

스포츠 산업융합 현황에 대한 탐색적 분석

권기성 · 오태연 · 김대원(서울대학교), 오자왕*(서울대학교 스포츠산업연구센터)

산업융합 시대가 도래함에 따라 스포츠 산업 내에서도 다양한 융합이 이루어지고 있다. 이에 이 연구의 목적은 스포츠 산업융합에 적합한 분류체계와 그에 따른 현황을 제시하는 것이다. 이 연구에서는 반구조화된 면담, 문헌 조사 그리고 관찰 방법을 활용하여 스포츠 산업융합을 대상으로 사례 분석을 실시하였다. 또한 스포츠 산업융합 사례를 분류하기 위한 준거 틀의 경우는 스포츠 산업의 새로운 분류체계와 국내의 기존 연구에서 제시하고 있는 산업융합 관련 분류체계를 통합하여 제시하였다. 이를 통하여 도출된 결과를 살펴보면 신기술과 제품 간의 융합 분류의 경우 참여 스포츠 시장에서는 실감형 가상 스포츠, 진단 평가 솔루션 그리고 운동 가이드 솔루션 사례가 나타났다. 신기술과 서비스 간 융합 분류의 경우 관람 스포츠 시장에서는 뉴미디어와 실감형 방송 중계 사례가 나타났으며 참여 스포츠 시장에서는 u-러닝 사례가 나타났다. 제품과 서비스 간 융합의 경우 관람 스포츠 시장에서는 스포츠 시설 복합화와 스포테인먼트 사례가 나타났으며 체감 게임형 스포츠와 스포츠 체험형 관광의 경우는 관람 및 참여 스포츠 시장 모두에서 나타났다. 전체적인 스포츠 산업융합의 현황을 살펴보면 미디어 산업 중심의 산업융합 형태에서 점차 진화하여 다양한 산업들 간의 산업융합이 가속화되고 있다는 것을 알 수 있다.

주요어: 산업융합, 스포츠 산업융합, 스포츠 산업융합 분류체계, 스포츠 산업융합 현황, 사례조사

서론

최근에는 다양한 분야에서 산업 간 융합이 발생하는 산업융합의 시대가 도래하고 있다. 산업융합은 기존 산업의 성장 정체, 기술적 여건 성숙 그리고 소비자 요구의 다양화 됨에 따라 확산되고 있으며 통신 기술 및 IT 인프라에 기반을 둔 정보화 시대로 발전함에 따라 다양한 기술과 산업 간의 창조적 결합이 발생하고 있다. 이러한 산업융합은 새로운 가치를 창출할 수 있는 방향으로 발전해나가고 있으며 단순한 IT 기술과 산업 간의 결합 형태에서 인문 및 예술과 같은 다양한 분야 간의 융합으로 발전해 나가는 추세에 있다(주대영, 2012).

최근 산업융합의 형태가 변화함에 따라 스포츠 산업의 경우도 다양한 형태의 산업융합 시장이 발전하고 있

다. 국내의 산업융합과 관련된 대한민국 산업기술비전 2020 융합신산업 보고서와 한국산업기술진흥원에서 발간한 보고서에서는 모두 스포츠 산업의 대표적인 융합 사례로써 스크린 골프를 제시하였다. 스크린 골프는 CT(Computer Technology)와 IT(Information Technology)가 융합한 가상현실을 이용한 주요 융합 사례로서 제시되고 있다. 또한 스크린 골프는 중소기업 측면에서 산업융합을 통하여 성공한 주요 혁신 사례로서 제시되고 있다(조용근, 2012; 지수영과 정명애, 2008).

스포츠 산업 내에서 발생하고 있는 산업융합의 사례를 구체적으로 살펴보면 스크린 골프를 통한 산업융합을 적극적으로 추진한 골프존의 경우 현재 연 매출이 2,700억 원에 이르는 중견기업으로 성장할 정도로 스포츠 산업 내에서 급속한 성장을 이룩하였다. 미국의 스포츠 용품 업체 나이키(Nike)사와 IT 업체 애플(Apple)사가 합작한 Nike-Ipod Sports Kit 역시 대표적인 스포츠 산업융합의 한 사례라고 할 수 있다(김태훈, 2006). Nike-Ipod Sports Kit의 경우는 스마트폰, 러닝화 그리고 센서 기술이 결합하여 운동량을 스마트 기기에 기

논문 투고일: 2013. 10. 17.

논문 수정일: 2013. 12. 06.

게재 확정일: 2013. 12. 27.

* 저자 연락처: 오자왕(ohwang@naver.com).

* 이 연구는 대구디지털진흥원의 지원을 받아 수행되었음.

록하고 분석할 수 있으며 개인의 운동능력 향상에 도움을 줄 수 있다. 또한 이를 통해 관련 스마트 기기와 운동용품의 판매를 촉진시키는 경제적 효과까지 거두고 있는 대표적인 스포츠 산업융합 사례라고 할 수 있다. 첨단 미디어 기술과 스포츠가 결합한 실감형 360도 중계방송 기술, 소셜 네트워크 미디어를 통한 양방향 응원 서비스 그리고 원소스 멀티 유즈 스포츠 중계 등 미디어와 관련된 다양한 서비스의 등장 역시 스포츠 산업융합의 대표적인 사례라고 할 수 있다(권용무, 2011; 주대영, 2012). 이와 같이 첨단 기술과 기존의 스포츠 산업 관련 상품 및 서비스가 결합한 다양한 형태의 산업융합 제품들이 이미 출시되어 많은 사람들이 사용하고 있으며 지금도 다양한 형태의 산업융합이 진행 중에 있다.

정책적인 측면에서도 스포츠 산업과 관련된 다양한 산업융합 관련 과제들이 제시되면서 스포츠 산업융합이 가속화되고 있다. 제1차 산업융합 발전 기본계획(안)을 살펴보면 헬스케어, 미디어 그리고 콘텐츠 분야에서 스포츠 산업융합과 관련된 과제들이 제시되었다. 2013년 문화체육관광부 중점과제에서도 콘텐츠와 교육에 대한 스포츠 산업융합과 관련된 산업 육성 과제들이 제시되었다(문화체육관광부, 2012; 산업융합발전위원회, 2012).

이를 통하여 산업 및 정책적인 측면에서 스포츠 산업은 이제 산업융합 영역 내에서 중요한 위치를 차지하고 있으며 다양한 타 산업과의 융합을 통해 질적 및 양적 성장을 이룩하였다. 하지만 스포츠 산업 내에서 발생하고 있는 산업융합에 대한 학계의 연구는 매우 미흡한 실정이다. 해외 연구를 살펴보면 상업 및 기술 파트너, 새로운 형태 및 전통적인 미디어, 기업 및 사회 전체의 경제적 측면, 유통 파트너, 스포츠 서비스 사용자 그리고 스포츠 조직 간의 상호작용으로 나타나는 다양한 형태를 스포츠 산업융합이라 제시하고 있다(Sergio & Andrea, 2010). 또한 스포츠 환경에서 산업융합은 시너지 효과를 창출해내기 위한 목적으로 전략적 파트너십을 통하여 스포츠 조직, 기업 그리고 미디어 조직을 결합하는 형태이다. 또한 스포츠 산업 내 산업융합은 스포츠 미디어 산업이 주도적으로 이끌어 가고 있다고 제시되었다(Boyle & Haynes, 2002). 하지만 이러한 스포츠 산업융합과 관련된 기존 연구들은 스포츠 산업융합과 관련된 융합 주체를 단순히 나열하는 정도에 그치고 있어 추가적인 연구가 필요하다.

