한국스포츠정책과학원 발행(2021. 5. 15)
제2021-5월호(통권 64호)

Sport Industry

SI 포커스

KSPO 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원 Korea Institute of Sport Science

미국 스포츠분야 비대면 산업 및 정책 동향과 시사점

박 선 영(한국스포츠정책과학원)

Ⅰ. 코로나19 확산과 미국 스포츠산업 환경 변화
Ⅱ. 미국 비대면 스포츠산업 시장동향
Ⅲ. 미국 비대면 산업 정책 현황
Ⅳ. 정책적 시사점

요 약

SI포커스 64호에서는 코로나19로 인한 산업변화 및 시장동향에 발맞추어 스포츠산업 정책이 나아가야 할 방향을 모색하기 위해 미국의 스포츠분야 비대면 산업동향 및 정책 현황을 살펴보았다. 이를 통해 코로나19 상황에 능동적으로 대처하기 위해 스포츠산업이 나아가야 할 방향을 점검하고 미국과 국내 정책 및 시장 현황의 비교를 통한 시사점을 도출하였다. 이 보고서는 2020년 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원에서 수행된 「스포츠 분야 글로벌 비대면 산업·정책 동향 분석」의 결과물을 활용[1)]하여 미국 사례를 중심으로 작성되었다. 해당 연구는 국외의 스포츠산업 관련 학계 및 전문 기관에 종사하는 전문가들이 참여하여 국내 연구진과 공동으로 자료 수집과 분석을 실시하고 국가별 정책과 시장현황을 비교하는 방식으로 연구가 진행되었다.

연구의 주요 내용은 다음과 같다. 첫째, 코로나19 확산이 미국의 스포츠산업 환경 변화에 미치는 영향을 살펴보았다. 관람형 스포츠, e스포츠, 홈트레이닝, 사이클링, 골프, 캠핑 등의 변화가 인상적이며, 스포츠 관련 콘텐츠의 플랫폼이 뉴미디어 환경으로 이동하고 있으며, 스포츠 관련 프로그램의 유형 역시 다변화되었다. 따라서 스포츠관련 서비스가 전반적으로 급속하게 비대면 중심으로 전환되고 있는 것을 알 수 있었다.

둘째, 미국의 비대면 스포츠산업 시장 동향을 살펴보면 코로나19 확산 이후 다양한 신규 비대면 제품이나 서비스가 등장하고 있으며, 관람스포츠 역시 비대면 방식을 통해 관람객과 선수들이 소통하는 플랫폼이 만들어졌다. 또한, 개인화된 피트니스 프로그램, 고령자, 청소년 등 맞춤 프로그램이 코로나19 확산 상황에 맞추어 강세를 보였다. 그리고 가상현실, 증강현실 관련 스포츠 용품의 성장이 두드러졌다. 또한 KISWE처럼 비대면 비즈니스가 점점 영역을 확대하고 있다.

셋째, 미국 비대면 산업 정책 현황의 경우 연방정부가 주도하는 사업보다는 종목별 프로리그의 협회 및 각 구단을 중심으로 독립적인 피해지원이 이루어지고 있는 것으로 확인되었다. 그리고 코로나 상황 속에서 스포츠경기를 지속하기 위한 비대면 및 위생 안전을 위한 용품 도입이 활발하게 진행되고 있는 것으로 확인되었으며 안전한 경기를 위한 지침이 마련되고 있었다.

이와 같은 연구 내용을 바탕으로 보고서의 결론에는 코로나19 확산과 미국 스포츠산업 시장 동향 및 정책 현황을 국내와 비교하여 정책적 시사점을 제시하고 있다.

1) '스포츠 분야 글로벌 비대면 산업·정책 동향 분석(한국스포츠정책과학원, 2020.12)' 결과보고서의 미국사례 내용을 발췌·재인용·요약 하여 작성되었음(표, 그림 등 포함).

Ⅰ. 코로나19 확산과 미국 스포츠산업 환경 변화

코로나19 확산은 관람형 프로스포츠를 중심으로 하는 미국 내 광범위한 스포츠 산업 전반의 생태계에 영향을 미치고 있다. 미국의 스포츠는 TV는 케이블, 인터넷 TV와 밀접한 상호관계를 통해 발전을 해왔으며, 코로나19 확산 이후 경기 중단 및 취소로 인해 스포츠이벤트를 재방송하는 빈도가 높아지고 있다. 스포츠경기 중단 및 취소는 다양한 파급효과를 발생시키고 있다. 특히, 광고와 스포츠 TV네트워크는 프로그램 계획·편성 조정과 관련하여 이해관계자들 간 갈등이 발생하여 e스포츠와 같은 새로운 프로그램 편성을 통해 사업영역 조정을 시도하고 있다.

업계에서는 소비자를 유인하기 위한 방안으로 급격히 증가하는 미디어 소비 수요를 기회로 삼고 있다. ESPN 및 Fox Sports와 같은 미국 내 주요 스포츠 방송사는 소비자가 자사의 콘텐츠 서비스를 지속적으로 구매할 수 있도록 클래식 게임, 기존 콘텐츠, 다큐멘터리, e스포츠 등을 방영하고 있다. NFL은 2009년부터 모든 게임을 소비자에게 직접 제공하는 채널인 게임 패스(Game Pass)를 통해 스트리밍 할 수 있도록 하고 있다.

또한, 코로나19 상황에서 사람간의 대면, 신체접촉 등 물리적 상호작용을 수반하지 않는 e스포츠와 온라인 비디오 게임에 대한 소비 수요가 급격히 증가하고 있다. 사회적 거리두기 문화의 확산으로 대면 경제활동 규모는 감소하였지만 사회적 상호작용을 추구하는 소비자들의 온라인 비디오 게임의 수요가 증가했다. 락다운(Lock Down) 이후로 게임 이용시간과 관련 콘텐츠 매출이 크게 상승하였으며, e스포츠에 대한 사용자 참여가 증가하고 있다. 스트림렙스(Streamlabs)의 데이터에 따르면 트위치(Twitch), 유튜브 게이밍(YouTube Gaming), 페이스북 게이밍(Facebook Gaming)과 같은 플랫폼도 서비스 전반에 걸쳐 사용 시간이 약 20% 증가하면서 시장규모가 확대되었다. 2020년 3월 16일부터 3월 22일까지 전 세계적으로 총 158만 개의 게임 타이틀이 판매되었다.

이렇듯 '비대면 시장'이 커지면서 비대면 산업에 대한 투자가 활발해지고 있다. 미국 전역에 걸쳐 코로나19 확산 우려로 인해 홈트레이닝 등 비대면 스포츠 관련 용품의 온라인 매출이 급격하게 증가하고 있다. 코로나19 팬데믹(Pandemic) 기간 비대면·온라인 유통을 기반으로 하는 디지털 및 온라인 소비의 활성화가 급격하게 진행 중이다.

코로나19로 인해 성장한 스포츠산업 분야는 사이클링과 골프, 캠핑 등이었다. 코로나19에 대한 권고 발표 직후, 사이클링 업계는 늘어난 신규 자전거 인구 유입자로 작년 6월에 비해 63% 증가하였다(NPD, 2020). 골프 장비 시장은 2018년과 2019년에 한 자릿

수 성장을 하였지만, 2020년 6월 골프 장비 판매는 51% 증가하였다(NPD, 2020). 텐트 판매량은 2020년 6월, 31% 증가세를 기록했으며, 캠핑 업계는 이를 야외 활동에 제약을 경험하는 소비자들의 자신의 마당에 텐트를 설치함으로써 야외 활동 및 휴식을 취하고 싶은 욕구로 추정하고 있다(NPD, 2020).

