률 제16998호)에 제정됨에 따라 타법개정 으로 제16조제1호를 “「벤처투자 촉진에 관한 법률」 제2조제11호에 따른 벤처투자조합과 같은 법 제70 조제1항에 따른 “처투자모태조합”으로 개정하였다.

2020년 12월 5차 개정에서는 감염병 등에 효율적으로 대응하기 위하여 스포츠산업 기본계획에 감염병 등에 대한 안전·위생·방역 관리에 관한 사항이 포함되도록 하고(제5조제2항제8호 신설), 문화체육관광부 장관이 프로스포츠 경기 일정을 재난상황의 심각성 등을 고려하여 조정할 수 있는 지침을 마련하도록(제18 조제2항 신설) 하는 한편, 연구개발사업의 효율적 추진을 위하여 연구개발 업무를 대행하는 전문기관 지정 근거를 마련하고(제8조제2항), 선수 권익 보호와 스포츠산업의 공정한 영업질서 확립을 위한 표준계약서 보급 근거를 마련하는(제18조의2 신설) 등 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완하였다.



나. 국민체육진흥법

「국민체육진흥법」은 1962년 9월 17일 제정된 최초의 체육관련 법률이라고 할 수 있다. 이 법은 “국민체육을 진흥함으로써 국민의 체력을 증진하고 건전한 정신을 함양하여 명량한 국민 생활을 영위하게 하며, 나아가 체육을 통하여 국위선양에 이바지함”을 목적으로 한다.

이법은 체육진흥의 기본이 되는 법으로서 전체 6장 55조로 구성되어 있다. 그 주요 내용으로는 제1장(총칙) 제2조에 ‘체육, 선수, 체육지도자, 체육동호인조직, 운동경기부, 체육진흥투표권’ 등의 제개념을 규정하고 있다. 제3조에는 ‘국가와 지방자치단체는 국민체육 진흥에 관한 시책을 마련하고 국민의 자발적인 체육 활동을 권장보호 및 육성하여야 한다’고 명시하고 있다. 제2장은 제7조부터 18조에 해당이 되며 ‘체육 진흥을 위한 조치’에 관한 내용으로서 ‘지방체육진흥, 학교체육진흥, 직장체육진흥, 체육지도자양성, 선수 등의 보호 및 육성, 대한민국체육유공자의 보상, 체육용구의 생산장려’ 등에 관하여 규정하고 있다. 제3장은 제19조부터 제23조에 해당이 되며, 국민체육 진흥의 재원인 국민체육진흥기금의 구성과 그 사용에 관하여 규정하고 있다. 제4장은 제24조부터 제32조까지이며 ‘체육진흥투표권의 발행’에 관한 내용으로서 ‘체육진흥투표권의 발행 사업의 위탁, 유사행위 금지, 환급금, 위탁운영비, 수익금의 사용, 체육진흥투표권의 구매 제한’ 등에 관하여 명시하고 있다. 제5장은 제33조부터 제43조까지를 포함하며 ‘대한체육회와 대한장애인체육회, 한국도핑방지위원회, 서울올림픽기념국민체육진흥공단 등 체육단체의 육성’에 관하여 구체적으로 기술하고 있다.

「국민체육진흥법」은 1962년에 제정된 이후 38차례 걸쳐 개정이 이루어졌다. 이 중에서 1982년에 86아시아경기대회와 88올림픽대회를 능동적으로 대처하고 국민체육진흥을 효율적으로 도모하여 국민복지와 국위선양에 적극적으로 이바지하기 위하여 전부개정을 수행하였다. 2007년에도 전부개정이 이루어진 바 있는데, 개정이유는 법 문장의 표기를 한글화하고 어려운 용어를 쉬운 우리말로 풀어쓰며 복잡한 문장은 체계를 정리하여 쉽고 간결하게 다듬기 위해서였다.

2015년에 개정된 「국민체육진흥법」은 ‘대한체육회’와 ‘국민생활체육회’가 ‘통합체육회’로 변경된다고 하는 중요한 내용을 담고 있다. 즉, 전문체육과 생활체육의 활성화를 도모하기 위하여 대한체육회와 국민생활체육회를 통합하여 선진국형 체육시스템을 확립하고자 하였다. 이 통합체육회는 가맹된 경기단체와 생활체육종목단체 등의 사업과 활동에 대한 지도와 지원 사업, 체육대회의 개최와 국제교류, 선수 양성과 경기력 향상 등 전문체육 진흥을 위한 사업, 체육인의 복지향상, 국가대표 은퇴선수 지원사업, 그밖에 체육 진흥을 위하여 필요한 사업을 진행한다. 또한 현행법에서 아마추어 선수의 도핑검사 의무조항이 명시적으로 없는 입법적 불비를 보완하고, 프로선수에 대한 역차별을 방지하기 위하여 경기단체에 등록된 선수는 도핑방지위원회의 도핑 검사를 받도록 의무화하고, 도핑 검사의 대상자 선정기준 및 선정방법은 도핑방지위원회가 정하도록 하였다. 한편, 대한체육회 및 대한장애인체육회의 회장을 선출하기 위한 선거관리를 정관으로 정하는 바에 따라 중앙선거관리위원회에 위탁하여 중립적이고 객관적인 선거관리가 이루어지도록 하였다.

「국민체육진흥법」은 2016년에 2월 3일, 5월 29일, 12월 20일 3차례 걸쳐 일부개정이 이루어졌다. 2016년 개정법의 주요내용은 첫째, 지방자치단체가 대한체육회, 대한장애인체육회 및 국민생활체육회의 지부·지회에 예산의 범위에서 운영비를 보조할 수 있도록 하였다. 둘째 스포츠산업 진흥을 위한 지원 사업 등에 국민체육진흥기금을 사용하도록 하고, 스포츠산업투자조합에 출자할 수 있는 근거를 마련하여 그 수익금을

기금으로 조성하는 등 스포츠산업 진흥 지원을 강화함으로써 국민체육 진흥에 기여하고자 하였다. 또한, 국가와 지방자치단체는 장애인이 체육시설을 우선적으로 이용할 수 있도록 필요한 조치를 할 수 있도록 하였다.

2017년에는 금치산 및 한정치산 제도를 폐지하고 성년후견·한정후견제 등을 도입하는 내용으로 「민법」이 개정됨에 따라 체육지도자의 결격사유 중 금치산자 또는 한정치산자를 피성년후견인 또는 피한정후견인으로 대체하도록 하였고, 「사행산업통합감독위원회법」에 따른 중독예방치유부담금을 국민체육진흥기금에 편입하고, 동 기금을 국민체육진흥계정과 사행산업중독예방치유계정으로 구분·관리하며, 사행산업중독예방치유계정은 사행산업통합감독위원회가 「사행산업통합감독위원회법」에 따라 별도 관리·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 체육지도자가 될 수 없도록 하였으나, 앞으로는 해당 결격사유가 해소된 때에는 유예기간 없이 바로 체육지도자가 될 수 있도록 결격사유에 관한 제도를 합리적으로 개선하였다. 또한, 체육단체 장은 지방자치단체의 장 또는 지방의회의 의원이 겸직할 수 없도록 제한함으로써 체육단체를 정치적인 영향력에서 배제하도록 개정하였다.

2020년에는 2월 4일, 6월 9일, 8월 18일, 12월 8일 총 4차례 걸쳐 일부개정이 이루어졌다. 2월에는 체육지도자의 선수에 대한 성폭력, 상해와 폭행 등의 문제가 대두되고 있어 이에 대한 근본적인 해결책 마련이 시급한 상황인바, 체육지도자에 대한 폭력 예방교육, 체육지도자의 결격사유 강화, 장려금 환수 근거 마련, 징계정보시스템 구축·운영 등을 통해 건전한 스포츠환경 조성과 체육인의 인권보호를 강화하는 한편, 스포츠의 최고의 가치인 공정성을 확보하고, 스포츠비리 등으로부터 선수를 보호하기 위하여 스포츠윤리센터를 설립하도록 하였다. 6월에는 노인 체육 진흥을 위하여 국가와 지방자치단체는 노인 체육 진흥에 필요한 시책을 마련하도록 하고, 노인 건강의 유지 및 증진을 위한 맞춤형 체육활동 프로그램을 운영하거나 그 운영에 필요한 비용 및 시설을 지원할 수 있도록 하였다. 8월에는 체육계 인권침해 및 스포츠비리 신고자·피해자 등에 대한 보호를 강화하고, 스포츠윤리센터의 기능과 권한을 강화하는 등 체육인의 인권보호 보호를 위하여 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완하였다. 12월에는 직장운동경기부 내 인권 침해 등이 사회적 문제로 대두됨에 따라 직장운동경기부의 상시 합숙훈련에 대하여 소속 선수의 사생활의 자유와 개인 선택의 자유 보장, 스포츠 비리 등의 행위로 유죄판결이 확정된 자에 대한 명단 공개, 체육인의 인적사항, 경기실적, 징계 이력 등의 세부 인적 정보의 통합관리를 위한 통합정보시스템을 구축·운영, 인권침해 등 신고의 처리과정을 효율적으로 관리하기 위한 통합신고관리시스템 구축 등에 관한 사항을 규정하는 한편, 지방체육회를 법정법인화하여 자율적으로 지역체육을 특성화하는 역할을 수행할 수 있도록 하고, 종전에 임의기구였던 지역체육진흥협의회를 반드시 설치하여 지방자치단체의 장, 지역체육회의 회장 등의 원활한 협의를 유도하는 한편, 지방체육회 예산 지원을 통한 안정적인 재원 확보 근거를 마련하였다. 또한 타법개정으로 피후견인 결격조항 정비를 위한 경륜·경정법 등 7개 법률의 일부개정에 관한 법률을 반영하였다.



다. 체육시설의 설치·이용에 관한 법률

「체육시설의 설치·이용에 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 설치·운영 의무를 부여하는 동시에 지역주민을 위해 해당 체육시설을 개방하도록 규정하고 있다.

2015년은 전년도와 동일한 목적으로 개정이 이루어졌으며 자세한 사항은 다음과 같다. 국가와 지방자치단체의 장에게 체육시설 안전을 위한 제도적 장치마련과 이에 필요한 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.

2020년에는 5월 19일, 12월 18일, 12월 22일 총 3번에 걸쳐 일부 개정이 이루어졌다. 5월에는 다양한 종목의 체육교습이 증가하고 있지만, 체육교습업은 체육시설업에 포함되어 있지 않아 안전관리의 사각지대에 놓여 있는바, 체육시설을 이용한 교습행위를 제공하는 업(業)을 체육시설업에 포함하도록 하고, 이를 시장·군수·구청장 등에게 신고하도록 함으로써 체육교습업에 대한 관리를 강화하도록 하였다. 12월에는 두 번에 걸쳐 개정이 이루어졌다. 첫 번째는 체육시설 안전점검이 내실 있게 실시될 수 있도록 문화체육관광부 장관의 체육시설 안전점검 업무에 대한 명시적 근거규정을 마련하고, 지역 주민의 체육 활동을 진흥하기 위하여 공공기관이 설치·운영하는 직장 체육시설을 기관의 업무나 시설의 유지·관리 등에 지장이 없는 범위에서 지역 주민에게 개방하도록 하는 한편, 스포츠클라이밍 활동이 안전하게 이루어질 수 있도록 인공암 벽장업을 신고 체육시설업으로 규정하였다. 두 번째는 현행법은 문화체육관광부장관이 체육시설 안전관리에 관한 기본계획을 5년마다 수립·시행하도록 하여 체육시설의 안전한 이용과 체계적인 관리를 도모하고 있으나, 코로나19로 인해 실내·외 공공체육시설에서의 감염위험이 제기됨에 따라 체육활동을 위한 국민의 체육시설 이용이 제한되고 있고, 코로나19의 대유행과 체육시설 이용제한이 장기화됨에 따라 감염병 유행 전반에 대한 장기적이고도 지속적인 대책 수립 필요성이 제기됨에 따라 체육시설 안전관리에 관한 기본계획에 체육시설의 감염병 등에 대한 위생·방역 관리에 관한 사항이 포함되도록 하였다.

라. 경륜경정법

「경륜경정법」은 1991년 12월 31일 제정된 법으로서 “경륜 및 경정의 공정한 시행과 원활한 보급을 통하여 국민의 여가선용과 청소년의 건전육성 및 국민체육의 진흥을 도모하고, 지방재정확충을 위한 재원을 마련하며, 자전거 및 모터보트 경기수준의 향상에 이바지함”을 목적으로 한다. 이 법은 경륜·경정의 시행과 그로 인한 수익금의 사용 등을 주요 내용으로 하고 있다.

이 법은 1991년 제정된 이후 21차례 걸쳐 개정이 이루어졌다. 2010년 개정에서는 소멸시효가 완성되어 발생하는 미환급 수익금을 「국민체육진흥법」에 따른 국민체육진흥기금에 귀속되도록 하여 각종 체육 사업에 사용할 수 있도록 하였다. 2011년에는 「개별소비세법」개정 내용을 반영하여 입장료 징수 범위를 경주장에서 경주장 및 장외매장으로 수정하였다. 2014년 개정에서는 경륜·경정을 통해 발생한 수익금의 일부는 반드시 자전거 및 모터보트 선수육성을 위한 용도로 우선 사용할 수 있도록 그 법적 근거를 제공하였다. 또한 2016년 개정에서는 자전거 및 모터보트 경주에 대한 승자투표 방법의 탄력적인 운영을 위하여 승자투표 방법 중 특별승식의 경우 그 종류와 종류별 승자의 결정 방법을 문화체육관광부령으로 정할 수 있도록 하는 등 현행제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완하였다.

2017년에는 경륜이나 경정의 시행에 따른 수익금 중 일부를 문화체육관광부령으로 정하는 공익사업인 소외계층 지원사업과 생활체육증진사업, 지방체육 진흥 등을 위한 지방재정 확충 등의 목적으로 사용되고 있는 바, 이는 「국가재정법」에 따른 국가 재정의 투명성과 책임성을 제고하기 위하여 국가 재정활동으로 발행하는 수입과 지출을 모두 예산에 계상하도록 하는 예산총계주의 원칙에 위배되고, 적정한 재정 통제방안이 마련되지 않고 있어, 그 동안 국회 국정감사와 감사원에서 개선방안 마련에 대한 지적이 지속적으로



제기되고 있었다. 이에 경륜이나 경정의 시행에 따른 수익금으로 실시하던 현행의 사업을 국민체육진흥기금 등으로 편입하여 수익금의 투명성과 책임성을 제고하도록 개정하였다.

2018년에는 중소기업진흥에 관한 일부 법률 개정이 반영된 것을 비롯해 총 세 번의 개정이 있었다. 10월에는 경륜·경정 선수에게도 도핑검사 의무를 부과하였다. 12월에는 처벌정도에 있어 다른 법률과의 편차를 조정하고 형사처벌의 공정성을 기하도록 법이 개편되었다. 그 결과, 선수나 심판이 그 업무에 관하여 부정한 청탁을 받고 재물 또는 재산상의 이익을 수수·요구 또는 약속한 경우 등에 대한 벌금액을 국민권익위원회의 권고안 및 국회 사무처 법제예규의 기준으로 개정하였다.

2019년에는 경주사업자가 아닌 자가 승자투표권 또는 이와 유사한 것을 발매하는 등의 유사행위를 금지하면서 이를 위반한 경우 벌칙을 부과하도록 하고 있는 바, 죄형법정주의 원칙에 부합하도록 그 구성요건을 구체적으로 규정하고 다른 법률의 유사 위반행위에 대한 벌칙 수준과의 형평성을 고려하여 벌칙을 상향하고, 법 문장의 어려운 용어를 쉬운 용어로 정비하였다.

