체육과학연구, 2015, 제26권, 제4호, 780-793
Korean Journal of Sport Science
2015, Vol. 26. No. 4, 780-793.

스포츠도시 유형화 및 사례분석을 통한 국내 스포츠도시 발전방향 연구

김미옥*(한국스포츠개발원), **허지정**(서울대학교), & **유지곤**(한국스포츠개발원)

최근 세계 여러 도시와 국내 도시들이 스포츠를 동력화하여 지역경제 활성화 및 지역발전을 추진하고 있다. 그러나 단기적·일회성 전략에 그치지 않고 지역의 지속적 성장을 유도하기 위해서는 스포츠의 활용이 보다 구체적이고 중장기적 지역발전 전략측면에서 고려되어야할 필요가 있다. 이에 본 연구는 해외 스포츠도시 사례를 토대로 '스포츠도시(sports city)'의 개념과 역할에 대해 살펴보고, 추진배경 및 주요 특성을 바탕으로 분류한 유형별 성공사례 분석을 통해 국내 스포츠도시 발전방향을 모색하였다. 결론적으로 성공적인 스포츠도시로의 발전을 위해서는 지역의 스포츠 역량 강화와 지역개발과의 연계가 충족되어야 한다. 이를 위해서는 먼저 스포츠는 다른 도시 정책 영역으로부터 분리 될 수 없다는 인식이 전제되어야 하고, 스포츠의 필요성에 대한 인식 토대 위에 스포츠관련 시설, 대회 및 이벤트 유치 그리고 클럽에 대한 투자가 요구된다. 또한 지역의 차별성·전문성을 위해서 스포츠를 통한 브랜드 마케팅 및 차별화 마케팅이 필요하며, 궁극적으로 스포츠가 통합된 도시 경쟁력 강화 프로세스에 촉진제 역할을 할 수 있도록 강력한 지자체의 리더십과 다양한 이해관계자들의 조직 역량이 기초되어야 할 것이다.

주요어: 스포츠도시, 유형화, 지역개발, 도시재생

서 론

우리나라는 2018 평창 동계올림픽 유치를 확정하면서 4대 국제 스포츠 대회를 모두 유치한 6번째 국가가 되었다. 세계 각 도시들뿐만 아니라 국내의 지방자치단체들이 이러한 메가 스포츠 이벤트의 유치·개최에 경쟁적으로 나서는 이유는 이를 통한 경제적 파급효과, 관광, 숙박 등 관련 산업의 발전, 도시 이미지 제고 등 지역의 경쟁력 강화에 대한 기대 때문으로 볼 수 있다(박수복 등, 1996; 정구철, 2011). 즉 대외적으로 지역의 지명도와 이미지 향상 실현, 국제교류 및 친선도모에 긍정적인 효과를 가져와 지역발전의 장기적인 기반을 강화할 수 있을 것으로 보고, 이에 따른 유무형의 잠재적인 이익이 결국 해당 지역의 경제적 이익을 재창출 하는 주요한 자원으로 보고 있기 때문이다(Getz, 1998).

최근 국내에서도 '스포츠'를 동력화하여 지역경제 활성화 및 지역사회 연대와 공동체 의식 도모가 필요하다는 인식이 확산되고 있지만, 여전히 대부분의 도시들은 메가 스포츠 이벤트와 같은 대회의 유치·개최를 통해 가시적 성과를 내고자 하는 것에 한정되어 있다(정수호, 2011). 그러나 스포츠가 지역의 내발적 발전에 기여하기 위해서는 단기적·일회성 이벤트에 그치지 않고 지역의 지속적인 성장과 타 지역과의 차별성을 부각시킬 수 있도록 스포츠의 활용을 보다 구체적이고 중장기적 지역발전 전략측면에서 고려되어야할 필요가 있다. 무엇보다 향후 스포츠를 테마로 하는 도시개발이나 발전 전략을 도입하는 국내 도시들이 증가할 것으로 기대되기 때문

논문 투고일 : 2015. 09. 04.
논문 수정일 : 2015. 10. 27.
논문 확정일 : 2015. 10. 29.
* 저자 연락처 : 김미옥(kimmiok@kspo.or.kr).
본 연구는 한국스포츠개발원(2015)에서 수행된 「스포츠 도시 선정 평가지표 개발 연구」 과제의 일부 내용을 바탕으로 작성한 논문임.

에, 현 시점에서 성공적인 스포츠도시 사례분석을 바탕으로 스포츠도시의 개념 정립과 국내 도시들의 발전방향에 대한 정책적 방안 모색이 필요하다. 이에 본 연구의 목적은 첫째, '스포츠도시(sports city)'의 개념과 역할에 대해 살펴보고 해외 스포츠도시 추진배경 및 전략을 바탕으로 유형화 하는 것이다. 둘째, 유형별 성공사례 분석을 통해 국내 스포츠도시 발전방향을 모색하고자 한다. 이를 위해 해외 스포츠도시 관련 선행연구와 해외 전문가 인터뷰 자료를 토대로 스포츠도시 추진배경 및 전략을 분석하여 유형화하고, 각 유형별 대표 성공 도시들의 추진 배경, 전략 및 결과를 분석한다.

스포츠도시의 개념 및 역할

스포츠도시 등장 배경

스포츠도시는 스포츠 산업에 대한 수요가 증가하고 저변 확대가 이루어진 선진국을 중심으로 20세기 말부터 등장하였다. 1980년대 미국의 인디애나폴리스는 전통적 도시기반 산업인 자동차산업의 쇠퇴로 인해 도시발전 위기에 직면했다. 이에 인디애나폴리스는 '아마추어 스포츠의 수도(Amateur Sport Capital)'라는 슬로건 하에 스포츠를 통한 도시 재활성화사업을 본격적으로 추진하여 스포츠도시로의 전환을 시도하였다. 도심의 슬럼화로 쇠퇴해가던 도시가 매년 스포츠 관련 선수, 임원, 관계자 및 관람객들의 방문이 증가하면서 활기를 되찾게 되었다. 점차 스포츠를 통한 '도시 브랜드'가 정착되면서 스포츠 관련 산업이 이 지역의 가장 주요한 산업으로 위치하자 도시는 다시 빠르게 성장하게 되었다. 영국의 경우 산업화시대에 부흥했던 셰필드, 버밍엄, 맨체스터 등에서도 중심산업의 쇠퇴로 인해 도시가 위기에 처하자 1990년대부터 국제적 스포츠 이벤트 유치와 시설물 개발 및 관련 시설의 투자에 적극적으로 나서기 시작했으며, 오늘날 이들 도시는 유럽 스포츠도시화의 성공적인 모범사례가 되었다. 아시아에서는 일본의 가시마시(鹿嶋市)가 중화학 공업의 쇠퇴로 노동자 이주 및 관광객이 급격히 감소되자 1990년대 후반부터 '축구를 통한 지역만들기' 계획을 전개하여, 축구라는 스포츠를 통해 관람객의 방문을 유도할 뿐 아니라 정주인구를 증가시키는 기폭제 역할을 하게 되었다(정수호, 2011). 현재 가시마시는 지역밀착형 J-리그의 이념을 현실화시킨 '축구명품도시'라는 도시 브랜드가 창출되었다.

오늘날 도시는 세계화, 정보화, 탈공업화, 지방화 등으로 대표되는 글로벌 사회경제적 변화에 과거 그 어떤 시기보다 사회·문화·정치·경제적으로 빠른 변화를 요구받고 있다. 이들 도시들의 공통적인 특징은 산업 재구조화를 통해 쇠퇴된 도시들이 재생(regeneration)과 재활성화(revitalization)의 촉발제로서 '스포츠'를 선정하고, 범세계적으로 국가나 도시정부 단위에서 스포츠의 상업화를 적극 활용하여 사회적·경제적 부가가치를 극대화 시켰다는 것이다. 이들 도시들은 스포츠시설 투자, 메가 이벤트 유치, 스포츠 관광 활성화 등과 같은 전략들을 활용하였으며, 이로 인한 스포츠 시장 확대와 도시간 경쟁 증가 및 생존 환경 변화가 맞물려 '스포츠도시(sports city)'라는 개념이 자리 잡게 된 것으로 볼 수 있다. 즉 쇠퇴한 산업도시에서 스포츠도시로의 전환은 도시의 산업구조 변화로 인해 발생된 도시의 부정적 이미지를 개선하기 위한 과정에서 이루어진 측면이 크다고 볼 수 있다.