위의 예에서 볼 수 있듯이 다양한 스포츠 산업 주체들

은 자발적인 노력을 통하여 다양한 인접 산업 분야와 융합함으로써 새로운 가치 및 시장을 창출해 나가고 있다. 또한 이를 위한 다양한 정책 과제 역시 제시되고 있다. 하지만 스포츠 산업융합에 대한 학문적 접근은 미흡한 실정이다. 이 연구의 목적은 현재 스포츠 산업 내에서 발생하는 다양한 사례를 분석할 수 있는 분류체계를 제시하고 이를 통하여 스포츠 산업융합의 현황을 제시하는 것에 있다.

연구방법

연구 방법의 개요

이 연구에서는 스포츠 산업융합 현황을 분석하기 위하여 질적 연구 방법으로서 반구조화된 면담, 문헌 조사 그리고 관찰 방법을 활용하여 스포츠 산업융합을 대상으로 하는 사례 분석을 실시하였다. 우선적으로 국내 스포츠 산업 내에서 발생하고 있는 사례들을 도출하기 위하여 스포츠 산업융합과 관련된 전문가들과의 반구조화된 면담(semi-structured interview)을 실시하였다. 이를 통하여 제시된 사례들을 이 연구에서 제시한 준거틀을 활용하여 항목화하였다. 항목화된 사례들을 중심으로 문헌 조사를 실시하였으며 반구조화된 면담 및 문헌 조사를 통하여 도출된 결과가 실제 스포츠 산업 환경에서 나타나고 있는지를 확인하기 위하여 관찰을 실시하였다.

기존 연구에 따르며 질적 연구 방법은 최근에 나타나고 있는 새로운 연구 방법이라고 소개되고 있으며 심도 있는 연구를 진행하기 위한 기본적인 방향성을 제시해 줄 수 있는 연구 방법으로 제시되고 있다(Altheide, 1996; Creswell, 2003; Eagleman, 2011). 이 연구는 스포츠 산업융합의 현황을 제시하여 추후 스포츠 산업융합과 관련된 연구의 기본적인 방향성을 제시하려는 목적을 지니고 있기 때문에 질적 연구 방법이 적합한 연구 방법이라고 판단하였다.

면담 대상 선정

면담 대상을 선정하기 위하여 스포츠 산업과 관련된 분야로서 인식되고 있는 미디어, 용품, 시설, 서비스 산업 관련 전문가와 스포츠 관련 조직에 있는 관계자들을

심층면담 대상으로 선정하였다. 심층면담 대상을 선정하기 위하여 스포츠 산업융합과 관련된 연구를 진행하고 있는 동료 연구자들의 의견을 수렴하였다. 이를 통하여 스포츠 산업융합에 전문성을 지니고 있다고 판단되는 총 10명의 전문가를 선정하였다. 인터뷰를 진행하기에 앞서 유선과 이메일을 통하여 연구의 목적을 명확히 설명한 후 면담 진행에 대한 사전 승인을 받았다.

구체적인 면담 대상은 스포츠 언론 관련 3명, 스포츠 교육기관 관련 2명, 스포츠 연맹 및 구단 관련 2명, 스포츠 용품 관련 2명 그리고 스포츠 시설 관련 1명으로 총 10명으로 구성되었다. 구체적인 면담 대상에 대한 정보는 <표 1>에 제시되어 있다.

표 1. 면담 대상 정보

산업분류	성명	전문분야
서비스	김언론	스포츠전문 PD
	이언론	스포츠전문 PD
	조언론	스포츠 전문 기자
	스포츠 교육기관	김교육 서교육
스포츠 관련 조직 (연맹 및 구단)	한구단	스포츠 구단 운영
	신구단	스포츠 구단 운영
스포츠 용품	윤용품	스포츠 용품 마케팅
	이용품	스포츠 용품 마케팅
스포츠 시설	이시설	스포츠 시설 마케팅

연구 방법의 개요

스포츠 산업융합 형태 분류를 위한 준거 틀

스포츠 산업의 새로운 분류체계인 관람 스포츠 시장(프로/아마추어/국제) 및 참여 스포츠 시장(이벤트/비이벤트) 중심의 분류체계를 제시한 강준호, 김화섭, 김재진(2013)의 연구 보고서와 국내 산업융합 관련 대한민국의 산업·기술비전 2020 융합 신산업 보고서에서 제시하고 있는 산업융합 분류체계를 통합하여 스포츠 산업 특성에 적합하며 스포츠 산업 내에서 발생하고 있는 산업융합의 형태를 분류할 수 있는 준거 틀을 도출하였다.

기존 스포츠산업 관련 분류체계는 스포츠산업진흥법 제2조를 기준으로 하여 '한국 표준산업분류 2000' 등에 제시되어 있다. 기존 분류체계에 의하면 스포츠 산업을 스포츠 용품, 시설 및 서비스로 분류하여 각 분류에 적합한 생산자들을 나열하는 생산자 중심의 산업구조로 분

류하고 있다. 하지만 이러한 접근은 스포츠 산업을 단순히 스포츠 용품, 시설 및 서비스를 생산하는 산업으로 한정하여 스포츠 산업에 대하여 광범위하게 조망하고 있어서 부족함이 있다.

강준호 등(2013)은 이를 극복하기 위한 스포츠 산업 재분류를 제안하여, 스포츠 산업에서 나타나는 다양한 분야들을 생산 형태에 따라 구분하는 것이 아닌 생산자, 소비자 및 상품이 모두 포함되는 시장 중심적인 분류체계를 구축하여 스포츠 산업을 새롭게 분류하였다. 구체적으로, 스포츠 산업의 핵심이 되는 상품을 스포츠의 형태에 따라 관람 스포츠와 참여 스포츠로 구분하였다. 관람 스포츠는 일반적으로 프로 스포츠, 엘리트 스포츠와 같이 타인이 하는 스포츠 활동을 시청 및 관람하기 위하여 비용을 지불하는 형태의 스포츠를 의미한다. 참여 스포츠는 경쟁 및 건강관리 등의 목적으로 소비자가 직접 참여하는 형태의 스포츠를 의미한다. 또한 이를 스포츠 본원 시장이라 정의하고 각각 관람 및 참여 형태에 따라 본원 시장을 세분화 하였다. 관람 스포츠는 프로 스포츠 이벤트, 아마추어 스포츠 이벤트 그리고 국제 스포츠 이벤트로 구분하였으며 참여 스포츠의 경우는 이벤트형과 비이벤트형으로 구분하였다.

강준호 등(2013)의 새로운 스포츠 분류체계에 관한 연구에 따르면, 이러한 스포츠 본원 시장을 중심으로 파생되는 여러 가지 파생 상품이 거래되는 시장을 파생 시장으로 정의하였다. 이러한 파생 시장에서 추가적으로 파생되는 시장들을 통합하여 스포츠 산업 가치망이란 개념을 통해 스포츠 시장 전체를 조망할 수 있다고 제시하였다. 예를 들어 관람 스포츠 중 프로 스포츠 이벤트에 속하는 프로야구에서 중계권이 파생되고, 중계권 거래 대행업체를 통한 2차 파생 시장이 생성되는 형태가 나타날 수 있다. 이 연구에서는 이러한 스포츠 산업과 관련된 새로운 관점의 분류체계를 기반으로 준거 틀을 도출하였다.