2020년에는 복지와 안전을 위한 조치 시 이해당사자의 의견을 균형 있게 청취할 수 있도록 경주사업자는 경주에 출전하는 선수나 심판 등의 복지와 안전을 위하여 필요한 조치를 하려는 경우 선수와 심판 등의 의견을 들을 수 있도록 하였고, 현행 「경륜·경정법」의 전반적인 내용과 주목적을 고려하여 제1조 목적 조항을 “이 법은 경륜(競輪) 및 경정(競艇)을 공정하게 시행하고 원활하게 보급하여 국민의 여가 선용과 국민 체육 진흥을 도모하고, 청소년의 건전육성과 지방재정 확충을 위한 재원을 마련하며, 자전기 및 모터보트 경기의 수준 향상에 이바지함을 목적으로 한다”로 개정하였다.

마. 태권도진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률

「태권도진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률」은 2007년 12월 21일 제정된 법률로서 “우리 민족의 고유 무예인 태권도를 진흥하고 전 세계 태권도인들의 성지인 태권도공원을 조성하여 국민의 심신단련과 자긍심을 고취하고 나아가 태권도를 세계적인 무예 및 스포츠로 발전시켜 국위선양에 이바지함”을 목적으로 한다. 이 법은 18차례 개정과정을 거쳐 현재 5장 24조로 구성하게 되었다. 주요 내용으로는 ‘태권도의 체계적인 보존 및 진흥을 위하여 태권도 진흥의 기본방향, 지도자의 교육·양성에 관한 사항 등 태권도진흥 기본계획 수립·시행과 효율적인 태권도공원의 조성·운영’ 등을 포함하고 있다.

2017년에는 국민생활 및 기업 활동과 밀접하게 관련되어 있는 인허가 민원의 처리절차를 법령에서 명확하게 규정함하고 관련 민원의 투명하고 신속한 처리와 일선 행정기관의 적극행정을 유도하기 위하여, 태권도공원 조성 기본계획 및 개발계획의 승인과 관련하여 협의를 요청받은 행정기관의 장은 그 협의를 요청받은 날부터 60일 이내에 의견을 제출하도록 하고, 그 기간 내에 의견을 제출하지 아니한 경우에는 의견이 없는 것으로 간주하는 제도를 도입하였다. 또한 과태료 부과·징수, 재판 및 집행 등의 절차에 관하여는 「질서위반행위규제법」이 우선적으로 적용되므로, 「질서위반행위규제법」에서 정하고 있는 내용과 중복되거나 저촉되는 내용으로 이 법에서 정하고 있는 과태료 처분에 대한 이의절차, 과태료 재판, 과태료 체납처분 관련 규정을 삭제하였다.

2018년에는 국기(國技)에 관한 법적 근거를 마련하여 태권도를 우리나라와 민족문화를 상징하는 상징물로써 국기(國旗)로서 태극기와 같은 법적 근거를 마련하고자 하였다. 또한 정부 직할 세종특별자치시가 출범한 이래로 문화체육관광부 장관의 권한 일부를 위임하는 광역자치 단체장의 범위에서 누락된 부분을 보완하였다.

2019년에는 우리 민족 고유 무도인 태권도의 위상을 제고하고 계승하기 위하여 태권도대사범(跆拳道大師範) 지정 제도를 도입하였다.

2020년에는 코로나19의 유행으로 체육활동 전반이 위축되면서 그 피해가 태권도 진흥에 미치고 있으며, 코로나19가 장기화되면서 감염병 유행 전반에 대한 장기적인 대응책 마련 필요성이 제기됨에 따라 태권도진흥기본계획에 태권도시설의 감염병 등에 대한 안전·위생·방역 관리에 관한 사항이 포함되도록 개정하였고, 「전기안전관리법」(법률 제17171호) 개정으로 타법개정이 이루어졌다.

바. 전통무예진흥법

「전통무예진흥법」은 2008년 3월28일 제정된 법으로 “문화적 가치가 있는 전통무예를 진흥하여 국민의 건강 증진과 문화생활 향상 및 문화국가 지향에 기여함”을 목적으로 하고 있다. 전체 6조로 구성되어 있으며, 국가로 하여금 기본계획 수립, 전통무예단체 육성, 전통무예지도자 육성 등의 사업들을 수행하도록 하고 있다.

2017년에는 전통무예의 지속가능한 발전을 위한 「국제연합교육과학문화기구(유네스코) 후원 청소년 발달과 참여를 위한 국제무예센터(카테고리 II)에 관한 대한민국 정부와 유네스코 간의 협정」에 따라 2016년 설립한 유네스코 국제무예센터의 법적 근거를 마련함으로써 전통무예의 보존 및 진흥에 기여하도록 개정하였다.

2020년에는 두 차례 개정이 이루어졌다. 첫 번째로 전통무예 진흥을 위하여 지방자치단체가 전통무예단체에 그 운영비를 지원할 수 있는 법적 근거를 마련하고, 업무의 효율적 추진을 위하여 문화체육관광부장관은 전통무예진흥 업무의 일부를 관계기관이나 단체에 위탁할 수 있도록 하였다. 두 번째로, 코로나19로 인해 사회적 거리두기가 진행되면서 전통무예공연이 위축되고 있고, 코로나19의 대유행이 계속되면서 전통무예 진흥에 대한 우려가 고조됨에 따라 감염병 유행 전반에 대한 장기적이고도 지속적인 대책의 수립 필요성이 제기됨에 따라 전통무예에 관한 종합적인 기본계획에 전통무예 시설의 감염병에 대한 안전·위생·방역 관리에 관한 사항이 포함되도록 개정하였다.

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 교육기관·의료기관의 교원·의사·간호사와 그 밖의 종사자에게 주택을 공급하는 경우 「주택법」 제54조(주택의 공급)에도 불구하고 주택을 우선 공급할 수 있도록 하였다.

조직위원회의 설치 및 운영에 필요한 자금과 대회의 준비 및 운영에 필요한 비용을 충당하기 위하여 조직위원회는 대회기금을 조성할 수 있도록 하였다. 그 기금은 ‘정부 및 정부 외의 자의 출연금이나 보조금 및 기부금품, 자금차입에 따른 차입금, 수익사업에 따른 수익금, 체육진흥투표권 수익금, 기념주화 발행에 따른 수익금, 옥외광고사업 수익금, 기금운영으로 생기는 수익금’ 등으로 조성하거나 혹은 기부금품을 모집하거나 기념화폐를 발행할 수 있도록 하였다. 또한 ‘장애인동계올림픽대회’는 국제올림픽위원회(IOC)가 아닌 국제패럴림픽위원회(IPC)가 대회 주체인 점을 고려하여 명칭을 ‘동계패럴림픽’으로 변경하였다.

2016년에 개정된 또 다른 내용은 「전파법」과 관련된 것이다. 대한민국 정부가 2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회를 유치하기 위하여 지난 2010년 각국 선수단, 국제올림픽위원회(IOC), 국제장애인올림픽위원회(IPC), 미디어, 방송사 등의 무전기용 주파수 무료 사용을 보장하겠다는 보증서를 IOC에 제출한 바 있다. 그러나 현행 국내 「전파법」은 국가적·국제적 행사 등을 위하여 주파수의 사용을 승인하는 경우 수수료를 징수하도록 하고 있어서 국제사회에 대한 약속을 이행하고 원활한 대회를 개최하기 위하여 2018년 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회에 한하여 수수료를 감면할 필요성이 대두되었다. 이에 따라 대회 또는 대회와 관련한 올림픽 사전 경기대회에 참가하는 자로서 조직위원회가 정하여 고시하는 자에 대해서는 「전파법」 제69조 제1항 제1호의3에도 불구하고 수수료를 면제할 수 있도록 동법 제35조의3을 신설하였다.

최근 인터넷 암표 매매가 사회적 문제로 대두되고 있으며 리우올림픽대회에서 입장권 부정판매가 큰 논란이 된 바 있으므로, 2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회 입장권의 부정판매를 사전에 차단하여

국민 피해를 방지하고 대회 이미지에 부정적인 영향을 끼치지 않도록 동법 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. 아울러 「항만법」 전부개정법률(법률 제16902호), 「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률」 일부개정법률(법률 제17598호) 개정이 반영되어 두 차례 타법개정이 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 자원조달방안 등에 관하여 기획재정부 장관과 협의하도록 하여 대회 개최에 따른 재정소요를 고려할 수 있게 하였다. 또한, 대회 개최에 대한 평가가 이루어질 수 있도록, 대회조직위원회는 대회 종료 후 6개월 이내에 대회 평가결과를 문화체육관광부 장관에게 제출하도록 하고, 문화체육관광부 장관은 이를 포함한 대회결과를 국회 소관 상임위원회에 보고하도록 하고 있다.

2015년에는 서울에서 개최된 제5회 세계 시각장애인 경기대회와 2018년 창원에서 개최되는 제52회 세계 사격선수권대회가 성공적으로 개최될 수 있도록 정부지원을 위한 법령상 근거를 마련하였다. 또한, 타법 개정에 따라 「공공주택건설 등에 관한 특별법」을 공공주택의 공급·관리 등에 관한 사항을 포함하여 「공공주택 특별법」으로 변경하고, 기존에 상이하게 규정되었던 「공공주택건설 등에 관한 특별법」과 「임대주택법」의 공공주택 정의를 일원화하여 그 의미를 명확하게 규정하고 준주택에 대하여 공공주택의 규정을 준용할 수 있도록 하였다.

2016년에는 옥외광고산업의 지원을 강화하기 위하여 기존의 「옥외광고물 등 관리법」을 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률」로 법률 명칭을 변경하였고, 다양한 옥외광고물들이 공간의 특성 및 환경을 고려하여 설치 및 표시가 가능하도록 ‘자유표시구역’을 지정함으로써 옥외광고산업을 진흥시키는 한편, 옥외광고산업을 진흥하기 위하여 조직위원회는 대회 운영에 필요한 자금을 해당 변경된 법률에 근거하여 옥외광고사업 수익금을 재원으로 충당할 수 있도록 하였다.

「국제경기대회지원법」은 타법인 「주택법」이 주택의 건설 및 공급 및 주택시장의 관리에 관한 기본법으로 기능할 수 있도록 전체적인 체계와 조문을 정비하자 더불어 이 법도 일부 개정하게 되었다. 예를 들어, 대회관련 시설로 건립된 선수촌, 미디어촌을 일반인에게 제공할 경우 전용면적 85제곱미터를 초과하는 공동주택에 관하여는 「주택법」 제57조(주택의 분양가격 제한)에도 불구하고 분양가격을 제한하지 않도록 하였다.

2017년에는 타법 개정이 반영된 것 외에도 3월에는 국제경기대회 결정을 신중히 하도록 유치 승인 절차를 개선하고, 유치된 국제경기대회에 대하여 문화체육관광부장관이 효율적으로 관리·지원할 수 있도록 제도적 기반을 마련하였다. 또한 2018년에는 ‘준공확인필증’을 ‘준공확인증명서’로 개정하여 일반 국민이 쉽게 읽고 이해해서 잘 지킬 수 있도록 하였다.

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 복리·후생과 관련하여 생활체육 진흥 기본계획에 생활체육지도자의 처우개선 및 복리후생 증진에 관한 사항을 포함하도록 일부 개정하였다.

2020년에는 코로나19 확산으로 실내·외 공공체육시설에서의 감염위험이 제기됨에 따라 생활체육시설의 이용과 단체 활동이 많이 줄어들고 있고, 코로나19의 대유행과 장기화는 생활체육 전반에 대한 우려로 질 수 있으므로 감염병 유행 전반에 대한 장기적이고도 지속적인 생활체육시설 및 단체의 예방대책 수립 필요성이 제기됨에 따라 생활체육시설의 감염병 등에 대한 안전·위생·방역 관리에 관한 사항이 생활체육의 진흥을 위한 기본계획에 포함되도록 개정하였다.

차. 바둑진흥법

「바둑진흥법」은 ‘바둑의 진흥 및 바둑문화 기반조성에 필요한 사항을 정함으로써 국민의 여가 선용 기회 확대와 건강한 정신함양 및 바둑의 세계화에 이바지하는 것을 목적’으로 2018년 4월 17일 제정되었다. 우리나라의 바둑은 삼국시대 이전부터 크게 성행해온 전통문화이자 대표적인 두뇌스포츠로서 우리의 고유한 정신 가치 체계를 전승하여 사회통합에 일조하고 있으며, 국제적으로도 높은 경쟁력을 갖고 국가의 위상을 제고하고 있다. 또한 교육적으로 사고력 배양은 물론이고 인성과 정서를 함양할 수 있고, 여가 선용과 건전한 문화생활 영위, 노인들의 취미활동 및 치매예방 등의 효과를 얻을 수 있어 해외에서도 바둑 인구의 저변이 확대되고 있는 상황이다.

국내에서는 바둑에 대한 국민적 관심이 낮아짐에 따라 지속적으로 바둑 인구가 감소되고 있어 세계적으로 저변이 확대되고 있는 바둑의 지속적인 발전과 우리나라의 국제적 위상강화를 위하여 제도적 뒷받침이 필요한 실정임에 따라, 바둑진흥기본계획의 수립·시행, 바둑전문인력의 양성 등 바둑의 진흥에 필요한 사항을 정함으로써 바둑을 통해 국민의 여가선용 기회를 확대하고 건강한 정신을 함양함과 아울러 바둑의 세계화에 이바지하려는 목적으로 제정되었다.



2) 문화체육관광부 행정규칙(훈령·예규·고시·공시)

행정규칙은 행정조직 내부에서 행정의 사무처리 기준으로서 제정된 일반적이며 추상적인 규범을 의미한다. 실무상 훈령, 예규, 고시, 공시 등이 이에 해당된다. 이는 법규가 아닌 점에서 법규명령(실정법 상 시행령과 시행규칙)과는 구별된다.

문화체육관광부에서 입안하는 행정규칙의 형식 역시 훈령, 예규, 고시, 혹은 공고로 구분할 수 있다. 훈령이라 함은 상급기관이 하급기관에 대하여 장기간에 걸쳐 그 권한의 행사를 일반적으로 지시하기 위하여 발하는 명령으로서 조문 형식 또는 시행문 형식에 의하여 작성하고, 누년 일련번호를 사용한다. 예규라 함은 행정사무의 통일을 기하기 위하여 반복적 행정사무의 처리기준을 제시하는 법규 문서 외의 문서로서 조문 형식 또는 시행문 형식에 의하여 작성하고, 누년 일련번호를 사용한다. 고시란 법령이 정하는 바에 따라서 일정한 사항을 일반에게 알리기 위한 문서로서 연도표시 일련번호를 사용한다. 따라서 행정기관 내부를 직접적인 적용 대상으로 하는 경우에는 훈령 또는 예규의 형식으로 하고 일반인에게 일정한 사항을 알리는 것을 목적으로 하는 경우에는 고시 또는 공고의 형식으로 발령한다. 아래 <표 6-3>은 문화체육관광부 행정규칙 중에서 스포츠산업과 관련된 내용 총 8편만을 선별하여 정리한 것이다.