스포츠도시의 개념 및 역할

스포츠도시 개념에 대한 명확한 정의는 해외 학계에서도 아직 정립되지 않은 상태이며, 미디어나 현장에서 광범위하게 통용되고 있는 것으로 볼 수 있다. 보편적 개념으로 볼 때, '국제 스포츠 이벤트를 개최하는 도시', '주요 스포츠 기업 또는 조직이 위치한 도시', '모든 지역주민을 위한 시설이 효과적으로 개발되어 있고 스포츠 참여율이 높은 도시' 정도가 사용되고 있다. 유럽 스포츠도시협회인 ACES(Association of the European Capitals and Cities of Sport)에서는 스포츠도시 지정 기준으로 '지역사회에서 스포츠 활동에 참여', '스포츠 인프라 구조의 질', 그리고 '스포츠 인프라 구조로의 접근성'과 같은 스포츠 환경이 잘 갖추어진 지역을 스포츠 수도(인구 50만 이상 또는 유럽국가 수도), 스포츠 도시(인구 2만5천 이상 50만 미만), 스포츠 타운(인구 2만5

천 미만)으로 지칭하고 있다. 영국의 경우 1990년대 중반 국제 스포츠 이벤트의 집중적 유치를 통해 도시경제 재건을 추진했던 도시들을 국립 스포츠도시의 지위를 부여하였고, 일본에서는 새로운 지역 만들기 전략으로써 스포츠도시를 선언하고 있는데 이는 스포츠를 통해서 특색 있는 도시를 형성하고자 하는 의도가 강한 것으로 볼 수 있다. 즉 스포츠도시를 조성하여 지역주민의 건강과 청소년의 건전한 육성을 도모할 뿐만 아니라, 외부인의 참여로 인해 지역사회개발을 이루려는 목적이 크다(박용범, 2006).

국내에서는 최근 들어 스포츠도시와 관련한 연구들이 수행되고 있는데, 그 중 안정찬 등(2013: 85)의 연구에서 스포츠도시를 "도시정부차원에서 스포츠를 접목한 지속 가능한 도시경영과 도시마케팅 활동을 효과적으로 수행하는 도시"로 정의한 바 있다. 스포츠도시를 전통적 산업도시들이 지방화·탈공업화에 따라 도시의 지속가능성을 회복하기 위한 하나의 대안으로써, 도시경영·마케팅 관점에 입각하여 스포츠를 성장 동력으로 활용하고자 창발된 지역발전 전략으로 볼 수 있다. 여기에서 스포츠는 '스포츠를 이용한 단편적인 도시마케팅(marketing through sports)'이 아니라 종래의 쇠퇴한 도시산업 기반을 대체하여 도시의 지속가능성을 담보하는 새로운 중심산업이자 마케팅의 직접 대상으로서 하나의 상품(marketing of sports)으로 작용하게 된다. 선행연구와 해외 스포츠도시 추진 맥락을 토대로 본 연구에서는 스포츠도시의 조작적 정의를 "차별화된 스포츠 분야를 발굴하여 체계적으로 기반을 갖추고 도시브랜드화 함으로써 도시의 활력을 높이고 스포츠 기반을 제고할 수 있는 도시"로 정의할 수 있다.

이상과 같이 스포츠도시의 개념은 스포츠가 가진 원래의 목적(개인의 건강과 체력증진 또는 오락 등의 전통적 역할)에서 더 나아가 도시경제 활성화 측면에서 적극 활용됨으로써 경제적 부가가치가 높은 산업으로의 발전 가능성과 이윤 극대화를 도모하기 위한 스포츠 비즈니스적 가치로 평가받고 있음을 알 수 있다(방지선, 2001). 무엇보다 특정 스포츠 분야에 한정하여 특화시킴으로써 타 도시와 차별화된 도시 브랜드를 형성하고 효과적·집중적 지원을 유도하기 위한 성격을 가질 수 있다. 나아가 스포츠를 토대로 지역사회의 연대 및 공동의식을 육성하는 도구로써 스포츠 이벤트를 넓게 활용 가능한 측면이 있다.

한편 스포츠 주도 도시재생 전략의 실효성은 여전히 긍정론과 회의론이 대립되고 있지만 다수의 연구에서 이론적으로는 스포츠를 통한 도시경제를 재건하거나 부흥시키는 것이 가능하고 효과가 있었던 것으로 분석되고 있다(안정찬 등, 2013; Berg & Braun 1998; Crompton, 2001; Kasimati, 2003; Rosentraub, 2010). 대표적으로 영국 도시들에서 쇠퇴한 산업도시의 재생적 측면의 스포츠도시 역할이 강조된 사례이다. 특히 전통적 철강도시였던 셰필드의 경우 90년대 초 철강산업 하락으로 도시경제가 몰락하자, 각종 경기장과 체육시설을 건설하여 대회를 유치하고 공연·이벤트·관광과 연계한 활용도 제고를 통해 스포츠도시를 브랜드화함으로써 관련 산업의 동반성장 및 고용 창출 등의 효과를 유발하였다(Gratton et al. 2001; Gratton & Henry 2001; Gratton et al. 2005).

선행연구에서 나타난 스포츠도시 추진의 효과를 보면 주로 경제적 측면, 사회적 측면 그리고 도시마케팅적 측면으로 나누어 볼 수 있다. 경제적으로 북미지역에서는 스포츠에 대한 투자를 통해 도시공동화 현상 저지를 시도한 클리블랜드와 인디애나폴리스는 전반적인 고용의 증가와 도시 중심의 고용 증가, 관광관련 업종의 고용증가 등의 효과가 나타났다(Austrian & Rosentraub, 2002). 또한 호주의 멜버른은 2006년부터 2010년까지 스포츠비지니스 그룹이 선정한 궁극의 스포츠도시 순위(Ultimate Sports Cities)에서 연속 세계 1위를 차지하였으며, 돔구장(Telstra Dome), 테니스코트(Tennis Center), 크리켓장(Melbourne Cricket Ground) 등의 스포츠 시설 건설과 다양한 활용을 통해 국제적 스포츠 도시로서의 위상과 경제적 부흥을 획득하고 있다(Francis & Murphy, 2005). 특히 1988년 멜버른 파크 완공을 기점으로 전년대비 90%이상 증가한 약 27만명의 관람객을 유치하였고 1991년 메이저 스포츠 대회 유치와 마케팅을 전담할 스포츠 이벤트 커미션 회사인 Melbourne Major Event Company (MMEC)를 설립하여 2010년 기준 19개의 연례 도시 스포츠상품을 개발하는 등 국제적인 스포츠도시로 자리잡고 있다(Church-Sanders, 2010; King & Jago,

2003). Mules & Faulkner는 호주 내 스포츠 이벤트를 분석하여 메가 이벤트를 개최하는 도시정부에게 손실이 발생하지만 지역총생산(GSP)이 큰 폭으로 증가됨으로써 지역 전체적으로는 경제적 효과를 달성할 수 있음을 강조하고 있다(안정찬 등, 2013 재인용). Crompton(2001)도 경제적 측면에서 스포츠에 대한 도시정부의 투자가 지역사회에 소득증가와 고용창출을 유발시킨다고 밝히고 있다(그림 1 참고).

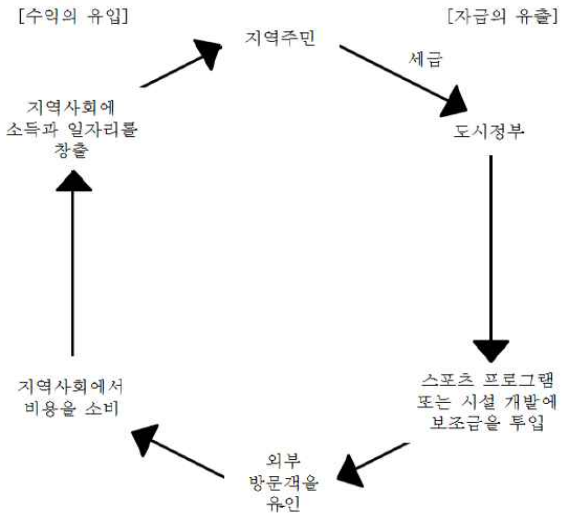

그림 1. 스포츠에 대한 도시정부의 경제적 투자와 경제적 소득 창출에 대한 개념화(Crompton, 2001)
자료 : 안정찬 등(2013) 재인용

사회적 측면에서도 스포츠도시를 통해 범죄와 실업 등의 사회적 문제들을 개선하고 도시에 새로운 활력을 불어 넣는 역할을 한다는 주장도 제기되고 있다. 단지 스포츠에 강한 도시를 만들려고 하는 것이 아니라, 아이들로부터 노인에 이르기까지 모든 시민에 의해 일상적인 스포츠 활동을 통해서 시민의 건강 증진에 기여하고, 청소년의 건전 육성, 새로운 도시 사회 공동체 육성과 외부 참여인의 유도로 활력 있는 현대적 도시 만들기 전략으로 이용할 필요가 있다는 것이다(山口泰雄, 1996; 박용범 2006 재인용).