기존의 국내 산업융합 관련 분류체계를 살펴보면 대한민국의 산업·기술 비전 2020 융합 신산업 보고서에서는 네 가지의 분류로 제시하고 있다(지식경제 R&D 전략 기획단, 2011). 구체적으로 네 가지 분류를 살펴보면 첫째, 첨단 기술 간 융합으로 나타나는 혁신 기술 및 제품으로 정의되는 신기술 간 융합을 제시하고 있다. 신기술 간 융합의 경우는 BT(Bio-Technology), IT(Information Technology), CT(Computer Technology)

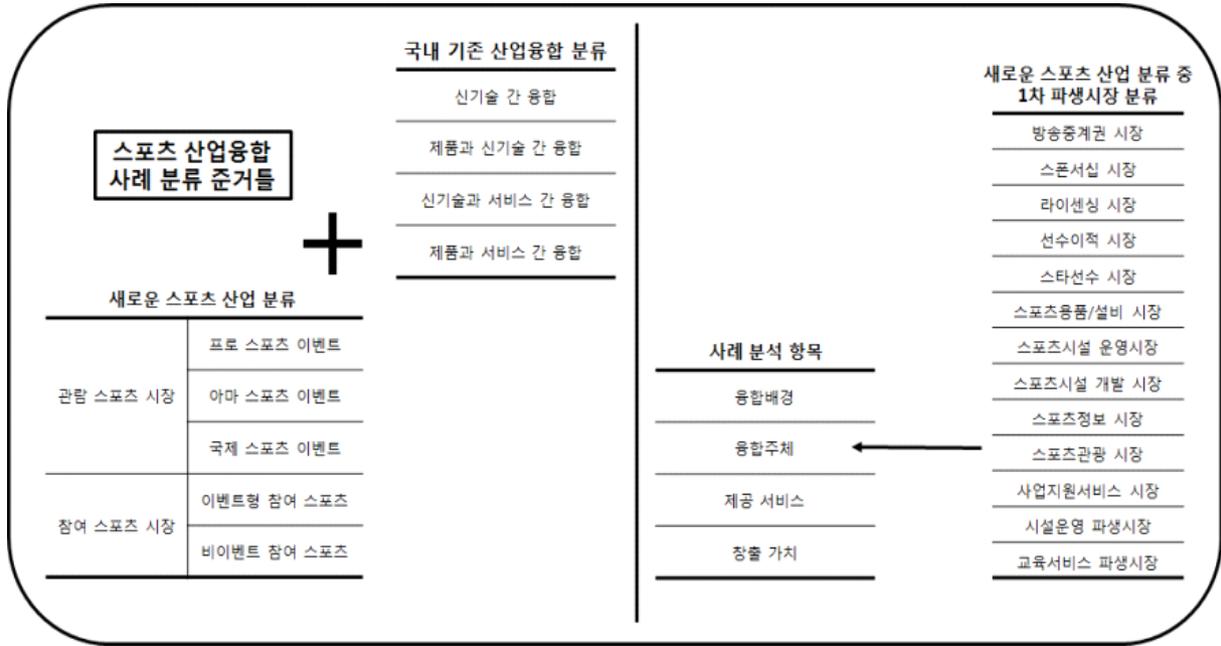


그림 1. 스포츠 산업융합 경향 분석 준거들

가 융합한 뇌와 기계가 연결된 인간 의지 발현 기술 사례가 있으며 BT와 IT가 융합한 생물정보학과 같은 사례가 있다. 또한 BT와 NT(Network Technology)가 융합한 생체신호 측정과 같은 사례가 있으며 CT와 IT와 융합한 가상현실 사례가 있다.

둘째, 신기술과 기존 제품 및 전통 산업과의 융합을 통하여 기존 제품 가치를 증가시키는 융합으로 정의되는 신기술과 기존 제품 간 융합을 제시하고 있다. 신기술과 기존 제품 간 융합의 경우는 자동차와 IT가 융합한 주행 상황 인지 스마트 자동차 사례가 있으며 선박과 IT가 융합한 디지털 선박 사례가 있다. 또한 의류, NT, IT가 융합한 스마트 의류 사례가 있다.

셋째, 신기술과 서비스 산업이 융합하여 신규 가치 및 고부가가치를 창출시키는 융합으로 정의되는 신기술과 서비스 간 융합을 제시하고 있다. 신기술과 서비스 간 융합의 경우는 IT와 의료 서비스가 융합한 U-헬스케어와 스마트 케어 사례가 있으며 로봇과 의료 서비스가 융합한 수술 로봇 사례가 있다. 또한 IT와 물류 및 유통 서비스가 융합한 지능형 물류 사례가 있다.

넷째, 기존 제품 및 서비스 영역들의 기술 발전과 시장 요구로 인하여 발생하는 융합을 통하여 새로운 부가 가치를 창출시키는 융합으로 정의되는 제품과 서비스 간

융합을 제시하고 있다. 제품과 서비스 간 융합의 경우는 휴대폰과 서비스가 융합한 스마트폰 사례가 있으며 TV와 서비스가 융합한 IPTV 사례가 있다. 또한 서비스와 서비스가 융합한 의료 관광 사례가 있다. 이 연구에서는 이러한 국내 산업융합 관련 분류체계를 기반으로 준거들을 도출하였다.

스포츠 산업 내에서 발생하고 있는 산업융합의 사례의 경우는 융합 배경, 융합 주체, 제공 서비스 그리고 창출 가치로 구성된 준거들을 활용하여 분석하였다. 융합 주체의 경우는 강준호 등(2013)의 스포츠 산업 분류체계에서 제시하고 있는 1차 파생시장 분류를 적용하였다. 구체적인 준거들과 관련된 내용은 <그림 1>에 제시되어 있다.

면담 진행 절차

스포츠 산업융합의 사례를 도출하기 위하여 10명의 전문가들과의 직접 접촉을 통하여 반구조화된 면담을 실시하였다. 모든 면담 내용은 전문가들의 사전 승인을 받고 녹음을 통하여 녹취되었으며 동료 연구자들을 통하여 모든 녹취 내용은 문서로 기록되었다.

기본적으로 스포츠 산업의 새로운 분류인 관람 스포츠 시장 및 참여 스포츠 시장 중심의 분류체계와 대한민

국 산업·기술 비전 2020 융합 신산업 보고서 제시하고 있는 기술, 제품 그리고 서비스 중심의 산업융합 분류체계를 통합하여 스포츠 산업 특성에 맞는 준거 틀을 도출하였다. 이를 전문가들에게 면담 전에 제시함으로써 반구조화된 면담을 실시하였다. 이러한 방법을 사용한 이유는 기존에 스포츠 산업융합과 관련된 개념과 정의가 명확히 제시되지 않아서 면담을 진행하는데 있어 전문가들이 혼란을 가질 수 있다고 판단하였기 때문이다. 1차 면담 결과를 바탕으로 연구를 진행 중 미진한 부분이 발견되어, 면담 대상자 중 2명의 전문가와 불명확한 부분과 관련하여 2차 면담을 요청하여 실시하였다. 또한 다른 전문가 중 1명의 경우 전문가 측에서 2차 면담 요청이 있어서 총 3명에 대해 2차 면담을 실시하였다.