<표 6-3> 스포츠산업 관련 문화체육관광부 행정규칙(훈령·예규·고시·공시)

순번	훈령·예규·고시	내용
1	「골프장의 입지기준 및 환경보전 등에 관한 규정」 문화체육관광부 고시 제2014-32호(2014.9.1.)	이 규정은 ‘체육시설의 설치·이용에 관한 법률 시행령 제12조 제2호의 규정에 따라 골프장의 입지기준·환경보전에 관한 사항을 정함’을 목적으로 한다. 이 규정은 2008년 고시를 개정된 것으로서 그 개정내용은 골프장 사업계획지 내 원형보전지 확보비율(20% 이상) 규정 삭제, 체사법 시행규칙 제24조가 삭제되었으므로 ‘농약잔류량 검사 방법’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 지난해에 따라 재검토 기한을 다시 정하고자 한다. 재검토 기한은 2013.3.25.부터 3년 이내이다.
3	「관세감면 체육용품의 사후관리 위탁업무 처리규정」 문화체육관광부 훈령 제224호(2014.4.9.)	이 규정은 ‘관세법’ 제108조 제3항 및 동법 시행령 제133조 제1항의 규정에 의하여 관세청장이 위탁하는 관세감면 체육용품의 사후관리 업무처리에 관한 사항을 정함’을 목적으로 한다. 개정된 주요 내용은 훈령에 대한 재검토기한을 3년(2017년 3월 31일)으로 재설정 하고, 별지 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」	이 규정은 ‘「국민체육진흥법 시행규칙」 제7조에 따른 대한민국체육상 심사위원회의 구성·운영 등에 관하여 필요한 사항을 규정함’을 목적으로 한다. 이 규정의 주요 내용

순번	훈령·예규·고시	내용
	문화체육관광부 훈령 제221호(2014.3.18.)	은 ‘구성, 분과위원회, 위원해촉, 회의, 심사, 심사기준 및 결정사유, 심사결과 제출, 그리고 수당’등으로 이루어져 있다. 이 규정은 1993년 7월 13일 제정 이후 6회의 개정 과정을 거쳤으며, 최근 2014년 3월 18일 개정에서는 심사 대상자의 결정사유에 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 규정함’을 목적으로 한다. 그 주요 내용은 ‘지정대상, 지정신청, 지정승인 및 유효기간, 우수업체에 대한 기술지도, 우수업체에 대한 국민체육진흥 기금 융자, 지정업체의 준수사항, 체육용품심의위원회 설치 및 운영, 그리고 규제의 재검토’등으로 이루어져 있다. 이 규정은 1990년 10월 26일 체육부 고시로 제정되었고, 이후 10회 개정 과정을 거쳤으며, 최근 2015년 12월 15일 개정에서는 제10조(규제의 재검토)를 신설하였다. 이 조항에 따르면 문화체육관광부장관은 ‘우수체육용구 생산업체 지정 신청 시 제출한 서류’ 그리고 ‘우수체육용구 지정업체의 준수사항’에 대하여 2016년 1월 1일을 기준으로 3년마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 해야 함을 명시하고 있다.
7	「체육시설 안전점검 지침」 문화체육관광부 고시 제2016-34호(2016.11.9.)	이 규정은 문화체육관광부장관이 체육시설 안전점검의 절차와 방법 등에 관하여 안전 점검지침을 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 수행하고자 함을 목적으로 하고 있다.
8	「체육진흥투표권 주최단체 지원 등의 사업비 집행규정」 문화체육관광부 훈령 제287호(2016.3.18.)	이 규정은 2015년 3월 23일 제정되어 2016년 3월 18일 개정되었다. 「국민체육진흥법」 제22조제2항2호 및 동법 시행령 제23조의2제4항의 규정에 의하여 ‘기금의 사용목적 중 체육진흥투표권 발행 대상 운동경기를 주최하는 단체의 지원, 비발행 대상 종목의 육성 등의 사업에 대한 기금의 집행범위, 사후관리 등에 관한 사항을 규정함’을 목적으로 한다. 지원금의 집행대상은 프로스포츠 활성화 사업, 유소년 및 아마추어 스포츠 활성화 사업, 체육진흥투표권 비발행 대상 종목의 육성을 위한 사업, 스포츠 공정성 인식 제고를 위한 교육 사업, 도핑, 승부조작 등 부정행위 방지 사업, 주최단체의 은퇴선수 지원 및 부상선수 재활 사업을 지원금 집행대상으로 한다. 또한 지원금의 집행대상별 배분기준, 지원금의 감액, 집행 제한, 사후관리 등을 세세하게 규정하고 있다.

3) 스포츠산업 유관법령

스포츠산업과 관련된 법령은 스포츠산업과 간접적으로 관련이 있는 여러 유관법령을 통해서도 그 현황을 파악할 수 있다. 아래 <표 6-4>는 실정법 중에서 스포츠산업과 간접적으로 관련이 있다고 판단되는 유관법령 총 23편을 선별하여 정리한 것이다.

〈표 6-4〉 스포츠산업 유관법령 현황

순번	법령	내용
1	「공유재산 및 물품관리법」	이 법은 지방분권시대에 맞는 다양한 공유재산 및 물품의 행정수요에 대응하고, 공유재산 및 물품의 건전하고 효율적인 관리를 위하여 공유재산 및 물품을 보호하고 그 취득·유지·보존 및 운용과 처분의 적정을 도모함을 목적으로 한다. 프로스포츠의 경우 지 역연고를 두고 있는 프로구단의 연고경기장과 지방자치단체의 공공체육시설 등이 이법의 적용대상이 된다.
2	「관광숙박시설 확충을 위한 특별법」	이 법은 '관광숙박시설의 건설과 확충을 촉진하기 위한 각종 지원에 관한 사항을 규정함으로써 외국인관광객 유치 확대와 관광산업의 발전 및 경쟁력 강화에 이바지 하는 것'을 목적으로 하고 있다. 이 법에서 '국제행사'란 국제회의 또는 문화·체육행사를 의미함으로써 해당 법을 근거로 체육행사를 위한 관광숙박시설 확충이 가능하다.
3	「관광진흥법」	이 법은 '관광 여건을 조성하고 관광자원을 개발하며 관광사업을 육성하여 관광 진흥에 이바지 하는 것'을 목적으로 한다. 본 법에 따르면 관광사업을 등록한 경우에는 체육시설업을 등록 및 신고한 것으로 간주하며, 관광숙박시설과 관광숙박시설이 아닌 시설을 혼합 또는 연계하여 이를 분양하는 행위는 금지하고 있으나, 골프장의 사업계획을 승인 받은 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, 장애인아시아 운동경기 종목에 해당하는 운동용품(부품 포함)들 중에서 기획재정부령으로 정하는 물품에 한해서 수입될 때 그 관세가 면제될 수 있다.
5	「국민여가활성화기 본법」	이 법은 '여가 활성화에 관한 정책의 수립 및 시행 등에 관한 기본적인 사항을 규정함으로써 자유로운 여가활동 기반을 조성하고 국민들이 다양한 여가활동을 통하여 삶의 질을 향상시킬 수 있도록 하는 것'을 목적으로 한다. 이 법의 제3조(정의)를 보면, 여가란 '자유 시간 동안 행하는 강제되지 아니한 활동'을 말하며, 여기에는 「국민체육진흥법」에 따른 체육 및 생활체육 활동도 포함이 된다. 또한 '여가시설'이란 실내와 야외 그리고 사이버공간 등에서 문화예술, 관광, 체육, 자기계발, 사교, 놀이, 휴양, 오락 등을 목적으로 국민들이 여가활동을 할 때 지속적으로 사용하는 시설과 공간을 의미한다. 따라서 체육활동이 곧 여가활동으로 간주가 되며, 즉 이 법에 적용을 받을 수 있음을 의미한다.
6	「낙시 관리 및 육성법」	이 법은 낙시의 관리 및 육성에 관한 사항을 규정함으로써 건전한 낙시문화를 조성하고 수산자원을 보호하며, 낙시 관련 산업 및 농어촌의 발전과 국민의 삶의 질 향상에 이바지하는 것을 목적으로 한다. "낙시"란 낙시대와 낙시줄·낙시바늘 등 도구(이하 "낙시도구"라 한다)를 이용하여 어류·패류·갑각류, 그 밖에 대통령령으로 정하는 수산동물을 낚는 행위를 말한다. 제23조(폐쇄조치) ① 시장·군수·구청장은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에 대하여 관계 공무원에게 해당 낙시터를 폐쇄하도록 할 수 있다. 1. 제10조제1항 또는 제16조제1항을 위반하여 허가를 받지 아니하거나 등록을 하지 아니하고 영업을 하는 자 2. 제14조제1항이나 제19조 제1항에 따라 허가가 취소되거나 등록이 취소된 후에 계속하여 영업을 하는 자 등이 규정되어 있다.
7	「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」	이 법은 사업자의 시장배적지위의 남용과 과도한 경쟁력의 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, 프로구단이나 협회 등이 사업자단체에 대상이 될 수 있으며 이들의 부당하거나 불공정한 행위 등이 이 법의 적용을 받을 수 있다.

순번	법명	내용
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 이바지를 목적으로 하고 있다. 그 주요 내용으로는 마리나 항만에 관한 개발계획 수립, 이와 관련된 산업의 육성·도모, 해양스포츠의 보급 및 진흥촉진 등에 대하여 규정하고 있다. 이 법은 2009년 6월9일 제정되었고, 2016년 12월 27일 16회 개정을 하였다. 그 개정 주요 내용으로는 '마리나항만시설의 범위에 제조시설을 명시, 사업시행자가 마리나항만 개발사업으로 조성되는 토지 등을 공급받거나 이용하려는 자로부터 대금의 전부 또는 일부를 미리 받을 수 있도록 선수금제도를 도입하고, 마리나항만시설에 대한 안전 점검을 실시하지 않은 소유자에 대한 처벌(과태료 300만 원 이하) 규정을 신설하였으며, 마리나선박 대여업 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 자원에 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 자원에 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 권익 보호와 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 공동체라디오방송사업자는 외국의 정부나 단체 및 외국인으로부터 재산상의 출자 또는 출연을 받을 수 없도록 규정하고 있고 다만, 방송통신위원회의 승인을 얻은 체육 또는 국제적 친선을 목적으로 하는 외국의 단체로부터 재산상의 출연은 받을 수 있도록 하고 있다. 또한, 이 법 제2조(용어의 정의) 25에 따르면 '보편적 시청권'이라 함은 국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회 그 밖의 주요행사 등에 관한 방송을 일반 국민이 시청할 수 있는 권리를 말한다. 따라서 방송사업자는 이 법 제76조(방송프로그램의 공급 및 보편적 시청권 등)에 따라 다른 방송사업자에게 '국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회'프로그램을 공급할 때에는 공정하고 합리적인 시장가격으로 차별 없이 제공해야 하며, 방송통신위원회는 보편적시청권보장위원회의 심의를 거쳐 국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회 그 밖의 주요 행사를 고시해야 한다. 또한 방송사업자는 위의 규정을 위반하는 행위에 관하여 방송통신위원회에 서면으로 신고할 수 있고, 방송통신위원회는 접수된 사건을 방송분쟁조정위원회 심의를 거쳐 60일 이내에 해당 방송사업자에게 그 결과를 통보하여야 한다.
11	「사격 및 사격장 안전관리에 관한 법률」	이 법은 '사격과 사격장으로 인한 위험과 재해를 미리 방지하여 공공의 안전을 확보'하는 것을 목적으로 한다. 이 법은 최초 1961년 12월 30일 「사격 및 사격장 단속법」으로 제정이 되었고, 이후 17회 개정을 하였으며, 2016년 1월 27일 현재 총 25조로 구성되어 있다. 그 주요 내용으로는 '적용 배제, 사격의 금지, 사격장의 종류, 사격장의 설치허가, 휴업 및 폐업의 신고, 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.

순번	법령	내용
12	「산림문화·휴양에 관한 법률」	<p>이 법은 '산림문화와 산림휴양자원의 보전·이용 및 관리에 관한 사항을 규정하여 국민에게 쾌적하고 안전한 산림문화·휴양서비스를 제공함으로써 국민의 삶의 질 향상에 이바지'를 목적으로 하고 있다. 이 법은 최초 2005년 8월 4일 제정된 이후 13회 개정되었으며, 2016년 12월 27일 현재 총 38조로 구성되어 있다. 체육과 관련한 2011년 주요개정을 살펴보면 숲길의 정의를 레저·스포츠·탐방 또는 휴양·치유 등의 활동을 위하여 산림에 조성하거나 사용하는 길로 새롭게 신설하였으며, 숲길의 종류를 신설하여 이용하는 목적과 유형에 따라 등산로, 트레킹길, 레포츠길, 탐방로, 휴양치유숲길 등으로 분류하여 각각 정의하였다. 또한, 등산로에 한하여 지원하던 숲길의 조성 및 운영·관리에 대해 등산로를 포함하여 트레킹길(주요 산의 둘레길과 트레일을 포함), 전국 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, 지정 산림문화자산에 불을 놓아 소훼한 자에 대한 벌칙(유기징역)의 상한을 15년 이하로 한정하고, 벌금액을 징역 1년당 1천만 원의 비율로 조정하였다.</p>
13	「상표법」	<p>이 법은 '상표를 보호함으로써 상표 사용자의 업무상 신용 유지를 도모하여 산업발전에 이바지하고 수요자의 이익을 보호함'을 목적으로 한다. 이 법은 1949년 11월 28일 제정되었고, 총 38회 개정이 있었다. 2016년 2월 29일 현재 총 제12장 제237조로 구성되어 있다. 스포츠와 관련하여 가장 빈번히 발생하는 분쟁은 상표법 제33조와 제34조이다. 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.</p>
14	「수상레저안전법」	<p>이 법은 '수상레저활동의 안전과 질서를 확보하고 수상레저사업의 건전한 발전을 도모함'을 목적으로 한다. 이 법은 최초 1999년 2월 8일 제정된 이후 19회 개정되었으며, 2016년 12월 27일 총 59조로 구성되어 있다. 주요 내용으로는 제2장(조종면허)에는 '조종면허, 면허시험, 부정행위자에 대한 제재, 수상안전교육, 면허증 휴대 및 제시 의무, 조정면허의 취소 및 정지, 과징금' 등에 관하여 규정하고 있고, 제3장(안전준수업무)에는 '안전장비 착용, 운항규칙, 원거리 수상레저활동의 신고, 무면허조종의 금지, 야간 수상레저활동의 금지, 주취 중 조종 금지, 약물복용 등의 상태에서 조종 금지, 정원초과금지' 등에 관하여 규정하고 있다. 제4장(안전관리)에는 '수상레저활동 금지구역의 지정, 안전관리 계획의 수립' 등에 관하여 그리고 제5장(수상레저기구 등록 및 검사)과 제6장(수상레저사업), 제7장(보칙) 그리고 제8장(벌칙)에 관하여 규정하고 있다. 최근 2016년에 개정된 이 법의 주요 내용으로는 '조정면허 지정 취소, 주취 중 조종금지 대상인 술에 취한 상태의 기준 명시, 안전검사에 불합격한 수상레저기구를 활동에 사용할 경우 형벌 부과, 고의 또는 중대한 과실로 사실과 다르게 안전검사를 한 경우, 이를 위반한 자 및 거짓으로 지정을 받은 자에게 과태료 부과, 수상레저사업의 등록 유효기간 10년으로 지정, 휴업·폐업</p>



순번	법명	내용
		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 수상사업장 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.
15	「수중레저활동의 안전 및 활성화 등에 관한 법률」	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 스노클다이빙, 스쿠버다이빙 등 대통령령으로 정하는 활동을 말한다. 제3장 안전관리 및 준수 의무에 따르면 제7조(안전관리규정의 작성·시행) ① 해양수산부장관은 수중레저활동 관련 사고를 예방하기 위하여 수중레저 안전관리규정(이하 “안전관리규정”이라 한다)을 작성하여 시행하여야 한다. ② 안전관리규정에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다. 1. 수중레저장비 및 수상레저기구의 안전관리에 관한 사항 2. 수중레저장비 대여 및 수상레저기구의 이용에 관한 사항 3. 수중레저시설물의 안전관리에 관한 사항 4. 수중레저활동자의 운송 및 교육에 관한 사항 5. 그 밖에 수중레저활동자의 안전을 확보하기 위하여 해양수산부령으로 정하는 사항 등이 규정되어 있다.
16	「약관의 규제에 관한 법률」	이 법은 사업자가 그 거래상의 지위를 남용하여 불공정한 내용의 약관(約款)을 작성하여 거래에 사용하는 것을 방지하고 불공정한 내용의 약관을 규제함으로써 건전한 거래질서를 확립하고, 이를 통하여 소비자를 보호하고 국민생활을 균형 있게 향상시키는 것을 목적으로 제정되었다. 약관에 의한 거래는 현대의 대량생산·대량소비사회에서 등장하게 된 새로운 현상으로서 여러 가지 유용한 기능을 해 온 것이 사실이므로 이에 약관에 대한 법률을 제정하여 신의성실의 원칙에 반하여 공정을 잃은 조항들을 무효화하고, 약관심사를 통해 이 법에 위반되는 조항을 적용한 사업자에 대하여는 시정권고를 하도록 함으로써 경제적 약자가 명실상부한 계약의 자유를 누릴 수 있도록 보장하려는 목적이다. 프로스포츠나 실업팀 선수들의 계약의 경우 협회나 구단이 정한 ‘표준계약서’를 사용함에 따라 이 역시 ‘약관’에 해당되며, 협회나 구단 등이 ‘사업자’의 적용이 될 수 있기 때문에 이 법의 적용대상이 될 수 있다.
17	「유통산업발전법」	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 협의를 한 사항에 대하여는 허가 등을 받은 것으로 본다.