도시마케팅적 측면에서 스포츠도시는 스포츠를 '고객'을 대상으로 도시 자체를 '상품'으로서 인식하고, '경쟁시장'에서 도시의 경쟁력과 가치를 높이고자 하는 전략으로서 활용되고 있다(안정찬 등, 2013). 스포츠를 활용하여 도시를 하나의 상품으로서 적극적으로 홍보하고 브랜드화 하여(정수호, 2011), 방문객의 소비를 통한 지역 경제에 기여하기 위한 목적이 크다. 이를 통한 스포츠-도시마케팅의 효과는 지역사회의 이미지 제고, 유관산업개발의 촉진, 지역사회의 정서적·심리적 소득 등이 있는 것으로 제시되고 있다(Crompton, 2001).

이상의 내용들로 스포츠도시의 개념과 역할을 정리하면, 첫째, 스포츠도시는 스포츠로 도시의 특화된 이미지를 구축하여, 지역의 중심산업과 연계하고 부가가치 창출을 목적으로 도시재생과 자립적 기반을 구축해가는 도시로 볼 수 있다. 둘째, 스포츠와 레저활동을 영위하는 장소로서 공간적 기능을 보유하거나 조성하면서, 주민참여에 기반하여 지속적으로 스포츠를 활용하여 도시경쟁력 강화를 도모하는 도시이다. 셋째, 타 도시와의 차별화된 스포츠 분야를 발굴하여 체계적·전문적으로 홍보하고 이를 브랜드화하여, 도시의 경쟁력과 자산 가치를 높이는 활동을 효과적으로 수행하는 도시로 정의할 수 있다. 이러한 개념적 정의는 아직 스포츠 기반이 약한 국내 현실을 고려하면 도시에 스포츠를 영위할 수 있는 공간적 기능을 조성하고 지자체의 역량을 강화 할 수 있다는 측면에서는 지속가능한 스포츠도시 모델로 의의를 가질 수 있을 것이다. 나아가 도시 간 경쟁의 우위를 점하기 위해서는 도시의 이미지를 개선하고 차별화된 도시를 실현하기 위해 스포츠도시 전략은 효율적인 방법이 될 수 있다. 특히, 스포츠는 도시에 활기와 역동을 제공 할 수 있으며, 환경 친화적이라는 상징적 이미지를 지니고 있어 유용하고 지속가능한 도시정책이 될 가능성이 있다. 또한 글로컬(glocal) 시대에 도시의 경제적·사회적 발전의 매개체로 작용하여 그 가치가 증대될 것으로 기대되고 있다.

스포츠도시 유형화 및 해외 사례분석

스포츠도시 유형 및 사례

해외의 선진 스포츠도시를 국가별로 유형 구분을 한 안정찬 등(2013)의 연구에서는 스포츠도시화의 배경과

전략에 따라 영국과 미국의 스포츠도시화의 배경이 차이가 있는 것으로 보았다. 구체적으로 영국식 모델인 '도시경제재건형', 미국식 모델인 '도시공동화대응형', 그리고 제3의 유형이라 볼 수 있는 '세계도시브랜드확장형'으로 유형을 분류하였다. 그러나 최근에는 국가 차원뿐 아니라 개별 도시차원에서도 세계적인 경쟁력을 나타내고 있는 도시들이 있어, 국가 단위의 큰 구분보다 개별 스포츠도시의 특성과 추진전략을 중심으로 접근할 필요가 있다. 이에 본 연구에서는 '인프라개발 및 정책대상 영역'과 '스포츠의 활용 범위'라는 두 축에 초점을 두고 스포츠도시를 크게 세 가지 유형으로 구분하고자 한다(그림 2 참고). 먼저 인프라개발 및 정책대상 영역은 스포츠도시를 추진함에 있어 정책대상의 범위가 공간적·정책적으로 특정지역에만 국한되는 것인지, 또는 도시 전반적으로 적용을 하는 것인지, 더 크게는 중앙정부차원에서 국가적 규모로 접근하는 것인지로 분류가 가능하다. 다음으로 스포츠 활용 범위를 좁게는 특정시설이나 종목에 한정하여 특화된 형태로 관련 스포츠인들을 대상으로 하는 것부터, 스포츠를 지역의 산업 및 관광 등 다양한 측면에서 광범위하게 활용하는 것으로 구분 할 수 있다. 이와 같은 분류기준을 바탕으로 비교적 한정된 특정지역이나 시설에 집중된 유형을 '특정시설 특화형'과 도시전반적인 재생 및 활성화를 위해 스포츠를 활용하는 유형을 '지역경제 및 도시재생 활용형'으로 구분하였다. 마지막으로 도시 및 범국가적 차원에서 스포츠를 전략적으로 활용하고자 하는 유형을 '도시개발 전략형'으로 명명하였다. 이러한 유형 구분에 따라 사례분석의 시사점을 도출하고, 향후 국내 도시들의 규모 및 정책범위를 고려한 정책 제언 및 발전방향을 모색하고자 한다.

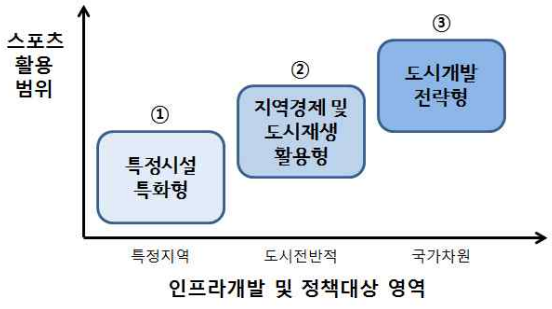

그림 2. 스포츠도시 유형화

① 특정시설 특화형[1)]

먼저 첫 번째 유형은 도시가 가진 천혜의 자연환경을 기반으로 특정 종목 및 시설 특화로 스포츠도시로 발돋움 하고 있는 유형이다. 대표적으로 캐나다의 휘슬러, 네덜란드의 헤이그, 중국의 쿤밍이 있다.

먼저 캐나다 휘슬러는 브리티시 콜롬비아 주의 남쪽 산맥에 위치한 인구 10만의 작은 도시로서, 1975년 '휘슬러 리조트형 지자체'라는 이름으로 사계절형 산악 리조트 도시로 개발 되었다. 2010년 밴쿠버 동계올림픽 때 알파인스키와 스노보드 등 설상종목 개최지로 지정되면서 유명세를 타게 되었다. 이를 계기로 휘슬러는 캐나다 주연방의 관광산업 규모와 명성을 증진시키는 효과를 나타냈으며, 브리티시컬럼비아 주의 총 관광수입 중 11%를 차지할 정도로 크게 성장하였다. 이후 동계뿐만 아니라 국제적인 사계절형 리조트 도시로 성장하기 위해 트레일, 공원, 스포츠여가시설과 프로그램을 구축하기 위해 노력하고 있다. 더불어 지역주민과 관광객을 위한 사계절 인도어 스포츠시설과 프로그램 및 아웃도어 활동(하이킹 등)을 위한 코스를 개발하고 있다. 특히 동절기에는 설상종목을, 하절기에는 산악자전거 등으로 특정종목을 특화하는 개발전략을 내세우고 있다.

