

# 스포츠산업 이슈페이퍼

## ISSUE PAPER

### 글로벌 스포츠베팅 시장의 현황과 국내 정책 수립 방향

박성배(한양대학교)

- I 기술 혁신과 글로벌 스포츠베팅 시장의 성장
- II 스포츠베팅 합법화에 대한 근거와 논리
- III 스포츠베팅 산업을 바라보는 정부의 시각과 정책 방향
- IV 결론 및 시사점

# I. 기술 혁신과 글로벌 스포츠베티팅 시장의 성장

## 1. 기술 혁신과 스포츠산업의 발전

최근 스포츠산업은 4차 산업 혁명이라고 불리는 기술 혁신을 통해 많은 발전을 이뤘다. 스포츠산업은 빅데이터, 인공지능, AR/VR/MR, 5G/6G 통신망, 로봇틱스, 메타버스, 대체 불가능 토큰(NFT: Non-Fungible Token), 드론, 4D 카메라, 가상화폐, 3D 프린팅, 블록체인, 클라우드 컴퓨팅 등 기술 혁신의 혜택을 가장 많이 본 산업군 중 하나로 손꼽힌다. 이러한 기술 발전은 과학적이고 체계적인 플랫폼을 통해 팀 성적과 선수의 기량을 향상시킬 수 있는 환경을 만들었으며, 무선 방송·통신·4D 카메라 기술은 전통적인 방송국 중심에서 휴대폰 등 모바일 기기를 통한 무선 방송(OTT: Over the top) 서비스로의 급격한 플랫폼 전환을 가져왔다. 스포츠리그, 구단과 선수는 SNS를 비롯한 다양한 경로를 통해 팬들과의 쌍방향 소통을 할 수 있게 되었으며 4D 카메라와 같은 영상 기술은 양질의 콘텐츠를 만드는데 일조했다. 센서 및 스캐닝 기술의 발전, 그리고 스마트 앱을 기반으로 한 스마트 경기장의 등장으로 팬들로 하여금 구단 및 경기장 직원들과의 어떠한 물리적 접촉 없이도 입장권, 식음료, 기념품 구매 등의 소비활동을 영위할 수 있게 하였다.

메타버스의 등장은 스포츠산업에 새로운 흐름과 방향성을 제시하였다. 메타버스 기술의 발전을 통해 스포츠대회와 이벤트를 실제 경기장이 아닌 가상공간에서 개최할 수 있게 된 것이다. 예고 없이 찾아온 코로나19로 인해 각종 스포츠대회와 이벤트들이 우후죽순으로 취소되어 코로나19가 빨리 사라지기만을 기다리고 있던 2020년에 NASCAR와 같은 자동차 경주대회는 비디오 게임과 유사한 형식으로 가상공간에서 실제 대회를 성공적으로 개최하였다. iRacing과 iNASCAR로 불리는 자동차 경주대회에 참가한 레이서들은 각자 집에 설치된 레이싱 시뮬레이션 운전석(Racing Cockpit Kits)에서 실제 경주와 동일하게 자신의 경주용 시뮬레이션 자동차를 운전하였고 수많은 팬들은 가상공간에서 이를 시청하고 응원했다. 대회마다 차이는 있겠지만 NASCAR경기를 중계하려면 수백 명의 관계자들이 경기장에 모여 많은 준비를 해야만 했다. 일반적으로 수만 명에서 많게는 10만 명이 넘는 팬들이 경기장을 찾아 관람하고 경주용 차량마다 설치된 카메라와 경기장내 설치된 수백 대가 넘는 카메라를 통해 중계되던 전통적인 방식에서 그동안 상상했던 방식으로 새로운 변화가 생긴 것이다. 대회 주최자들과 참가자들이 현장에 가지 않고 가상공간에서 스포츠대회와 이벤트를 개최하고 운영할 수 있는 첨단 시스템이 만들어졌다.

빅데이터 산업의 발전은 그동안 일반인들의 시각에서는 다소 이해하기 어려웠던 각종 통계·정보 데이터를 시각화 프로그램을 통해 훨씬 더 이해하기 쉽게 만들었다. 더 나아가 빅데이터 분석 기술은 스포츠의 가장 기본적인 핵심적인 본질 중 하나인 '경기 결과 예측의 불확실성'에 도전장을 내밀었다. 다시 말해서, 스포츠 경기를 매력적이게 만드는 관람하는 가장 큰 요인은 '어떤 팀이 승리할지', 혹은 '어떤 선수가 우승할지 모른다'는 경기 결과의 불확실성인데 각종 응용 통계 프로그램 및 머신러닝을 통해 경기 결과를 맞추려는 다양한 시도가 벌어지고 있다. 예를 들면, 8년 전부터 미국 대학 농구 토너먼트인 '3월의 광란(March Madness)'을 앞두고 글로벌 IT기업 중 대표주자인 구글은 대회가 열리기 전 또 하나의 이벤트 'Google Cloud & NCAA Competition'를 개최하였다. 전공과 학벌에 상관없이 이 대회에 참가하는 68개 대학 농구팀의 결과를 실제 경기 결과와 가장 가깝게 맞춘 지원자에게 총 10만 달러(1등: 25만 달러, 2등: 15만 달러, 3등: 1만 달러 등)에 달하는 상금을 내걸고 관심 있는 사람이라면 전공과 학벌에 상관없이 참여할 수 있다. 지원자들은 경제학, 수학, 통계학, 컴퓨터

공학, 소프트웨어 개발 관련 학과 등 다양한 분야에서 지원했으며 지난 80여 년에 걸쳐 수집한 4천만 개가 넘는 경기 결과 데이터를 분석해야 했다. 종이와 펜을 사용하여 직접 경기 결과를 예측할 수도 있고, SQL, Pandas, R, Apps Script, 파이썬, 모델러 등의 머신 러닝을 할 수 있는 시뮬레이션 프로그래밍 도구를 사용할 수 있다. 스포츠경기 결과를 정확하게 맞추는 것은 신의 영역이라 완벽하게 예측하는 것은 불가능하다. 아무리 훌륭한 선수라도 어제의 컨디션과 오늘의 컨디션이 같을 수도 없을 뿐만 아니라 기계처럼 매번 같은 수준의 기량을 선보일 수 없기 때문이다. 그럼에도 불구하고 빅데이터와 머신러닝, 신경망 기술의 발전은 그동안 범접할 수 없는 영역을 달성 가능한 것처럼 만들어내고 있다.

## 2. 스포츠산업의 법과 제도 선진화의 중요성

글로벌 기업들의 기술 혁신은 마치 가속 페달을 밟은 것처럼 점점 더 빨라지고 있다. 세상에 나온 지 얼마 되지 않은 신기술·신제품이라고 하더라도 팬들은 별다른 이유 없이 쉽게 식상해 하기도하고, 새로 나온 또 다른 기술·제품으로 관심을 돌리기도 한다. 하루에도 수백 개가 넘는 새로운 기술, 신상품, 서비스 앱들이 시장으로 쏟아져 나오지만 그 중 일부만 팬·고객의 관심을 받는 것이 현실이다. 비디오심판이라고 불리는 VAR(Video Assistant Referee)이 나올 때만 해도 축구 팬들은 VAR 기술의 혁신을 찬양하며 공정한 경기 운영에 큰 도움이 될 거라고 많은 기대를 했지만 이미 이 기술에 대해 식상함을 느끼는 팬들이 증가하고 있다. 아무리 스포츠 산업에 새로운 변화를 가져올 것으로 많은 기대를 모으는 유용한 기술이라고 하더라도 팬들의 기대치를 충족시키지 못하거나 법, 규정 등 제도적 뒷받침 없이는 스포츠산업에서 퇴출되고 만다. 법과 제도의 보완 없이 신기술을 이용해 개발된 혁신 상품들이 어떻게 빛을 발하지 못하고 금세 사라졌는지 다음의 사례를 통해 살펴보자(Agnihotri & Bhattacharya, 2020).

2008년 수영복 제도 업체인 스피도(Speedo International)에서 많은 비용과 시간을 투자해 ‘LZR 레이스’라는 혁신적인 수영복을 개발했다. LZR 레이스 수영복은 전신수영복 형태로 물속에서 선수들의 부력을 돕고, 수중 동력(Hydro-dynamics)을 증가시키는 당시에는 매우 획기적인 제품이라는 많은 이들의 찬사를 받았다. ‘수영 황제’라고 불리는 미국의 마이클 펠프스(Michael Phelps) 선수는 이 수영복을 입고 2008년 베이징올림픽에서 혼자 8개의 금메달을 획득하기도 했다. 이 수영복을 입고 수영대회에 참가한 선수들은 2008년 한해에만 130개가 넘는 세계 신기록을 세웠다. 하지만, 국제수영연맹은 LZR 레이스 수영복이 공정한 경기 운영을 침해한다는 이유로 2009년부터 사용을 금지하였다. LZR 레이스 수영복에 반영된 기술이 오히려 수영실력을 공정하게 판단하는데 방해가 된다고 하니 얼마나 아니러니 한가?