순번	법령	내용
18	「자전거 이용 활성화에 관한 법률」	이 법은 '자전거도로 및 자전거주차장 등 자전거이용시설의 설치·유지관리 등에 관한 사항과 자전거도로의 이용방법을 규정하여 자전거이용자의 안전과 편의를 도모하고 자전거 이용의 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, 자전거 주차장의 설치 및 운영, 자전거도로의 안전 확보, 대중교통수단 내에 자전거 거치대 설치, 자전거 수리센터 운영, 자전거 이용 활성화 평가, 자전거의 무단방치 금지, 자전거 타기 교육, 자전거의 등록' 등을 규정하고 있다. 2016년 1월 27일 개정된 주요내용으로는 '국가와 지방자치단체는 자전거 이용자가 자전거를 휴대하고 도시철도차량·철도차량 등 대중교통수단을 이용할 수 있도록 대중교통수단 운영자에게 자전거 거치대를 설치할 것을 권장할 수 있고, 설치에 필요한 비용을 지원할 수 있도록 하고, 행정자치부장관은 자전거 이용 활성화 방안을 마련하기 위하여 자전거이용시설 현황 등이 포함된 자전거 관련 통계를 주기적으로 작성·공표하도록 하고, 시장·군수 또는 구청장은 등록된 자전거에 자전거 등록번호를 부여하고, 자전거의 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.
19	「장애인 차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률」	2007년 4월 10일 제정된 이 법은 '모든 생활영역에서 장애를 이유로 한 차별을 금지하고 장애를 이유로 차별받은 사람의 권익을 효과적으로 구제함으로써 장애인의 완전한 사회참여와 평등권 실현을 통하여 인간으로서의 존엄과 가치를 구현함'을 목적으로 한다. 이 법에서 장애인체육과 관련한 주요 조문 내용은 다음과 같다. 제25조(체육활동의 차별금지)에서는 장애인들이 체육활동을 함에 있어 차별받는 것을 금지하고 있는데 이를 살펴보면, 제1항에서는 체육활동을 주최·주관하는 기관이나 단체, 체육활동을 목적으로 하는 체육시설의 소유·관리자는 체육활동의 참여를 원하는 장애인을 장애를 이유로 제한·배제·분리·거부하여서는 아니 된다고 규정하고 있다. 제2항에서는 국가 및 지방자치단체는 자신이 운영 또는 지원하는 체육프로그램이 장애인의 성별, 장애의 유형 및 정도, 특성 등을 고려하여 운영될 수 있도록 하고 장애인의 참여를 위하여 필요한 정당한 편의를 제공하여야 한다고 규정하고 있으며, 제3항에서는 국가 및 지방자치단체는 장애인이 체육활동에 참여할 수 있도록 필요한 시책을 강구하여야 한다고 규정하고 있다.
20	「저작권법」	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 제 4조(저작물의 예시 등)에 따르면 스포츠와 관련된 저작물이란 함은 예를 들어 스포츠인화상과 관련된 어문저작물, 음악저작물, 미술저작물, 건축저작물, 사진저작물, 영상저작물, 도형저작물, 그리고 컴퓨터프로그램저작물이 해당될 수 있다. 저작재산권의 보호기간은 저작자가 생존하는 동안과 사망한 후 70년간 존속하며(제39조), 이는 전부 또는 일부를 양도할 수 있다(제45조). 또한 저작재산권자는 다른 사람에게 그 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).
21	「제조물책임법」	이 법은 '제조물의 결함으로 발생한 손해에 대한 제조업자 등의 손해배상책임을 규정함으로써 피해자 보호를 도모하고 국민생활의 안전 향상과 국민경제의 건전한 발전에 이바지함'을 목적으로 한다. 이 법은 2000년 1월 12일에 제정되었고, 2013년 5월 22일 한 번 개정이 있었으나 내용 개정보다는 이해하기 어려운 법 용어와 문장표기를 한글화하고 쉽게 정리하는 정도였다. 이 법은 '목적, 정의, 제조물책임, 면책사유, 연대책임, 면

순번	법령	내용
		책특약의 제한, 소멸시효 등'으로 구성되어 있다. 이 스포츠제조업자들에게 중요하게 적용될 수 있는데, 스포츠제조물의 경우에도 '제조상 결함, 설계상 결함, 표시상의 결함'이 존재할 수 있고, 이러한 결함으로 인하여 손해배상을 해야 할 경우가 발생할 수 있기 때문이다.
22	「총포·도검·화약류 등 안전관리에 관한 법률」	이 법은 총포·도검·화약류·분사기·전자총격기·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.
23	기타 법률	그밖에 「청소년기본법」, 「청소년보호법」, 「국민건강증진법」, 「조세법」, 「장애인복지법」, 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」, 그리고 「건축법과 하천법」 등 다양한 여러 법령들에서 체육 및 스포츠와 관련된 조문을 두고 있다.



부록

스포츠산업 관련 국내 기관 및 단체현황



부록. 스포츠산업 관련 국내 기관 단체 현황

1 정부 기관

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 개정기에 따라 문예체육국 체육과로 환원되었으며, 1968년 7월 24일 문교부의 문화예술행정이 문화공보부로 이관되면서 사회교육국으로 변경되었다.

1970년 8월 31일에는 다시 체육국을 신설하고 종전의 체육과를 국민체육과와 학교체육과로 분리하였으며, 1973년 3월 9일에는 체육국 내에 학교급식과가 추가되어 3개 과가 되었다. 1979년 3월 19일에는 문교부 직제 개정으로 체육국의 업무 조정이 이루어져 체육과, 학교보건과, 체육교류과로 변경되었다. 1981년 11월 2일에는 체육국과 사회체육국을 통합하여 체육국제국으로 명칭이 변경되었으며 학교체육과, 국민체육과, 국제경기과, 교육협력과, 재외국민교육과로 정비되었다.

나. 1980년대의 체육조직

1981년 9월 30일 독일 바덴바덴에서 1988 하계올림픽대회의 서울 개최가 확정되었고, 그 해 11월 1986 서울 하계아시아대회를 유치하게 되었다. 이에 따라 1986 서울 하계아시아대회와 1988 서울 하계올림픽대회의 성공적 개최를 위하여 1982년 3월 20일에 체육부를 신설하였다. 체육부는 발족 당시 기획관리실, 체육진흥국(체육정책과, 사회체육과, 학교체육과, 체육시설과), 체육과학국(기획과, 지도훈련과, 조사연구과), 국제체육국(지원총괄과, 국제경기과, 해외협력담당관)을 두어, 1실 3국 10과 4담당관으로 당시 체육부 전체의 정원은 총 187명이었다. 이후 체육부는 1987년까지 다섯 차례의 직제 개편으로 소폭의 변동은 있었으나 전체적인 기조를 유지하였다. 1988년 6월 18일 체육부 내에 청소년국(청소년정책과, 청소년지도과, 청소년교류과, 청소년시설과, 청소년심의관)이 신설되면서 체육행정을 청소년행정과 관련하여 유기적으로 수행하였고, 청소년국의 신설로 체육부 정원은 225명으로 증가하였다.



다. 1990년대의 체육조직

1990년 2월 12일 체육진흥국 내에서 사회체육과가 생활체육과로 개칭되었으며 학교체육과가 폐지되고 사업관리과가 신설되었다. 체육과학국은 체육지도국으로 개칭되었으나 여전히 체육관련 조직은 체육진흥국(생활체육과, 사업관리과, 체육시설과), 체육지도국(조사기획과, 훈련과, 지도육성과), 국제체육국(지원총괄과, 국제경기과, 해외협력담당관) 체제를 유지하였다. 한편 학교체육업무 중 급식관련 업무는 1989년에 발표된 행정개혁위원회의 「행정개혁에 관한 건의」에 따라 교육부로 이관되었다. 사회체육과를 생활체육과로 개칭한 사실은 사회단체 수준의 체육을 활성화시키는 것으로부터 국민의 일상생활 속에서 이루어지는 체육으로 활성화시키기 위한 정책전환을 의미한다. 이는 1990년 7월 발표한 국민생활체육진흥 세부 추진계획인 ‘호돌이 계획’에서도 나타난다. 1990년 9월 10일에는 청소년국이 1실 2관 6과의 청소년 정책조정실(청소년 기획관, 청소년 협력관, 청소년 기획과, 청소년 육성과, 청소년 지도과, 청소년교류과, 시설기금과, 홍보협력과)로 확대·개편되었으며, 1990년 12월 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 관광업부가 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.

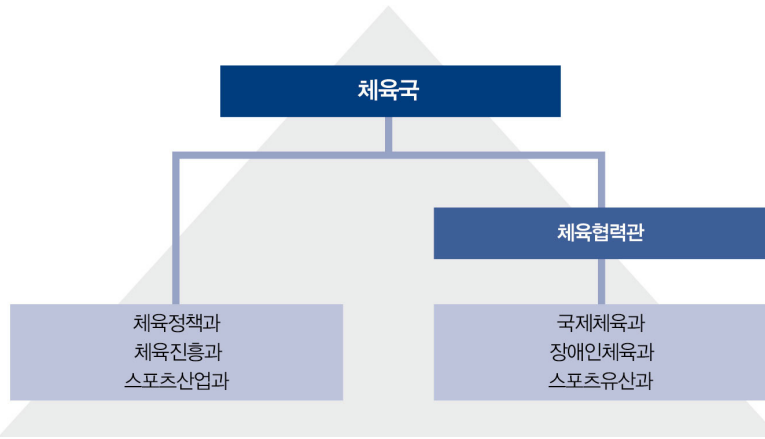
2016년에는 체육관광정책실이 ‘체육정책실’로 개편되었다. 이번 개편으로 1993년 체육부가 없어지면서 문화체육부로 이관된 이후 23년 만에 체육업무만을 전담하는 ‘체육정책실’의 실 체제로 체육 관련 정부 조직이 강화되었다. ‘체육정책실’은 ‘체육정책관’과 ‘체육협력관’을 두었으며, ‘체육정책관’은 체육정책과, 체육진흥과, 스포츠산업과로 구분하여 2016년 3월 대한체육회로 통합된 전문체육과 생활체육의 균형육성, 스포츠산업 진흥과 체육분야 일자리 창출 등의 업무를 주관하였다. ‘체육협력관’은 국제체육과, 장애인체육과, 평창올림픽지원과로 구분하여 ‘2016 리우 하계올림픽대회’ 참가 준비와 ‘2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회’ 지원 업무를 주관하였다.

바. 2017~2020년

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(2020)

〈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 의회위원들을 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. 2020년 기준 지방자치단체별 체육발전 계획 수립현황은 <표 7-2>과 같다.

<표 7-2> '04~'20년 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	2007	0	광주 체육진흥 5개년 계획
	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
	2020	0	경기도 체육발전 중장기 계획
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(2020)

(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 2020년 기준 현재 우리나라 광역자치단체에서 체육업무를 담당하는 공무원 수는 17개 광역시·도 지방자치단체 전체 행정직 613명, 기술직 359명, 기능직 75명, 별정직 3명, 계약직 246명으로 총 1,296명이었다. 기초자치단체는 행정직 1,503명, 기술직 774명, 기능직 238명, 별정직 36명, 계약직 563명으로 총 3,114명이었다.

광역자치단체와 기초자치단체에서 체육업무를 담당하는 공무원 수는 총 4,410명으로 2019년 4,081명보다 329명 증가하였다. 2019년 대비 인력구성별 현황을 살펴보면 행정직은 2,004명에서 2,116명으로 112명 증가하였고, 기술직은 1,049명에서 1,133명으로 84명 증가하였다. 기능직은 338명에서 313명으로 25명 감소하였고, 별정직은 14명에서 39명으로 25명 증가하였으며, 계약직 672명에서 809명으로 137명 증가하였다.