그림 3. 휘슬러의 로스트 호수 크로스컨트리(상 좌·우), 산악자전거의 오프로드 트레일 코스(하)

자료: THE WHISTLER INSIDER(상 좌), WHISTLER WRITER (상 우), 2015 Aloha Whistler Accommodations(하)

1) 캐나다 휘슬러, 네덜란드 헤이그 사례는 한국스포츠개발원(2015)의 내용을 참고함

남부 네덜란드의 수도인 헤이그는 해양자연환경을 활용한 요트세일링의 명소인 쉐브니겐 항구지역 개발을 통해 국제적 스포츠도시로 발돋움하려는 유형이다. 네덜란드 정부와 요트연합회, 쉐브니겐이 본격적으로 협력하여 국제세일링센터를 설립하였으며, 정부차원에서 요트세일링의 국제적인 스포츠도시화를 목표로 하고 있다. 기존의 요트세일링을 중심으로 북해의 해양 및 해변 환경을 활용하고, 이벤트 및 참여 스포츠 산업을 다각화하려고 노력중이다. 특히 풍부한 역사·문화적 관광자원과 해양스포츠 자원이 어우러진 스포츠관광산업을 기반으로 해양스포츠 도시로서 브랜드 확보를 위해 노력하고 있다.

그림 4. 헤이그 비치발리볼 경기장(좌), 헤이그 요트 세일링(우)
자료: Rotterdam Topsport 2015(좌), WSV De Zandameren(우)

중국의 서남쪽 윈난성 성도인 쿤밍시는 1990년대 초 중국의 장거리 육상선수들이 육상대회에서 대거 상위에 입상하자, 선수들이 쿤밍에서 전지훈련을 한 것으로 알려져 국제적 명성을 얻게 된 사례이다. 해발 1,891m에 위치해 있는데, 사계절 온화한 날씨 덕분에 선수들이 훈련하기에 적합한 환경을 가지고 있다. 1994년부터는 본격적으로 대규모 종합스포츠타운 및 다양한 스포츠시설들이 입지하기 시작하였으며, 횡경기지(국가체육부 소속), 성공기지(운남성 소속), 홍타스포츠센터(홍타담배인삼공사 소속) 등이 있다(문화체육관광부(2007). 이 중 우천시에도 사용할 수 있는 트랙과 크로스컨트리장을 확보한 육상트랙 청궁은 가장 규모가 크고 연간 5,000여 명의 선수가 찾아 훈련을 하고 있다. 육상뿐 아니라 축구, 농구, 테니스, 수영, 빙상 등 다양한 종목의 훈련팀을 유치할 수 있게 되고, 훈련팀 간 연습경기도 활발해짐에 따라 연간 10만명이 찾는 세계 스포츠팀들의 최적 전지훈련장으로 성장하게 되었다(동아일보, 2007).

그림 5. 쿤밍시 위치(좌), 홍타 스포츠센터내의 축구장(우)
자료: 동아일보(2007). '약속의 땅' 쿤밍…마라톤 축구 등 年 2만여명 찾아

② 지역경제 및 도시재생 활용형

스포츠도시가 발생된 초창기 배경에는 쇠퇴한 도시의 지역경제를 활성화 시키고 도시재생을 목표로 스포츠를 도입한 유형을 꼽을 수 있다. 대표적으로 미국의 인디애나폴리스, 영국의 셰필드와 맨체스터가 해당되며, 특히 영국의 셰필드는 미국 인디애나폴리스를 벤치마킹한 측면이 있다.

미국 인디애나폴리스는 1970년대 히스패닉 인구가 급격히 증가하면서 백인들의 교외 이주에 따른 사회적·경제적 위기에 직면하게 된다(Rosentraub, M. S., 2010). 인디애나폴리스는 스포츠 중심 도시재건에 앞서, 1993년 스포츠도시화 정책을 효과적으로 주창하고 민간부문의 호응과 참여를 이끌어내기 위해서 스포츠 중심 경제재건 정책과 전략의 구심점역할을 할 Indianapolis Downtown Incorporated(IDI)를 설립하였다(현재는 Downtowm Indy로 명칭을 변경함). 다운타운 인디는 공공부문과 미간부분이 함께 참여하는 조직체로서 스포츠 도시화를 위한 민관 도시경영의 연정을 통한 스포츠 중심성장과 개발의 도시레짐이 확고하게 형성될 수 있는 기반이 되었다(Rosentraub, 2010). 또한 자동차산업이 쇠퇴함에 따라 도시재생을 위한 변화와 경제발전의 중추로서 스포츠 활용계획을 수립하였는데, 특히 William Hudnut 시장이 일류 스포츠시설 건설과 홍보전략을 적극적으로 수립·시행하여 '세계 아마추어 스포츠의 수도(Amateur Sport Capital)'라는 명성을 얻는데 크게 기여하였다(정수호, 2011). 세부적으로 보면 스포츠 시설 건립 및 도심에 대규모 투자를 유도하였고, 특히 세액감면 및 산업세입채 등을 제공하면서 민간자금을 활용하여 스포츠 시설 건설에 기여하였다(Rosentraub,

2010; Schimmel, 2001). 이러한 기반시설 확보로 다양한 아마추어 스포츠 대회를 개최하여 선수, 코치, 관광객 등 유입에 따른 경제적 효과가 발생되었으며, 아마추어·올림픽 스포츠 수도라는 명성을 얻게 되었다. 또한 미디어 노출을 통해 지역사회 활력과 시민의 자부심을 고취시킬 수 있었다. 나아가 현재 주요 스포츠 관련 조직의 본부가 인디애나폴리스에 위치하는 위상을 얻게 되었다. 이에 따라 지역 전반의 사회적·경제적 재활성화의 대표적 사례로 꼽히고 있다.

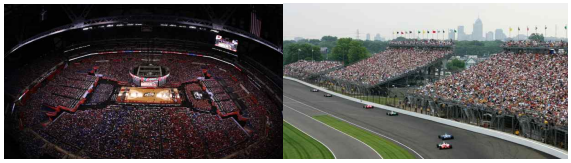

그림 6. LUCAS OIL Stadium(좌), 모터스피드웨이(우)
자료: WBUR(2015). Indianapolis: How Sports Transformed A City.

영국 셰필드는 1990년대 초 도시의 전통적 산업인 철강산업의 급격한 쇠락으로 일자리 부족과 인구 감소문제에 직면하게 되었다(김정만, 2010). 이에 시정부 주도로 민관협력이 중심이 되어 메가 스포츠 이벤트를 유치하여 지역경제 활성화와 도시재생을 도모하였다(Dobson, 2000). 이후 스포츠와 관광산업에 주목하기 시작하였고, 1995년 영국의 스포츠위원회로부터 영국 스포츠도시(National city of sport in UK)로 지정받아 각종 국제대회 유치와 스포츠 인프라를 구축하였다. 또한 지역경제재건을 위해 관민합작 파트너쉽의 강화를 위해서, 시정부와 지역 상공회의소의 합작회사인 쉐필드 파트너쉽(Sheffield Partnerships Ltd)과 쉐필드 경제재건 위원회(Sheffield Economic Regeneration Committee: SERC)를 설립하였다. 이러한 관민협력 체계의 구축은 스포츠 중심의 도시재생 전략의 성공적인 실행을 위한 토대를 제공하였다(Dobson, 2000; Henry & Paramio-Salcines, 1999; Loftman & Nevin, 1996). 셰필드는 스포츠 이벤트 중심의 개발과 투자를 통해 영국의 대표적인 스포테인먼트 도시, 이벤트스포츠관광 중심지로의 부상, 스포츠관련 서비스 중심의 경제기반을 마련하였다.

그림 7. Ponds Forge 국제 스포츠센터(좌), English Institute of Sport(우)
자료: SIV (https://www.sivltd.com)

맨체스터 또한 1990년대 후기산업도시로의 전환에 따른 지역경제가 침체됨에 따라 도시 전반, 특히 동부지역의 경제 살리기가 시급한 문제로 대두되었다. 이에 하계올림픽 유치를 위해 스포츠 시설 및 인프라를 확충하여 스포츠도시의 기반을 마련하였다. 특히 맨체스터는 1996년 하계 올림픽과 2000년 올림픽 유치준비 기간 동안 스포츠중심 도시개발을 위한 기반이 마련되었다. 초창기 민간주도로 추진되었던 96년 올림픽 유치과정과 달리, 2000년 하계 올림픽 유치신청과 준비과정에서는 맨체스터 시의회(Manchester City Council)의 능동적인 지원으로 도시정부와 민간의 공고한 파트너십을 구축하기 시작하였다(Misener & Mason, 2008). 올림픽 유치에는 두 번의 실패를 겪었으나, 그 과정에서 영국 내 타 도시에 비해 글로벌 미디어에 10배 이상 노출이 됨에 따라 인지도를 높일 수 있었고, 나아가 스포츠 중심 도시개발을 위해 각종 민관협력 기구 및 조직을 설립하여 전문성·체계성을 갖추고자 스포츠 중심 경제개발의 다양한 정책을 실행하는데 집중하게 되었다. 구체적으로 스포츠 유산 프로그램은 문화예술, 스포츠, 교육, 관광, 건강, 경제재건, 상업개발 등 다양한 테마로 구성하였다. 이에 따라 도시의 제조업 비중은 감소한 반면 건설업, 서비스, 교육, 건강, 접객업, 금융관련 고용이 증가함에 따라 경제구조 변화에 긍정적 영향을 미친 것으로 나타난다.