반구조화된 면담을 통하여 제시된 스포츠 산업융합 분류하기 위하여 제시한 준거 틀을 바탕으로 세 명의 공동 연구자들에 의하여 3단계 항목화 과정이 진행되었다. 첫 번째 단계에서는 개별 항목화가 진행되었다. 두 번째 단계에서는 첫 번째 항목화 단계를 통하여 도출한 결과들을 상호교환하여 의견을 제시하는 과정이 진행되었다. 세 번째 단계에서는 개별 공동 연구자들의 결과들을 바탕으로 통합 논의 과정을 진행하였으며 이를 통하여 최종적인 항목화 결과를 도출하였다.

사례 분석 절차

항목화를 통하여 도출된 사례들을 대상으로 문헌 조사를 실시하였다. 문헌 조사를 실시하기 위하여 스포츠 산업융합 관련 논문, 발표 자료, 신문 기사 그리고 해당 기관 웹사이트를 활용하였다. 수집된 문헌을 바탕으로 이 연구에서 사례 분석을 위하여 제시한 준거 틀을 기반으로 분석을 실시하였다. 분석 절차는 사례 분류 시 적용한 항목화 과정을 동일하게 적용하였다.

관찰 절차

반구조화된 면담과 문헌 조사를 통하여 도출된 스포츠 산업융합 사례 분석 결과가 실제 스포츠 산업 환경에서도 나타나고 있는지를 확인하기 위하여 스포츠 산업 관련 박람회에서 출품된 제품들을 관찰하였다. 스포츠 산업융합과 관련된 박람회가 별도로 개최되고 있지 않기 때문에 미국에서 개최된 스포츠 산업 관련 박람회 중 가장 큰 규모인 '2013 PGA 머천다이즈 쇼(2013 PGA Merchandise Show)'를 관찰 대상으로 선정하였다.

결 과

연구의 신뢰도 및 타당도

이 연구의 신뢰도를 확보하기 위하여 면담 자료 및 문헌 조사 자료를 항목화하는데 있어서 세 명의 공동연구자가 세 가지 단계를 통하여 진행하였다. 또한 신용성(credibility), 의존성(dependability), 확실성(confirmability) 그리고 전이성(transferability)으로 구성되는 진실성 측면(Krefting, 1991; Lincoln & Guba, 1985)에서의 타당도를 확보하기 위하여 신용성, 의존성 그리고 확실성의 경우는 면담, 문헌 조사 및 관찰 방법을 활용한 삼각검증법을 적용하여 타당도를 확보하였다. 전이성의 경우는 면담, 문헌 조사 그리고 관찰의 대상을 선정하는데 있어서 스포츠 산업과 관련된 대상으로 한정하여 선정함으로써 이와 관련된 타당도를 확보하였다.

스포츠 산업융합 형태 분류 결과

산업융합의 분류 중 신기술 간 융합의 분류에서는 사례가 제시되지 않았다. 제품과 신기술 간 융합의 분류에서는 참여 스포츠 시장 중 비이벤트 시장에서 진단평가 솔루션과 운동 가이드 솔루션 사례가 나타났으며 실감형 가상 스포츠의 경우는 참여 스포츠 시장 중 이벤트 시장과 비이벤트 시장에서 모두 나타났다.

신기술과 서비스 간 산업융합 분류에서는 관람 스포츠 시장 중 프로 스포츠 및 국제 스포츠 시장에서 뉴미디어와 실감형 방송 중계 사례가 나타났으며 참여 스포츠 시장 중 비이벤트 시장에서는 u-러닝 사례가 나타났다.

제품과 서비스 간 융합의 분류에서는 관람 스포츠 시장 중 프로 스포츠 시장에서 스포츠 시설의 복합화 및 스포테인먼트 사례가 나타났다. 또한 스포츠 체험형 관광의 경우는 관람 스포츠 시장 중에서는 프로 스포츠 시장 및 국제 스포츠 시장과 참여 스포츠 시장에서는 이벤트 및 비이벤트 시장에서 나타났다. 이와 함께 체험형 스포츠의 경우는 관람 스포츠 시장 중 프로 스포츠 시장 및 국제 스포츠 시장과 참여 스포츠 시장 중 비이벤트 시장에서 나타났다. 구체적인 스포츠 산업융합 형태 분류와 관련하여 도출된 결과는 <표 2>에 제시되어 있다.

표 2. 스포츠 산업융합 사례 분석 결과

구분	산업 형태	융합배경	융합주체 (1차과정+타산업)	제공서비스 (예시)	창출가치
제품과 신기술 간의 융합(구본대 등, 2011; 우창현, 2008; 엄경희, 김국원, 2010; 임홍준 외, 2012; 지수영, 정명애, 2008)					
참여: 이벤트/ 비이벤트	실감형 가상 스포츠 [16] [17]	- IT 기술 향상 - 콘텐츠 산업 융합 확산 - 다양한 스포츠 참여 확산	사업 지원 서비스 스포츠 시설 개발 스포츠 시설 운영 스폰서십 + 가상현실 구현 기술 사업자	- 가상현실 기술 기반의 스포츠 활동 환경 (스크린골프, 가상승마) - 동작 관련 구체적 정보 제공 - 온라인 시스템 기반의 실시간 경기	- 다양한 스포츠 종목에 대한 접근 기회 증가 - 환경적 제약 극복 - 참여스포츠의 새로운 패러다임 제시
참여: 비이벤트	진단평가 솔루션 [18] [19]	- IT를 기반 소형화 및 이동성 증가 - 실시간 운동정보 관심 증대	스포츠용품/설비 + IT개발 사업자	- 실시간 운동 정보 및 신체변화 정보 제공 (심장박동관리) - 실시간 연동 서비스 - 운동기능 향상을 위한 정보 제공	- 측정이 용이해짐 - 다양한 산업으로 적용
참여: 비이벤트	운동 가이드 솔루션 [3]	- 생활 패러다임 변화 - 스포츠 관련 콘텐츠 산업 성장 - 건강 관련 관심 증대 - 정책적 스포츠 참여 독려 - 스포츠 관련 IT 기술 발달	스포츠용품/설비 + IT개발 사업자	- 정보공유 플랫폼 (나이키 아이팟 스포츠킷, 스마트 스포츠 장비) - 맞춤형 건강관리서비스 - 건강관련 통합모니터링 서비스	- 운동 능력 향상 및 건강관리 - 운동의 흥미 극대화 - 지속적인 건강관리모델
신기술과 서비스 간 융합(권용무, 2011; 김원배, 2009; 김태훈, 2006; 이승준, 2010)					
관람: 프로 /국제	뉴미디어 [5]	- 스포츠 팬덤 현상 - 응원 문화 발달 - 뉴미디어 기반의 소셜미디어 등장 - 실시간 경기 관람 증가	사업지원서비스 스폰서십 + SNS 사업자	- 상호소통이 가능한 소셜미디어 플랫폼 - 아바타 컨트롤을 통한 세컨드 라이프 서비스 - 가상공간 내 실시간 응원 커뮤니티 제공 (SNS 응원커뮤니티)	- 공간적/시간적 제약 극복 - 가상공간 기반응원 관람 문화 형성
관람: 프로 /국제	실감형 방송중계 [4]	- 시청자의 다양한 요구 발생 - 스포츠 방송 관람 증가 - 방송 중계 기술 발전	방송중계권 사업지원서비스 스폰서십 + 방송기술사업자	- 디지털 모바일 기반의 스포츠 중계 서비스 - 3D/다중시각 중계 서비스 (3D 영상, 3차원 영상, 가상광고, 스윙비전)	- 디지털 기반 콘텐츠 창출 - 스포츠콘텐츠 시청률 향상 - 새로운 스포츠 중계 패러다임 제시 - 새로운 광고 기회창출
참여: 비이벤트	u-러닝 [20] [21]	- 스포츠 학습 희망인구 증가 - 공간/장비 측면 제약 존재	교육서비스 + IT개발 사업자 교육 콘텐츠 개발자	- 모바일 및 온라인 기반 스포츠 러닝 서비스 (V1, 나이키트레이너)	- 환경적 제약 극복 - 스포츠 학습 비용 절감
제품과 서비스 간 융합(김진희 등, 2012; 시마다 소, 2009; 주대영, 2012; 정재춘, 김민주, 2007)					
관람: 프로 /국제 참여: 비이벤트	체감 게임형 스포츠 [22]	- 컴퓨터 게임 및 콘솔게임 보급 확대 - 게임의 부정적인 인식 개선 - 새로운 게임 형태의 요구 증대 - 다양한 연령층의 게임 참여자 증가	라이선싱 스폰서십 + 콘솔게임기기 사업 자 콘솔콘텐츠 제작자	- 프로젝트/센서 기반 다양한 스포츠게임 서비스 (올림픽 게임) - 조작성 용이한 게임서비스 (워닝일레븐, 피파시리즈)	- 환경적 제약 극복 - 연령과 성별 제한 극복 - 교육에 대한 동기 유발 - 스포츠관련 즐거움 상승
관람: 프로 /국제	스포츠 시설 복합화 [1]	- 스포츠 시설 사용성 논란 - 대규모 스포츠 시설 투자 주민에 환원	스포츠 시설 운영 및 개발 + 건축 및 건설 사업자	- 스포츠 시설을 활용한 문화행사 개최 (다목적 용도 경기장)	- 스포츠 시설의 활용 다양성 상승 - 주민들을 위한 공간으로서 사용가능
관람: 프로 /국제	스포- 테인먼트 [1]	- 엔터테인먼트 산업 발전 - 경기 흥미 유발	스포츠 시설 운영 + 엔터테인먼트 사업자	- 스포츠를 관람 즐거움 제공 (하프타임공연, 시구)	- 재 관람 의도 상승 - 사업자의 차별화 요소 - 개별관람객 소비금액 상승
관람: 프로 /국제 참여: 이벤트/ 비이벤트	스포츠 체험형 관광 [23] [24]	- 해외프로리그 국내선수 진출 - 국내프로리그 발전 및 관심 증대 - 다양한 참여형 스포츠 관심 증대	스포츠 관광 + 관광사업자	- 스포츠 참여 및 관람을 활용 관광 서비스 - 간접 체험 서비스 (해외프로축구 관람 관광, 골프여행패키지)	- 국내외 스포츠 자원 연계 콘텐츠 창출 및 관광루트의 다변화 - 지역사회와의 유/무형 가치 창출 - 스포츠에 대한 긍정적 인식 확산