코로나19로 인해 후원 및 파트너십이 변화하고 있는데, 코로나19 이전의 주요 스폰서였던 여행사나 항공사 대신 온라인 게임 관련 브랜드와 협력하며 새로운 스폰서를 모색하고 있다. 그리고 스포츠경기 실시간 중계가 줄어들게 되면서 Fox sports나 ESPN 같은 스포츠 미디어들은 라이브 중계 대신 VOD같은 저장된 콘텐츠로 다큐멘터리 시리즈 등의 새로운 프로그램들을 제공하고 있다. 이처럼 콘텐츠의 플랫폼이 케이블TV, 위성TV에서 페이스북이나 유튜브 등의 온라인 뉴미디어 환경으로 이동하고 있다. 특히, 가상 및 몰입형 기술의 급부상이 인상적인데, 가상 기술과 e스포츠를 이용해 코로나19로 인한 대면 서비스의 한계점을 돌파하고자하는 시도가 나타나고 있다. VR기술을 이용해 팬이 실제 경기장에 있는 것처럼 느끼게 하는 등의 새로운 시도도 나타나고 있다.

코로나19로 인해 기존 대면 경제활동이 급속하게 비대면 형태로 전환되고 있다. 지속적인 코로나19 확산으로 인해 향후 글로벌 비대면산업의 규모가 더욱 커질 것으로 전망되고 있다. 세계 각국은 이러한 코로나19 확산 상황에 신속히 대응하고 정책적으로 다양한 대응책을 마련하고 있다. 본 연구에서는 코로나19 관련 미국 정책 사례와 비대면 시장의 동향 파악을 통해 국내 스포츠분야 코로나19 대응 및 비대면산업 활성화 지원 정책의 효율성과 효과성을 향상시킬 수 있는 근거 자료의 확보를 목적으로 이루어졌다.

본 연구에서 제시하는 미국 비대면산업 시장 현황 및 동향 자료는 스포츠산업 이해관계자들의 경영목적 달성을 위한 의미 있는 기초자료가 될 것이며 국내 스포츠산업 지원 정책 확대를 통한 스포츠경제 활성화를 촉진하는 정책수립 근거 자료가 될 것으로 기대된다.

SI포커스 64호에서는 한국스포츠정책과학원에서 수행한 「스포츠 분야 글로벌 비대면 산업·정책 동향 분석」의 결과보고서 중 미국 사례 내용을 바탕으로 미국 스포츠산업 시장 동향 및 정책사례를 통해 정책적 시사점을 제시하고자 한다.

Ⅱ. 미국 비대면 스포츠산업 시장 동향

1. 비대면 스포츠산업 시장 동향

1) 신규 비대면 제품·서비스 사례

① 유튜브 올스타 복싱 토너먼트 시뮬레이션

누적 20만 명 이상의 시청자들이 유튜브(채널명: WBSS)를 통해 8명의 상징적인 헤비급 선수들이 참가하는 올스타 복싱 토너먼트의 시뮬레이션을 시청했다. 결승전에는 무하마드 알리와 마이크 타이슨이 가상 대결을 펼쳤다.

<그림 1> 복싱 토너먼트 시뮬레이션
출처: World Boxing Super Series/WBSS

② Hoka One의 슈 파인더(Shoe Finder) 등장

Hoka One은 직접 착용하지 못하고 구매해야 하는 온라인 쇼핑의 단점을 보완하여, 소비자의 제품 선택을 돕기 위해 슈 파인더(Shoe Finder) 기능을 제공하고 있다. 슈 파인더는 주요 활동(달리기, 하이킹, 피트니스, 재활, 일상용), 성별, 하체 부위별 통증 또는 부상 여부, 걸음걸이, 쿠션 종류 등을 선택하여 소비자가 필요한 최적의 기능을 가진 제품을 구매하도록 도움을 준다.

<그림 2> Hoka one 슈 파인더

출처: Hoka one

③ NBA

NBA TV는 현재 유료 구독자에 한하여 소비자에게 100개의 독점적인 컨텐츠를 제공하고 있다. NBA TV 프랜차이즈인 Center Court를 발표했고, 19-20시즌 동안의 다양한 뷰를 볼 수 있는 Backcourt, Frontcourt 스트리밍 옵션 서비스를 실시하고 있다. Backcourt는 게임 속의 통계 지표를 제공하고 Frontcourt는 NBA 유명인사의 오디오 옵션을 제공한다. 미국 ESPN은 NBA가 경기장에 대형 스크린을 설치해 경기를 관람하는 팬들의 모습을 실시간으로 송출했다. NBA와 마이크로소프트가 협업해 관중석을 만들고, 화상 연결을 통해 경기마다 약 300명의 팬을 출연시켰다.

④ 다양화된 스포츠 관련 비디오 스트리밍 업체

많은 스트리밍 업체들은 각 방송사 특성에 맞게 다큐멘터리 형식, 혹은 라이브 중계 서비스를 제공하고 있다. Stream Layer는 시청자가 소셜 미디어 피드를 통해 다른 사람들

과 채팅을 하고, 상품이나 티켓을 구매하거나, 스포츠 관련 베팅을 가능하도록 하는 서비스를 제공하는 업체이다.

⑤ 액티브 모리셔스(Active Mauritius)[2)]

코로나19로 인해 대면 프로그램이 중단되는 상황에서, 액티브 모리셔스(Active Mauritius)는 고령자의 신체활동 중요성에 대한 인식을 높이기 위해 실버 피트니스 프로그램을 제작했다. 마우리티우스(Mauritius)와 로드리게스(Rodrigues)에서 2018년 시작된 이래 이미 테스트를 거쳤으며 이용자들의 높은 관여도를 입증하고 있다.

⑥ 대륙횡단코치(Coaches Across Continents)[3)]

대륙횡단코치(CAC)는 영연방 사무국의 지원을 받아 불안감, 자존감, 감정의 균형, 스트레스, 외로움 등의 문제를 다루는 놀이 기반의 전문 교육 프로그램을 제공한다. 이 프로젝트는 대륙횡단코치(CAC) 파트너의 96%가 코로나19 대유행의 영향을 받은 청소년들의 정신적 안녕이라는 실제적 당면 과제에 초점이 맞춰져 있다.

⑦ Fitbit

어플 Fitbit coach를 통해 개인의 피트니스 지침을 제공하고 있다. 개인 맞춤형 인사이트, 새로운 챌린지 및 게임, 종합 건강 보고서 등을 포함하는 Fitbit Premium 서비스는 시간 경과에 따른 패턴과 실행 가능한 인사이트를 제공한다.

<그림 3> 웨어러블 디바이스 및 서비스(Fitbit Coach)
출처: www.fitbit.com

⑧ WHOOP

2) 실버 피트니스
3) 스포츠 및 신체활동을 통한 정신건강

WHOOP은 수면, 운동 강도 및 운동에서 신체가 회복되는 방식을 측정하고 이러한 모든 영역을 개선하는 방법에 대한 코칭과 가이드라인을 제시하는 피트니스 웨어러블 디바이스 및 서비스를 제공하고 있다.