2012년 골프공 제조업체인 폴라라 골프(Polara Golf)는 전 세계 골퍼들의 고민을 해결하는데 도움이 되는 골프공을 개발했다. 이 업체가 개발한 공은 슬라이스나 훅이 날 수 있는 확률을 약 75% 감소시키는 기능이 있다. 골퍼가 스윙하는 순간 공의 저항력을 극대화 시켜 공이 왼쪽이나 오른쪽 방향으로 휘어지는 대신 정면으로 날아가도록 설계되어있다. 하지만 이 공 역시 2012년 미국골프협회에서 금지하였다.

2020년 도쿄올림픽대회에서도 이와 유사한 분쟁이 발생했다. 도쿄올림픽대회를 앞두고 국제육상연맹은 나이키에서 만든 러닝화(나이키 줌엑스 베이퍼플라이)를 금지할 것인가에 대한 논쟁에 휩싸였다. 2019년 10월에 비엔나에서 열린 마라톤 대회에 케냐의 선수 율리시드 킵초게(Eliud Kipchoge)가 나이키가 만든 ‘베이퍼플라이’를 신고 나와 경기를 했다. 이 대회에서 비공식기록이긴 하지만 킵초게는 그동안 스포츠과학자들이 ‘인간의 한계’라고 정한 마의 2시간 벽을 깨고 우승하는 ‘사건’이 벌어진 것이다. 비슷한 시기에 미국 시카고에서 열린 마라

톤 경기에 참가한 브리지드 코스게이(Brigid Jepchichir Kosgei)는 이 운동화를 신고 16세 나이로 2시간 14분의 기록으로 세계 신기록을 세우기도 했다. 2018년에 열린 마라톤 대회 수상자 36명 중 25명, 그리고 12명의 우승자 중 8명이 나이키의 베이퍼플라이를 신었다는 사실은 그저 우연이 아니었다. 미시건대학교 스포츠과학과의 박사과정 학생의 논문을 보면 베이퍼플라이는 밑창이 36mm로 두꺼워 스프링의 효과를 발생시키는데 실제 실험 결과 3시간에 마라톤을 완주하는 선수에게는 약 6분의 감소 효과가 있고 4시간에 마라톤을 완주하는 선수에게는 약 8분 정도의 기록을 단축시킬 수 있다.

위의 사례들처럼 스포츠 연맹 및 연합, 리그 및 구단의 규정이 시대의 흐름에 맞게 개선되지 못한다면 아무리 훌륭하고 유용한 기술이라고 하더라도 빛을 보지 못하고 시장에서 퇴출될 수 있다. 스포츠베팅이 바로 여기에 해당된다. 스포츠베팅은 철저한 규제 산업이다. 스포츠베팅에 필요한 선수와 구단의 경기력 정보와 데이터를 체계적이고 과학적으로 수집, 저장, 분석하는 다양한 통계 툴과 소프트웨어들이 개발되었지만 스포츠베팅을 정부가 허가하지 않는다면 이러한 고급 분석 기술은 곧 시장성(marketability)을 잃고 말 것이다. 미국의 경우 2018년 미국 뉴저지주 대법원 판결로 스포츠베팅이 허용되자마자 다른 주에서도 조속히 스포츠베팅을 합법화하기 위한 법안을 만들었다. 지금까지 27개 주 및 미국의 수도인 워싱턴 DC에서 스포츠베팅을 합법화했으며 4개 주에서는 법안이 통과되어 조만간 스포츠베팅이 허용될 예정이다(Legalsportsreport.com). 또한 3개 주는 현재 스포츠베팅 합법화를 위한 법안을 준비하고 있어 미국의 약 70%에 달하는 지역에서 스포츠베팅이 가능해질 예정이다. 뛰어난 스포츠 경기력 분석 및 승부 예측 기술을 보유한 글로벌 IT 및 스타트업 기업들은 점점 더 많은 국가에서 스포츠베팅이 합법화되기를 희망하고 있다.

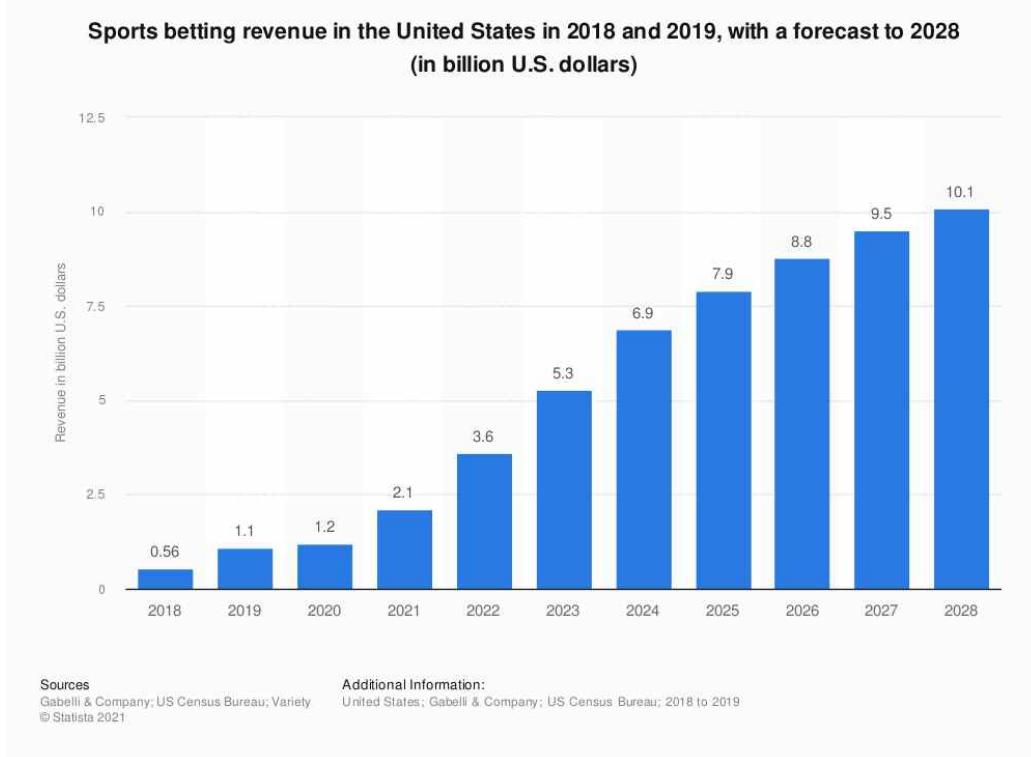
### 3. 경기 예측과 스포츠베팅 시장의 성장

스포츠산업의 전문가들은 인공지능, AR·VR·MR, 웨어러블, 메타버스, NFT, e스포츠 등이 앞으로 글로벌 스포츠산업을 이끌 핵심 동력으로 꼽는다. 또한 글로벌 스포츠 시장의 트렌드와 이슈를 출판하는 미국의 스포츠비즈니스 저널(Sports Business Journal)과 영국의 스포츠비즈니스(Sport Business)의 내용을 봐도 글로벌 스포츠산업의 트렌드를 파악하는데 도움이 된다. 얼마 전부터 이들 잡지의 내용 구성에 큰 변화가 생겼는데 바로 스포츠베팅이 새로운 섹션으로 편성된 것이다. 다시 말해서 스포츠베팅에 관한 기사는 다른 분야인 스포츠마케팅·스폰서십, 스포츠방송·미디어, 스포츠경기장·시설, 스포츠테크놀러지, e스포츠, 올림픽 및 스포츠 거버넌스 등과 더불어 독자적 영역으로 확대되어 매주 새롭고 풍부한 읽을거리로 넘쳐나고 있다. 스포츠베팅은 데이터 분석 기술과 매우 밀접하게 연관되어 있고 데이터 분석 기술·프로그램·통계기법에 대한 내용이 풍부해질수록 스포츠베팅 산업에 대한 관심과 기대는 커지고 있다.