그림 8. National Cycling Center(좌), Royal Albert Hall(우)
자료: National Cycling Centre 2015(좌), Royal Albert Hall(우)

③ 도시개발 전략형

세 번째로 도시개발 및 계획 전략적 도입형은 도시계획 및 개발에 있어 국가 및 도시정부가 스포츠를 적극적으로 활용한 것이며, 대표적으로 호주의 멜버른과 일본의 사례가 있다.

호주의 멜버른은 1990년대 후반 도시계획과 재개발의 핵심과제로 스포츠 이벤트와 엔터테인먼트를 위한 시설 개발에 집중하였다(King & Jago, 2003; Misener & Mason, 2008). 당시 제프 케넷 주지사는 멜버른을 금융, 커뮤니티 서비스, 레크리에이션 서비스 등과 메이저 스포츠 및 문화 이벤트의 결합을 통한 첨단 스포테인먼트 도시로 브랜딩 하는 것에 초점을 두었다. 이를 위해 이벤트 수도 프로젝트를 수행하고 전담 부서 및 조직을 마련하였다. 이전의 국제 대회 유치 경험과 도시중심 2km 반경 이내에 국제 기준의 다양한 스포츠 시설물들이 이미 입지하고 있다는 점을 기반으로 하였다. 무엇보다 지역 주민들의 스포츠에 대한 관심 및 경기 관람 및 행사 참여는 스포츠 이벤트 중심의 관광 전략의 단단한 기반을 제공하였다. 이렇듯 멜버른은 시정부 주도의 도시경제 활성화 측면에서 기존의 국제대회 유치 경험 및 시설 보유를 내세워 스포츠도시로서 국제적인 입지를 확보함과 동시에 이벤트 스포츠 관광의 경제적 효과를 창출하고 있다(Church-Sanders, 2010).

한편 일본은 최근 새로운 지역 만들기 전략으로써 스포츠도시 선언을 하고 있다(박용범, 2006). 스포츠도시 조성을 통해 일상적 스포츠 활동을 장려하여 지역주민의 건강과 청소년의 건전한 육성을 도모할 뿐만 아니라, 외부인의 참여를 유도하여 활력 있는 현대적 도시 만들리로서 전략을 추진 중에 있다. 이러한 일본의 노력은 1987년 제4차 전국종합계획에서 「다극분산형 국토의 구상」을 추구하며 고베(神戶)와 나가노(長野)에 세계적인 빅 이벤트를 개최하여 「국제 스포츠도시」로 육성하고, 히로시마(廣島)와 후쿠오카(福岡)도 아시안 게임과 유니버시아드 대회 개최를 계기로 「스포츠도시 조성」을 추진하기 시작하였다. 또한 히가시오사카(東大阪)는 「럭비도시」로, 가고시마(鹿島)에서는 J-리그의 유치를 계기로 「축구도시」를 추진하였다. 특히 스포츠를 통해 지역밀착형 스포츠로의 발전을 목표로 하고 있으며, 생활체육 및 엘리트 체육을 장려하면서 지역사회 기반의 스포츠 활성을 꾀하고 있다. 이렇듯 일본은 범국가적 차원에서 스포츠를 전략적으로 특색 있는 지역개발 및 스포츠 진흥, 관광객 유치 등 다양한 목적을 수립하고 스포츠도시 조성에 노력을 기울이고 있다.

해외 스포츠도시 사례의 시사점

① 스포츠도시 개발을 위한 도시레짐(urban regime) 구축과 추진

스포츠도시는 도시정부 주도의 스포츠 중심 개발 어젠다의 확립을 통해 촉발되어 몇몇의 성공적 사례로 자리 잡았다. 특히 스포츠도시화에 대한 민간부문과 지역주민의 관심과 조력을 근간으로 하는 스포츠 중심 성장과 개발의 도시레짐의 공고한 형성이 주효하였으며, 명확한 스포츠도시화 정책과 전략수립으로 도시를 재활성화 시키는데 큰 기여를 하였다. 향후 스포츠도시화 정책과 전략의 실행을 전담할 전문조직의 구성에 대한 논의가 필요하다.

② 스포츠유산을 활용한 스포츠이벤트 유치 및 문화·예술·관광산업연계

맨체스터, 셰필드, 인디애나폴리스와 같은 이벤트형 스포츠도시의 경우, 스포츠도시 개발전략의 핵심이 스포츠시설의 확장과 유산화에 있다. 이러한 스포츠유산과 이벤트 자원을 활용하여 국제적인 스포츠이벤트를 유치하고 개최함으로써 스포츠도시로서의 명성과 입지를 공고히 할 수 있는 계기가 되었다. 이러한 스포츠도시로서의 국제적인 프로파일을 획득하는데 있어서, 단순히 스포츠 이벤트 상품과 관련 서비스에만 집중하기 보다는 지역의 문화, 예술, 엔터테인먼트 비즈니스와의 연계를 통한 이벤트 스포츠관광의 목적지로서의 매력도를 높이는 전략을 실행하여 성공한 사례로 평가된다.

③ 참여형 스포츠도시 개발

해외사례에서 보았듯이, 유럽과 북미 도시들의 경우, 인기종목과 군소종목을 불문하고 스포츠 시설의 구축과 이벤트 유치에 비중을 두고 스포츠도시를 추진한 배경에는 관람 스포츠의 관람의도와 인기가 높은 스포츠소비문

화가 형성되어 있다. 이러한 관람 스포츠문화로 인해 이들 도시들은 스포츠이벤트 관람과 시청에 대한 충분한 내수창출과 함께, 민간 및 지역사회의 지원과 후원이 가능했을 것으로 사료된다. 하지만 이러한 북미와 유럽의 군소 아마추어 종목을 아우르는 시설구축과 이벤트 친화적인 스포츠문화는 몇몇 인기스포츠 중심의 소비성향이 강한 우리나라와 다소 차이가 있다. 나아가 전 세계적으로 인기 있는 대중적인 스포츠를 중심으로 한 '시설중심형 이벤트스포츠도시개발 전략'은 해외의 선진 스포츠도시와의 시장경쟁에서 우위를 점하기 힘들 것으로 판단된다. 따라서 우리나라의 경우 자연환경과 주변의 관광자원, 그리고 유휴시설을 활용한 '참여형 스포츠중심의 스포츠도시'를 개발하는 방안이 보다 실효성을 지닐 수 있을 것이다.

국내 스포츠도시 발전방향

스포츠도시 필요성 및 국내 추진 현황

① 국내 스포츠도시 육성 필요성

우리 사회에서 점차 생활의 관심사가 일과 더불어 레저, 관광, 스포츠를 중시하는 생활양식으로 전환되면서, 각종 오락, 레크리에이션, 스포츠, 휴양, 숙박, 취미생활 등과 관련된 서비스를 공급하는 여가 스포츠산업이 지역의 새로운 신 성장산업으로 주목받고 있다. 특히 우리나라는 수도권을 중심으로 자본, 인구, 교육, 정보가 편중되어 있어 수도권 이외의 중소도시는 기술과 자본 집약적인 산업 유치에 어려움을 겪고 있는 실정이다. 이같이 자본과 기술이 특정지역에 집중되는 상황에서 스포츠, 문화 등을 중심으로 한 연성적 개발이 더욱 필요하다. 이러한 시점에서 스포츠도시 조성을 통한 도시브랜드 형성은 지역의 지명도를 높이고 지역의 이미지를 향상시킴으로써 정체성이 확립되고 각종 행사를 통해 선수, 관계자, 관광객을 비롯한 사람, 물자, 정보, 자본의 유입으로 교류가 확대되며 스포츠이벤트화 함께 진행되는 문화이벤트로 문화 및 정신적 효과 향상을 통해 궁극적으로 지역사회 개발이 가능한 구조가 형성될 수 있을 것이다. 그러나 많은 이론적 연구결과와는 달리 실제적으로는 막대한 스포츠시설과 사회기반시설물의 건설비, 지속가능성이 없는 일시적인 효과성, 실재하는 비용지출 대비 무형의 효과성, 높은 유지보수비용의 발생 등의 이유로 스포츠 주도 도시재건의 효과에 부정적인 견해들도 다수 존재하므로 시설에 대한 적정한 투자와 지속적인 사후활용 및 도시정부의 일관성 있는 정책 추진이 담보되어야 한다.