<그림 4> 웨어러블 디바이스(WHOOP)
출처: times.com

2) 가상현실, 증강현실 관련 스포츠 용품

① 드리블 업(DribbleUp Inc)의 스마트 공

드리블업은 모든 연령대의 선수들을 위해 고안된 스마트 농구공 또는 스마트 축구공을 제공하고 있다. 앱이 제공하는 훈련 영상을 따라 하면 연동된 앱은 훈련자의 스마트 농구공 또는 축구공 드리블을 추적하고, 이용자의 습관, 잘못된 점을 쉽게 확인할 수 있기 때문에 공 핸들링, 발놀림 등의 기술을 개선할 수 있다.

② 혼합현실(Mixed Reality) 안경 고스트페이서(Ghost Pacer)

고스트페이서 안경은 사용자의 시야에 홀로그램 아바타를 투사하여 속도와 경로를 설정하면 사용자와 함께 달리기를 하는 가상 페이스 메이커(Pace maker, 함께 뛰는 사람)를 생성하여 달리기에 재미와 학습 요소를 제공한다.

③ 스마트 거울 미러

스마트거울인 미러를 보면서 거울에 투사되는 요가, 필라테스, 복싱 등 강사의 모습을 보며 운동을 할 수 있다.

④ 인공지능 가상 케어기버(Virtual Caregiver)

태블릿 단말기를 통해 사용자와 음성으로 소통하는 방식으로 질환에 따른 체중, 체온, 혈압 등 건강상태를 모니터링하고 데이터를 축적한다. 사용자에게 필요한 음식 레시피, 운동방법을 제시하고 비상시에는 24시간 전문 의료인과 연결하는 서비스를 지원한다.

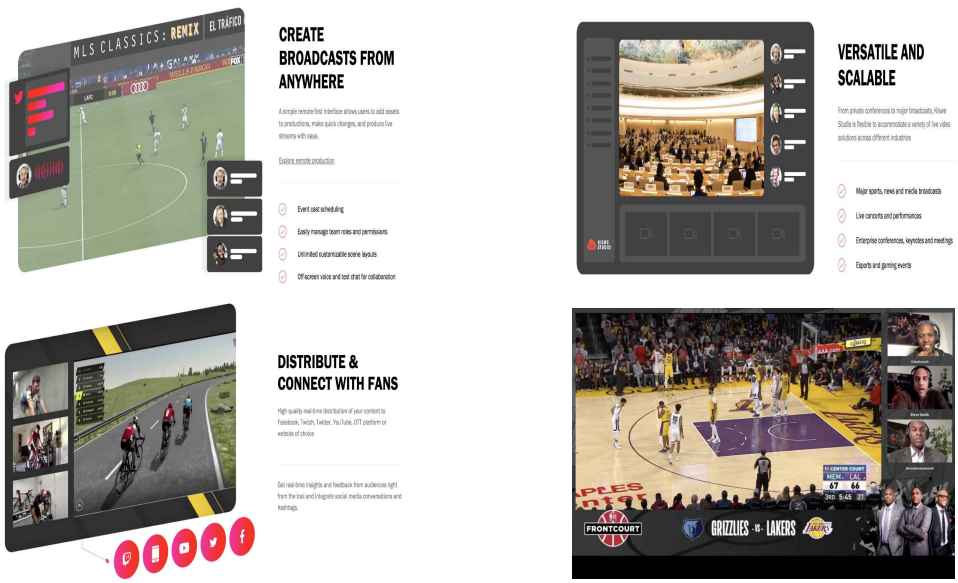
⑤ 램프형 비접촉 건강모니터링 제품(Xandar-kardian)

레이더를 이용해 실내에 있는 사용자의 심박, 호흡, 수면 등의 모니터링 및 추적 서비스를 제공한다. 낙상 감지 기능과 더불어 위급상황 발생 시 버튼, 음성, 움직임으로 구조 요청이 가능하다.

3) 신규 비대면 비즈니스 사례

① KISWE

빅히트엔터테인먼트와 글로벌 파트너십을 체결한 '키스위모바일(Kiswe Mobile)'은 라이브 스트리밍 원천 기술과 클라우드 서버를 기반으로 한 멀티채널 융합기술을 보유한 회사이다. 국내 최대 스포츠마케팅사인 갤럭시아 SM이 지난달 미국 모바일 비디오 스타트업인 키스위에 200만 달러(약 23억 원) 규모의 신규 투자를 진행했다.



<그림 5> 온라인 스포츠 중계 플랫폼(KISWE)

출처: www.kiswe.com/

지난해 미국 5대 방송국 중 하나인 유니비전(Univision)과 공동으로 남미 국가대항 축구대회인 코파 아메리카컵(Copa America Cup)을 중계했으며, 키스위의 핵심 서비스인 멀티앵글 중계와 비디오 영상 클리핑, 공유 서비스로 시청자들의 큰 호응을 얻었다.

시공간 제약 없는 방송 시스템으로, 이벤트 스케줄링, 장면 레이아웃, 음성 및 텍스트 채팅이 가능하며, 원격 코멘테이터 공유, 각 플랫폼(트위터, 인스타그램)의 위젯을 활용하

여 글로벌 고객을 연결하고 있다.

② ShotTraker

2013년에 설립된 ShotTracker 회사는 농구전문 통계분석 회사로서 3가지의 Tech Devices을 이용하여 실시간으로 데이터를 선수, 코치, 팬들에게 전달하여 선수들과 팀의 데이터를 분석하고, 소비자에게는 증강현실 경험을 제공하고 있다. 코치들은 선수들의 실시간 데이터를 경기 중, 후로 받아볼 수 있으며 추가로 이는 팀의 질 높은 전략과 전술을 수립하는 데에 사용된다. 선수들은 자신의 슈팅 퍼포먼스에 관한 모든 정보를 실시간으로 제공받음과 동시에 본인의 퍼포먼스가 전체 선수들 중 어느 정도의 기량을 뽐내고 있는지 실시간으로 알 수 있다. 이러한 통계적 분석 자료들은 실시간으로 ShotTracker의 App을 통해 확인할 수 있다. 팬들은 본인이 좋아하고 팔로우하는 선수에 관한 모든 통계적 분석 자료를 언제 어디서든 ShotTracker의 앱을 통해 받아볼 수 있으며, 이를 통해 증강현실을 경험할 수 있다. 수익규모는 2017년도 5백만 달러(약 50억원), 2019년도 1천4만 달러(약 110억원)이며, 총 5년 동안의 투자 금액은 2,100만 달러(약 210억원)에 달한다.

③ 네이버 밴드

제한된 회원들 간 소식을 주고받을 수 있는 그룹 SNS의 장점을 토대로 동아리, 방과 후 활동 등에서 활발하게 사용되고 있다. 특히 방과 후 활동이 활발한 미국시장에서는 치어리딩, 스포츠 팀 등을 중심으로 사용되고 있다.

Ⅲ. 미국 비대면 산업 정책 동향

미국은 연방정부 아래 50개 주에 이르는 지방정부로 구성되어 있기 각 주에서 자체적으로 이뤄지거나 연방 정부와 협업하여 이뤄지고 있다. 또한, 스포츠에서 각 프로리그는 해당 종목의 협회 및 각 구단의 수준에서 독립적인 정책을 수립 및 시행하고 있다.