스포츠 데이터자료의 통계적·수학적 분석은 1970년대 중반부터 본격적으로 시작되었다. 이 당시 선수 정보 및 경기 결과 데이터는 철저히 수작업을 통해 기록되었으며 경기 결과와 팀 성적에 미치는 요인 분석 등의 간단한 계량 분석은 아날로그 방식을 통해 이루어졌을 뿐 지금과 같이 정확한 승부 예측을 위한 복잡하고 체계적인 분석도구는 존재하지 않았다. 이로부터 반세기가 지난 요즘, 전문 데이터 수집·분석 기업이 등장하고 예전에는 상상할 수 없었던 대용량 컴퓨팅 기기를 통해 시간과 장소의 구애를 받지 않고 관심과 열정만 있으면 그리 어렵지 않게 접근이 가능해졌다. 또한, 고급 통계분석 프로그램과 다양한 알고리즘 언어는 신경망 분석과 머신러닝 등 시뮬레이션 분석을 가능하게 했다. 아마존 웹 서비스(AWS), 스포트레이더(Sportradar AG: 스위스), 구글 클라우드 플랫폼, IBM 클라우드, 넘버파이어(NumberFire: 미국), 지니어스 스포츠(Genius Sports: 영국),

옵타 스포츠(Opta Sports: 영국)등의 업체는 전 세계 우수 프로스포츠리그와 업무협약을 맺고 공식 데이터를 리그 및 팬들에게 제공하고 있다.

글로벌 스포츠베팅 시장의 규모는 점점 더 커지고 있다. 미국의 경우 스포츠베팅이 합법화된 2018년에는 약 80조(670억 달러)로 추정되는데 2028년까지 매년 약 10.1%의 성장률을 보일 것으로 전망된다(Grand View Research, 2021년 9월). 스포츠베팅 산업으로 얻을 수 있는 수입의 규모 역시 꾸준히 성장할 것으로 보이는데 2018년 약 7천억 원(5억 6천만 달러)에서 2028년 12조(101억 달러)에 달할 것으로 예상된다<그림 1 참고>.



<그림 1> 미국 스포츠베팅 시장의 예상 수입 (출처: www.statista.com)

## II. 스포츠베팅 합법화에 대한 근거와 논리

### 1. 스포츠베팅 합법화로 인한 긍정적 가치 및 혜택

전 세계 불법 스포츠베팅 산업의 규모가 약 150조원이 넘는 것으로 알려진 상황에서 스포츠베팅의 합법화를 주장하는 사람들의 목소리는 점점 더 커지고 있다. 스포츠베팅의 합법화를 주장하는 사람들의 논리는 다음과 같다. 암시장에서 불법으로 행해지던 스포츠베팅 산업을 양지로 끌어올려 합법화시켜 그 동안 불법 스포츠베팅업자들이 독점했던 엄청난 규모의 도박 수익을 스포츠산업에 재투자해야 한다는 것이다. 이를 구체적으로 살펴보면, 스포츠베팅을 합법화 했을 때 가장 큰 혜택을 보는 집단은 일차적으로 해당 스포츠 리그와 구단 및 선수들이다. 스포츠 리그는 리그 경기에 베팅되는 총 금액의 일정 비율을 수수료 명목으로 거두고 있다(수수료의 명칭은 리그마다 다른데 일반적으로 로열티(loyalties) 혹은 진실성 비용(integrity fees)이라 불림). 미국 프로농구인 NBA 경우, 총 베팅 금액의 1%의 수수료를 받는다(Heitner, 2018). 미국 프로풋볼리그인 NFL은 23억 달러 (약

2조 5천억 원), 그리고 미국 프로아이스하키리그인 NHL는 219백만 달러(약 2천 300억 원)의 수수료를 챙겼다(Fullerton, McCall, & Dick, 2020). 이러한 수수료는 매년 적게는 2천억 원에서 많게는 수조 원에 이르기까지 리그에 따라 조금씩 차이가 있지만 그 규모는 매년 점점 커지고 있다. 스포츠베팅을 허가하는 프로스포츠 리그는 리그의 경기와 관련된 데이터 등의 공식 정보를 스포츠베팅 업자에게 판매하여 부가수익을 얻을 수 있다. 실제로 스포츠베팅이 합법화된 영국과 미국 같은 나라에서는 비공식 불법정보와 데이터를 스포츠베팅에 이용해 피해를 본 사례가 늘어나고 있음. 스포츠베팅이 합법화된 국가에서 경기 결과 및 선수 성적에 관한 실시간 데이터의 가치는 점점 증가하고 있으며 방송중계권과 같이 공식 데이터에 대한 금전적 가치 또한 높아지고 있다.

스포츠베팅에 참가하는 팬들이 스포츠리그 공식 홈페이지뿐만 아니라 각종 SNS에 접속하는 방문 횟수가 늘어남에 따라 리그의 광고 수입도 증가하고, 스포츠베팅에 참여하는 팬들이 많아질수록 스포츠중계 시청률도 상승하여 방송국과의 중계권 협상에도 유리한 위치를 선점할 수 있는 기회를 제공한다. 실제로 미국 뉴저지주에서 2018년 스포츠베팅이 합법화된 후 라이브 경기의 시청자 수가 급격히 증가된 것을 볼 수 있으며 '2019년 미국에서 시청률이 높은 TOP10 생방송 중 9개가 스포츠중계였다'는 사실을 미루어볼 때 스포츠베팅은 라이브 스포츠경기의 시청률에 긍정적인 영향을 끼친다는 것을 알 수 있다. 닐슨 리포트에 따르면, 미국 풋볼리그인 NFL 시청자 중 25%가 스포츠베팅에 참가하며 이들의 경기 시청 분량은 스포츠베팅에 참여하지 않은 시청자들보다 많은 것으로 나타났다. 또한, 스포츠베팅을 하는 시청자는 전체 중계 중 47% 이상을 시청하는 것으로 나타났는데, 이는 스포츠베팅에 참여할수록 경기 시청 시간이 증가한다는 것으로 입증한다(Fullerton et al., 2020). 스포츠베팅 산업으로부터 수천억 원에서 수조 원에 이르는 추가 수입을 거두고 있는 미국의 프로스포츠리그는 각 리그에서 정한 샐러리캡의 규정에 따라 이 수입을 리그에 속한 선수들과 나눠야 한다. 결국, 스포츠베팅의 합법화는 해당 리그에 속한 선수들의 연봉상승을 가져온다. 경기장 시설 관련 업자들 역시 스포츠베팅을 통해 수입을 거둘 수 있다. 경기장 내에 스포츠베팅 시설을 만들고 베팅업자들에게 임대할 수 있으며 경기장 내 배너 광고를 통한 광고 수입을 거둘 수 있다.

스포츠 방송사 역시 라이브 스포츠경기의 시청률 제고를 통해 광고 수입이 증대되고, 방송 중계 전 Pre-game Show와 같은 프로그램을 만들어 스포츠베팅에 도움이 되는 경기 자료 및 데이터를 제공할 수 있다. 스포츠베팅의 합법화에 가장 큰 권한을 지닌 정부 역시 그동안 불법 스포츠베팅 시장에서 거둘 수 없었던 세금을 부과하여 세수를 확보할 수 있을 뿐만 아니라 베팅 수익에 대한 소득세를 추가로 거둘 수 있어 일거양득의 효과를 기대할 수 있다. 또한, 정부는 합법 스포츠베팅 업체를 선정하는 과정에서 사업 허가세(licensing fees)를 부과하여 세수를 늘릴 수 있다. 요즘과 같이 조세 저항에 대한 반발이 커지고 있는 상황에서 스포츠베팅업과 관련된 기업 및 팬들에게만 세수를 확보할 수 있다는 점은 스포츠베팅의 합법화가 정부에게 더욱 매력적으로 보이는 이유라고 할 수 있다. 정부는 스포츠베팅으로 거둬들인 엄청난 추가 수입을 사회 전체의 발전과 번영을 위해 사용할 수 있다. 스포츠산업 뿐만 아니라 교육, 교통, 및 사회 인프라에도 재투자할 수 있다. 스포츠리그 및 구단은 스포츠베팅 수입을 통해 경기 운영의 질적 향상과 팬 경험 증대에 필요한 경기장 신축 및 재건축 등을 실현할 수 있다. 마지막으로 스포츠베팅을 합법화하면 오랫동안 큰 골칫거리였던 불법스포츠베팅업체가 감소될 것이며 새로운 일자리 창출에도 도움이 된다는 주장을 하고 있다. 즉, 불법스포츠베팅업자로부터 피해를 입어왔지만 불법스포츠베팅이라 어떤 도움도 받지 못하는 위험 사각지대에 있던 스포츠판들 역시 줄어들 것이라고 주장한다.