스포츠 산업융합 각 분류 별 사례 분석 결과

제품과 신기술 간 융합 분류

제품과 신기술 간 융합 분류에서 나타난 사례들을 구체적으로 살펴보면 실감형 가상 스포츠의 경우는 스포츠 파생 시장 중 사업 지원 서비스, 스포츠 시설 개발, 스포츠 시설 운영 그리고 스폰서십과 타 산업의 가상현실 구현 기술 간 융합이 발생하였으며 이를 통해 스크린 골프와 가상 승마와 같은 형태가 나타났다. 실감형 가상 스포츠의 경우는 IT 기술의 급속한 발전, 콘텐츠 산업 융합 확산 그리고 다양한 스포츠에 대한 참여 확산을 배경으로 스포츠 콘텐츠, 가상현실 기술 그리고 스포츠 시설 사업자가 가상현실 기반의 스포츠 활동 환경, 온라인 시스템 기반의 실시간 경기 그리고 동작 관련 구체적 정보 제공 서비스가 제공되었다. 이를 통하여 다양한 스포츠 종목의 접근 기회 확대, 환경적 제약 극복 그리고 참여 스포츠의 새로운 패러다임 제시와 같은 가치를 창출하였다.

진단평가 솔루션과 운동 가이드 솔루션의 경우는 스포츠 파생시장 중 스포츠 용품 및 설비와 타 산업의 IT 기술 간 융합이 발생하였으며 이를 통하여 진단 평가 솔루션은 심장 박동 모니터링, 운동 가이드 솔루션은 나이키 플러스와 스마트 스포츠 장비 같은 형태가 나타났다. 진단 평가 솔루션의 경우는 IT 기반의 소형화, 이동성 증가 그리고 실시간 운동 정보에 대한 관심 증대를 배경으로 IT 기술, 의료기기 그리고 스포츠 용품 사업자가 실시간 운동 및 신체 변화 정보, 실시간 연동 서비스 그리고 운동 기능 향상을 위한 정보 관련 서비스가 제공되었다. 이를 통해 운동과 관련된 측정이 용이해졌으며 다양한 산업에 대한 적용성이 높아지는 가치를 창출하였다. 운동 가이드 솔루션은 생활 패러다임 변화, 스포츠 관련 콘텐츠 산업 성장, 건강 관련 관심 증대, 정책을 통한 스포츠 참여 독려 그리고 스포츠 관련 IT 기술 발달을 배경으로 스포츠 용품과 IT 기술 사업자가 정보 공유 플랫폼, 맞춤형 건강관리 서비스 그리고 건강 관련 통합 모니터링 서비스가 서비스가 제공되었다. 이를 통해 운동 능력 향상, 건강관리, 운동 흥미 극대화 그리고 지속적인 건강관리 모델 제시라는 가치를 창출하였다.

신기술과 서비스 간 분류 결과

신기술과 서비스 간 산업융합 분류에서 나타난 사례들을 구체적으로 살펴보면 뉴미디어의 경우는 스포츠 파

생 시장 중 사업 지원 서비스 및 스폰서십과 타 산업의 SNS(Social Network Service) 서비스 간의 융합이 발생하였으며 이를 통하여 SNS 응원전과 SNS 커뮤니티와 같은 형태의 융합이 발생하였다. 뉴미디어의 경우는 스포츠 팬덤 현상 발생, 응원 문화 발달, 뉴미디어 기반 소셜 미디어 등장 그리고 실시간 스포츠 경기 관람 증가를 배경으로 소셜 미디어 및 방송 서비스 제공 사업자가 가상공간 내에서 실시간 응원 커뮤니티가 형성 및 상호 교류가 가능한 소셜 미디어 플랫폼이 제공되는 산업 융합이 진행되었다. 이를 통해 공간적 및 시간적 제약을 극복하고 새로운 응원문화 형성과 같은 새로운 가치를 창출하였다.