② 국내 스포츠도시 추진 현황

국내에서도 스포츠를 활용한 도시마케팅 및 지역개발 전략이 추진되고 있는데 인천, 대구, 부산 등 대도시들은 각종경기장 및 공공스포츠센터, 체육공원 등 인프라에 집중적으로 투자하여 월드컵, 올림픽, 국제 대회 등 대형 이벤트를 유치하였고 예천, 양구, 강진, 남해, 제주 등은 전지훈련장이나 리조트 개발 등을 통해 참여 수요와 지역개발을 유도하고 있다(지현진과 김진희, 2009; 조금묵과 황향희, 2011; 정수호, 2011; 정구철, 2011).

특히 대구의 경우 지역경제 활성화와 국제적 홍보효과를 위해 세계 육상대회를 유치·개최하게 되었다. 2002년 월드컵, 2003년 유니버시아드 유치 이후 스포츠 인프라 및 개최 경험이 구축되어 있어 신규 시설 신축 및 기존시설 리모델링을 통해 대회를 개최하였고, 이후 국제육상경기연맹에서 세계육상발전에 크게 기여한 도시를 평가하여 세계육상도시로 선정하는데 대구가 지정되었다. 대회 이후에는 국가대표 육상선수단 및 후보선수, 각 대학 선수들이 훈련을 위해 지속적으로 방문하고 있으며, 전국대회 및 국제대회 등을 유치·개최하여 시설 활용도를 높이고 있다. 또한 대구는 육상선수권 대회의 성공적 개최 이후 지속적으로 스포츠 혹은 육상도시로 나아가기 위해 POST 2011 4가지 추진과제를 설정하였다. 4가지 추진과제의 범주는 '스포츠 인프라 구축 및 활용', '글로벌 도시브랜드가치화로 스포츠 산업·관광 육성', '세계시민의식 함양', '안전도시를 위한 환경 및 도시방제 기능강화'이고 이를 위해 육상발전을 위한 특별법 및 조례제정을 추진하는 등 도시정책 및 전략적 차원에서 스포츠도시로의 입지를 마련해 가고 있다.

예천군은 중국 쿤밍의 사례와 유사하게 육상인들 사

이에서 전지훈련지로 유명해진 사례이다. 기후조건이 좋을 뿐 아니라 국내 유일의 육상 전용훈련장 시설을 갖추고 있어, 국가대표와 상비군을 비롯한 전국의 초중고 대학실업팀이 전지훈련지로 예천을 선호하고 있다. 이는 예천이 2012년부터 현재까지 스포츠마케팅 활성화를 위해 육상 훈련장 인프라 구축사업을 꾸준하게 추진하여 타 지역과의 경쟁우위를 점하고, 훈련장에서 비교적 근거리의 숙박시설을 저렴한 비용으로 제공하여 많은 스포츠 팀에게 인지도를 높일 수 있었다.

강원도 양구군은 스포츠 마케팅 사업을 주요 역점사업으로 꾸준히 추진하여 다양한 종목에 걸쳐 훌륭한 스포츠 인프라를 보유하고 있다(조금묵과 황향희, 2011). 이로 인해 여러 국내외 체육대회를 개최하고 전지훈련단을 적극적으로 유치하여 지역경제 활성화에 큰 기여를 하고 있다. 2014년 1년간 양구군에서 22개 종목, 총 85개 대회가 개최되었고, 전지훈련을 위해 12개 종목, 총 94개 팀이 양구군을 찾았는데, 이는 2013년에 비해 개최대회 종목수는 4개, 대회수는 13개가 늘어난 것이며, 전지훈련은 2개 종목, 5개 팀이 증가한 것으로 나타난다. 양구군은 현재 보유하고 있는 체육시설들이 국제 및 전국대회 규모에 준하여 설치되어 있기 때문에, 향후 국내외 선수권 대회 및 생활체육 활성화를 위해 적극적인 정책 실현을 목표로 하고 있다.

국내 스포츠도시 추진은 시작 단계로 아직은 인프라와 이벤트에 치중해 있어 도시 정부차원에서 관련 이해관계자들과의 상호 긴밀한 공조체제 속에서 지역개발 정책 대상으로 고려되고 있지는 못하다. 스포츠도시 개발 형태도 특정 인프라 구축과 이벤트 유치를 통해 지역경제 및 도시재생에 활용을 시도하고 있어 해외 사례 유형 구분으로 보면 특정시설 특화형과 지역경제 및 도시재생 활용형에 속한다고 볼 수 있다. 스포츠도시가 도시에 미치는 경제·사회적·마케팅적 측면에서의 영향력을 고려한다면 이제는 경기종목으로서 스포츠를 초월한 지역개발 정책대상으로서 재조명이 필요하다.

국내 스포츠도시 발전 방향

해외 스포츠 도시 육성 사례 분석 결과 국내 도시들이 지역의 스포츠 역량 강화 및 지역개발과의 연계를 통해 스포츠도시로 성장하기 위해서는 〈그림 9〉와 같은 구조와 단계적 발전이 필요하다는 것을 알 수 있다. 스포츠 도시 발전 단계와 방향을 설정해보면, 첫째, 스포츠는 다른 도시 정책 영역으로부터 분리 될 수 없다는 인식이 전제되어야 한다. 이는 스포츠 주도 도시개발 정책 및 스포츠 도시의 대두 배경의 가장 근본적인 시작은 스포츠가 각기 다른 사회 집단들을 통합시킬 수 있고, 젊은 층의 교육 및 도시의 보건 정책의 도구로서 고려될 수 있다는 합의를 통해 도출되어야 할 것이다.

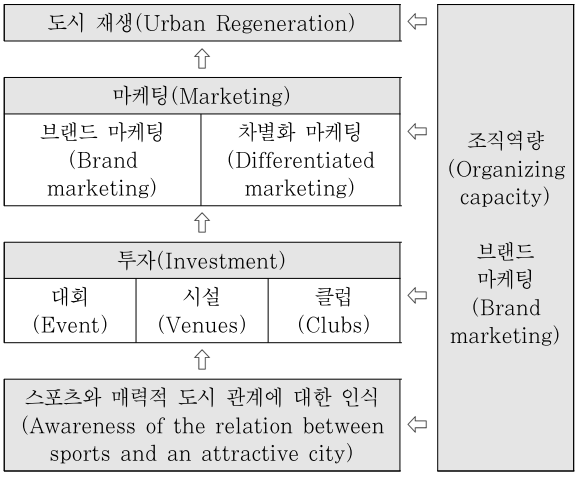

그림 9. 스포츠 기반 도시발전의 요소와 구조
출처 : Berg, L. v. d., Braun, E., & Otgaar, A. H. J. 2002, p.112 재구성

둘째, 스포츠의 필요성에 대한 인식 토대 위에 스포츠 관련 시설, 대회 및 이벤트 유치 그리고 클럽에 대한 투자가 필요하며, 투자 시 유의해 할 점들은 스포츠를 이용한 도시 마케팅의 최종 목표 설정과 투자를 통해 기대되는 혜택이 어떠한 것들이 있을지에 대한 예측이 필요하다. 특히, 주요 스포츠 대회를 유치하는 것이 스포츠와 도시마케팅 통합을 위한 가장 중요하고 근본적인 기회로 볼 수 있다. 유럽 도시들의 경우 바르셀로나 1992 올림픽, 맨체스터 2002 영연방 경기 대회, 로테르담 2000 유럽 축구 경기 대회, 토리노 2006 동계 올림픽 등이 큰 기회를 제공한 계기가 되었다.