<표 1> 스포츠베팅의 합법화로 인한 긍정적 가치 및 혜택 요약

순번	기관/조직	긍정적 가치 및 구체적 혜택
1	스포츠리그	수수료 수입을 통한 리그의 신규 수입 증대
		리그의 공식 통계 및 정보(경기데이터) 판매를 통한 수입 증대
		경기 앱/공식 홈페이지를 통한 리그 광고 수입 기회
		스포츠베팅업체에 대한 스폰서십 기회 확대
		라이브 스포츠경기 시청률 증가에 따른 중계권 비용 상승
2	스포츠구단	신규 온/오프라인 팬의 증대
		구단의 인지도 상승
		팬덤 증가
		구단 경기의 생중계 기회 확대
		해당 리그의 베팅 수입 배분을 통한 구단 수입 증대
		구단 가치 상승
		구단의 수입 증대로 인한 선수 연봉 상승 기회
		구단의 스폰서십 기회 확대
3	스폰서기업	스포츠베팅을 위한 경기장 시설 활용 기회 확대
		선수 연봉 증가
		후원 기업들의 새로운 플랫폼 활용 기회 확대
		스포츠베팅을 통한 새로운 프로모션 기회 활용
4	스포츠팬	높은 시청률로 인한 기업의 로고 및 이미지 노출 기회 증가
		다양한 고객층 접근 기회 증가
		팬들에게 고급 경기 정보 및 데이터 제공
		경기에 대한 관심 및 재미 증가
		스포츠베팅에 대한 여가 활동 기회
		(스포츠베팅 업체로부터) 무료 게임 제공
5	방송국	리그/구단/선수에 대한 관심 및 경기에 대한 지식 증대
		시청률 증가
		광고 수입 증가
		시청자에게 다양한 경기 정보 및 데이터 제공 기회 확대
		Pre-game 쇼 등을 통한 신규 프로그램 제공
6	정부/사회 전반	방송국 앱을 통한 스포츠베팅 관련 홍보 수입 증대
		(스포츠베팅 복권 판매 및 베팅 수익을 통한 소득세 등의) 세수 증가
		스포츠베팅 업체로부터 받는 사업 허가세 (라이선싱 수수료) 수입
		스포츠베팅으로부터 걷어들이는 세금은 교육 및 다양한 사회 인프라 산업에 재투자
		불법 스포츠베팅의 업체 및 참여자 감소
		새로운 일자리 창출

## 2. 스포츠베팅업체들의 시장 침투 전략

스포츠베팅이 합법화되자마자 오랫동안 사행산업 시장을 이끌었던 글로벌 카지노 업체들은 너나할 것 없이 매우 적극적으로 스포츠베팅 시장에 침투하기 시작했다. 이들이 주로 사용하는 전략은 매우 강력하다. 첫 번째는 스포츠베팅업체들과 스포츠리그 및 구단과의 업무 제휴이다. 스포츠베팅업체들은 스포츠베팅에 필요한 공식 스포츠데이터를 스포츠리그 및 구단으로부터 얻을 수 있고, 스포츠리그 및 구단은 스포츠베팅에 전문성을 갖춘 카지노 업체들에게 스포츠베팅 업무를 대행시킴으로써 상호보완적 관계를 구축할 수 있다. 예를 들면, 세계적 카지노 업체인 시저스 엔터테인먼트사(Caesars Entertainment)가 영국의 스포츠베팅전문 업체인 윌리엄 힐(William Hill)을 인수합병 하는가 하면 MGM은 미시건주의 인디언 카지노업체들과 업무 제휴를 맺고 스포츠베

팅 시장 점유율을 높였다. 또한, 윌리엄 힐은 NHL 뉴저지 데블스 구단과 스포츠베팅 사업 관련 독점계약을 체결하였고, 미국 프로축구리그인 MLS는 MGM 카지노 기업에게 스포츠베팅관련 전반의 업무를 대행하도록 했으며(Gray, 2019) NFL은 시저스 엔터테인먼트사와 스포츠베팅 후원계약을 맺는 등 시장 선점을 위해 발 빠른 움직임을 보이고 있다. 스포츠베팅 업체들은 경기장 같은 스포츠 시설에도 스포츠베팅 룸을 설치하는 등 적극적인 투자에 나섰다. 라스베이거스에 기반을 둔 NHL 경기장에 MGM은 여러 대의 스포츠베팅 키오스크를 설치하여 경기장을 찾는 팬들에게 편의를 제공하는 한편, 스포츠 바(bar)와 유사한 형태의 치킨·맥주 레스토랑 체인을 운영하고 있는 버팔로 와일드 윙즈(Buffalo Wild Wings)는 일부 레스토랑에 스포츠베팅 키오스크를 설치해 식당을 찾는 스포츠팬들이 스포츠베팅에 직접 참여할 수 있는 시범 사업을 벌이고 있다. 온라인 베팅 사이트를 이용하는 사람들이 점점 많아지고 있지만 일시적이고 일회성으로 즐기려는 스포츠베팅 팬들은 키오스크와 같은 자동판매기를 선호하는 편].

스포츠베팅업체들이 시장에 침투하는 두 번째 전략은 바로 스포츠베팅에 대해 검증되지 않은 잘못된 정보를 의도적으로 전달하는 것이다. 스포츠베팅 업체들은 스포츠에 대한 해박한 지식과 정보를 갖고 있는 스포츠팬들은 스포츠베팅에서 우위에 있고, 경기 결과에 영향을 미치는 운은 생각보다 그리 중요하지 않다고 끊임없이 강조하면서 팬들을 현혹시킨다. 실제로 유튜브에는 카지노에서 제작한 '왜 스포츠베팅을 해야만 하는가?'에 대한 내용이 담긴 동영상들이 많이 올라와 있음. 이것은 스포츠베팅을 즐기는 팬들로 하여금 스포츠베팅이 갖는 위험성을 의도적으로 축소하는 동시에 스포츠베팅에서 승산이 꽤나 높다는 것을 강조하는 홍보·프로모션이다 (Lopez-Gonzalez, Estevez, & Griffiths, 2017). 즉, '더닝 크루거 효과(Dunning-Kruger effect)'라고 부르는 이론을 이용하여 팬들을 유혹한다. 더닝 크루거 효과는 '어떤 분야에 대한 얕은 지식을 많이 알고 있는 것 같다고 느끼는 경향'이라고 정의할 수 있다. 다시 말해서 스포츠를 즐겨보는 스포츠팬들을 스포츠전문가와 같은 경기에 대한 해박한 지식이 있고 온라인에 돌아다니는 경기 예측 등을 잘 이해하며, 스포츠베팅에서 이길 수 있다는 잘못된 자기 확신을 만들도록 유도하는 것이다. 스포츠베팅업체들은 이러한 스포츠팬들의 심리를 이용하여 그들이 스포츠베팅에 더욱 깊숙이 관여하기를 원한다.

스포츠베팅업체들의 세 번째 전략은 스포츠베팅을 하는 사람들의 동기를 철저히 분석한 후 이러한 동기요인을 역으로 이용해 팬들에게 접근하는 것이다. 아직까지 스포츠베팅을 해보지 않은 팬들에게는 스포츠베팅 시장에 발을 들여놓게 하고, 스포츠베팅 경험을 해 본 팬들에게는 베팅 액수를 늘리도록 하려는 시도를 한다. Bruce(2013)의 연구에 따르면, 스포츠베팅을 하는 동기는 금전적 소득, 친목 교류, 지적 능력 도전, 열광·열정이다. 이 중에서 가장 큰 동기는 금전적 소득이라고 할 수 있는데, 많은 노력을 하지 않고도 소득을 얻을 수 있다는 점과 자신이 잘 알고 좋아하는 스포츠 경기를 대상으로 한다는 점이 많은 사람들에게 매력적으로 보일 수 있다. Bulboaca & Tierean(2021)의 연구에 따르면 스포츠베팅에 참가한 사람들 중 약 68.9%가 금전적 요인이 스포츠베팅을 하는 가장 강력한 이유라고 답한 바 있다. 스포츠베팅업체들은 이러한 스포츠팬들의 심리를 이용하여 스포츠베팅을 크게 홍보하고 있다. 특히, 스포츠경기를 시청하면서 10-20달러 정도의 베팅을 참여하는 것은 너무나도 자연스러운 행위라는 메시지를 꾸준히 전달한다. 마치 맥주 회사들이 스포츠경기를 시청하면서 많은 사람들이 맥주를 마시는데 이것은 매우 자연스러운 현상이라는 프레임을 만들어 광고하는 것과 유사한 방식.