〈표 7-3〉 광역자치단체 체육행정조직과 인력

구분	조직	인력					
		행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
서울	관광체육국 체육정책과(체육정책팀, 전문체육팀, 체육시설팀, 체육복지팀)	16	3	-	-	1	20
	관광체육국 체육진흥과(생활체육진흥팀, 생활체육시설팀, 여가스포츠팀)	13	1	-	-	1	15
	관광체육국 전국체전기획과(체전기획팀, 체전운영팀, 체전시설팀, 체전홍보팀, 대외협력팀)	20	3	-	-	-	23
	체육시설관리사업소(4과 4팀)	34	54	-	-	6	94
	서울시설공단(체육시설 3개소)	80	63	32	-	-	175
	소계	163	124	32	0	8	327
부산	문화체육관광국 체육진흥과(체육진흥, 국제스포츠, 체육시설, 장애인체육, 스포츠산업)	18	3	-	-	-	21
	체육시설관리사업소	26	48	19	-	2	95
	소계	44	51	19	0	2	116

구분	조직	인력					
		행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
대구	문화체육관광국 체육진흥과(체육정책, 생활체육, 장애인체육, 스포츠마케팅, 체육시설)	16	5	-	-	1	22
	체육시설관리사무소 (대구스타디움, 시민운동장, 육상진흥센터)	22	51	-	-	1	74
	소계	38	56	0	0	2	96
인천	건강체육국 체육진흥과(체육정책, 생활체육, 체육시설, 체육시설관리, 국제경기대회)	23	6	-	-	-	29
	소계	23	6	0	0	0	29
광주	문화관광체육국 체육진흥과(4개팀)	13	7	-	-	-	20
	광주실내수영장 등 3개소(민간위탁-도시공사)	1	1	15	-	8	25
	월드컵경기장 등 20개소(민간위탁-시체육회)	74	-	-	-	61	135
	장애인국민체육센터 등 3개소(민간위탁-장애인체육회)	1	1	5	-	-	7
	소계	89	9	20	0	69	187
대전	문화관광체육국 체육진흥과(체육진흥팀, 생활체육팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	14	4	1	-	-	19
	시설관리공단	22	35	-	3	118	178
	소계	36	39	1	3	118	197
울산	문화관광체육국 체육지원과 (스포츠레저, 생활체육, 체육시설)	10	4	-	-	-	14
	시설공단	18	36	1	-	33	88
	소계	28	40	1	0	33	102
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)	19	7	-	0	1	27
	경기도체육회(경기도사격테마파크, 유도회관, 검도회관, 체육회관/민간위탁)	72	0	-	0	8	80
	소계	91	7	0	0	9	107
강원	문화관광체육국 체육과(체육진흥팀)	6	-	-	-	-	6
	문화관광체육국 체육과(생활체육팀)	3	-	-	-	-	3
	문화관광체육국 체육과(체육시설팀)	-	4	-	-	-	4
	문화관광체육국 체육과(국제대회유치팀)	2	-	-	-	-	2
	소계	11	4	0	0	0	15
충북	문화체육관광국 체육진흥과(체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀, 국제대회지원팀)	13	3	-	-	-	16
	소계	13	3	0	0	0	16

구분	조직	인력					
		행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
충남	문화체육관광국 체육진흥과 (체육정책, 체육복지, 체육활동지원, 체육시설지원)	12	2	-	-	2	16
	소계	12	2	0	0	2	16
전북	문화체육관광국 체육정책과(체육진흥팀, 생활체육팀, 태권도스포츠산업팀, 체육시설관리팀)	12	4	1	-	1	18
	소계	12	4	1	0	1	18
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	-	-	-	14
경남	문화관광체육국 체육지원과(체육행정, 생활체육, 스포츠마케팅, 체육시설관리)	12	4	-	-	1	17
	소계	12	4	0	0	1	17
제주	문화체육대외협력국 체육진흥과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 체육지원팀)	11	2	-	-	1	14
	소계	11	2	0	0	1	14
합 계		613	359	75	3	246	1,296

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(2020)

〈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 동정부과(생활체육팀)	5	-	-	-	-	5
	용산구 문화체육과(생활체육팀)	5	-	1	-	-	6
	성동구 문화체육과(생활체육팀)	5	-	-	-	-	5
	광진구 문화체육과(체육진흥팀)	6	-	-	-	-	6
	동대문구 체육진흥과(체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	12	-	-	-	-	12
	종로구 체육청소년과(생활체육팀, 체육시설팀, 청소년팀)	12	2	-	-	-	14

구분	조직		인력					
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
	성북구	문화체육과(생활체육팀)	5	-	-	-	-	5
	강북구	문화관광체육과(생활체육운영팀)	6	1	-	-	-	7
	도봉구	평생체육학습과 (생활체육팀, 체육시설팀)	6	-	-	1	-	7
서울 (25)	노원구	문화체육과 (체육정책팀, 체육시설팀)	9	-	-	-	-	9
	은평구	생활체육과(체육복지팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	13	-	1	-	-	14
	서대문 구	문화체육과(생활체육팀)	5	-	-	-	-	5
	마포구	생활체육과(체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	14	1	-	-	-	15
	양천구	문화체육과(문화체육시설팀, 생활체육팀)	8	1	-	-	-	9
	강서구	문화체육과(생활체육팀)	4	-	-	-	2	6
	구로구	체육진흥과(체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	12	1	1	-	-	14
	금천구	문화체육과(생활체육팀)	5	-	-	-	-	5
	영등포 구	문화체육과 (생활체육팀, 체육시설팀)	7	-	1	-	1	9
	동작구	체육문화과(생활체육팀, 체육복지팀, 체육시설팀)	13	-	-	-	-	13
	관악구	문화관광체육과(생활체육팀)	5	-	-	-	-	5
	서초구	교육체육과(체육진흥팀, 생활체육팀)	8	1	1	-	-	10
	강남구	문화체육과(생활체육팀)	4	-	-	-	-	4
	송파구	문화체육과(생활체육팀)	5	-	-	-	-	5
	강동구	생활체육과(체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	11	1	-	-	-	12
	소계		193	8	5	1	3	210
부산 (16)	중구	문화관광과(문화체육계)	2	-	-	-	-	2
	서구	문화관광과(체육진흥계)	3	-	-	-	-	3
	동구	문화체육관광과(체육계)	3	-	1	-	-	4
	영도구	행정지원과(체육팀)	4	-	-	-	-	4
	부산진구	문화체육과(체육계)	5	-	-	-	-	5
	동래구	총무과(체육계)	4	-	-	-	1	5



구분	조직		인력					
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
	남구	문화관광체육과(체육지원팀)	3	-	-	-	-	3
	북구	문화체육과(체육지원팀)	4	-	-	-	-	4
	해운대구	행정지원국(소통협력과)	5	-	-	-	-	5
	사하구	총무과(구민협력팀)	6	-	-	-	-	6
	금정구	총무과(구민지원팀)	5	-	-	-	-	5
	강서구	문화체육과(체육진흥계)	4	-	-	-	-	4
	연제구	문화체육과(체육지원계)	4	-	-	-	-	4
부산 (16)	수영구	총무과(생활체육계)	4	-	-	-	-	4
	사상구	자치행정과(체육진흥계)	5	-	-	-	-	5
	기장군	문화관광과(생활체육팀)	4	-	-	-	-	4
	소계		65	0	1	0	1	67
대구 (8)	중구	관광경제국 문화교육과(여가체육팀)	3	-	-	-	-	3
	동구	행정문화국 문화체육과(체육팀)	3	-	-	-	-	3
	서구	자치행정국 문화홍보과(체육지원팀)	3	-	-	-	-	3
	남구	자치행정국 평생교육홍보과 (여가체육팀)	3	-	-	-	-	3
		도시창조국 공원녹지과(체육시설팀)	-	3	-	-	-	3
	북구	문화복지국 체육진흥과 (체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	9	2	-	-	-	11
	수성구	문화교육국 체육진흥과(체육지원팀, 체육시설운영팀, 체육시설팀)	9	4	-	-	-	13
	달서구	복지문화국 문화체육관광과 (체육진흥팀)	5	-	-	-	-	5
	달성군	정책관광국 문화체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	4	5	-	-	-	9
	소계		39	14	0	0	0	53
인천 (10)	중구	홍보체육실(체육팀)	3	-	-	-	-	3
	동구	문화홍보체육실(생활체육팀)	4	-	-	-	-	4
	미추홀구	체육진흥과(체육행정팀, 생활체육팀)	7	1	1	-	-	9
	연수구	문화체육과(체육진흥팀, 체육시설팀)	6	1	-	-	-	7

구분	조직		인력					
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
	남동구	체육진흥과 (체육행정팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	8	4	-	-	-	12
	부평구	체육진흥과 (체육정책팀, 체육지원팀, 체육시설팀)	7	3	-	-	-	10
	계양구	문화체육관광과 (체육관광팀, 체육시설관리팀)	4	2	-	-	-	6
	서구	문화관광체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	6	2	-	-	-	8
	강화군	행정과(체육팀)	3	1	-	-	-	4
	옹진군	관광문화진흥과(체육진흥팀)	3	-	-	-	-	3
	소계		51	14	1	0	0	66
광주 (5)	동구	청년체육과(생활체육팀, 체육시설팀)	6	-	-	-	4	10
	서구	체육관광과(체육진흥팀, 체육시설팀)	3	4	2	-	2	11
	남구	자치행정과(체육지원팀)	2	2	-	-	1	5
	북구	체육관광과(생활체육팀)	4	-	-	-	-	4
	광산구	생활체육과(체육정책팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	7	6	-	-	-	13
	소계		22	12	2	0	7	43
대전 (5)	동구	관광문화경제국 관광문화체육과 (체육팀)	4	1	2	-	-	7
	중구	총무국 문화체육과(체육담당)	3	1	-	-	-	4
	서구	자치행정국문화체육과 (체육팀, 문화체육시설팀)	7	1	1	-	-	9
	유성구	자치혁신국 문화관광과(건강체육팀)	4	1	-	-	-	5
	대덕구	자치행정국문화관광체육과 (건강체육팀, 문화체육시설팀)	6	-	-	-	-	6
	소계		24	4	3	0	0	31
울산 (5)	중구	혁신교육과 체육지원팀	3	-	-	-	-	3
		중구도시관리공단	1	-	-	-	10	11
	남구	문화체육과 체육지원팀	3	2	-	-	-	5
		남구 도시관리공단	1	4	9	-	6	20
	동구	문화체육과(생활체육팀, 체육시설팀)	6	1	-	-	-	7



구분	조직		인력					
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
	북구	문화체육과 체육지원팀	3	2	-	-	1	6
		북구 시설관리공단	13	8	-	-	9	30
	울주군	문화체육과(생활체육팀)	4	2	-	-	-	6
		울주군 시설관리공단	8	13	18	27	-	66
	소계		42	32	27	27	26	154
경기 (31)	수원시	문화체육교육국체육진흥과 (체육행정팀, 체육시설조성팀, 체육시설관리팀, 스포츠산업팀)	12	9	-	-	-	21
	고양시	교육문화국체육정책과(체육정책팀, 체육지원팀, 스포츠산업팀, 체육시설팀)	15	5	-	-	-	20
	성남시	교육문화체육국 체육진흥과 (체육정책팀, 생활체육팀, 시설조성팀, 시설운영팀)	9	7	1	-	1	18
	용인시	교육문화국 체육진흥과(체육행정, 체육시설, 체육시설운영, 스포츠마케팅)	14	5	-	-	-	19
경기 (31)	부천시	체육진흥과(체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설1팀, 체육시설2팀)	10	8	-	-	-	18
	안산시	체육진흥과(체육진흥팀, 체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	9	6	-	-	-	15
	남양주 시	문화교육국체육과(체육정책팀, 생활체육팀, 체육시설조성팀, 체육시설관리팀)	11	5	-	-	-	16
	안양시	체육과 (체육지원팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	9	4	-	-	-	13
	화성시	체육진흥과(체육진흥팀, 생활체육팀, 체육시설팀, 체육시설운영팀)	10	6	-	-	-	16
	평택시	국제문화국체육진흥과(체육진흥팀, 체육시설팀, 체육시설운영팀)	12	7	2	-	11	32
		송탄출장소 지역경제과 (체육시설운영팀)	1	5	-	-	11	17
		안중출장소 지역경제과(문화체육팀)	2	4	1	-	13	20
	의정부 시	체육과(체육정책팀, 체육육성팀, 체육시설팀, 체육시설관리팀)	10	8	-	-	-	18

구분	조직		인력					
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
	시흥시	체육진흥과 (체육행정팀, 체육시설팀, 체육시설운영팀)	7	7	-	-	1	15
	파주시	문화교육국체육과(체육진흥팀, 체육시설팀, 시설운영팀, 경기도민체전TF팀)	13	8	-	-	25	46
	김포시	행정국체육과 (체육정책팀, 체육진흥팀, 체육시설팀)	9	5	-	-	-	14
	광명시	체육진흥과(체육팀, 체육시설팀, 시민체육관팀)	6	6	-	-	-	12
	광주시	경제문화국체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 시설관리팀)	8	5	-	-	-	13
	군포시	복지문화국 문화체육과(체육팀)	4	1	-	-	-	5
	오산시	체육관광과(체육진흥, 체육시설, 관광)	16	1	-	-	-	17
	이천시	체육지원센터(체육행정팀, 체육시설팀)	9	4	-	-	-	13
	양주시	복지문화국 체육청소년과(체육진흥팀, 체육시설팀, 체육시설관리팀)	8	2	-	-	-	10
	안성시	교육체육과(체육행정팀, 체육시설팀)	4	3	-	-	-	7
	구리시	복지문화국 평생학습과 체육진흥팀	3	3	-	-	-	6
	포천시	문화경제국문화체육과 (체육시설팀, 체육행정팀)	3	3	-	-	-	6
경기 (31)	의왕시	문화체육과 (체육지원팀, 문화체육시설팀)	3	4	-	-	-	7
	하남시	문화체육과(시민체육팀, 체육시설팀)	5	4	-	-	1	10
	여주시	문화교육국관광체육과 (체육행정팀, 체육시설팀)	2	4	-	-	-	6
	동두천 시	경제문화국 문화체육과(체육진흥팀)	3	1	-	-	-	4
		시설사업소(운동장팀)	2	3	1	-	-	6
	과천시	문화체육과(체육팀)	2	1	-	-	-	3
	양평군	문화체육과(스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	6	3	-	-	1	10
	가평군	경제산업국 문화체육과 (체육팀, 체육시설팀)	3	4	-	-	-	7



구분	조직		인력					
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
	연천군	문화체육과 (체육진흥팀, 문화체육시설팀)	3	2	-	-	-	5
	소계		243	153	5	0	64	465
강원 (18)	춘천시	기획행정국 체육과(체육진흥팀, 체육시설팀, 스포츠마케팅팀)	10	2	-	-	1	13
	원주시	행정국 건강체육과(건강도시팀, 체육진흥팀, 체육시설팀, 마을체육팀, 문막체육시설팀, 드림체육관팀)	11	14	-	-	-	25
	강릉시	문화관광국 체육과(체육행정팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀, 올림픽유산팀)	12	2	1	-	-	15
		체육시설사업소(관리팀, 시설팀)	2	7	2	-	-	11
	동해시	체육위생과(체육진흥팀, 체육시설팀)	3	2	-	-	-	5
	태백시	스포츠레저과(스포츠기획팀, 스포츠레저팀, 스포츠시설팀)	9	6	-	-	15	30
	속초시	문화체육과 (체육진흥마케팅팀, 체육시설팀)	3	3	-	-	-	6
	삼척시	자치행정국 체육진흥과 (체육기획팀, 체육지원팀, 체육시설팀)	10	1	1	-	-	12
	홍천군	문화체육과(체육진흥팀, 체육시설팀)	1	5	-	-	-	6
	횡성군	문화체육관광과(체육육성팀)	2	-	-	-	-	2
	영월군	시설관리사업소(체육시설팀)	4	-	-	-	-	4
	평창군	문화관광체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	4	3	-	-	-	7
		교육체육과(체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	7	5	1	-	2	15
	정선군	문화관광과(스포츠지원팀)	4	-	-	-	-	4
강원 (18)	철원군	관광문화체육과(체육마케팅팀, 체육시설관리TF팀)	3	4	-	-	6	13
	화천군	문화체육과(체육팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설조성팀, 체육시설관리팀)	6	3	-	1	-	10
	양구군	체육진흥과(체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 생활체육팀, 체육시설팀)	8	3	-	-	2	13
		시설관리사업단	1	4	-	-	24	29