실감형 방송 중계의 경우는 스포츠 파생 시장 중 방송 중계권, 사업 지원 서비스 그리고 스폰서십과 타 산업의 방송 기술 간의 융합이 발생하였으며 이를 통하여 3D 방송 중계, 3차원 영상 그리고 가상광고와 같은 형태가 나타났다. 실감형 방송 중계는 시청자들의 다양한 니즈 발생, 스포츠 방송 관람 증가 그리고 방송 중계 기술 발전과 같은 배경으로 방송기술, 방송서비스 그리고 스포츠 중계 콘텐츠 사업자가 디지털 모바일 기반 스포츠 중계와 3D 및 다중 시각 중계 서비스를 제공하는 산업 융합이 진행되었다. 이를 통해 디지털 기반 콘텐츠 창출, 스포츠 콘텐츠 시청률 향상, 새로운 스포츠 중계 패러다임 제시 그리고 새로운 광고 시장 확대와 같은 가치를 창출하였다.

u-러닝의 경우는 스포츠 파생 시장 중 교육 서비스와 타 산업의 IT 기술 및 교육 콘텐츠 간의 융합이 발생하였으며 이를 통하여 e-book, 3D 스윙 분석 그리고 나이키 트레이닝과 같은 형태가 나타났다. u-러닝의 경우는 스포츠 학습 희망 인구 증가와 공간 및 장비 측면 교육 환경 제약을 배경으로 u-러닝 서비스 및 스포츠 콘텐츠 사업자가 모바일 및 온라인 기반 스포츠 학습 서비스를 제공할 수 있는 산업융합이 진행되었다. 이를 통하여 환경적 제약을 극복하고 스포츠 학습 비용 절감이라는 가치를 창출하였다.

제품과 서비스 간 분류 결과

제품과 서비스 간 융합의 분류에서 나타난 사례를 구체적으로 살펴보면 체감 게임형 스포츠의 경우는 스포츠 파생 시장 중 라이선싱 및 스폰서십과 타 산업의 콘솔 게임기기 및 콘솔 콘텐츠 간의 융합이 발생하였으며 이를

통하여 일본 소니사(社)의 플레이스테이션(Play Station)과 미국 MS사(社)의 엑스박스(X-Box)와 같은 형태가 나타났다. 체감 게임형 스포츠의 경우는 컴퓨터 게임 및 콘솔 게임 보급 확대, 게임의 부정적인 인식 개선, 새로운 게임 형태의 요구 증가 그리고 다양한 연령층의 게임 참여 증가를 배경으로 스포츠 콘텐츠와 IT 및 디지털 기술 사업자가 신체 활동을 디지털화한 프로젝트, 센서 기반의 다양한 스포츠 게임과 조작이 용이한 게임 서비스가 제공되었다. 이를 통하여 환경적 제약 극복, 연령과 성별의 제한 극복, 교육에 대한 동기 유발 그리고 스포츠에 대한 즐거움 증가라는 가치를 창출하였다.

스포츠 시설의 복합화의 경우는 스포츠 파생 시장 중 스포츠 시설 운영 및 개발과 타 산업의 건축 기술 간의 융합이 발생하였으며 이를 통하여 다목적 용도의 경기장과 같은 형태가 나타났다. 스포츠 시설 복합화는 스포츠 시설의 다양한 사용성과 대규모 스포츠 시설 투자를 지역 주민에게 환원해야 될 필요성을 배경으로 스포츠 시설 설계자, 시설 운영자 그리고 문화 및 예술 이벤트 사업자가 스포츠 시설을 활용하여 다양한 문화행사와 같은 서비스가 제공되었다. 이를 통해 스포츠 시설의 활용성이 증가되었으며 추가적인 수익원을 창출할 수 있게 되었다.

스포테인먼트의 경우는 스포츠 파생 시장 중 스포츠 시설 운영과 타 산업의 엔터테인먼트 간의 융합이 발생하였으며 이를 통하여 프로야구 시구 및 프로 축구 하프타임 공연과 같은 형태가 나타났다. 스포테인먼트는 엔터테인먼트 비즈니스의 발전과 스포츠 경기의 흥미를 유발할 필요성을 배경으로 관람 스포츠 운영 및 엔터테인먼트 이벤트 사업자가 스포츠를 관람을 통한 즐거움을 제공할 수 있는 방향으로 산업융합이 진행되었다. 이를 통해 스포츠 경기의 재관람 의도 상승, 차별화 요소 제공 그리고 관람객 1인당 소비금액의 상승과 같은 가치를 창출하였다.

스포츠 체험형 관광의 경우는 스포츠 파생 시장 중 스포츠 관광과 타 산업의 관광사업자 간의 융합이 발생하였으며 이를 통하여 해외 프로 축구 관람을 위한 관광 또는 골프 여행 패키지와 같은 형태가 나타났다. 스포츠 체험형 관광의 경우는 해외 프로 리그의 국내 선수 진출, 국내 프로 리그의 발전 및 관심 증대 그리고 다양한 참여형 스포츠에 대한 관심 증대를 배경으로 국내외 프로 리그, 관광 그리고 참여 스포츠 사업자가 스포츠 참여 이

벤트 및 콘텐츠를 활용한 관광 서비스와 간접 체험 서비스가 제공되었다. 이를 통하여 국내외 스포츠 자원과 연계된 콘텐츠 창출, 관광 루트의 다변화, 지역사회의 유형 및 무형 혜택 증대 그리고 스포츠에 대한 긍정적 인식 확산 등의 가치를 창출하였다.

스포츠 산업융합 형태 관찰 결과

반구조화된 면담과 문헌 조사를 통하여 도출된 스포츠 산업융합 사례 분석 결과가 실제 스포츠 산업 환경에서도 나타나는지를 확인하기 위하여 '2013 PGA 머천다이징 쇼'에 출품된 제품들에 대한 관찰을 진행하였다.

신기술과 서비스 간 산업융합 분류에서 살펴보면 뉴미디어의 경우는 Golf4MILLIONS 업체에서 아마추어, 프로 골퍼 및 스폰서 그리고 자선 단체들이 연결될 수 있는 소셜 미디어 서비스를 제공하였다. 실감형 방송 중계 사례의 경우는 The Golf Channel 방송국에서 중계 중 스윙 비전 영상을 제공하고 있음을 관찰할 수 있었다. u-러닝의 경우는 ForeUp 업체에서는 클라우드 서비스를 제공하고 있으며 V1 업체는 영상 분석을 통하여 학습이 가능한 프로그램을 제공하였다.

제품과 서비스 간 융합의 분류에서 살펴보면 스포츠 시설의 복합화의 경우는 명확히 특정 업체가 나타나고 있지는 않았지만 이미 골프장 시설은 골프장, 호텔, 레스토랑 그리고 기타 여가 시설이 융합된 형태로 구성되어 있으며 스포테인먼트의 경우는 Back 9 Network 방송국에서 골프를 소재로 예능프로그램을 제작하여 방영하였다. 스포츠 체험형 관광의 경우는 Golf Tourism Scotland와 Great Golf Courses of Australia에서 각국에 있는 훌륭한 골프코스를 대상으로 하는 관광 상품을 제공하였으며 체감 게임형 스포츠의 경우는 EA Sports에서 골프를 소재로 게임을 출시하여 제공하였다.

제품과 신기술 간 융합 분류에서 나타난 사례들을 구체적으로 살펴보면 실감형 가상 스포츠의 경우는 Full Swing Golf과 High Definition Golf 업체에서 가상현실 골프 시스템을 제공하였다. 진단 평가 솔루션의 경우는 Trackman과 Swingbyte 업체에서 공의 궤적 및 스윙의 궤적과 관련된 수치를 측정할 수 있는 기기를 제공하였으며 운동 가이드 솔루션의 경우는 THINQ GOLF에서는 골프를 통하여 뇌의 상태를 진단하여 골프 수행 능력을 향상시키기 위한 솔루션을 제공하고 있다.

이러한 결과를 통하여 반구조화된 면담과 문헌 조사를 통하여 도출된 결과가 실제 스포츠 산업 현장에서도 관찰되고 있다는 것을 알 수 있다.