셋째, 브랜드 마케팅 및 차별화 마케팅이 필요하다. 어떠한 지역이 스스로 지역의 이미지를 변화시키는 것은 매우 힘들고, 수정하는 데에도 오랜 시간이 필요하나 주

요 스포츠 대회 유치가 자극제가 되어 지역의 긍정적 이미지를 제고할 수 있었다. 이런 의미에서 스포츠 시설 또한 강력한 브랜드 마케팅 파워를 가지고 있다. 특별한 디자인, 컨셉 또는 지역 환경 변화를 통해 이룬 혁신적인 스포츠 시설의 발전은 스포츠계 안팎으로 전 세계적인 관심을 유발하는 경우가 있기 때문이다. 한편 스포츠를 통한 도시 브랜드 마케팅에 있어 스포츠(대회, 숙박, 클럽 등 포함)그 자체도 물론 중요하지만, 특정 목표 집단에 대한 차별화 된 마케팅도 필요하다. 이는 브랜드 마케팅과 차별화 마케팅 사이의 구분으로 스포츠 투자는 근본적으로 특정 집단이나 시장 세분화에 기인될 수 있기 때문이다.

마지막으로 스포츠와 도시 마케팅 간의 상호작용은 스포츠가 통합된 도시재생 프로세스에 촉진제 역할을 할 때 가장 잘 달성 될 수 있고 이를 위해서는 조직의 역량이 중요하다. 스포츠와 도시마케팅은 자치단체 정부만의 문제만은 아니다. 다양한 의도, 관심, 자원을 가진 다양한 이해관계자들이 관여되어 있고 계속해서 이해관계자의 수가 늘어가며, 이해관계자들 사이의 관계가 더욱 복잡해지고 있는 추세이므로 스포츠와 도시마케팅에서의 시너지를 창출하기 위해서는 스포츠와 도시마케팅의 모든 수준에서 조직 역량이 요구되기 때문이다. 따라서 정치가, 정부 부처, 스포츠클럽, 스포츠 시설 관리자, 자원봉사 조직, 스폰서 등 다양한 이해관계자들이 이미 통합된 시의 한 부분으로서의 스포츠에 관여되어 있으며 이들의 통합과 창조 전략이 요구된다. 토리노의 경우 Basic Group, 스포츠의학협회, 토리노 시가 함께 지역 학교 스포츠 시스템을 재편하였다. 특히, 주요 스포츠 이벤트 시설 등의 사후 활용을 적절하게하기 위해 정부기구, 스포츠 조직, 스포츠 마케팅 조직, 시의 이해관계 강화가 필요하다.

복잡한 도시 재생 프로젝트는 강력하고 창조적인 리더십을 필요로 하며, 스포츠와 도시 마케팅 분야는 확실한 지침과 감독 또한 요구 된다. 로테르담의 경우, '로테르담 마케팅'이라는 특별한 조직을 설립하여 도시마케팅을 강화하였고, 제휴하여 '로테르담 탑스포츠' 조직을 설립한 사례가 있다. 이후 맨체스터에서도 비슷한 역할을 하는 '마케팅 맨체스터'라는 조직을 설립하여 스포츠와 도시마케팅을 주요 정책 분야로 하고 있다.

결론 및 제언

최근 세계 여러 도시와 국내 도시들이 스포츠를 동력화하여 지역경제 활성화 및 지역발전을 추진하고 있다(정수호, 2011). 그러나 단기적·일회성 전략에 그치지 않고 지역의 지속적 성장을 유도하기 위해서는 스포츠의 활용이 보다 구체적이고 중장기적 지역발전 전략측면에서 고려되어야할 필요가 있다. 이에 본 연구는 해외 스포츠도시 사례를 토대로 '스포츠도시(sports city)'의 개념과 역할에 대해 살펴보고, 추진배경 및 주요 특성을 바탕으로 분류한 유형별 성공사례 분석을 통해 국내 스포츠도시 발전방향을 모색하였다. 특히 유형화에 있어 기존의 국가별로 분류하기보다 국가 차원뿐 아니라 개별 도시차원에서도 세계적인 경쟁력을 나타내고 있는 도시들이 있고, 스포츠도시의 특성이 국가별로 명확하게 구분되기보다 각 도시들의 추진배경과 전략특성을 고려하여 유형화를 시도하였다는 것에 의의가 있다. 분류기준을 인프라개발 및 정책대상 영역과 스포츠 활용 범위로 설정하고, 비교적 한정된 특정지역이나 시설에 집중된 유형을 '특정시설 특화형'과 도시전반적인 재생 및 활성화를 위해 스포츠를 활용하는 유형을 '지역경제 및 도시재생 활용형'으로 구분하였다. 마지막으로 도시 및 범국가적 차원에서 스포츠를 전략적으로 활용하고자 하는 유형을 '도시개발 전략형'으로 명명하였다. '특정시설 특화형'은 해당 도시가 가진 천혜의 자연환경을 기반으로 특정 종목 및 시설 특화로 스포츠도시로 발돋움 하고 있는 휘슬러, 헤이그, 쿤밍을 대표적 사례로 들 수 있다. '지역경제 및 도시재생 활용형'은 쇠퇴한 도시의 지역경제를 활성화 시키고 도시전반의 재생을 목표로 스포츠를 도입한 인디애나폴리스, 셰필드, 맨체스터가 해당된다. 마지막으로 '도시개발 전략형'은 도시계획 및 개발에 있어 국가 및 도시정부가 스포츠를 적극적·전략적으로 활용한 유형이며, 멜버른과 일본이 대표적이다.

이들 해외 스포츠도시들이 성공적인 사례로 대표되는 이유는 도시정부 주도의 스포츠 중심 개발의 어젠다 확립을 통해 민간부문과 지역주민의 관심과 조력을 근간으로 공고한 도시레짐의 구축과 추진이 주효한 것으로 들 수 있다. 또한 메가 스포츠 이벤트 등을 유치하는데 있어 스포츠시설과 같은 유산을 적극 활용하고, 지역의 문

화, 예술, 엔터테인먼트 비즈니스와의 연계를 통한 이벤트 스포츠관광의 목적지로서 매력도를 높이는 통합적인 전략을 실행하고 있다. 무엇보다 유럽과 북미 도시들의 경우 인기종목과 군소종목을 불문하고 스포츠 시설의 구축과 이벤트 유치에 비중을 두고 스포츠도시를 추진한 배경 덕분에 스포츠관람 및 참여문화가 민간 및 지역사회에 형성되어 충분한 내수창출을 유도한 것으로 보인다. 물론 우리나라는 다소 인기스포츠 중심의 소비성향이 강한 편이기 때문에 해외 스포츠도시 개발 전략을 그대로 적용하기에는 한계가 있다. 그리고 아직은 인프라와 이벤트 유치·개최에 치중해 있어 도시 정부차원에서 관련 이해자들과 상호 긴밀한 공조체제 속에서 지역개발 정책 대상으로 고려되고 있지는 못하다. 따라서 우리나라의 경우 자연환경과 주변의 관광자원, 그리고 유휴시설을 활용한 '참여형 스포츠중심의 스포츠도시'로의 개발 방안이 보다 실효성을 지닐 수 있을 것이다. 구체적으로 지역의 스포츠 역량 강화와 지역개발과 연계되기 위해서는 첫째, 스포츠는 다른 도시 정책 영역으로부터 분리될 수 없다는 인식이 전제되어야 하고, 둘째, 스포츠의 필요성에 대한 인식 토대 위에 스포츠관련 시설, 대회 및 이벤트 유치 그리고 클럽에 대한 투자가 필요하며, 셋째, 스포츠를 통한 브랜드 마케팅 및 차별화 마케팅이 필요하며, 넷째, 스포츠가 통합된 도시 경쟁력 강화 프로세스에 촉진제 역할을 할 수 있도록 강력한 지자체의 리더십과 다양한 이해관계자들의 조직 역량이 필요한 것으로 분석된다. 특히, 정치가, 정부 부처, 스포츠클럽, 스포츠 시설 관리자, 자원봉사 조직, 스폰서 등 다양한 이해관계자들이 이미 통합된 시의 한 부분으로서의 스포츠에 관여되어 있으며 이들의 통합과 창조 전략이 요구된다.