1. 미국 보건복지부의 유튜브 영상을 통한 Move Your Way 프로그램 확장

미국 보건복지부는 홈트레이닝의 중요성을 강조하며 프로그램 홍보를 늘려왔다. 공식 온라인 홈페이지를 통해 주간 운동 계획 프로그램을 스스로 만들 수 있도록 하는 활동 플래너를 제공하며, 부모와 자녀가 함께 할 수 있는 다양한 프로그램을 소개하고 있다.

<그림 6> 미국 보건복지부의 Move Your Way 홍보 포스터

2. 프로리그

프로리그 기관 중 구체적인 정책을 시행하는 기관은 메이저리그야구(Major League Baseball), 미국프로농구(National Basketball Association), 프로미식축구리그(National Football League)이며 그 내용은 아래와 같다.

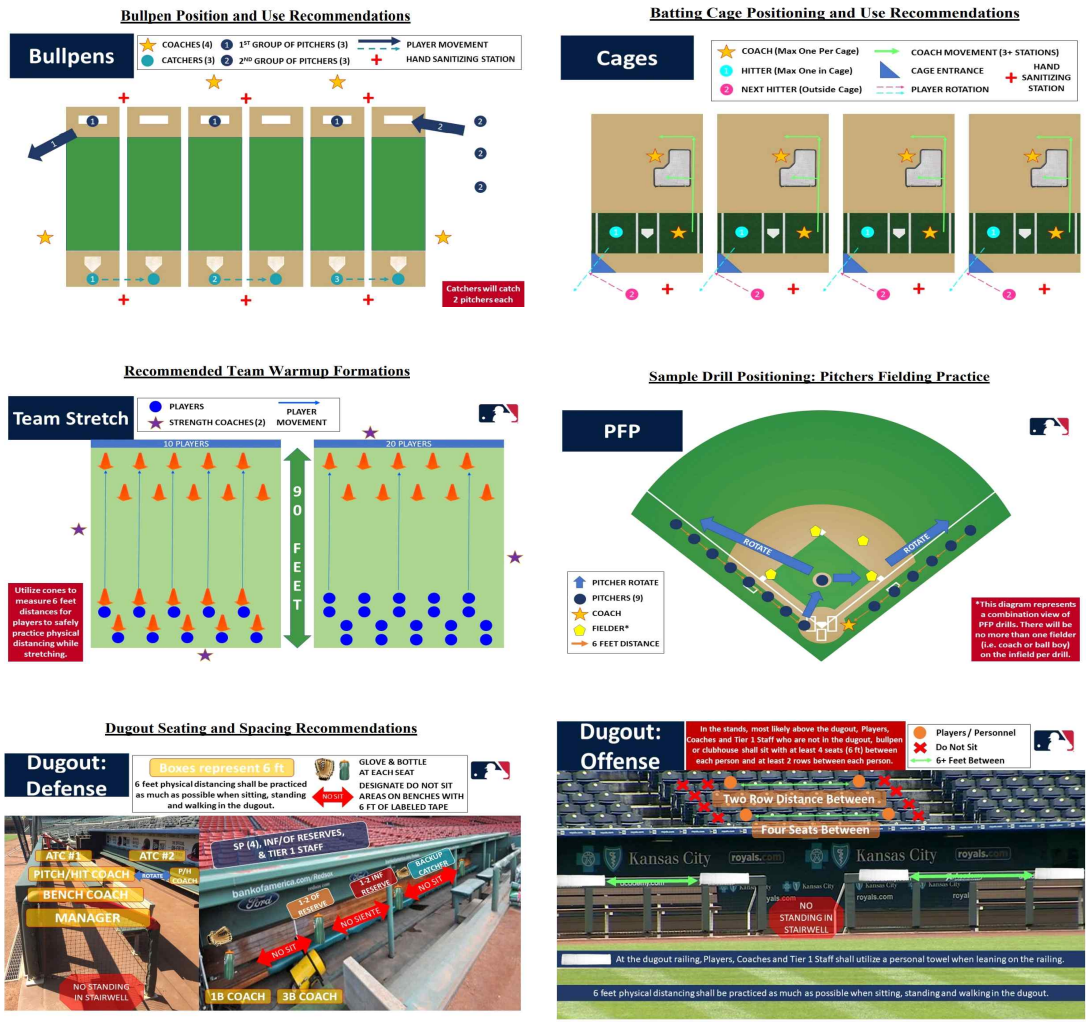
〈표 1〉 코로나19 관련 미국 프로스포츠 리그 대응

리그	내용
Major League Baseball	로봇심판 도입예정 관람기술 개발 및 활용: 팬 경험을 높이기 위한 사운드와 화면을 제공
National Basketball Association	증강현실 농구 슈팅 앱: 홈코트를 통해 무료 여름 캠프 진행 중. 동영상 교육, 과제수행을 통해 경쟁과 재미를 유도하고 있으며, 도전을 통해 상금 제공 중. 마이크로소프트사와 협업한 시청플랫폼'Team Together
	키넥슨의 세이프존 태그: 선수들 간의 신체적, 사회적 거리를 모니터링하고 선수가 COVID-19에 양성반응을 보일 경우 접촉 이력을 추적하는 웨어러블 스마트태그 전자 휘슬: 입이 아닌 손가락으로 소리를 내고, 측면의 스위치로 소리크기 조절이 가능함
National Football League	얼굴 보호막 사용 계획

3. MLB 사례

훈련 시 선수들과 클럽 직원들에게 코로나19 감염을 방지하기 위한 동선 매뉴얼을 작성하고 제시하여 사회적 거리 유지를 권고하였다. 더그아웃 내 사회적 거리 유지를 위해

No-sit zone을 설정 및 감독, 코치, 출전선수, 미 출전선수에 따른 포지션 별 자리배정 매뉴얼 제공 중이다.



<그림 7> MLB 선수 훈련동선 및 포지션별 자리배정 매뉴얼
출처: MLB 2020 OPERATIONS MANUAL

4. NBA 사례

NBA는 홈 코트와 다년간 제휴를 선언하고 투자를 하는 등 파트너십을 유지 하고 있으며, 증강현실(AR) 농구 슈팅 앱인 홈코트를 통해 무료 여름캠프를 진행 중이다. 동영상교육, 과제수행을 통해 경쟁과 재미를 유도하고 있으며, 도전을 통해 상금을 제공하고 있다.

<그림 8> NBA 비대면 홈 코트 어플리케이션

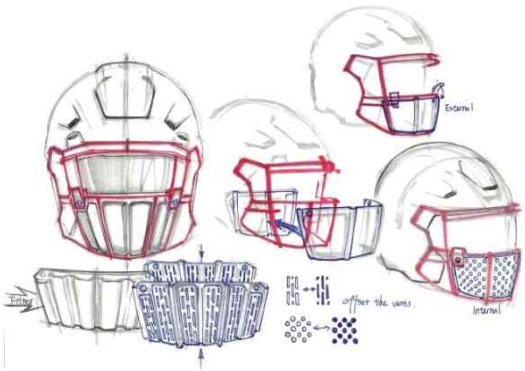
무관중경기가 열리는 코트 주변에 5m 길이의 비디오 스크린을 설치했다. 또한, 각 경기마다 300명 이상의 팬이 스크린에 등장해 응원했다. 로보틱스 장비를 포함한 30대 이상의 카메라와 고성능 마이크를 이용해 시청자들에게 실감나는 경기사운드를 제공한다. 그리고 <그림 10>은 2020년 11월 18일에 ESPN과 NBA에서는 가상 드래프트를 주최할 것이라고 예고한 게시물이다.