논 의

이 연구는 한국 스포츠 산업융합의 현주소를 확인하고 향후 스포츠 산업융합에 대한 학술적 연구의 기반이 될 수 있는 현황을 제시하기 위한 목적으로 수행되었다. 이 연구의 목적을 달성하기 위하여 스포츠 각 분야의 전문가들과의 반구조화된 면담, 문헌 조사 그리고 관찰을 통한 사례 분석을 실시하였다.

이 연구의 결과를 종합하여 보면 다음과 같다. 첫째, 스포츠 산업 분류체계 측면에서 살펴보면 관광 스포츠 시장에서는 뉴미디어, 실감형 방송 중계, 스포츠 시설 복합화 그리고 스포테인먼트의 산업융합 형태가 나타났으며 참여 스포츠 시장에서는 실감형 가상 스포츠, u-러닝, 진단 평가 그리고 운동 가이드 솔루션과 같은 산업융합 형태가 나타났다. 산업융합 분류체계 측면에서 살펴보면 제품과 신기술 간 융합의 분류에서는 실감형 가상 스포츠, 진단 평가 및 운동 가이드 솔루션과 같은 산업융합 형태가 나타났다. 신기술과 서비스 간 융합의 분류에서는 뉴미디어, 실감형 방송 중계 그리고 u-러닝과 같은 산업융합 형태가 나타났다. 제품과 서비스 간 융합의 분류에서는 체감 게임형 스포츠, 스포츠 시설의 복합화 그리고 스포테인먼트와 같은 산업융합 형태가 나타났다.

기존 연구에서는 스포츠 산업융합의 형태를 스포츠 서비스 정보산업, 스포츠 시설 공간 산업 그리고 스포츠 용품 산업 간의 결합을 통하여 관광, 패션, 오락, 건강, 의료 그리고 식음과 관련된 분야의 산업융합 형태가 발생한다고 제시하고 있다(하라다 무네히코, 2008). 하지만 이 연구에서는 스포츠 정보, 스포츠 시설 그리고 스포츠 용품과 같은 특정 산업 간 결합으로 한정하기보다는 수요자, 공급자 그리고 상품 중심의 스포츠 산업의 새로운 분류체계와 국내의 기존 산업융합 분류체계를 통합하였다. 이를 통해 스포츠 산업 특성에 적합하면서도 현재 스포츠 산업 내에서 발생하고 있는 산업융합 형태를 광범위하게 설명할 수 있는 분류체계를 제시하였다.

둘째, 스포츠 산업 내에서 발생하고 있는 산업융합은

이전보다 확대된 형태로 나타나고 있으며 다양한 분야의 산업들과 융합되고 있는 것으로 나타났다. 예를 들어 스포츠 체험형 관광, 스포츠 시설의 복합화 그리고 스포테인먼트와 같은 경우를 살펴보면 스포츠 산업이 미디어 산업 또는 IT 산업 이외에도 관광 산업, 문화 산업 그리고 엔터테인먼트 산업과 유기적으로 융합하고 있다는 사실을 알 수 있다.

스포츠 산업융합 현황과 관련된 기존 연구에서는 스포츠 관련 조직을 중심으로 기업, 기술 그리고 미디어가 결합한 산업융합 형태가 나타나고 있으며 이는 미디어를 중심으로 활발하게 나타나고 있는 것으로 제시되고 있다(Boyle & Haynes, 2002). 하지만 이 연구의 결과를 통하여 현재의 스포츠 산업융합 양상은 점차 확산되어 다양한 산업과 융합하는 형태로 발전해 나가고 있다는 것을 알 수 있다.

이 연구의 결과가 학문적으로 기여할 수 부분은 다음과 같다. 전반적인 산업융합과 관련된 연구는 지속적으로 수행되었지만 스포츠 산업 내에서 발생하는 스포츠 산업융합에 대한 학문적인 연구는 지금까지 타 산업 분야와 비교하였을 때 제한적으로 진행되었다. 또한 연구를 진행함에 있어 일관성 및 명확성을 갖춘 분류 기준이 제시되고 있지 않아 각 연구별로 스포츠 산업융합에 대한 다양한 조작적 정의를 통한 연구가 진행되었거나 일반 산업의 분류에 스포츠 산업을 끼워 맞추는 방식으로 대부분의 연구가 수행되었다. 이 연구는 스포츠 산업 특성을 고려한 산업융합 분류체계를 활용 및 제시하였으며 추후 스포츠 산업융합 관련 연구 진행에 있어서 이러한 분류체계는 새로운 시사점이 될 수 있다.

특히 수요자, 공급자 그리고 상품 중심의 새로운 스포츠 산업 분류체계는 산업융합 시대에 적합한 스포츠 산업 분류체계로서 적극 활용될 수 있다. 강준호(2005)가 제시한 스포츠 산업이 다양한 산업들과 유기적으로 연결되는 스포츠 산업 클러스터가 형성되고 있으며 스포츠 산업 전체적인 가치 네트워크를 파악할 수 있다는 논의와 일치하는 결과가 도출되었다. 이 연구에서 제시된 스포츠 산업융합 분류체계는 스포츠 산업 클러스터 속에서 발생하는 다양성과 이질성을 용이하게 설명할 수 있고 새롭게 창출되는 시장을 명확히 설명할 수 있는 장점이 있다. 더 나아가 각 본원 시장에서 파생되는 개별 시장에 대하여 전반적인 시장구조를 파악하는데 용이하다는 장점이 있다. 이와 함께 개별 시장 간의 가치 연계성을

정확히 파악하여 스포츠 산업의 전체적인 가치 네트워크를 파악할 수 있는 분류체계이다(강준호, 2005). 마지막으로 새로운 분류체계는 동태적 특성을 명확히 이해하는 것을 목적으로 구축되었기 때문에 방향성 및 위계적 구조를 명확히 파악할 수 있다(강준호 등, 2013).

이러한 학문적 시사점과 함께 이 연구의 결과는 다양한 실무적 시사점을 제시하고 있다. 첫째, 스포츠 산업융합은 중소기업의 혁신 모형 및 성장 동력으로 작용할 수 있다. 산업융합은 중소기업에게 성장할 수 있는 기회를 제공할 수 있으며 스포츠 산업은 산업융합에 가장 적합한 산업의 형태로 볼 수 있다. 따라서 이 연구의 결과를 바탕으로 어려운 산업 환경에 직면해 있는 중소기업의 경우는 자신의 기업이 지니고 있는 핵심성공요인을 기반으로 스포츠 산업융합을 통한 가치 창출을 위한 구체적인 방향성과 장기적 전략을 수립할 수 있으며 이를 통한 기업 혁신을 도모할 수 있다. 스포츠 산업융합을 통하여 스크린 골프라는 사업 모델을 창안하였으며 이를 기반으로 중견기업으로 성장한 골프존은 중소기업들이 자신의 기업에 적합한 혁신 모형을 창안하는데 있어서 중요한 본보기가 될 수 있다.