구분	조직		인력					
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
	인제군	체육청소년과 (체육진흥팀, 스포츠마케팅팀)	4	3	-	-	1	8
	고성군	경제체육과(체육진흥팀)	4	1	-	-	-	5
	양양군	문화체육과(스포츠마케팅팀)	2	1	-	-	-	3
	소계		110	69	5	1	51	236
충북 (11)	청주시	문화체육관광국 체육교육과 (체육진흥팀, 생활체육팀, 교육지원팀) 문화체육관광국 체육시설과 (관리팀, 시설건립팀, 시설운영팀)	18	10	-	-	-	28
	충주시	문화체육관광국 체육진흥과 (체육진흥팀, 체육시설개발팀, 시설관리팀, 조정경기장관리팀)	12	10	-	-	-	22
	제천시	문화복지국 체육진흥과(체육지원팀, 시설조성팀, 스포츠마케팅팀)	8	3	-	-	-	11
		시설관리사업소 (체육시설1팀, 체육시설2팀)	5	9	-	-	11	25
	옥천군	체육시설사업소	8	5	-	-	-	13
	증평군	문화체육과(체육진흥팀)	3	-	-	-	-	3
		시설관리사업소(시설운영팀)	2	3	-	-	-	5
	괴산군	행정복지국 문화체육관광과(체육진흥팀)	3	2	-	-	-	5
	음성군	행정복지국 문화체육과(체육진흥팀)	3	-	-	-	-	3
		시설관리사업소(운영팀)	2	1	-	-	18	21
	단양군	행정복지국 문화체육과(체육진흥팀)	3	-	1	-	-	4
	진천군	복지행정국 문화홍보체육과(체육팀)	4	-	-	-	-	4
		시설관리사업소(체육시설관리팀)	4	4	-	-	-	8
	보은군	스포츠사업단 (체육팀, 운영팀, 시설팀, 전자훈련팀)	10	6	-	-	-	16
	영동군	시설사업소(체육시설팀)	1	3	1	-	-	5
		국악문화체육과(체육진흥팀)	3	-	-	-	-	3
	소계		89	56	2	0	29	176
충남 (15)	천안시	복지문화국 체육진흥과(체육행정, 생활체육, 스포츠산업, 체육시설)	10	3	1	-	-	14



구분	조직		인력					
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
충청 충청 충청 충청 충청 충청 충청 충청 충청 충청 충청 충청 충청 충청 충청 충청 충청 충청	공주시	문화복지국 문화체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	7	1	-	-	-	8
	보령시	안전행정국 교육체육과 체육지원팀	3	3	-	-	-	6
		안전행정국 교육체육과 체육시설관리팀	-	4	3	-	-	7
	아산시	복지문화국체육진흥과 (체육행정팀, 체육시설팀, 체육시설관리팀, 종합운동장팀)	11	11	-	-	-	22
	서산시	복지문화국체육진흥과 (체육지원팀, 체육시설팀, 관리팀, 운영팀, 스포츠마케팅팀)	11	7	3	-	-	21
	논산시	동고동락국 문화체육과(체육팀)	3	1	-	-	-	4
	계룡시	문화체육과(체육진흥팀)	3	-	-	-	-	3
	당진시	문화복지국 체육진흥과(체육정책팀, 스포츠마케팅팀, 체육지원팀)	8	2	1	-	1	12
	금산군	관광문화체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	6	1	-	-	-	7
	부여군	문화관광과(체육진흥팀)	2	1	-	-	-	3
	서천군	체육사업소체육정책팀, 공공체육시설팀, 스포츠마케팅팀	6	4	-	-	3	13
	청양군	문화체육관광과(체육팀)	1	2	-	-	1	14
		공공시설사업소(시설팀)	3	3	-	-	4	
	홍성군	교육체육과(체육진흥팀, 체육시설팀)	3	3	-	-	5	11
	예산군	행정복지국 교육체육과 (체육지원, 체육시설)	4	7	3	-	-	14
	태안군	교육체육과(체육진흥, 체육시설)	3	4	-	-	-	7
	소계		84	57	11	0	14	166
전북 (14)	전주시	체육산업과(스포츠산업, 체육진흥, 체육시설조성, 체육시설관리)	9	8	-	-	-	17
	군산시	체육진흥과(체육진흥, 운영, 수영장관리, 시설, 국민체육센터, 장애인체육관, 스포츠마케팅)	11	7	3	3	4	28
	익산시	체육진흥과 (체육진흥, 시설조성, 종합운동장, 체육공원, 전국대회)	10	12	2	-	-	24
	정읍시	복지교육국교육체육청소년과 (체육진흥팀, 스포츠마케팅팀),	9	4	1	-	1	15

구분	조직		인력					
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
		시설관리사업소(체육시설조성팀, 체육시설운영관리팀)						
	남원시	자치행정국 교육체육과(체육진흥계, 체육시설계)	3	6	-	-	1	10
	김제시	경제복지국 체육청소년과(체육담당, 시설관리담당)	4	8	-	1	-	13
	완주군	행정복지국 체육공원과(체육지원팀, 체육시설팀)	4	5	3	-	-	12
	진안군	문화체육과(체육지원팀, 체육시설팀)	3	4	-	-	-	7
	무주군	문화체육과(체육진흥팀)	2	1	-	-	1	4
	장수군	문화체육관광과(체육팀)	3	1	1	-	-	5
	임실군	행정복지국 문화체육과(체육진흥팀)	3	1	-	-	-	4
	순창군	체육진흥사업소(체육진흥계, 스포츠마케팅계, 체육시설계)	6	4	-	-	1	11
	고창군	체육청소년사업소(체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	9	9	-	-	-	18
	부안군	문화체육시설사업소 (스포츠마케팅팀, 관리팀)	3	4	-	-	-	7
	소계		79	74	10	4	8	175
전남 (22)	목포시	교육체육과(체육지원팀, 체육시설팀, 체전지원팀), 전국체전준비기획단TF팀	10	4	-	-	1	15
	여수시	체육지원과(체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀, 진남관리팀, 망마관리팀, 시설물관리팀)	12	8	4	-	20	44
	순천시	체육진흥과(체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀, 전남체전 TF팀)	11	2	-	-	4	17
		체육시설관리소 (관리담당, 시설담당, 운영담당)	8	5	14	-	19	46
	나주시	체육진흥과(체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설관리팀)	8	4	-	-	8	20
	광양시	체육과(체육진흥팀, 체육시설팀, 체육시설운영팀, 수영장운영팀)	7	9	3	-	13	32
	담양군	문화체육과(스포츠산업담당)	2	2	1	-	-	5
	곡성군	문화체육과(스포츠산업팀)	2	2	1	-	1	6



구분	조직		인력					
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
전남 (22)	구례군	스포츠산업과(체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 시설관리팀, 시설안전팀)	10	4	16	-	-	30
	고흥군	문화예술과(체육팀, 시설관리팀)	3	3	2	-	13	21
	보성군	시설관리사업소(시설운영2계, 체육정책계)	6	4	13	-	4	27
	화순군	스포츠산업과(체육행정팀, 스포츠지원팀, 체육시설팀, 스포츠문화팀)	11	9	26	-	6	52
	장흥군	스포츠산업단(스포츠경영팀, 스포츠시설팀, 스포츠마케팅팀)	7	4	-	-	23	34
	강진군	스포츠산업단 (체육경영팀, 시설관리팀)	5	5	2	-	7	19
	해남군	스포츠사업단 (스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	4	4	-	-	16	24
	영암군	홍보체육과(스포츠마케팅팀, 체육정책팀, 체육시설팀)	6	5	7	-	6	24
	무안군	체육시설사업소(운영관리팀, 체육시설팀, 스포츠마케팅팀)	7	3	1	-	20	31
	함평군	문화관광체육과 (체육진흥팀, 체육시설팀)	3	2	-	-	1	6
	영광군	스포츠산업과(체육진흥담당, 스포츠 마케팅담당, 체육시설담당, 위생담당)	13	4	3	-	-	20
	장성군	문화관광과(체육정책팀), 문화시설사업소(생활체육팀)	6	-	-	3	10	19
	완도군	체육진흥과(체육정책팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀, 시설관리운영팀)	7	5	-	-	24	36
	진도군	문화예술체육과(체육지원담당)	3	-	-	-	1	4
	신안군	행정지원과(체육진흥담당)	1	2	1	-	1	5
	소계		152	90	94	3	198	537
경북 (23)	포항시	새마을체육산업과(체육지원팀, 체육시설팀, 스포츠마케팅팀)	7	5	-	-	-	12
		해양산업과(해양레저팀)	3	1	-	-	5	9
	경주시	문화관광국 체육진흥과(체육정책팀, 체육지원팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	14	4	-	-	-	18
	김천시	스포츠산업과(스포츠지원담당,	12	10	-	-	-	22

구분	조직		인력					
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
		스포츠마케팅담당, 스포츠시설운영담당, 스포츠시설관리담당)						
	안동시	문화복지국 체육새마을과(체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	12	4	-	-	2	18
	구미시	체육진흥과(체육진흥담당, 시설조성담당, 스포츠마케팅담당, 체육시설관리담당)	8	13	-	-	-	21
경북 (23)	영주시	자치행정국 체육진흥과(체육지원팀, 체육시설팀, 체육시설운영팀, 실내수영장TF팀)	11	10	-	-	-	21
	영천시	행정자치국새마을체육과 (체육행정담당, 체육지원담당)	5	2	-	-	-	7
	상주시	행정복지국새마을체육과 (체육, 시민운동장국민체육센터)	8	5	-	-	4	17
	문경시	행정복지국 새마을체육과 (체육지원담당, 체육시설담당, 스포츠마케팅담당)	7	3	-	-	-	10
	경산시	복지문화국체육진흥과(체육행정팀, 생활체육팀, 체육시설팀, 국민체육센터팀, 경산수영장팀, 도민체전TF)	11	10	-	-	88	109
	군위군	문화관광과(체육진흥담당)	2	1	-	-	-	3
	의성군	관광경제국관광문화과(생활체육계)	2	2	-	-	1	5
	청송군	문화체육과(스포츠마케팅담당)	2	1	-	-	-	3
	영양군	자치행정복지국문화관광과 (체육지원담당)	3	1	-	-	-	4
	영덕군	시설체육사업소 (스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	6	1	6	-	1	14
	청도군	문화체육시설사업소(체육지원담당)	3	-	-	-	-	3
	고령군	관광경제국여성청소년과(체육담당)	2	2	-	-	-	4
	성주군	새마을체육과(체육진흥담당)	7	7	-	-	26	40
	칠곡군	새마을문화과(체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 시설관리)	4	7	-	-	-	11
	예천군	체육사업소(체육진흥팀, 스포츠마케팅팀, 시설관리팀)	10	8	-	-	-	18
	봉화군	문화관광체육과(체육진흥팀)	4	-	-	-	-	4
		시설관리사업소(체육시설팀)	1	3	-	-	-	4



구분	조직		인력					
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
	울진군	체육진흥사업소 (체육지원팀, 시설관리팀, 시설개발팀)	8	5	-	-	-	13
	울릉군	관광경제건설국 관광문화체육과 (체육지원팀)	3	-	-	-	-	3
	소계		155	105	6	0	127	393
경남 (18)	창원시	체육진흥과 (체육지원담당, 체육시설담당, 스포츠마케팅생활체육담당)	17	7	-	-	1	25
경남 (18)	진주시	문화관광국체육진흥과 (체육행정팀, 체육진흥팀, 체육시설운영팀, 체육시설관리팀)	10	8	-	-	-	18
	통영시	교육체육지원과(체육진흥팀, 체육시설팀, 스포츠마케팅팀, 교육지원팀, 평생학습팀)	16	1	3	-	-	20
	사천시	문화관광국문화체육과 (문화예술팀, 문화재팀, 체육지원팀, 체육시설팀)	8	2	12	-	1	23
	김해시	인재육성사업소체육지원과 (체육지원팀, 생활체육팀, 스포츠마케팅팀, 체육시설팀)	13	5	2	-	2	22
	밀양시	행정국체육진흥과 (생활체육, 스포츠마케팅, 체육시설)	7	3	-	-	1	11
	거제시	주민생활국교육체육과 (체육진흥담당, 체육시설담당)	4	2	-	-	-	6
	양산시	복지문화국체육지원과(체육진흥팀, 체육시설조성팀, 체육시설관리팀)	9	6	-	-	-	15
	의령군	경제문화국 문화관광과(체육지원담당)	3	2	-	-	-	5
	함안군	문화공보체육과 (체육진흥담당, 체육시설담당)	3	2	-	-	-	5
	창녕군	관광환경국문화체육과 (체육담당, 문화시설담당)	3	2	-	-	2	7
	고성군	문화환경국체육진흥과 (체육행정, 스포츠마케팅, 체육시설, 해양레포츠)	10	4	-	-	-	14
	남해군	주민생활관광국체육진흥과 (체육시설팀, 스포츠마케팅팀, 레포츠팀)	9	4	-	-	-	13
	하동군	문화체육과 (체육진흥, 문화체육시설)	1	5	2	-	4	12

구분	조직		인력					
			행정직	기술직 ¹	기능직 ²	별정직 ³	계약직 ⁴	계
	산청군	문화체육과(체육행정, 체육시설)	4	2	-	-	-	6
	함양군	행정국체육청소년과(체육진흥담당, 체육시설담당, 스포츠마케팅담당)	6	3	-	-	-	9
	거창군	체육시설사업소 (체육진흥담당, 체육시설담당, 국민체육센터담당, 스포츠마케팅담당)	6	6	-	-	-	12
	합천군	기획예산실체육시설과(시설운영, 시설관리, 체육진흥, 스포츠마케팅)	11	4	-	-	-	15
	소계		140	68	19	0	11	238
제주 (2)	제주시	문화관광체육국 체육진흥과 (체육진흥팀, 체육시설팀, 체육관리팀, 제주국민체육센터, 애월국민체육센터)	5	6	17	-	24	52
	서귀포시	체육진흥과 (체육지원담당, 스포츠마케팅담당, 경기장관리담당, 경기장시설담당)	10	12	30	-	-	52
	소계		15	18	47	0	24	104
총계			1,503	774	238	36	563	3,114

1. 기술직: 전기·토목·건축·기계

2. 기능직: 사무보조요원 등

3. 별정직: 공무원분류상 별정직으로 채용된 체육지도사

4. 계약직(전문직 포함): 일용계약 등에 따라 채용된 체육전문가

※ 주: 전국체전준비기획단 등 한시조직은 제외함

※ 출처: 각 기초자치단체별 내부자료(2020)

2 유관 기관

1) 서울올림픽기념 국민체육진흥공단

(1) 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.

(2) 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 광명동경륜장으로 이전하였으며, 2008년 11월에는 조직효율화의 일환으로 경륜운영본부와 경정운영본부를 경륜·경정사업본부로 통합하여 현재에 이르고 있다. 2009년 5월에는 뮤지컬 전용극장인 우리금융아트홀을 개관하였다. 2012년 7월 체육과학연구원이 유네스코 석좌기관으로 선정되었으며, 2013년 9월에는 체육진흥투표권사업이 세계복권협회의 건전성 평가에서 최고 등급을 획득하였다. 2014년 2월 체육과학연구원은 한국스포츠개발원으로 명칭을 변경한 이후, 2018년 4월 한국스포츠정책과학원으로 명칭을 재변경하여 현재에 이르고 있다. 2019년 4월 공단 창립 30주년을 맞이하였다.

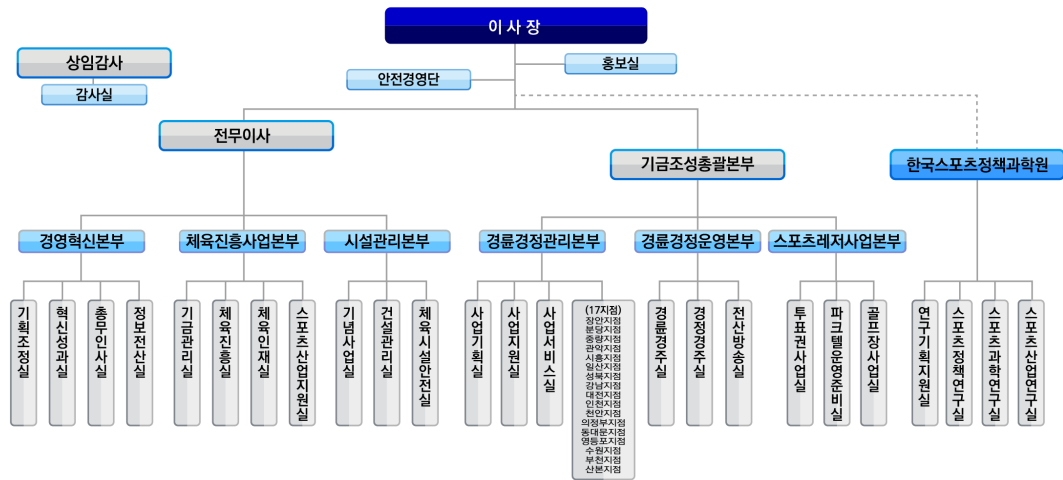
(3) 조직 및 인력

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. 주요사업은 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 7-2〉 국민체육진흥공단 조직도



※ 출처: 국민체육진흥공단(2020)

국민체육진흥공단의 인력현황은 현원기준으로 본부 374명, 경륜·경정총괄본부 386명, 한국스포츠정책과학원 71명으로, 총 819명으로 구성되어 있다.