스포츠 기반 도시 발전을 위해서는 앞서 살펴본 바와 같이 스포츠와 매력적 도시 관계에 대한 인식과 더불어 재정적 투자가 전제 되어야 한다. 그러나 국내 지방자치단체의 전국평균 재정자립도는 44.8%(안전행정부, 2014)이고 군지역은 11.4%로 매우 낮을 뿐 아니라 그동안 스포츠 인프라 구축도 상당부분 중앙정부의 재정적 지원에 의존해 왔다. 따라서 스포츠 도시에 대한 관심유발 및 활성화를 위해서는 중앙정부 차원의 지원이 요구된다. 문화체육관광부는 '관광도시', '도시재생 선도지역'과 같이 '스포츠도시'사업을 추진하여 잠재적으로 스포츠도시로 성장할 수 있는 지역의 역량을 극대화할 필요가 있다. 이들 도시들에 대해 인프라, 마케팅, 전략 수립 등에 대한 종합적·집중적 지원을 통해 성공적 모델을 만든다면 학습효과를 통해 타 지자체로 확산될 수 있을 것이며 궁극적으로 생활체육 수요 진작과 환경 개선에 기여하게 될 것이다.

참고문헌

김정만(2010). 해외 사례를 통해 본 스포츠이벤트와 지역발전. 한국자치발전연구원, **자치발전**, 16(4), 17-23.

문화체육관광부(2007). **2008 베이징올림픽계기 외국 전지훈련팀 유치 타당성조사 및 유치 방안 연구**. 서울.

박수복, 서상옥, 김용국(1996). 스포츠 이벤트 유치 및 개최와 지역사회발전간의 관계, **한국사회체육학회지**, 5, 241-248.

박용범(2006). 스포츠도시 조성 방안에 관한 연구, **스포츠정보테크놀로지연구**, 1(1), 37-47.

방지선(2001). 성공적 지역 스포츠이벤트를 위한 선행과제, **한국체육학회지**, 40(4), 477-485.

안정찬, 김매이, 한진욱(2013). 스포츠도시 개념의 재고찰: 스포츠와 도시마케팅의 관계성과 시너지, **한국스포츠산업·경영학회지**, 18(5), 75-93.

정구철(2011). 스포츠 브랜드시티를 위한 역할모델(Role-model) 연구: 서귀포시와 제주유나이티드 FC를 중심으로, **스포츠문화·과학연구지**, 19(19), 45-60.

정수호(2011). 도시성장과 스포츠에 관한 연구서설, **인제논총**. 16(1), 309-321.

조금묵, 황향희(2011). 지역사회 여가공간을 활용한 전지훈련지 활성화 방안 : 강원도 양구군을 중심으로, **한국체육과학회지**, 20(4), 231-248.

지현진, 김진희(2009). 여가스포츠 인프라 구축을 통한 도시발전 전략 탐색, **한국여가레크리에이션학회지**, 33(3), 185-194.

한국스포츠개발원(2015). **스포츠 도시 선정 평가지표 개발 연구**. 서울.

동아일보(2007). '약속의 땅' 쿤밍…마라톤 축구 등 年 2만여 명 찾아, 2007년 3월 6일.

Austrian, Z., & Rosentraub, M. S. (2002). Cities, sports, and economic change: A retrospective assessment. *Journal of*

Urban Affairs, 24(5), 549-563.

Bamberger, R. J., & Parham, D. M. (1984). *Indianapolis's Economic Development Strategy,* Urban Land, 12-18.

Berg, L. v. d., Braun, E., & Otgaar, A. H. J. (2002). Sports and city marketing in European cities. *Ashgate Publishing Limited.*

Church-Sanders, R. (2010). *Ultimate sports cities*(2nd ed.). Sports Business Group.

Crompton, J. L. (2001). Public subsidies to professional team sport facilities in the USA. In C. Gratton, & I. Henry (Eds.). *Sports in the city*(pp.15-34). Routledge.

Dobson, N. (2000). *The economic impact of major sports events: A case study of Sheffield*(Doctoral dissertation, Sheffield Hallam University).

Getz, D. (1998). Trend, Strategies, and Issues in Sport-event Tourism, *Sport Marketing Quarterly, 7(2)*, 8-13.

Gratton, C., & Henry, I. (2001). *Sport in the city: Where do we go from here?* In C. Gratton, & I. P. Henry (Eds.), Sport in the city: The role of sport in economic and social regeneration(pp.299-314). London: Routledge.

Gratton, C., Dobson, N., & Shibli, S. (2001). *The role of major sports events in the economic regeneration of cities: Lessons from six world or European championships.* In C. Gratton, & I. P. Henry (Eds.), Sport in the city: The role of sport in economic and social regeneration (pp.35-45). London: Routledge.

Gratton, C., Shibli, S., & Coleman, R. (2005). Sport and economic regeneration in cities. *Urban Studies (Routledge), 42(5)*, 985-999.

Henry, I. P., & Pamio-Salcines, J. L. (1999). Sport and the analysis of symbolic regimes: A case study of the city of Sheffield, *Urban Affairs Review, 34 (5)*, 641-666.

Kasimati E. (2003). Economic aspects and the Summer Olympics: a review of related research. *International journal of tourism research, 5*, 433-444.

King, E. M., & Jago, L. K. (2003). *A tale of two cities: Urban tourism development and major events in Australia. In The Scottish Hotel School* (Ed.), Urban tourism - mapping the future, travel and tourism research association (pp. 122-133). Europe: University of Strathclyde.

King, E. M., & Jago, L. K. (2003). *A tale of two cities: Urban tourism development and major events in Australia. In The Scottish Hotel School* (Ed.), Urban tourism - mapping the future, travel and tourism research association (pp. 122-133). Europe: University of Strathclyde.

Loftman, P., & Nevin, B. (1996). Going for growth: Prestige projects in three British cities, *Urban Studies, 33(6)*, 991-1019.

Misener, L., & Mason, D. S. (2008). Urban regimes and the sporting events agenda: A cross-national comparison of civic development strategies, *Journal of Sport Management, 22*, 603-627.

Mules T. & Faulkner B. (1996). An economic perspective on special events, *Journal tourism economics, 2(2)*, 107-117.

Rosentraub, M. S. (2010). *Major league winners: Using sports and cultural centers as tools for economic development.* CRC Press.

Smith, A. (2010). The development of "Sports-city" zones and their potential value as tourism resources for urban areas. *European Planning Studies, 18(3)*, 385-410.

(사진 자료 출처)

2015 Aloha Whistler Accommodations (http://www.aloha whistler.com/whistler/year-round/zip-line/)

National Cycling Centre 2015 (http://www.nationalcycling centre.com/)

Rotterdam Topsport 2015 (http://www.rotterdamtopsport.nl /nieuws/ahoy-rotterdam-podium-voor-de-finale-van-ek-volleybal-2015/)

Royal Albert Hall (http://www.royalalberthall.com/)

SIV (https://www.sivltd.com)

THE WHISTLER INSIDER (http://www.whistler.com/blog/ post/2015/01/20/family-day-whistler-2015.aspx)

WBUR(2015). Indianapolis: How Sports Transformed A City. *Boston University*. (http://onlyagame.wbur.org/2015/04/11/ indianapolis-final-four-ncaa)

WHISTLER WRITER (http://deeraffo.com/)

WSV De Zandameren (https://twitter.com/wsvdezandmeren)

Study on the Development Direction of Sports City in Korea: Classification and Case Study on International Sports Cities

Mi-Ok Kim[1], Ji-Jung Huh[2], & Ji-Gon Yu[1]

[1]Korea Institute of Sport Science & [2] Seoul National University

A number of global cities and local cities facilitate local economies and development by utilizing sports. However, their strategy is likely to be a short-term and one-time policy, which does not continuously strengthen their development. Therefore, the use of sports needs to be considered as more specific and longer term strategies for local development. This study examines the concept and role of sports city focused on cases of overseas sports cities, and successful and ideal cases of background and features of sports cities were analyzed to promote and lead the direction of improvement of sports cities in Korea. Consequently, strengthening a city's sport capability and connecting it to local development need to be met to become a city into a successful sport city. To do so, it should premise recognition that sports cannot be treated separately from other urban policy area and it needs to invest in sports facilities, hosting sports events and competitions, and sports clubs based on the recognition for the importance of sports. Moreover, it needs a marketing strategy for branding and differentiation through sports of a city's expertise. Finally, to make sports act as a catalyst to strengthen the process of an integrated city's competitiveness, it requires a local government's strong leadership and organization capacity of stakeholders.

Key Words: Sports City, Classification, Regional Development, Urban Regeneration KISS