둘째, 관람 스포츠 시장 및 참여 스포츠 시장에 속하여 있는 기업들의 경우는 이 연구의 스포츠 산업융합 현황 분석 결과를 바탕으로 다양한 수익원을 모색할 수 있다. 기업들은 스포츠 산업융합을 통하여 기존의 획일화된 수익원 외에 다양한 형태의 수익원을 창출할 수 있으며 기업들이 이를 적극적으로 활용한다면 창출할 수 있는 가치는 극대화될 수 있다. 예를 들어, 이 연구의 분석 결과를 통하여 제시되고 있는 스포츠 체험형 관광의 경우 국내 프로구단과 골프장은 각각 프로경기와 골프장이용을 관광 상품과 결합시켜 해외 관광객 유치를 통한 추가적인 수익을 기대할 수 있다. 맨체스터 유나이티드 관람 관광 상품 및 세인트 앤드루스 골프 코스 관광 상품이 이러한 결합의 예시가 될 수 있다. 유사한 예로서, 스포츠 시설의 복합화의 경우 기존의 스포츠 시설을 이용하여 다양한 문화 행사들을 유치함으로써 추가적인 수익을 기대할 수 있다. 상암 월드컵 경기장의 경우는 대규모 뮤지컬 또는 콘서트와 같은 문화 행사를 개최함으로써 추가적인 수익을 창출하고 있다.

하지만 이 연구는 다음과 같은 제한점을 지니고 있다. 첫째, 이 연구에서는 산업융합의 형태를 분류한 결과를 제시하였지만 다양한 산업 간 산업융합의 세부적인 방식

들에 대한 결과를 제시하고 있지 않다. 이에 따라 추후 연구에서는 다양성 및 구체성을 갖춘 사례 분석을 기반으로 산업 간 산업융합이 발생하는 구체적인 방식들에 대한 연구가 필요하다. 둘째, 각기 다른 방향성을 지니고 발생하는 산업융합 형태에 대한 실질적인 효과성 또는 경제성에 대한 검증이 진행되지 않았다는 제한점을 지니고 있다. 이에 추후 연구에서는 각 산업융합 형태를 통하여 창출되는 가치에 대한 실질적인 평가와 관련된 연구가 진행될 수 있다.

이 연구에서는 스포츠 산업 내에서 발생하고 있는 산업융합 관련 사례들을 스포츠 산업 특성에 적합한 분류체계를 활용하여 분석하였다. 이를 통해 스포츠 산업융합 현황에 대하여 제시하였다. 스포츠 산업은 산업융합이 발생 및 발전하기 위하여 적합한 특성을 지니고 있으며 이미 광범위한 측면에서 다양한 산업들과의 산업융합이 발생하고 있다. 산업융합의 시대로 전환되는 시대 환경과 산업융합에 적합한 스포츠 산업의 특성을 고려하였을 때 산업융합을 기반으로 스포츠 산업의 전체적인 규모가 확대될 수 있는 발판을 마련하기 위한 학문적 및 실무적인 노력이 절실히 필요한 시점이다.

참고문헌

- 강준호(2005). 스포츠산업의 개념과 분류. 체육과학연구, 16(3), 118-130.
- 강준호, 김화섭, & 김재진(2013). 스포츠시장 신분류 작성 원리와 활용 방안: 스포츠시장 가치망을 중심으로. 산업연구원.
- 구본태, 박용재, 허필선, 임명환(2011). 차세대 융합형 콘텐츠 산업 동향 및 사례. 전자통신동향분석, 26(1), 109-127.
- 권용무(2011). 방송과 소셜미디어 융합 기반 실감 스포츠 응원 서비스. 방송공학회지, 16(3), 80-89.
- 김원배(2009, 11월 19일). 아시아나 IDT, 대구시 `u-2011 육상로드` 1차 구축 완료. 전자신문. http://www.etnews.com/news/computing/informatization/2191124_1475.html.
- 김진희, 지현진, 도재우(2012). 국제 스포츠 이벤트의 문화 관광 연계 발전 전략: 홍콩 럭비 세븐즈 사례. 한국사회체육학회지, 47, 185-197.
- 김태훈(2006). 디지털 미디어 시대에 따른 스포츠 패러다임 변화에 관한 연구. 미간행 박사학위 논문, 용인 대학교 대학원.

- 문화체육관광부(2012). 2013년 주요 업무 계획.
- 산업융합발전위원회(2012). 1차 산업융합 발전 기본계획(안).
- 시마다 소(2009). e 스포츠의 이미지에 대한 연구. 미간행 박사학위 논문, 와세다 대학교 스포츠과학 대학원.
- 엄경희, 김국원(2010). 컨버전스웨어 제품의 현황 및 사례에 관한 연구. 한국디자인문화학회지, 16(4), 333-342.
- 우창현(2008). 3차원VR 스포츠게임의 기술 동향 및 적용사례. 골프존.
- 이승준(2010). u-Walking 서비스 녹색생활체육 건강정보 통합시스템. 2010 스포츠산업 진흥 포럼 발표 자료집.
- 임홍준, 염동석, 박숙경, 박종안(2012). 손목형 무선 심박측정 관리 시스템. 2012 한국정보기술학회 하계학술대회 논문집.
- 정재춘, 김민주(2007). 스포츠 관광의 체험영역에 관한 탐험적 연구. 한국스포츠산업·경영학회지, 12(4), 15-26.
- 조용근(2012). 2011 세상을 바꾸는 생각들 2 산업 대응합. 한국산업기술진흥원.
- 주대영(2012). 대구경북 경제권의 산업융합 촉진방향.
- 지수영, 정명애(2008). IT융합 기술기반 엘리트선수의 경기력 향상을 위한 스포츠시뮬레이션 시스템. 정보과학 학회지, 26(12), 18-22.
- 지식경제 R&D 전략기획단(2011). 대한민국 산업·기술비전 2020 융합신산업.
- 하라다 무네히코(原田宗彦)(2008). 일본의 스포츠 산업: 일과 고용, 국제노동브리프. 기획특집 스포츠와 노동, 6(9), 16-29.
- Altheide, D. (1996). *Qualitative Media Analysis*. CA: Sage.
- Boyle, R., & Haynes, R. (2002). New Media Sport. *Culture, Sport, Society*, 5(3), 96-114.
- Creswell, J. W. (2003). *Qualitative, quantitative, and mixed methods approach* (2nd ed.). CA: Sage.
- Eagleman, A. N. (2011). Stereotypes of race and nationality: Sport magazine coverage of MLB players from 2000 to 2007. *Journal of Sport Management*, 25(2), 156-168.
- Krefting, L. (1991). Rigor in Qualitative Research: The Assessment of Trustworthiness. *The American Journal of Occupational Therapy*, 45(3), 214-222.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. CA: Sage.
- Sergio, C., & Andrea, S. (2010). The growing complexity of sports marketing. *2010 International Marketing Trends Conference*.

Exploratory Analysis of Sport Industrial Convergence Trend

Kisung Kwon¹, Taeyeon Oh¹, Daewon Kim¹, & Jawang Oh²

¹Seoul National University, & ²Center for Sport Industry Seoul National University

With coming industrial convergence era, there are the necessity of industrial convergence in sport industry. Therefore, the purpose of this study is to provide classification system and trend. This study applied case study method with semi-constructed interview, integrative literature review and observation. In addition, this study provide the conceptual framework for the classification system in sport industry related to industrial convergence. To conclusion, among the several criteria related to industrial convergence for product-new technology criterion, there are virtual sports, diagnosis valuation solution and exercise guide solution for participant sport market. In the case of new technology-service criterion, there are new media and virtual broadcasting for spectator sport market, and u-learning for participant sport market. For product-service criterion, there are complexity of sports facility and sportainment for spectator sport market, and virtual gaming sports and participatory tour for spectator and participant sport market. In addition, the trend of the sport industrial convergence has changed from leading media industry to converging with diverse industry areas.

Key Words: Industrial Convergence, Sports Industrial Convergence, Classification System of Sports Industrial Convergence, Trend of Sports Industrial Convergence, Case Study 