〈표 7-5〉 국민체육진흥공단 인력 현황

(단위: 명)

구분	정원(현원)						
	계	임원	본부장/원장	관리직	일반직	연구직	운영직
본부	301(374)	3(2)	0(0)	3(3)	295(369)	0(0)	0(0)
경륜·경정총괄본부	447(386)	0(0)	1(1)	2(2)	444(383)	0(0)	0(0)
한국스포츠정책과학원	71(79)	0(0)	1(1)	0(0)	26(35)	44(43)	0(0)
합 계	819(839)	3(2)	2(2)	5(5)	765(787)	44(43)	0(0)

※ 주: () 는 현원이며, 본부 현원에는 신입사원, 휴직 등 부서 미배치자 포함

※ 출처: 국민체육진흥공단 내부자료(2020)

(4) 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, 올림픽유희호텔, 기념관, 미술관 등을 관리·운영하고 있다. 국민체육진흥공단의 주요 고정자산 현황은 다음과 같다.

〈표 7-6〉 국민체육진흥공단 고정자산

구분		내역
올림픽공원		770,076㎡(서울특별시 소유 동촌토성 676,213.5㎡ 별도)
올림픽화관		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
광명동맹경륜장		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)
구축물		조각작품 및 기념조형물 222점

※ 미사리조정경기장(국유지 1,134,792㎡): 문체부로부터 무상사용

※ 한국스포츠정책과학원(토지 2,054.87㎡, 건물 7,301.2㎡): 문화재청으로부터 무상사용

※ 출처: 국민체육진흥공단 종합업무현황(2020)

(5) 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 2020년도 법인회계의 규모는 2조 5,026억 9,400만 원이다. 주요 예산현황을 살펴보면 〈표 7-23〉과 같다.

〈표 7-7〉 국민체육진흥공단 법인회계 예산

(단위: 백만 원)

구분	수입		지출	
	사업	금액	사업	금액
	합계	2,502,694	합계	2,502,694
본부	일반관리	4,193	일반관리	41,922
	올림픽공원	38,164	올림픽공원	53,521
	스포츠센터	14,659	스포츠센터	13,624
	스포츠산업	1,517	건설관리	3,630
	올림픽유스호스텔	13,500	스포츠산업	2,850

	전입금	55,777	투표권운영	2,793
			유스호스텔	8,422
			사내근로복지기금	10
			예비비	1,038
	소계	127,810	소계	127,810
경륜	경륜수득금	174,336	본장운영	116,403
	교차투표 수탁수수료	15,091	지점운영	54,315
	운영자금 이자수입	3,598	경륜훈련원	3,333
	입장료	5,979	스포츠단	4,056
	지점 직영매점 상품판매 수입	5,250	경륜예비비	1,214
	경정지점 공동활용	11,100	사업준비금	15,981
	기타수입	7,144	사감위분담금	997
			법정배분금	11,969
			공단전출금	14,230
	소계	222,498	소계	222,498
경정	경정수득금	72,849	본장운영	46,898
	운영자금 이자수입	819	지점운영	18,349
	입장료	3,052	경정훈련원	3,750
	본장 매점 및 지정좌석실 수입	23	스포츠단	745
	조정호 수입	1,366	경정예비비	396
	기타수입	1,303	사업준비금	6,678
			사감위분담금	416
			법정배분금	2,034
			공단전출금	146
	소계	79,412	소계	79,412
투표권	투표권수입	1,943,877	투표권위탁비	354,725
	기타 사업 외 수입	20,817	법정배분금	1,609,969
	소계	1,964,694	소계	1,964,694
보조금	보조사업	108,280	보조사업	108,280
	소계	108,280	소계	108,280

※ 출처: 2020 국민체육진흥공단 종합업무현황(2021)

〈표 7-8〉 국민체육진흥공단 기금회계 예산

(단위: 백만 원)

수입	금액	지출	금액
○ 이자수입	12,782	○ 기금관리비	14,130
- 기금조성용자 이자	1,282	- 인건비	13,091
- 스포츠산업용자 이자	2,594	- 기타경비	1,039
- 예탁금이자	8,906	○ 사업운영비	14,985
○ 부가금수입	32,879	- 투자사업 운영	3,792
○ 투자사업수입 등	59,742	- 한국스포츠정책과학원 운영	3,883
- 미술관운영	610	- 생활체육인프라 운영	7,310
- 올림픽홀 및 태권도상설공연장	3,861	○ 보조금(기금지원)	1,343,483
- 경륜훈련원 사용료	1,549	- 생활체육 육성	638,541
- 경륜동경기장 사용료	5,128	- 전문체육 육성	388,106
- 경정훈련원 사용료	1,278	- 스포츠산업육성 및 국제교류	139,994
- 생활체육인프라(골프장)운영	10,913	- 국제스포츠역량 강화	85,435
- 과학원 운영수입	1,239	- 장애인체육 육성	91,407
- 기금 정산수입	35,164	○ 스포츠산업 융자	66,100
○ 법인회계전입금	1,622,526	○ 기금조성투자	16,500
- 경 료	12,662	- 기초생활체육 저변확산지원	6,500
- 경 정	1,976	- 스포츠산업금융지원	10,000
- 투표권	1,607,888	○ 공공자금관리기금 예탁	520,000
○ 융자회수	20,226	○ 기금간거래(문예진흥기금전출금)	100,000
- 스포츠산업 융자	20,226	○ 기금간거래(복권기금반환금)	-
○ 공자금회수	270,000	○ 여유자금 운용	471,491
○ 공자금이자	14,778		
○ 복권기금 전입금	77,916		
○ 여유자금회수	435,840		
합계	2,546,689	합계	2,546,689

※ 출처: 국민체육진흥공단 종합업무현황(2021)



2) 태권도진흥재단

(1) 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 조성과 관리운영 및 태권도 진흥 사업을 추진하고 태권도를 테마로 한 스포츠산업과 관광산업의 진흥 등 태권도를 전 세계에 지속 확산시키기 위한 사업을 운영하는 것을 주요 기능으로 한다. 태권도진흥재단의 설립목적은 태권도원 조성 및 효율적 관리 운영과 태권도 진흥사업 수행을 통한 태권도의 발전 및 국제적 위상을 제고하는데 있다고 할 수 있다.

(2) 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」 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 7-9〉 태권도진흥재단 연혁

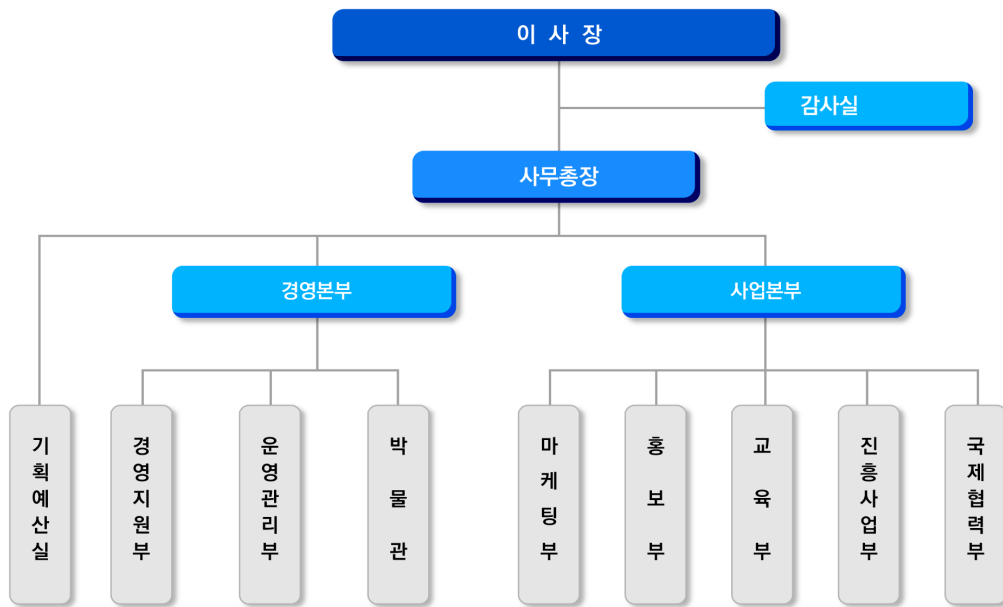
2005.07.	• 재단법인 태권도진흥재단 설립 허가(문화관광부)
2007.12.	• 「태권도 진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률」 제정
2008.06.	• 상기 태권도법에 의한 법정법인화
2009.08.	• 태권도공원 조성 기본계획 승인(문화체육관광부)
2009.09.	• 태권도공원 기공식
2012.02.	• 명칭변경(태권도공원 ⇒ 태권도원)
2013.08.	• 태권도원 준공
2014.04.	• 태권도원 개원(2014.9월, 개원식)
2018.02.	• 이상욱 이사장 취임(임기: '18.2.15.~'21.2.14.)

※ 출처: 태권도진흥재단 홈페이지(2020)

(3) 조직 및 인력

태권도진흥재단은 정관상 최고의결기관인 이사회와 사무 처리를 위한 사무처(2본부 2실 7부, 1관)가 있다. 이사장 직속으로 감사실이 있으며, 사무총장 직속으로 기획예산실이 있으며, 경영본부 산하에 경영지원부, 운영관리부, 박물관이 있으며, 사업본부 산하에 마케팅부, 홍보부, 교육부, 진흥사업부, 국제협력부가 있다.

〈그림 7-8〉 태권도진흥재단 조직도



※ 출처: 태권도진흥재단 홈페이지(2020)

(4) 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, 주한 외국인 태권도 교육이다. 한국에 거주하는 외국인을 대상으로 태권도 역사에서부터 기술에 이르기까지 다양한 내용을 교육하는 사업이다.



(5) 재정현황

태권도진흥재단은 창립초기 3억 원의 예산으로 시작하여 2020년 국민체육진흥기금 301억 원 및 지방비 5억 9,000만 원, 자체수입 5억 5,000만원 등 총 316억 9,500만 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 7-10〉 태권도진흥재단 연도별 예산 현황

(단위: 백만 원)

연도	계(A)	재원별				자체수입비중 (B/A)×100(%)
		국고	기금	지방비	자체수입 (B)	
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
2020	31,695	-	30,153	590	952	3.0

※ 출처: 태권도진흥재단 내부자료(2020)

3) 스포츠안전재단

(1) 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.

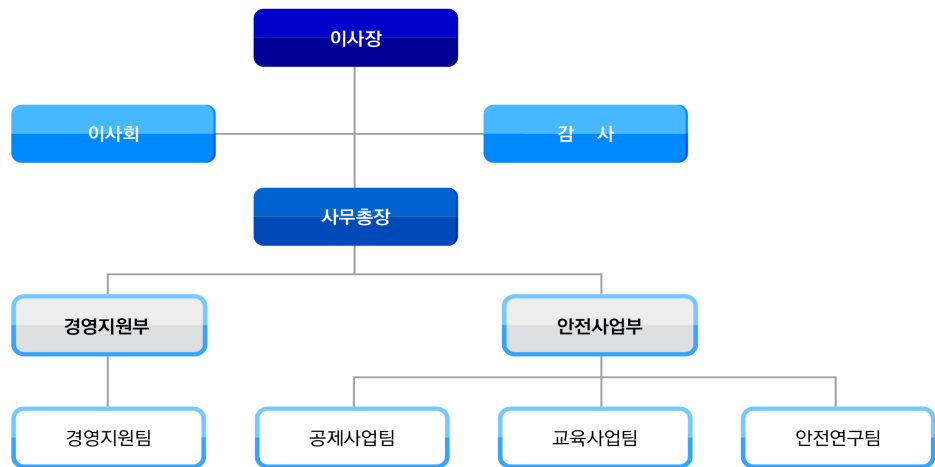
(2) 연혁

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.

(3) 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.

〈표 7-11〉 스포츠안전재단 조직도



※ 출처: 스포츠안전재단 홈페이지(2020)

(4) 주요사업

스포츠안전재단은 안전사고 예방을 위한 안전교육 사업과 개인 및 기관을 대상으로 공제(보험)사업, 스포츠 안전에 관한 연구 사업을 운영하고 있다. 먼저 안전교육 사업은 행사운영자, 지도자, 참가자 대상의 맞춤형 교육프로그램을 기반으로 안전교육을 제공하고 있다. 행사운영자 대상 교육은 체육기관(대한체육회 및 대한장애인체육회 등) 임직원, 지자체 체육담당 공무원을 주 대상으로 하고 있으며, 지도자는 전문·생활스포츠지도사 및 심판을 대상으로 운영하고 있다. 또한 시설관리공단, 민간스포츠시설 등에서 지도·관리 업무를 수행하는 시설관계자 대상으로도 운영하고 있으며, 그 외 전문선수 및 생활체육인 등 참여자 대상으로도 안전교육을 제공하고 있다. 대외적으로는 2018 평창동계올림픽·동계패럴림픽대회에서 국내·외 자원봉사자 및 단기운영인력을 대상으로 안전교육을 지원하였다.



〈표 7-12〉 스포츠안전 교육프로그램 체계도

구분	스포츠행사 안전관리	스포츠 안전지도	체육시설 안전관리	경기 안전운영	운동상해 예방 및 재활
위험성 평가	위험성평가 및 관리	위험성 평가 및 관리	위험성 평가 및 관리	-	-
응급 처치	심정지발생시 응급처치	심정지발생시 응급처치 상처에 의한 손상 응급처치 근골격계 손상 응급처치 충격에 의한 손상 응급처치 온도변화에 의한 손상 응급처치 질환별 응급처치 스포츠테이핑	심정지발생시 응급처치 상처에 의한 손상 응급처치 근골격계 손상 응급처치 충격에 의한 손상 응급처치 온도변화에 의한 손상 응급처치 질환별 응급처치 스포츠테이핑	심정지발생시 응급처치 근골격계 손상 응급처치 충격에 의한 손상 응급처치 온도변화에 의한 손상 응급처치 질환별 응급처치	심정지발생시 응급처치 스포츠테이핑
시설 관리	체육시설안전관리 실무	체육시설 안전 관리 실무 체육시설 안전관리 사례연구 체육시설 유지/ 보수 관리	-	-	-
안전 관리	스포츠행사 안전관리 일반 스포츠행사 안전관리 계획 스포츠행사 안전관리 관리 스포츠행사 안전관리 운영 스포츠행사 안전점검 실무 스포츠행사 재난사고 대응관리 스포츠행사 군중 안전관리	스포츠지도 안전관리 계획 스포츠지도 안전관리 실무 스포츠지도 안전점검 실무 스포츠지도 재난사고 대처 지도자안전 사고 사후관리	체육시설 안전인력 운용 실무 체육시설 안전사고 대응	경기운영 안전관리 실무 경기운영 중 사고사례 워크숍	운동 손상 예방 및 관리 스포츠 안전 습관 형성
안전 일반	스포츠안전의식 변화 스포츠안전과 법 스포츠안전사고 주요판례연구 스포츠안전공제 활용	스포츠안전의식 변화 스포츠안전과 법 스포츠안전사고 주요판례연구 스포츠안전공제 활용	스포츠안전의식 변화 스포츠안전과 법 스포츠안전사고 주요판례연구 스포츠안전공제 활용	스포츠안전의식 변화	스포츠안전의식 변화 스포츠안전공제 활용

※ 출처: 스포츠안전재단 내부자료(2020)

공제(보험)사업은 생활·전문체육인 및 체육유관기관을 대상으로 개인 상해공제와 기관의 주최자 배상책임공제 등 15종의 공제상품을 개발·운용하고 있다(’19. 12월 기준). 재단 공제상품은 민간보험사 상품운용의 한계에서 벗어나 생활·전문체육인 상해 등 종목 혹은 대상별 공제가입에 인수제한이 없다. 또한 체육시설 및 스포츠여행사 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. 『2019 스포츠행사 안전사고 통계연보』를 2020년에 발간하기도 하였다. 이 연보에 따르면, 2019년도 한 해 동안 주최자배상책임공제에 가입한 7,467건의 스포츠 대회 및 행사 중 1,059건의 대회에서 총 3,064건(41.0%)의 사고 통지가 있었다. 『2020 스포츠행사 안전사고 통계연보』는 발행되지 않았다.