<그림 9> NBA 가상응원(마이크로소프트 팀 소프트웨어 이용)

<그림 10> NBA 가상 드래프트

5. NFL 사례

오클리는 전투용 고글제작에 들어가는 안티 포그렌즈와 바이러스 입자를 차단하는 N95 호흡기 마스크를 결합하여 얼굴 보호막을 개발했다. 물리적 접촉이 빈번하고 신체접촉 수준이 높은 미식축구의 종목 특성을 고려해 NFL은 마스크가 아닌 얼굴 보호막을 선수들에게 착용하도록 계획 중이다.



<그림 11> 코로나19 감염 예방 헬멧(Oakley)

또한, 선수들 간의 신체적, 사회적 거리를 모니터링하고 선수가 코로나19에 양성반응을 보일 경우 접촉 이력을 추적하는 웨어러블 스마트태그를 사용 중이다. 사람간의 근접성과 상호작용 시간을 측정 후 다른 선수 혹은 스태프가 1.8m 이내에 위치할 경우 빨간불의 신호가 뜨고, 5초 후에는 소리로 경고를 표시한다. 웨어러블 스마트태그는 NFL과 NBA에서 공동으로 사용 중이다. 이 밖에도 NFL에서는 휘슬(호루라기)을 강하게 불기 위해 비말로 가득한 공기를 힘껏 터트려야 하는 위험성을 고려해 대체상품인 전자 호루라기(휘슬)를 사용하고 있다.

<그림 12> 세이프존 태그(KINEXON)

<그림 13> 비말 확산 방지 전자 휘슬

6. 비대면 관련 주요 정책 및 사례 비교

코로나19 대응 관련 비대면 사업을 한국과 미국의 정책사례별로 비교해서 설명하였다. <표 2>처럼 그 분야는 지원, 공유, 증강현실, 비대면 플랫폼으로 나누어 볼 수 있다. 여기에서는 민간체육시설업자의 비대면 사업 전환지원, 비대면 스포츠 콘텐츠 제작 및 유통경로(플랫폼)구축, 국민들의 유통경로(플랫폼) 참여 확산방안 등 이슈별로 구분하여 비교 설명하였다.

1) 민간 체육시설업자의 비대면 사업 전환지원

문화체육관광부는 민간 체육시설업자가 비대면 사업으로 전환할 수 있도록 '민간 체육시설업자의 비대면 사업 전환지원(400개소)'사업을 추진하고 체육시설업자 및 지도자, 중소 정보통신 기업 등 소상공인이 동반성장할 수 있는 방안을 마련하여 제시하고 있다. 또한, 문화체육관광부와 국민체육진흥공단은 코로나19 바이러스 때문에 어려움을 겪는 스포츠산업을 위해 비대면 스포츠 시장을 본격적으로 육성한다고 밝혔다. 이번 사업은

코로나19로 침체된 민간 체육시설업계가 조속히 극복할 수 있도록 새로운 사업 방식을 제공하고 점차 비대면 선호가 강해지는 미래 사회에 선제 대응할 수 있도록 마련되었다.

이에 반해 미국 뉴욕은 500인 이하 민간 스포츠 관련 체육시설업자에게 대출을 지원해 주며, 그 규모는 3,490억 달러(약 378조원)이다. 그리고 미국골프협회(USGA)는 59개 산하 단체에 비대면 사업의 전환을 위해 500만 달러를 지원하고 있으며, 다양한 프로그램 개발을 통해 프로그램을 확장하고 있다. 한편, 질병 예방 통제 센터는 건강한 사업장을 제안하며 피트니스 센터 설계, 관리 및 건강 증진 프로그램의 다양한 정보를 제공하고 있다. 또한, 미네소타주 보건부는 “STAY SAFE MN”이라는 슬로건으로 체육 시설업에 대한 가이드라인(사회적 거리 관련, 질병예방수칙, 시설관리 수칙 등)을 지속적으로 업데이트를 하고 있다.

2) 비대면 스포츠 콘텐츠 제작 및 유통경로(플랫폼)구축

문화체육관광부는 ‘비대면 스포츠지도(코칭) 유통경로(플랫폼)’ 사업을 추진하고 있다. 이 사업은 콘텐츠 공급자(체육시설업자, 지도자)와 소비자(일반 국민)를 온라인으로 연결하고, 참여자들이 언제 어디서든 원하는 스포츠 활동을 누릴 수 있도록 지원하는 것이다. 이를 통해 체육시설업자나 지도자들은 대면 체육활동을 기피하는 국민들에게 다양한 비대면 스포츠 콘텐츠를 제공할 것으로 기대된다. 또한, 국민체육진흥공단은 수출상담회 방식을 현장에서 화상으로 신속하게 전환하며 화상 상담회 방식에 부응하는 '3D VR e-카탈로그(제품을 360˚로 상세히 볼 수 있는 3D 콘텐츠)'를 제작하여 지원하고 있다. 기존에는 50개사 바이어를 소개했지만 15개사를 추가 확대함과 동시에 광고제작비 및 샘플 해외배송비 등 추가지원을 강화하고 있다.

미국 기업 Kiswe Mobile은 시공간 제약 없는 쉬운 비대면 방송 시스템을 개발했다. 이벤트 스케줄링, 장면 레이아웃, 음성 및 텍스트 채팅이 가능하고 글로벌 고객을 연결하여 원격 코멘테이터 공유가 가능하다. 또한, 각 플랫폼(트위터, 인스타그램)의 위젯을 활용하여 실시간으로 고객과의 소통이 가능하고 여러 플랫폼을 통한 실시간 방송 및 고객 의견 공유(실시간 피드백, 해시태그 등)가 가능한 장점이 있다. 미국 보건복지부는 비대면 운동이 가능한 홈트레이닝의 중요성을 강조하며 ‘Move Your Way’프로그램 홍보를 촉진하고 있다. 또한, 공식 유튜브 계정을 통해 실생활에서 할 수 있는 다양한 신체활동 방안을 소개하고, 공식 온라인 홈페이지를 통해 다양한 플래너와 유용한 정보를 제공하고 있다.

3) 국민들의 유통경로(플랫폼) 참여 확산방안

문화체육관광부는 코로나19로 사회적 거리두기가 일상화되면서 국민들의 스포츠 활동이 제약됨에 따라 이를 해결하기 위한 방안으로 '국민들의 유통망(플랫폼) 참여 확산방안, 유통망(플랫폼) 기능의 공익성과 시장 확산성 등을 주요 기준으로 1개 기관을 선정' 하는 등의 사업을 추진하고 있다.