두 번째 동기 요인인 친목 교류는 스포츠베팅과 관련하여 다른 사람들과 스포츠베팅에 대한 정보와 지식을 주고받아 같은 취미를 가진 사람들과 함께 즐길 수 있는 기회를 제공하는 것을 말한다. 스포츠베팅이 금지된 국가에서 불안하게 숨어서 하는 불법 행위가 아닌 다양한 SNS 플랫폼을 통해 즐길 수 있는 합법적인 취미와 여가활동이라는 사실을 강조한다. 예를 들면, 트위터와 같은 소셜 미디어는 스포츠베팅에 참여하는 팬들에게 경기



가 시작하기 전에 경기와 관련된 다양한 통계 수치, 선수 정보 및 관련 뉴스를 제공하면서 많은 스포츠베팅 팬들을 끌어 모으고 있다. 온라인 플랫폼의 등장으로 스포츠베팅부터 정산에 이르기까지 원스톱으로 진행되고 있다는 것도 영향을 미친다. 스포츠베팅의 디지털화 및 온라인화는 스포츠베팅 행위를 동료들과 함께 쉽고 간편하게 즐길 수 있는 취미와 여가 활동으로 인식하게 만들었다. 이를 증명이나 하듯 미국의 뉴저지 주에서 벌어지는 스포츠베팅의 약 80% 이상이 스포츠베팅 앱을 통해 온라인상에서 진행되었다(Woods, 2019). 더 나아가 가상화폐 계좌와의 연동을 통해 스포츠베팅을 더 쉽고 간편하게 만들고 있다(Delfabbro, et al, 2021). 세 번째 동기인 지적 도전은 앞서 설명한 더닝-크루거 효과와 깊은 관련이 있다. 오랫동안 즐겨온 스포츠에 대한 많은 지식을 지니고 있어 스포츠베팅에 자신 있어하는 스포츠팬들을 대상으로 ‘스포츠베팅 토너먼트’ 등 다양한 행사를 통해 그들을 자극하는 것이다. 대부분의 경우 그들의 승부 예측에 적잖은 오류가 있음을 발견할 것이며, 일부 예측에 성공한 스포츠베팅 팬들은 자신의 능력에 더욱 확신을 갖게 되어 스포츠베팅에 더욱 깊이 빠지게 될 것이다. 어떤 이는 소위 ‘초심자의 행운 오류’에 빠져 자신의 능력을 과대평가하여 더 많은 손실을 입게 될 것이다. 정확한 지식과 정보가 없음에도 불구하고 스포츠베팅에 성공할 수 있는 가능성이 존재한다는 것을 잊지 말아야 한다. 이러한 극단적인 행운에 따른 성공이 마치 자신이 스포츠베팅에 숨은 실력을 지니고 있는 전문가라고 착각하는 일이 없어야 한다. 스포츠베팅업체들은 스포츠베팅 팬들에게 어떠한 주의나 경고의 메시지를 전달하지 않는다는 사실을 반드시 염두에 두어야 할 것이다.

네 번째 요인인 열광·열정(enthusiasm)이야말로 스포츠베팅 참가자들이 정신적으로 느끼는 쾌락의 정수인 동시에 자칫 잘못하면 도박 중독에 빠지게 하는 매우 치명적인 독이 될 수 있다. 스포츠베팅업자들은 스포츠베팅 팬들의 이러한 열광·열정이 식지 않도록 다양한 형태의 베팅 프로그램을 제공한다. 이러한 프로그램을 라이브 액션(live action) 혹은 경기 중 베팅(in-game betting)이라고 부르는데, 단순한 경기 결과 및 스코어를 맞추는데 그치지 않고 경기 진행 중에도 끊임없이 베팅할 수 있는 기회를 만들어 팬들을 현혹시킨다. 축구 경기의 경우, 승부 예측이나 최종 스코어를 맞추는 단순 베팅뿐만 아니라 어시스트를 하는 선수 맞추기, 경기 득점 시간 맞추기, 코너킥 수 맞추기 등 경기가 끝날 때까지 벌어질 수 있는 다양한 이벤트 및 퍼포먼스에 대해 베팅할 수 있는 기회를 제공해 팬들의 열정이 식지 않도록 한다. 문제는 바로 수많은 잠재적 스포츠베팅 팬들이 스포츠베팅의 잠재적 위험성을 제대로 인식하지 못한 채 스포츠베팅 업체들의 고도 전략에 그대로 노출되어 있다는 사실이다. Parke et al.(2014)은 도박이 부정적인 영향을 미친다는 사실 그리고 특히 자기 통제가 없는 사람들의 경우 스포츠베팅을 경계해야 함에도 불구하고 그들에게 스포츠베팅이 지나치게 긍정적이고 재미있는 레저 활동 정도로 묘사되고 있다는 사실에 대해 경각심을 가져야 한다고 주장한 바 있다.

### Ⅲ. 스포츠베팅 산업을 바라보는 정부의 시각과 정책 방향

#### 1. 스포츠베팅의 합법화에 대한 주요 쟁점

스포츠베팅을 합법화 할 것인가 아니면 금지할 것인가는 각 국가가 처한 상황, 국민들의 정서 그리고 정책 기조에 따라 다르다. 영국, 스페인, 호주 등은 일치감치 스포츠베팅 시장을 개방했고, 미국과 독일은 정부의 감독과 통제 아래에서 최근야 스포츠베팅산업을 합법화했다. 중국을 비롯한 여러 아시아 국가들은 스포츠베팅을 전면 금지하여 사행산업으로부터 국민들을 철저히 보호한다. 우리나라의 경우는 정부가 독점권을 보유하고 경

마, 스포츠투토, 경륜, 경정 등 일부 사행산업을 자체적으로 운영중이다. 스포츠베팅 산업을 합법화 할 것인가에 대한 논의를 시작하기 위해서는 다음과 같은 쟁점에 대한 충분한 논의를 거쳐야 한다<표2 참고>. 스포츠베팅을 허용할 것인가? 아니면 철저히 금지시킬 것인가? 혹은 국가가 독점적으로 운영·관리할 것인가? 이럴 경우, 국가가 운영·관리하는 스포츠베팅 산업은 스포츠베팅이 갖고 있는 본질적 문제(경제적 파산, 도박 중독 및 대인기피 등의 정신질환 등)를 해결할 수 있는가? 또한 민간 카지노 업체에는 허용되지 않는 스포츠베팅업체를 국가가 독점(직영 및 위탁) 운영하는 것은 과연 형평성에 맞는 것인가? 스포츠베팅을 허용하면 불법 스포츠베팅은 과연 사라질 것인가? [일례로, 스포츠베팅과 유사한 미국 대마초 산업의 경우에 대마초판매를 합법화한 주에서 불법 대마초 거래가 사라졌는지를 살펴보니 그 전과 비해 별 차이가 없었음. 그 이유는 합법화 된(세금이 포함된) 대마초를 구입하는 데 드는 비용이 불법 거래 대마초 가격보다 훨씬 높았고, 합법 대마초 판매소에서 대마초를 구매할 경우 대마초 구매 한도, 구매자 신분 확인 등 여러 가지 규제로 인해 맘대로 대마초를 거래하기 불편하기 때문] 스포츠베팅과 관련한 승부조작 등의 불법·금지 행위를 탐지하고 추적할 수 있는가? 정부와 관계 기관은 가상 화폐 등을 통한 자금 세탁 등의 불법 행위를 제대로 단속할 수 있는가? 스포츠베팅을 운영·감독하는데 필요한 빅데이터 기업은 알고리즘을 통해 불법 스포츠베팅을 추적하거나 사전에 차단·금지시킬 수 있는 충분한 기술적 노하우를 축적하고 있는가? 합법·불법 스포츠베팅에 빠지는 청소년을 비롯한 도박 중독자에 대한 예방·교육·치료에 대한 대비책은 잘 되어 있는가? 불법적 승부조작에 영향을 끼치는 감독, 선수, 심판 등에 대한 교육·관리·처벌에 관한 제대로 된 운영·관리 규정은 존재하는가? 스포츠베팅을 합법화했을 때 수익을 어떻게 분배할 것인가? 스포츠베팅은 스포츠산업의 장기적 발전에 약이 될 것인가 독이 될 것인가?