〈표 7-13〉 연도별 스포츠 안전공제 가입 현황

(단위: 명)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
가입자 수	761,399	905,572	1,258,214	4,042,478	8,384,886	8,144,397	9,197,412	11,537,621	6,940,532
상승률	15.5%	18.9%	38.9%	221.3%	107.4%	-2.9%	12.9%	25.4%	-39.8

※ 출처: 스포츠안전재단 내부자료(2020)

〈표 7-14〉 연도별 스포츠공제 가입 및 보상 현황

(단위: 건, 백만 원, 명)

구분	가입현황		보상현황	
	건수	금액	건수(인원)	금액
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
2020	11,969	4,383	1,966	1,565
합계	136,020	36,278	15,784	12,825

※ 출처: 스포츠안전재단 내부자료(2020)



(5) 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. 2020년도 총 예산은 63억 7,700만 원으로, 자체수입 43억 8,300만 원(68.7%), 국민체육진흥기금 지원 비용 19억 9,400만원(31.3%)으로 구성되었다.

〈표 7-15〉 스포츠안전재단 연도별 예산(수입) 현황

(단위: 백만 원)

연도	계(A)	재원별						자체수입비중 (B/A)×100(%)
		국고	기금	적립금	자정 기부금	자정 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
2020	6,377	-	1,994	-	-	-	4,383	68.7

※ 출처: 스포츠안전재단 내부자료(2020)

4) 한국대학스포츠협의회

(1) 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.

(2) 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 7-16〉 한국대학스포츠협의회의 주요 사업내용

순번	범주	사업목적	세부사업내용
1	대학운동부 지원 사업	대학 운동부 육성 지원 및 대학스포츠 경쟁력 제고 대학운동부 운영 방향성 제시 대학스포츠 정상화	1) 대학운동부 평가(대학운동부 평가지표체계 활용, 평가위원회 운영 위탁) 2) 대학운동부 지원(2020년도 104개 대학 77억 원) 3) 체육계 대학 지원(한국체육대학교 8억 8천만 원) 4) 대학운동부 교육(학생선수 소양교육, 리더십교육, 신입생교육) 5) 대학운동부 시상(대학스포츠 우수 학생선수 및 지도자)
2	학생선수 선발 정상화	체육특기자 대입정보 제공 체육특기자 대입 공정성 및 투명성 강화	1) 체육특기자 대입설명회 개최('20년 온라인 진행, 59개 대학 참가) 2) 체육특기자대입포털 운영(info.kusf.or.kr) 3) 체육특기자 대입전형요강 발간(125개 대학별 세부 입시요강 수록) 4) 체육특기자 대입제도 개선 정책협의 및 연구 - 체육특기자 경기력 평가지표 개발 - 체육특기자 대입전형요소별 반영비율 가이드라인
3	학생선수 학사관리 정상화	학생선수 수업참여도 및 학습권 보장 대학스포츠 빅데이터 기반 구축을 통한 정보 투명성 및 공공성 강화 대학스포츠 현안 공유 및 의견 수렴을 통한 대학스포츠 발전방안 마련	1) 대학스포츠 운영 규정 시행 2) 대학스포츠 학사관리지원 프로그램 운영 지원 3) 대학스포츠 종합정보시스템 개발 4) 대학스포츠 심포지엄 5) 진천선수촌 입촌 학생선수 학점 인정 지원
4	학생선수 미래가치 창출	선수출신 대학생의 진로 탐색 지원 대학생 제작 콘텐츠를 통한 대학스포츠 홍보 강화	1) KUSF U-스포츠마케팅 러너 프로그램 운영 - 학생선수/선수출신 대학생 실무능력 및 취업경쟁력 강화 프로그램 개별 운영 2) KUSF 대학생 기자단 운영('20년: U-리그 5개 팀 45명 활동, 1,518개 콘텐츠 생산) 3) 대학스포츠 홍보콘텐츠 운영 - 네이버, 페이스북, 인스타그램, 카카오TV, 유튜브 등
5	대학스포츠 엘리트리그 지원	학생선수 경기력 향상 및 학습권 보장 학내 리그 개최를 통한 대학구성원 참여 문화 형성	1) KUSF 대학스포츠 U-리그 지원: 대학농구리그(남/여), 대학배구리그(남/여), 대학아구리그(남), 대학축구 U리그(남) * 코로나19 관련 소프트테니스, 아이스하키 리그 미개최 2) KUSF 대학스포츠 U-리그 중계 및 머천다이즈 사업 운영 3) KUSF 대학스포츠 U-리그 평가시스템 운영 및 공제서비스 제공 4) KUSF 대학스포츠 U-리그 통합관리시스템 운영 및 개선
6	대학스포츠 클럽리그 지원	대학생 1인 1스포츠 문화 확산 대학스포츠 저변 확대	1) KUSF 클럽챔피언십 운영(농구(남/여), 배구(남/여), 아구, 축구(남/여)) - KUSF 클럽챔피언십 2020 지역예선(종목/부문별 2개 권역) - KUSF 클럽챔피언십 2020 결선대회

※ 출처: 한국대학스포츠협의회(2021), 한국대학스포츠협의회 2020연감

5) 한국프로스포츠협회

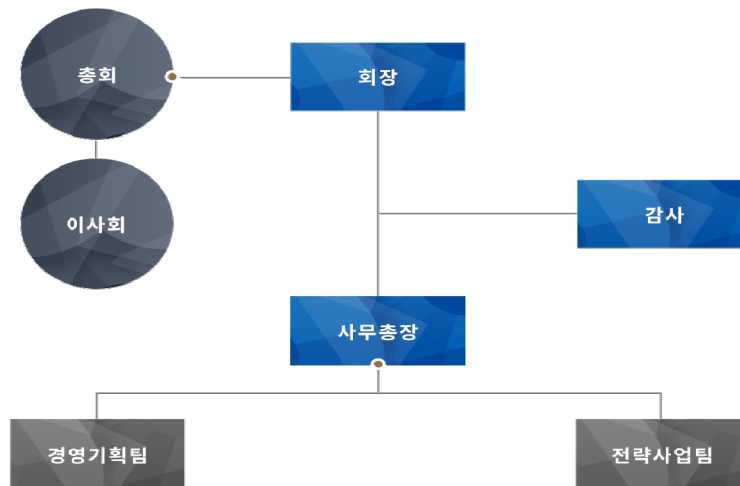
(1) 설립배경 및 목적

2015년 1월 19일 출범한 한국프로스포츠협회는 한국 프로스포츠 수준 향상과 저변확대 및 프로스포츠를 통한 국민의 건전한 여가 도모를 위한 스포츠 활성화와 지역사회의 발전, 국제친선에 기여함을 목적으로 한다. 추진 전략으로는 공정성 제고 및 정책지원, 제도개선 및 조사연구, 프로스포츠 미래전략사업을 전략으로 질적 성장을 통한 자생력 강화에 비전을 두고 있다.

(2) 조직 및 인력

한국프로스포츠협회는 한국프로축구연맹, 한국야구위원회(KBO), 한국프로농구연맹(KBL), 한국여자프로농구연맹(WKBL), 한국프로배구연맹(KOVO), 한국프로골프협회(KPGA), 한국여자프로골프협회(KLPGA) 총 5개 종목, 7개 단체의 프로스포츠 법인으로 구성되어 있다. 회장과 사무총장, 13명 이내의 이사회(회원단체 사무총장 7인, 문화체육관광부 체육국장, 종목별 외부 전문가 5인) 그리고 경영기획팀, 전략사업팀으로 운영된다.

〈표 7-17〉 한국프로스포츠협회 조직도



(3) 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.

6) 국내 고등교육기관

국내 고등교육기관(대학교) 내 국내 스포츠산업/경영 관련 학과는 1995년 남서울대학교에서 최초로 개설하였다. 2020년 기준 국내 스포츠산업/경영 관련 학과는 64개 대학에 65개 학과가 설치 운영되고 있다. 일반적으로 공통 커리큘럼 방식을 채택하고 있으며 전공필수과목은 스포츠경영론, 스포츠마케팅 등으로 구성되어 있다. 졸업 후 진로는 스포츠시설관리자, 스포츠이벤트 기획자, 스포츠 에이전트, 스포츠데이터 분석가, 스포츠클럽 운영가 등을 예시할 수 있다.

〈표 7-18〉 국내 대학 스포츠산업 관련 학과 설치 현황

(단위: 명, %)

	학교명	학과	학부	입학 정원	취업률	석 사	박 사
1	서울대학교	체육교육과	x	38	63.6	o	o
2	연세대학교	스포츠응용산업학과	o	43	-	o	o
3	고려대학교(서울)	체육교육과	x	80	66.7	o	o
4	고려대학교(세종)	국제스포츠학부 스포츠비즈니스전공	o	-	70.8	o	o
5	서강대학교	스포츠미디어 연계전공	o	-	-	x	x
6	이화여자대학교	체육과학부 글로벌스포츠산업 전공	o	-	-	o	o
7	성균관대학교	스포츠과학과	o	74	74.5	o	o
8	한양대학교(서울)	스포츠산업학과	o	30	70.0	o	o
9	한양대학교(ERICA)	스포츠과학부 스포츠문화 전공	x	77	-	o	o
10	경희대학교	체육학과/골프산업학과	o	70	68.3	o	o
11	중앙대학교(서울)	체육학과	x	-	50.0	o	o
12	중앙대학교(안성)	스포츠과학부 스포츠산업 전공	o	120	69.0	o	o
13	한국외국어대학교	국제스포츠레저학부	o	-	-	o	x
14	인하대학교	스포츠과학과	o	64	71.4	o	o
15	국민대학교	스포츠산업레저학과	o	28	-	o	o
16	상명대학교	스포츠건강관리학과	x	33	-	o	o
17	한국체육대학교	스포츠산업학과	o	30	-	o	o
18	아주대학교	스포츠레저학과	o	12	80	x	x
19	단국대학교(천안)	스포츠경영학과	o	40	79.6	o	o
20	백석대학교(천안)	스포츠과학부 레저스포츠산업 전공	o	120	77.3	x	x
21	한국교통대학교(충주)	스포츠학부 스포츠산업학 전공	o	-	81.8	o	x
22	울지대학교	스포츠아웃도어학과	o	-	36	o	x
23	인천대학교	체육학부	o	64	70.9	o	o
24	남서울대학교	스포츠비즈니스학과	o	58	61.8	o	x
25	경기대학교	스포츠과학부 스포츠레저산업 전공	o	114	-	o	o
26	명지대학교	스포츠산업학 전공	o	-	-	o	o
27	서울과학기술대학교	스포츠과학과	o	33	76.7	o	x
28	용인대학교	스포츠레저학과	o	50	62.1	o	o
29	한경대학교	웰니스 스포츠과학전공	o	4	-	o	x
30	충남대학교	스포츠과학과	x	38	67.7	o	o
31	경동대학교(경기 양주)	스포츠마케팅학과	o	40	-	x	x
32	대진대학교	스포츠과학과	o	38	88.9	x	x
33	수원대학교	스포츠과학부 레저스포츠전공	o	105	-	o	x
34	계명대학교	스포츠마케팅학과	o	30	52.0	o	o
35	영남대학교	스포츠과학대학원	x	-	-	o	o



36	부경대학교	해양스포츠학과	o	37	66.7	o	o
37	가톨릭관동대학교	스포츠레저학과	o	-	-	o	o
38	동의대학교	레저스포츠학과	o	-	-	o	o
39	대구대학교	스포츠레저학과	o	45	-	o	o
40	호서대학교	사회체육학과	x	42	-	o	o
41	한라대학교	사회체육학과	o	-	-	x	x
42	한림대학교	체육학과 스포츠경영관리사 트랙	o	50	78.0	o	o
43	인제대학교	스포츠헬스케어학과	o	43	-	x	x
44	경북대학교	레저스포츠학과	o	49	67.9	o	o
45	경일대학교	스포츠학부 스포츠마케팅 전공	o	45	-	o	o
46	세한대학교	스포츠레저산업학과	o	40	-	o	x
47	부산대학교	체육교육과	x	22	34.8	o	o
48	부산외국어대학교	스포츠산업학부	o	-	-	x	x
49	경남과학기술대학교	융합학부 스포츠매니지먼트 전공	o	-	-	x	x
50	조선대학교	스포츠산업학과	o	30	-	o	o
51	제주국제대학교	스포츠산업학과	o	80	-	o	o
52	전북대학교	스포츠과학과	x	-	-	o	o
53	전주대학교	생활체육학과	x	35	70.4	o	o
54	순천향대학교	사회체육학과	x	39	66.7	o	o
55	우석대학교	체육학과	x	55	73.3	o	o
56	위덕대학교	건강스포츠학부 레저스포츠전공	o	70	-	x	x
57	포항공과대학교	스포츠 AIX 융복합 대학원	x	-	-	o	x
58	군산대학교	체육학과	x	28	82.6	o	o
59	서원대학교	레저스포츠학과	x	45	68.0	o	x
60	목포대학교	체육학과(학부) / 레저스포츠학과(대학원)	x	33	66.7	o	o
61	중원대학교	스포츠산업전공	o	30	-	x	x
62	세명대학교	생활체육학과 스포츠산업학 전공	x	40	70.3	o	x
63	공주대학교	생활체육지도학과 스포츠산업전공	x	17	79.2	o	x
64	배재대학교	레저스포츠학과	o	47	-	x	x

7) 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.

2020 스포츠산업 백서

집필진

◆ 책임 기획·편집

- 문화체육관광부
 - 유병채(체육국장)

◆ 집필진

- 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원 스포츠산업연구실
 - 책임집필: 고경진
 - 검토위원: 유익동, 정지명, 김상훈, 김민수, 신성연, 박선영
 - 집필보조: 이호열
- 외부 집필진
 - 김대희(부경대학교), 김자영(한국체육대학교)
- 자문위원
 - 전용배(단국대학교), 조운용(백석대학교), 한진욱(경희대학교) (가나다 순)

◆ 감수

- 문화체육관광부 체육국 스포츠산업과
 - 책임감수: 조상준(스포츠산업과장)
 - 감수위원: 김지은, 윤숙일, 최성훈, 라호선, 강규식, 김경훈, 김은아, 이항