〈표 2〉 코로나19 및 비대면 관련 한국-미국 정책 비교

구분	국내		미국	
지원	▪'온라인몰'입점 지원	국민체육진흥공단	▪ 500인 이하 스포츠 관련 기업 대출 지원: 총 3,490억 달러 규모	뉴욕주 법무장관 (OAG)
	▪민간 체육시설업자의 비대면 사업 전환지원(400개소)	문화체육관광부		
	▪체육시설업자 및 지도자, 중소 정보통신(IT) 기업 등 소상공인 동반성장 방안	문화체육관광부	▪ 59개 산하 단체에 500만 달러 보조금 지급	미국골프협회 (USGA)
	▪국가 주도의 대규모 투자로 경기 활성화를 주도	문화체육관광부	▪ 스포츠 용품과 피트니스 제품 관련 100개 항목 면세 혜택	미국무역대표부
	▪국가대표 선수 대상 비대면 체력/컨디셔닝 지원	한국스포츠정책과학원	▪ COVID 선수 지원 기금	미국올림픽 패럴림픽 위원회
공유	▪'콘텐츠 공유형' 친환경 가상현실 스포츠실 개발·보급	국민체육진흥공단	▪'Ghost Pacer'혼합현실 달리기 프로그램 제작	KICKSTARTER
증강현실	▪'스마트 스포츠 체험실' 및 '스포츠기업 체험·전시관'신설	국민체육진흥공단	▪ 농구 슈팅 앱	NBA
	▪'스마트 자전거 라이딩도입	국민체육진흥공단	▪ Tech Devices 이용하여 팬들에게 증강현실 경험 선사	ShotTraker
	▪'경기상황 구현' 증강현실 프로그램 개발	국민체육진흥공단	▪ 시뮬레이션 콘텐츠 'iRacing'	Nascar
비대면 플랫폼	▪'비대면'수출상담 도입	국민체육진흥공단	▪ '비대면' 방송 시스템	KISWE
	▪비대면 스포츠 융합인력 양성(600명)	문화체육관광부	▪ 피트니스, 근력운동, 명상 프로그램 제작 및 플랫폼 구축	The Phoneix
	▪비대면 스포츠 콘텐츠 제작 및 유통망(플랫폼) 구축	문화체육관광부	▪ InPACT @ Home 프로젝트	미시간 대학교
	▪국민들의 유통망(플랫폼) 참여 확산방안	문화체육관광부	▪ Move Your Way 프로그램 확장	미국보건복지부
	▪유통망(플랫폼) 기능의 공익성과 시장 확산성 등을 주요 기준으로 1개 기관 선정	문화체육관광부	▪'Team Togrther'시청 플랫폼	NBA

미국 정부기관인 대통령의 스포츠, 피트니스, 영양 위원회(이하: PCSFN)에서는 공공, 민간 및 비영리 기관과 파트너십을 통해 모든 미국인들에게 건강한 삶을 위한 프로그램 및 정보를 제공하고 있다. 비영리 단체 The Phoenix에서는 미국 전역에 피트니스, 근력 운동, 명상 등의 온라인 피트니스 콘텐츠를 무료로 배포한다. 또한, 경기 직관이 힘든 상황에서 NBA와 Microsoft의 협업으로 '투게더 모드'를 통해 팬들이 실시간으로 경기에 참석할 수 있게 했다. 응원하기 버튼을 눌러 환호도 보내며 현장감을 극대화하는 것이 장점이다. 한편, 미시간 대학교는 코로나19 상황에서 학생들의 신체적, 심리적 건강을 유지하기 위해 InPACT @ Home 프로그램을 제공하고 있다. 이 프로그램을 통해 미시간 학생들은 사회적 거리두기 기간 동안 신체활동 및 체육 교육 콘텐츠를 쉽게 사용할 수 있다.

Ⅳ. 정책적 시사점

본 보고서에서는 코로나19 확산으로 인해 미국의 비대면 관련 정책 및 산업 시장 동향에 대해 살펴보았다. 미국의 스포츠산업 시장 동향 및 사례와 한국-미국 정책 비교를 통해 한국스포츠정책과학원에서 수행한 연구[4]가 제시하는 정책적 시사점은 다음과 같다.

1. 유사시 고강도 거리두기 스포츠시설[5] 공유사업 활성화

미국은 코로나19의 확산에 대응하여 시민에게 스포츠 관련 콘텐츠를 제공하기 위한 스포츠시설 대여사업이 유행하고 있다. 반면 한국의 경우 공공시설 위탁 업자가 다른 민간 업자에게 시설을 재임대를 하는 것 자체가 불법으로 취급되어 코로나19와 같은 위기 상황에서 수익을 모색할 수 있는 기회의 폭이 좁다. 코로나19로 국내의 수영장 등 스포츠 관련 공간의 장기간 미사용에 따라 누적되는 적자, 곧 수익 문제를 해결하기 위해서는 민간의 도움이 필요하다. 이를 통해 공공 스포츠 관련 공간의 민간 임대에 관한 법률, 특히 앞서 지적한 현재 정책적, 제도적 제약을 보완하는 방안이 필요하다.

4) 스포츠 분야 글로벌 비대면 산업·정책 동향 분석(한국스포츠정책과학원, 2020년 12월)
5) 스포츠센터, 수영장 등 코로나19 확산으로 인해 미사용되는 스포츠 시설

2. 다중이용 스포츠시설 위생 · 방역 강화 가이드라인 수립

1) 고(高)밀도·다(多)접촉 스포츠시설 특성별 방역 안전 가이드라인 수립·제시

미국 미네소타주 보건부는 슬로건 "STAY SAFE MN" 아래 체육시설업에 대한 구체적인 안전 가이드라인을 지속적으로 업데이트하고 있다. 반면 한국은 사회적 거리두기의 단계별 조치에 따른 체육관 및 운동 시설의 영업시간 통제에 집중한 일관성 없는 정책을 시행하고 있다. 코로나19로 인해 국내 스포츠시설업이 심각한 타격을 입은 상황에서 해당 업계를 보호하기 위하여 더욱 세부적이고 과학적인 안전 가이드라인을 제정하고 제공해야 한다. 이를 통해 소비자들에게 신뢰를 줄 수 있을 만한 스포츠 시설의 위기관리 대비책을 제공해야 한다. 스포츠 시설업과 관련하여 체계적인 가이드라인을 제공하고 있는 미국 질병통제예방센터(CDC)[6]의 '헬스장과 피트니스센터 경영자를 위한 코로나19 관련 정보'를 참고하여, 한국의 실정에 적용 가능하도록 수정 및 보완하여 배부할 수 있다.

2) 코로나19 확산 위험 단계별 위생 및 방역 강화 가이드라인 수립·제시

미국 올림픽 위원회 트레이닝 센터(OPTC)는 Training Center Play Book의 꾸준한 업데이트를 통해 개별 위생관리 프로토콜을 단계별로 상세히 제공하고 있다. 그러나 한국의 경우 이와 같은 노력은 정부 차원에서 거의 제공되지 않고 있다. 코로나19의 부정적 영향을 고려하였을 때, 국가적 차원에서 스포츠시설업에 종사하는 민간 사업자들에게 구체적인 위생 가이드라인을 제공해 줄 의무가 있다. 체육 시설과 관련된 위생관리 프로토콜을 참고할 수 있도록 하는 국민적 캠페인 혹은 프로그램을 제작하여 온라인 플랫폼을 통해 이를 보급하려는 노력이 필요하다.