<표 2> 스포츠베팅의 잠재적 문제점 및 해결 방안

NO.	주요 쟁점	내용 및 사례
1	스포츠베팅의 중독 위험성	결코 간과할 수 없는 스포츠베팅 중독에 대한 위험성
		스포츠베팅 업체는 이러한 위험성에 대한 적극적 고지를 하지 않는다 스포츠베팅 중독에 대한 책임은 누구에게 있는가?
2	금전적 손실 가능성	스포츠베팅으로 인한 금전적 손실의 위험성을 제대로 인지하는가? 스포츠베팅으로 인한 금치산자와 같은 경제적 파산자 양산 가능성
		청소년 및 도박중독자들에게 무방비로 노출되는 스포츠베팅 광고/홍보를 어떻게/누가 차단할 것인가? 스포츠베팅에 대한 교육 및 홍보 프로그램은 잘 되어 있는가? 스포츠베팅 중독자를 위한 치료 및 재활 프로그램은 어떠한가? 비용은 누가 책임질 것인가?
3	스포츠베팅에 대한 교육 및 과도한 노출 방지	스포츠베팅에 대한 국민정서 및 고객·소비자들의 성숙도
		스포츠베팅에 대한 국민정서는 어떠한가? 스포츠베팅에 대한 팬/소비자들의 태도는 성숙한가? 스포츠베팅에 잠재적으로 영향을 미치는 불법 사례 (감독, 선수, 심판 등에 의한)에 대한 관리 및 처벌에 대한 문제는 없는가? 스포츠베팅을 합법화하면 과연 불법 스포츠베팅은 사라질 것인가? 스포츠베팅을 규제하고 통제하는 시스템은 제대로 갖춰져 있는가? 스포츠베팅에 불법적으로 관여하는 행위를 추적하고 방지하는 빅데이터 기술은 존재하는가?
4	스포츠베팅에 대한 국민정서 및 고객·소비자들의 성숙도	스포츠베팅을 통해 양질의 일자리는 창출될 것인가? 스포츠베팅의 가치(혜택)와 비용(피해) 분석은 철저하게 진행되었는가? 스포츠베팅이 가져올 잠재적 피해에 대한 대비는 잘 되었는가?
		스포츠베팅을 통해 양질의 일자리는 창출될 것인가? 스포츠베팅의 가치(혜택)와 비용(피해) 분석은 철저하게 진행되었는가? 스포츠베팅이 가져올 잠재적 피해에 대한 대비는 잘 되었는가?
5	스포츠베팅을 효과적으로 운영·통제하는 시스템·제도	스포츠베팅을 통해 양질의 일자리는 창출될 것인가? 스포츠베팅의 가치(혜택)와 비용(피해) 분석은 철저하게 진행되었는가? 스포츠베팅이 가져올 잠재적 피해에 대한 대비는 잘 되었는가?
		스포츠베팅을 통해 양질의 일자리는 창출될 것인가? 스포츠베팅의 가치(혜택)와 비용(피해) 분석은 철저하게 진행되었는가? 스포츠베팅이 가져올 잠재적 피해에 대한 대비는 잘 되었는가?
6	스포츠베팅의 가치 손익 분석	스포츠베팅을 통해 양질의 일자리는 창출될 것인가? 스포츠베팅의 가치(혜택)와 비용(피해) 분석은 철저하게 진행되었는가? 스포츠베팅이 가져올 잠재적 피해에 대한 대비는 잘 되었는가?
		스포츠베팅을 통해 양질의 일자리는 창출될 것인가? 스포츠베팅의 가치(혜택)와 비용(피해) 분석은 철저하게 진행되었는가? 스포츠베팅이 가져올 잠재적 피해에 대한 대비는 잘 되었는가?

글로벌 스포츠베틱 시장이 급변하면서 스포츠베틱을 바라보는 각 국가들의 입장에도 변화가 느껴진다. 2018년 미국에서 스포츠베틱이 허용되면서 현재까지 27개 주와 미국의 수도인 워싱턴 D.C.에서 스포츠베틱이 합법화되었으며 이 외에도 여러 주에서 스포츠베틱 합법화 법안을 논의 중이다. 미국은 스포츠베틱 합법화 후 나타나는 문제점을 영국의 사례를 통해 사전에 조사 분석한 후 미국에서 유사한 문제가 발생하기 전에 합리적인 대책방안을 강구한 바 있다. 스포츠베틱 산업의 발전은 스포츠산업 규모를 대폭 늘렸으며 새로운 형태의 수익 구조를 통해 리그, 구단, 선수, 방송국, 후원 기업, 팬들에게 다양한 긍정적 혜택을 창출하고 있다. 하지만 스포츠베틱은 도박 중독자 양산과 사행 산업의 확산 등 사회에 미칠 수 있는 부정적 파급효과가 매우 크기 때문에 스포츠베틱을 허용할 것인가에 대한 논의는 매우 신중히 접근할 필요가 있다. 특히 스포츠베틱의 특성상 이를 합법화했을 때 다시는 그 전으로는 돌아갈 수 없다는 사실을 상기할 필요가 있다. 다시 말해서, 스포츠베틱을 통해 재미와 짜릿함을 경험한 팬들은 스포츠베틱이 없었던 과거로 절대 회귀할 수 없을 정도로 스포츠베틱은 매우 강력한 중독성을 갖고 있다. 스포츠베틱의 완전한 합법화 및 개방 정도를 어떻게 할 것인가는 국가마다 많은 차이가 있을 뿐만 아니라 각 주에 따라서 그 내용과 범위에도 차이가 난다. 그렇다면 스포츠베틱을 합법화해야 한다면 어떤 과정을 거쳐야 하는가?

## 2. 스포츠베틱 산업에 대한 정부의 입장과 역할

스포츠베틱에 대해 정부가 취할 수 있는 선택은 스포츠베틱의 엄격한 금지, 스포츠베틱의 제한적·부분적 허용 혹은 정부 산하의 스포츠베틱 시스템 운영, 스포츠베틱 시장의 완전 개방 등이 있는데 스포츠산업의 발전 현황, 스포츠팬들의 성숙도, 스포츠베틱에 대한 국민들의 정서 및 사회적 문화 등에 따라 적절한 제도를 선택할 수 있다<표3 참고>. 스포츠베틱을 대하는 가장 보수적인 정책은 바로 스포츠베틱을 전면 금지시키는 것이다. 중국과 같이 스포츠베틱업자들뿐만 아니라 스포츠베틱에 참가하는 사람들 모두 강하게 처벌함으로써 국민들을 스포츠베틱의 잠재적 피해로부터 철저히 보호하고자 한다. 또한 승부조작과 같은 불법 스포츠베틱 행위에 대한 뛰어난 탐지 및 감시 능력이 없고 투명하고 공정한 관리운영 능력이 미진할 경우 스포츠베틱을 허용해서는 안 된다. 가장 중요한 점은 바로 ‘스포츠베틱에 노출되는 청소년을 어떻게 보호할 것인가’와 ‘도박 중독자를 어떻게 교육·치료·재활할 것인가’에 대한 분명하고 확실한 로드맵 없이 스포츠베틱을 허용하는 일은 매우 위험하다는 사실이다. 스포츠베틱에 대한 국민들의 성숙도, 정서와 문화 역시 중요한 판단기준이다. 국민들이 스포츠베틱에 대한 본질적 위험성, 승부조작 가능성, 금전 손실 위험, 도박중독 가능성, 학습 장애 및 일상생활 부적응 등과 같은 심각한 문제에 대한 충분한 이해를 하지 못한다면 스포츠베틱을 국민들에게 노출시켜서는 안 될 것이다. 스포츠베틱·카지노 업체들의 주장과 논리대로 스포츠베틱을 단순히 재미있는 여가 및 레저 활동 중의 하나로 치부할 때 그 피해는 견잡을 수 없이 커질 것이다.

스포츠베틱을 허용하고 싶지만 위에서 언급한 스포츠베틱의 여러 가지 문제점을 통제·해결할 능력이 없을 경우 정부는 스포츠베틱의 제한적·부분적 허가를 생각해볼 수 있다. 일부 특정 종목에 한하여 스포츠베틱을 제한적으로 허용한다면 스포츠리그·구단의 수입 증대 및 정부의 세수를 늘릴 수 있는 동시에 스포츠베틱으로부터 국민들이 받을 수 있는 피해를 최소화할 수 있을 것이다. 정부의 주도하에 진행되는 스포츠베틱 사업 또한 정책 옵션이 될 수 있다. 이 경우의 장점은 정부 관련 기관을 통해 청소년 및 도박 중독자의 정보를 쉽게 파악하여 신뢰할 수 있는 스포츠베틱에 대한 예방교육·치료·재활 등을 마련할 수 있다는 점이다. 또한, 스포츠베틱으로부

터 얻은 수익은 관련 스포츠리그 및 구단 등 유관 기관뿐만 아니라 스포츠경기장 시설 등의 인프라 구축 등 산업 전반에 걸쳐 재투자되어 서로 윈-윈 할 수 있는 시스템을 만들 수 있다. 더 나아가 정부의 복권 사업을 통해 얻은 수익은 교육, 도로, 철도, 등 기간산업에도 투자되어 정부 주도의 스포츠베팅 산업의 혜택은 최종적으로 모든 국민에게 돌아간다는 명분을 얻을 수 있다.