3. 비대면·온라인 스포츠 참여 활성화를 위한 방안 확보

1) 對국민 온라인·비대면 운동프로그램 제작 및 배포

6) https://www.cdc.gov/

미국 보건복지부는 건강 프로그램 'Move Your Way'에 대한 온라인 홍보를 늘리며 온 가족이 모두 참여할 수 있는 운동 스케줄러를 제공하고 있다. 한국 역시 코로나19 확산 이후 다양한 온라인 캠페인을 진행하고는 있으나 대중에 대한 접근 및 노출이 상대적으로 부족한 상황이다. 코로나19로 운동 부족이 심각하게 증가하는 상황을 고려해야 한다. 이에 국민 전체를 대상으로 하는 운동프로그램을 제작하고 보급하는 데 집중해야 한다. 특히 미국 보건복지부가 온라인 콘텐츠에 대한 홍보를 늘리는 모습을 벤치마킹할 필요가 있다. 대한민국 보건복지부의 공식 유튜브 구독자 수는 6만 명 이상인 만큼 프로그램의 보급과 알림에 가장 적절한 플랫폼이다. 이를 통해 건강 프로그램을 널리 홍보할 수 있을 것으로 예상된다.

2) 비대면 운동프로그램 개발

미국에서는 집에서 할 수 있는 네트워크 기반 트레이닝 장비나 VR을 활용한 홈트레이닝 참여 빈도가 크게 증가했다. 피트니스 관련 어플리케이션 사용자 수도 급격하게 증가함에 따라 비대면 운동프로그램을 위한 운동 도구 판매량 또한 증가했다. 또한, 미국에서는 사회적 약자를 위해서도 비대면 운동프로그램을 개발하여 온라인 커뮤니티와 Zoom을 통해 무료로 배포하고 있다. 반면 한국은 홈트레이닝 보다는 아직 대면 스포츠시설을 활용하는 경우가 많으며, 유튜브를 통한 운동 콘텐츠를 많이 접하긴 하지만 현재까지는 비대면 운동프로그램의 제한점을 극복할 수 있는 콘텐츠 및 플랫폼은 부족한 상황이다. 피트니스 선진국인 미국은 기술력이 좋고 다양한 플랫폼이 존재하기 때문에 국내 실정에 맞는 아이디어를 벤치마킹 하는데 도움이 될 것이다.

코로나19는 현재 소비자들에게 집은 단순한 주거 공간이 아닌 여가 공간의 역할을 수행하는 하나의 허브라는 인식을 갖게 하고 있다. 또한, 기술의 발전과 사람들의 라이프스타일이 변함에 따라 비대면 운동프로그램이 사람들의 연가 생활에 중요한 부분이 될 가능성이 높다. 현재 사회적 거리두기 및 스포츠시설 운영 제한으로 인해 사람들의 에너지 소비 및 신체활동이 줄어들고 있다. 이를 해결하기 위해서는 국내 비대면 피트니스 분야에 뛰어드는 스타트업을 지원하는 정책이 필요하다.

3) 비대면·온라인 피트니스 앱 개발 지원

코로나19의 영향으로 미국의 온라인 피트니스 앱 시장이 크게 성장하며 세계 시장을 선도하고 있다. 국내의 경우 '클래스 101', '라피티' 등이 새로이 온라인 피트니스 사업을 시작하였으나 초기 사업의 특성 상 현재 국제적인 경쟁력을 갖추지는 못하고 있다. 세계적 전염병의 종식 이후에도 온라인 피트니스 사업은 꾸준히 성장할 것이 분명하며, 한국은 국가적 차원에서 국내 피트니스 앱 개발사를 지원하여 경쟁력을 갖출 수 있게 해야 한다. 소비자들이 온라인 피트니스 어플리케이션을 사용하는 데 필요한 전략적 요소를 연구하여 실무에 적용할 수 있도록 하는 학술적 연구가 필요하다. 국가적으로는 온라인 피트니스 앱 개발 스타트업 기업들을 제도적, 재정적으로 지원해 줄 수 있는 정책을 마련해야 한다.

4. 스포츠 통합 정보플랫폼 구축 및 비대면 콘텐츠 제공

1) 스포츠 관련 온라인 플랫폼

코로나19 확산으로 인해 선수와 팬들의 훈련 상황, 경기 상황에서 바이러스 감염 우려가 발생했다. 이에 미국의 키넥슨 세이프존 태그는 선수들 간의 사회적 거리를 모니터링하고 선수가 바이러스에 감염되었을 경우 접촉 이력을 추적하는 웨어러블 태그를 개발했다. 이와 같은 플랫폼에 착안하여 훈련하기를 원하고, 관람하기를 원함과 동시에 안전한 환경을 원하는 선수와 팬들에게 스마트폰 앱, 웨어러블 디바이스 앱을 개발함으로 포스트 코로나19시대에 안전한 환경에서 훈련과 관람을 진행할 수 있는 스포츠 환경을 제공할 필요성이 있다.

2) 통합 정보플랫폼 구축을 통한 피트니스, 근력운동, 명상 등 스포츠 종목 및 차별화된 콘텐츠 생산·유통·소비 활성화

피트니스의 대표적인 선진국인 미국에서는 이미 사회적 거리두기에 따라 버추얼 클래스와 같은 다양한 콘텐츠와 플랫폼 형태가 많이 나오고 있다. 코로나19 이후 미국의 많은 게임 회사 및 피트니스 플랫폼의 수익과 사용 시간이 증가했다. 변화된 일상으로 가중된 스트레스와 불안감을 스스로 관리하는 모바일 앱이나 플랫폼 수요가 확대됐다. 한국 또한 피트니스 플랫폼사용빈도가 높아지고 있는 추세이다. 모바일 앱 및 플랫폼은 사

용하기 편리하여 코로나19 상황에서 효과적인 건강관리를 가능하게 할 것으로 예상된다. 국내에서도 한국형 피트니스 관련 플랫폼을 형성하기 위해 스타트업을 육성하고 지원하려는 노력이 필요하다. 결국 코로나19 상황을 통해 변화하게 될 사람들의 신체적, 정신적 건강에 대한 인식을 위한 정부 주도적 대안과 정책이 필요하며 플랫폼 구축을 위해 국가 차원의 전방위적 지원이 필요하다.

5. 디지털 트랜스포메이션 내재율 향상을 통한 비대면 서비스 접근성 강화

1) 스포츠 교육

미국 전역 대부분의 학교가 학업을 온라인으로 대체하면서 학생들 대부분이 온라인 수업에 의존하고 있다. 온라인으로 수업이 가능한 에듀테크(education+technology) 플랫폼을 통해 운동프로그램을 접하고 있다. 미시간대학교에서는 미시간에 거주하는 어린이들을 위해 가상 피트니스 수업을 제공하고 아이들의 건강과 식습관을 개선하는 프로젝트를 수행하고 있다. 반면 한국은 학생들을 위해 충분한 가상현실 스포츠 교육을 제공하지 못하고 있다. 코로나19로 인해 한국의 대부분 모든 학교에서도 원격수업을 진행하는 만큼 학업 성취도와 신체적 활동의 감소가 사회적 문제로 떠오르고 있다. 학생들이 집에서 쉽게 참여할 수 있는 신체 교육 프로그램 및 플랫폼의 개발이 절실한 상황이다. 교육부, 보건복지부, 문화체육관광부 그리고 민간 기업이 함께 협력하여 초등학생부터 대학생 더 나아가 성인까지 아우를 수 있는 스포츠 및 건강에 관련된 교육 프로그램 및 플랫폼 개발이 필요하다.