<표 3> 스포츠베팅 산업에 대한 정부의 선택 옵션

NO.	정부 입장	구체적 내용 / 장단점
1	스포츠베팅 시장의 완전·절대 금지	스포츠베팅/도박의 잠재적 위험으로부터 국민 보호(장점)
		불법 국내외 스포츠베팅업체 성행(단점)
		불법 스포츠베팅의 피해/도박중독자 양산(단점)
		복권 사업을 통한 각종 수입(세금 포함) 창출 기회 상실(단점)
2	스포츠베팅 시장의 제한적/부분적 개방 (민간 개방)	복권 사업을 통해 부분적 수입 창출(라이선싱 비용/세금 등)(장점)
		불법 스포츠베팅 업체 감소에 도움(장점)
		도박 관련 피해 사례의 정보 습득에 도움(장점)
		스포츠베팅 조작 등 불법 행위 탐지 능력/역량 강화(장점)
		국민들이 스포츠베팅업체의 광고에 노출(단점)
3	스포츠베팅의 정부 독점 및 공공 운영	스포츠베팅 피해 증가(금지산자 등의 경제적 파산 및 중독자 양산)(단점)
		복권 사업을 통한 세수 증대 (장점)
		복권 세금이 스포츠산업 및 기간산업등에 투자되는 선순환 효과 (장점)
		스포츠베팅의 예방/교육/치료/재활 사업(장점)
		부분적 신규 일자리 창출(장점)
		해외 불법 스포츠베팅/도박업체의 지속(단점)
		복권 사업을 통한 탈세 행위 증가(단점)
		정부 독점의 복권 사업의 정당성에 대한 본질적 문제 제기(단점)
민간 업체로부터 형평성 문제 제기 가능성 대두(단점)		
4	스포츠베팅 시장의 완전 개방	정부 세수 확대 (장점)
		스포츠산업 규모의 증대 및 시장 활성화 (장점)
		신규 일자리 창출 (장점)
		불법 스포츠베팅업체(도박사이트) 부분적 감소 (장점)
		스포츠베팅 피해자 정보 파악을 통해 교육/치료/재활 기능 증대 (장점)
		스포츠베팅으로 인한 (경제적/정신적) 피해자 증대 (단점)
		글로벌 스포츠도박업체들의 시장 침투 (단점)
		스포츠베팅 등의 보편화/일상화/편리화로 인한 사회적 피해 증대 (단점)
		미성년자들의 스포츠베팅에 대한 노출 증대 (단점)
		탈세 및 불법 행위 증가 (단점)
스포츠베팅 시장 완전 개방 이후 과거로의 회귀가 절대 불가능(단점)		

한편 스포츠베팅을 제한적으로·부분적으로 허용할 경우 전문가들은 다음과 같은 주의를 기울일 필요가 있다고 주장한다. 첫째, 스포츠경기과 관련된 대회와 이벤트에서 어떠한 형식이든 관계없이 스포츠베팅의 광고를 전면 금지시켜야 한다. 스포츠베팅 광고는 도박이 미치는 부정적 영향에 대해서는 어떤 주의나 경고를 주지 않는 대신 스포츠베팅이 취미나 여가 활동의 하나로 인식시키는데 영향을 줄 수 있기 때문이다. 이러한 이유로 스포츠베팅에 찬성한 미국 프로농구리그인 NBA조차 스포츠베팅업체 광고를 미성년자에게 노출되지 않도록 경기장 일부에 현수막을 거는 정도로만 허용할 뿐 중계방송 화면에 보이지 않도록 해야 하는 규정을 두고 있다. 둘째로, 스포츠베팅의 잠재적 폐해가 급속히 확산되기 전에 여러 가지 규제 장치를 통해 그 속도를 늦출 필요가 있을

뿐만 아니라 청소년 및 도박 중독자들의 유입을 막을 수 있다. 가령, 스포츠베팅에 참여하고 싶은 사람들은 행정기관이 발행하는 ID카드를 발급받도록 하거나, 스포츠베팅의 위험성에 대한 교육을 의무화하는 것도 하나의 방법이 될 수 있다. 스포츠베팅 금액의 한도를 정하는 것도 스포츠판들의 금전 손실을 어느 정도 줄이는 데 도움이 될 수 있다. 무엇보다 더 중요한 것은 스포츠베팅과 관련된 게임의 종류와 형태를 규제하고 통제하는 일이다. 경기 중 지속적인 베팅이 가능한 형태인 '경기 중 베팅' 혹은 '라이브 액션'이라고 부르는 베팅을 금지하고 경기 결과 등 다소 심플하고 경기당 1-2회 정도의 베팅을 할 수 있는 단순 게임만을 허용하게 하는 것도 스포츠베팅의 폐해를 줄일 수 있는 방법이다. 이와 동시에 정부의 관계부처 및 학계에서는 스포츠베팅 및 도박 중독과 관련된 다양한 연구를 통해 스포츠베팅의 잠재적 문제점 및 해결책에 대한 대책 마련을 할 필요가 있다. 하지만 스포츠베팅을 제한적으로 허용할 경우 다음과 같은 여론이 생길 것이다. 스포츠베팅을 일부·제한적으로 허용한다면 불법 사설 스포츠베팅업체는 사라질 것인가? 스포츠베팅을 전면 금지하는 것이 아닌 일부기관(정부산하기관 혹은 민간 대행사)에만 허용할 때 이에 대한 정당성은 어디서 오는가? 스포츠베팅의 제한적 허용은 정말 통제와 관리가 가능한 것인가? 점점 더 강해지는 스포츠베팅 시장의 완전 개방에 대한 요구를 언제까지 외면할 수 있을까? 점점 더 커져가는 e스포츠베팅 시장의 성장과 비트코인 같은 가상 화폐 시장의 등장은 글로벌 스포츠베팅 산업의 발전을 더욱 부추키는 성장 모멘텀이 되고 있다.

스포츠베팅의 완전 개방과 적극적 지원은 빅데이터, 인공지능, 클라우드 컴퓨팅, 5G/6G 인터넷망, 결제 방법 및 수단의 진화(신용카드, QR코드 결제, 가상화폐), 스포츠산업 관련 수준 높고 세련된 법과 제도가 정비, 스포츠베팅 산업을 접하는 스포츠판들의 높은 의식 수준과 스포츠베팅에 대한 긍정적인 국민 정서가 만들어질 경우에 비로소 실행하는 것이 안전하다. 스포츠베팅산업이 개방되는 순간 해외 유수의 글로벌 스포츠베팅 및 카지노 업체 시저스 엔터테인먼트&윌리엄 힐, MGM, 드래프트킹즈(Draftkings), 팬듀얼(FanDeul) 등의 감시망에 들어갈 것이다. 이미 엄청난 자본력, 네트워크, 운영 노하우를 바탕으로 한 글로벌 플랫폼을 운영하고 있기 때문에 이들에게 신규 시장 진출은 그리 어려운 일이 아니다. 이들 전문 스포츠베팅업체들은 온라인 스포츠베팅에 필요한 웹사이트와 앱 개발뿐만 아니라 스포츠경기장내, 스포츠 바와 레스토랑에 스포츠베팅을 할 수 있는 키오스크 설치 등으로 매우 적극적인 투자를 할 수 있다. 또한, 이들은 해당 국가와 지역에 있는 인기 스포츠클럽과의 업무협약을 통해 스포츠베팅관련 경기데이터를 스포츠베팅에 관심 있는 팬들에게 독점 제공하는 등 스포츠 정보 분야에 이르기까지 엄청난 영향력을 미칠 것이다. 스포츠베팅 시장의 완전 개방의 의미는 한편으로 스포츠베팅 중독이나 경제적 손실 등의 책임이 더 이상 정부 및 관련 기관이 아닌 스포츠베팅에 참여하는 개개인에 있다는 것을 뜻한다. 즉, 스포츠베팅에 중독되어 개인 파산, 실직, 가정 경제의 파탄, 학업 장애, 일상생활 복귀가 어려운 사람들이 생겨나더라도 스포츠베팅업체들로부터 걷은 세금 중 일부를 중독자들의 치료 및 재활에 사용할 뿐 이들을 온전히 보호할 수 있는 방법은 없다. 정부와 카지노 업체의 보호와 관리를 받지 못하는 도박 중독자의 양산은 과연 누군가의 주머니를 불러주기 위해 어쩔 수 없이 생겨나야 하는 필요악으로 치부하고 말 것인가?

실제로 유럽 연합에서 이와 유사한 상황이 벌어졌다. 스포츠베팅이 합법화되자 많은 관련 업체들은 엄청난 수입을 올렸지만 어느 누구도 스포츠베팅으로 인해 양산된 피해자들을 관리하거나 보호하는데 있어서 앞장서지 않았다. 로마조약(The Rome Treaty)에 따라 유럽 연합에 속한 국가들 사이에 서비스 재화의 자유로운 거래와 왕래를 허가했다(로마조약의 내용은 스포츠베팅을 비롯한 도박이 서비스 재화에 속하는지 불분명했지만, 유럽 연합 법원(European Court of Justice)은 도박 역시 서비스 재화에 포함된다는 유권 해석을 내놓았음). 하지만 유럽 연합 소속 국가들은 회원국들의 자주적인 판단에 따라 국경 지대의 도박을 제한할 수 있다고 하여 도박과 관련한 문제는 결국 EU 회원국 스스로 책임지는 것이 바람직하다는 다소 모호한 절충안을 냈다(Corbett, 2020).

이는 결국 각 회원국들이 골치 아픈 도박 부작용과 관련된 문제를 회피하기 위한 좋은 명분이 되었을 뿐이다. EU 회원국들은 도박으로 인한 수입 창출, 세수 증대, 일자리 창출과 같이 달콤한 꿀만 먹고 도박으로부터 발생 하는 문제점에 대해서는 매우 소극적으로 대응하는 결과를 낳고 말았다.

## IV. 결론 및 시사점

최근 스포츠산업은 4차 산업 혁명이라고 불리는 기술 혁신을 통해 많은 발전을 이뤘다. 스포츠산업은 빅데이터, 인공지능, AR·VR·MR, 5G/6G 통신망, 로보틱스, 메타버스, NFT, 드론 기술, 가상 화폐, 4D 카메라, 3D 프린팅, 블록체인, 클라우드 컴퓨팅 등 기술 혁신의 혜택을 가장 많이 본 산업군 중 하나로 손꼽힌다. 빅데이터 산업의 발전은 그 동안 일반인들의 시각에서는 다소 이해하기 어려웠던 각종 통계 데이터를 시각화 프로그램을 통해 훨씬 더 이해하기 쉽게 만들었다. 더 나아가 빅데이터 분석 기술의 발전은 스포츠의 가장 기본적이고 핵심적인 본질 중 하나인 '경기 결과 예측의 불확실성'에 도전장을 내밀었다. 다시 말해서, 스포츠 경기를 매력적이게 만드는 관람하는 가장 큰 요인은 '어떤 팀이 승리할지', 혹은 '어떤 선수가 우승할지 모른다'는 결과의 불확실성인데 각종 응용 통계 프로그램 및 알고리즘 개발을 통해 경기 결과를 정확하게 예측하려는 시도가 벌어지고 있다.

점점 더 커지고 있는 스포츠베팅 시장의 잠재성과 성장 가능성을 인식한 일부 서방 국가들은 스포츠베팅 산업을 제도권으로 끌어들이려는 모습을 보이고 있다. 영국, 호주, 이탈리아, 스페인에 이어 미국과 독일이 그 뒤를 따르고 있다. 스포츠베팅은 스포츠 데이터 분석에 대한 기술력보다 오히려 각국 정부의 법과 규제에 더 큰 영향을 받는 규제산업에 속하기 때문에 스포츠베팅에 대한 정부가 어떤 시각과 정책 기초를 갖는지가 매우 중요하다. 스포츠베팅 시장을 완전 개방할 것인가에 대한 논쟁은 마치 다시 돌아올 수 없는 다리를 건너는 것과 같이 매우 위중한 일이다. 스포츠베팅 시장을 지지하는 사람들은 스포츠베팅이 스포츠산업의 새로운 활로를 열 것이라는 기대에 차 있다. 신규 수익원 창출, 관련 스포츠리그, 구단, 선수들의 수익 증대, 정부의 세수 확대, 새로운 일자리 창출 및 연관 산업 발전, 스포츠판들의 여가 활동 기회 제공, 국가 인프라 산업 활성화, 불법 스포츠베팅업체의 퇴출 등의 긍정적인 측면을 강조한다. 하지만 스포츠베팅의 개방을 강력히 반대하는 입장에 선 사람들은 사행산업으로서의 스포츠베팅이 갖는 여러 가지 본질적 문제들을 근거로 스포츠베팅이 절대로 허용되어서는 안 된다고 주장한다. 이처럼 스포츠베팅 산업은 마치 칼날의 양면처럼 혜택과 잠재적 위험성을 동시에 내포하기 때문에 스포츠베팅 산업을 바라보는 다양한 시각이 존재한다.

스포츠베팅에 대해 정부가 취할 수 있는 선택은 스포츠베팅의 엄격한 금지, 스포츠베팅의 제한적·부분적 허용 또는 정부 산하의 스포츠베팅 시스템 운영, 스포츠베팅 시장의 완전 개방 등이 있는데 스포츠산업의 발전 현황, 스포츠판들의 성숙도, 스포츠베팅에 대한 국민들의 정서/문화 등에 따라 적합한 제도를 선택할 수 있다. 무엇보다 중요한 점은 바로 '스포츠베팅에 노출되는 청소년을 어떻게 보호할 것인가'와 '도박 중독자를 어떻게 교육·치료·재활할 것인가'에 대한 분명하고 확실한 로드맵 없이 스포츠베팅을 허용하는 일은 매우 위험하다는 사실이다. 스포츠베팅에 대한 국민들의 성숙도, 정서와 문화 역시 중요한 판단기준이다. 국민들이 스포츠베팅에 대한 본질적 위험성, 금전 손실 가능성, 도박중독 가능성, 학습 장애 및 일상생활 부적응 등과 같은 심각한 문제에 대한 충분한 이해를 하지 못한다면 스포츠베팅을 국민들에게 노출시켜서는 안 될 것이다. 스포츠베팅·카지노 업체들의 주장과 논리대로 스포츠베팅을 단순히 재미있는 여가 및 레저 활동 중의 하나로 치부할 때 그 폐해는

견잡을 수 없이 커질 것이다.

## 참고문헌

- Agnihotri, A. & Bhattacharya, S. (2020). Nike ZOOMX vaporfly: Technology innovation or tech doping? *Harvard Business Review*(August 20), 1-11.
- Bruce, A. (2013). Betting motivation and behavior. In: L.V. Williams, D.S. Siegel (eds.). *The Oxford Handbook of the Gambling Economics*, 1-24.
- Bulboaca, S. & Teirean, O.M. (2021). Consumer behavior analysis in the sports betting market. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov Series V: Economic Sciences*, 14(63), 9-18.
- Delfabbro, P., King, D., Williams, J. & Georgiou, N. (2021). Cryptocurrency trading, gambling and problem gambling. *Addictive Behaviors*, 122, 1-6.
- Fullerton, S., McCall, M. & Dick, R. (2020). An assessment of the fourteen beneficiaries of legalized sports betting and the potential benefits that they derive. *The Journal of Gambling Business and Economics*, 13(1), 43-70.
- Gray, M. (2019, March 18). MLS strikes four-year deal with MGM. USA Today.
- Heitner, D. (2018, Jan 25). NBA asks for 1% integrity fee from sports betting operators. Forbes.
- Lopez-Gonzalez, H., Estevez, A., & Griffiths, M.D. (2017). Controlling the illusion of control: A grounded theory of sports betting advertising in the UK. *International Gambling Studies*, 18(1), 39-55.
- Parke, A., Harris, A., Parke, J., Rigbye, J., & Blasczynski, A. (2014). The responsible marketing and advertising in gambling: A critical review. *The Journal of Gambling Business and Economics*, 8(3), 21-35.
- Woods, B. (2019, July 10). Making a wager? Half of Americans live in states soon to offer sports gambling. CNBC.

# 스포츠산업 이슈페이퍼

## 발간목적:

스포츠산업 이슈페이퍼는 스포츠산업 전반 현안을 집중 분석하여 현장의 문제점을 파악하고 스포츠산업 성장에 필요한 대안 모색하는데 그 목적이 있다.

## 편집위원회

편집위원장: 전용배(단국대학교 스포츠경영학과 교수)

편집 위원: 박성배(한양대학교 스포츠산업학과 교수)

송상연(동덕여자대학교 국제경영학과 교수)

이원재(국민대학교 스포츠산업레저학과 부교수)

김세훈(경향신문 기자)

유의동(한국스포츠정책과학원, 수석연구위원)

정지명(한국스포츠정책과학원, 책임연구위원)

김민수(한국스포츠정책과학원, 선임연구위원)

고경진(한국스포츠정책과학원, 선임연구위원)

신성연(한국스포츠정책과학원, 연구위원)

박선영(한국스포츠정책과학원, 연구위원)

류윤지(한국스포츠정책과학원, 초빙연구원)