2) 헬스 케어

미국은 정신건강 치료와 관리도 디지털화가 빠르게 진행 중이며 사회적 거리 두기 상황에서 디지털 헬스 또한 이상적인 대안으로 주목하고 있다. Rock Health(2020)에 따르면 미국 내 투자 분야에서 헬스 케어 분야는 꾸준히 상위권을 차지하고 있으며 2020년 6월 기준 한화 5조 9778억원 정도로 전례 없는 자금이 조달 되었다고 분석하고 있다. 사람들은 집에서 보내는 시간의 연장은 건강을 악화시킬 수 있으며, 이는 건강한 삶을 유지하기 위한 제품과 서비스에 투자하고 있다. 한국 또한 디지털 헬스케 어 분야가 점

차 확대하려는 움직임을 보이고 있으며 새로운 플랫폼 및 프로그램도 점차 증가 추세를 보이고 있다. 디지털 헬스가 정신 및 신체 질환의 치료 및 관리가 가능한 이상적인 대안으로 주목받으며 앞으로도 지속적인 형태로 발전할 것으로 보인다.

의료계에서도 언택트 문화에 따라 감염위험을 줄이기 위한 원격진료 및 비대면 건강관리 서비스의 헬스 케어 부분도 상당히 중요하다. 국내에서도 따른 디지털 헬스 케어 산업의 발전과 기술 동향을 공유하기 위한 포럼이나 교육 등 활발한 움직임을 통해 디지털 헬스케어의 지속적인 발전을 도모해야 한다. 이와 더불어 코로나19로 인해 개인뿐만 아니라 기업, 정부 또한 정신적, 신체적 스트레스 완화를 위한 디지털 방식의 건강관리 지원이 필요할 것으로 보인다.

6. 사회 · 경제적 취약 및 소외 계층 스포츠 참여 확대 방안 마련

미국은 영연방 사무국과 협력하여 액티브 모리셔스(Active Mauritius)라는 노인 피트니스 프로그램을 만들어 활발하게 운영하고 있다. 노인의 신체활동의 중요성을 이미 인지하고 코로나19가 발생하기 전인 2018년부터 시작되었다. 뉴 시니어의 웰웨이징(Well-aging)을 위해 미국의 티비티 헬스(Tivity health)에서는 실버 스니커즈(Silver Sneakers)를 운영하고 있다. 이 회사는 건강보험회사와 연계하여 1만 3 천개의 피트니스 센터를 65세 이상 시니어에게 제공하고 있다. 이처럼 미국에서는 노인들의 육체적, 정신적 건강을 유지하는 데 도움을 주고 있으나 국내에서는 시니어 피트니스와 관련된 서비스가 많지 않은 실정이다. 신체적 활동이 줄어 쉽게 사회적 고립감에 노출된 노인들도 중요한 대상이라고 할 수 있다. 언택트 문화를 고려하여 상대적으로 디지털기기 활용이 많아졌지만, 기술적 수용도가 낮은 시니어 계층의 특성을 고려했을 때 비대면 피트니스 프로그램 제공에 어려움으로 작용할 위험성도 존재한다. 경제적으로 열약한 지역 및 기술의 혜택이 적은 지역에 거주하고 있는 노인들에게 비대면을 기반으로 한 디지털 정보뿐만 아니라 정보 접근성에 대한 격차를 줄이는 방안 및 정책이 필요하다.

7. 스포츠 업종 및 종목별 특성에 따른 지원 차별화

1) 스포츠 시설

코로나19로 인해 스포츠 관련 시설의 활용도가 떨어진다. 특히, 경기장에 팬들이 입장함으로 수입을 얻는 관람 스포츠가 엄청난 타격을 입었다. 미국의 경우 직접 관람이 어려워지자 비대면 시청 플랫폼을 제공하였고, 팬들이 경기장에 돌아왔을 때 안전하게 경기를 관람할 수 있도록 다양한 시도를 하고 있다.

2) 스포츠 용품

2020년 미국 스포츠용품 시장은 전년 대비 3.1% 성장한 144억 달러 규모로 전망되어 코로나19 상황에서 미국인들의 건강에 대한 관심이 증가하고 있는 것을 확인할 수 있다. 특히, 미국의 스포츠용품 시장 요구는 발달한 스포츠 산업 더불어 건강을 중시하는 스포츠 인구 증가에 따라 포스트 코로나19 상황에서도 꾸준하게 성장할 것으로 전망된다. 이러한 변화는 한국의 스포츠 용품업계가 제도적, 재정적 지원을 통해 미국 시장에서 경쟁력을 더욱더 향상시키며, 미국 내 새로운 사업 기회를 모색할 수 있는 좋은 기회가 될 수 있다.

3) 스포츠 베팅

미국의 모든 주가 베팅이 합법화가 된 것은 아니지만 전국적 스포츠베팅의 합법화 물결과 코로나19의 여파로 모바일과 PC를 이용한 베팅 참가자 수가 증가하였다. 합법화된 미국 내 주의 스포츠 온라인 베팅 산업은 현재도 지속적으로 확산 중에 있는 가운데, 한국은 국민체육진흥공단 아래 기금 조성 사업으로 '체육진흥투표권' 즉 스포츠토토를 운영 중에 있다. 그러나 일반 국민들의 사행성에 대한 부정적인 인식과 함께 음지에서 이루어지고 있는 불법 스포츠도박으로 인해 어려움을 경험하고 있다. 음지에서 행해지고 있는 스포츠 도박의 불법적 요소에 대한 확실한 제도와 부정적 인식을 개선할 만한 시스템 구축이 필요하다. 스포츠 베팅산업에 대한 규제를 보다 완화 및 보완하여 스포츠 베팅을

통한 수익 창출로 수익금을 해당 종목에 재투자하는 선순환 하는 시스템 구축하는 정책이 필요하다.

4) 가상현실 사업

코로나19로 인해 많은 스포츠 경기가 무관중 상태로 열리게 된 상황에서 스포츠팬들이 생중계만을 통해 경기를 소비할 수 있게 되었기 때문에 소비자의 만족을 높이기 위한 리그들이 더욱 다양한 시도들 하는 계기가 되었다. 이를 위해 NBA가 19-20시즌 동안에 가상 스크린에 팬들이 입장하여 다양한 뷰를 볼 수 있는 Backcourt, Frontcourt 스트리밍 옵션을 제공한다고 발표했다. 이에 국내 경기에서도 경기 관리자와 모바일 비디오 기업, VR기업과 협업하여 멀티앵글 관람, 1인칭 시각 등의 기능을 추가하여 스포츠 팬들은 집에서 경기를 시청하더라도 현장에서 보는 것처럼 경기를 즐겁게 볼 수 있으며, 경기에 대한 관람만족감을 향상시킬 수 있는 방안이 필요하다.

Sport Industry SI 포커스

발간목적:

「SI (Sports Industry) 포커스」는 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원에서 수행하는 연구 및 사업의 결과물에 대한 심층·추가 분석을 바탕으로 스포츠산업 이해관계자의 합리적 경영의사결정을 위한 정보를 제공하고자 합니다.

발행처: 한국스포츠정책과학원 스포츠산업연구실

김상훈(스포츠산업연구실, 실장 / 책임연구위원)
황종학(스포츠산업연구실, 수석연구위원)
유의동(스포츠산업연구실, 수석연구위원)
정지명(스포츠산업연구실, 책임연구위원)
김민수(스포츠산업연구실, 선임연구위원)
고경진(스포츠산업연구실, 선임연구위원)
신성연(스포츠산업연구실, 연구위원)
박선영(스포츠산업연구실, 연구위원)