e스포츠 활용한
고양시 도시브랜딩 전략 수립 연구

을지대학교
EULJI UNIVERSITY

제 출 문

고양시의회 귀하

본 보고서를 『e스포츠 활용한 고양시 도시브랜딩 전략 수립 연구』 용역의 결과보고서로 제출합니다.

2021. 12. 10

을지대학교
책임연구원 한 승 진

참여 연구진

책임연구원	**한 승 진**	(을지대학교 스포츠아웃도어학과 교수)
연구보조원	**윤 상 훈**	(을지대학교 스포츠융합학과 박사과정)
연구보조원	**권 기 현**	(을지대학교 스포츠융합학과 석사과정)

목 차

제1장 서론 ····· 1

제1절 연구의 배경 및 목적 ····· 2
제2절 연구의 내용 및 방법 ····· 7

제2장 환경 분석 ····· 9

제1절 고양시 e스포츠 외부환경 분석 ····· 10
제2절 고양시 e스포츠 내부환경 분석 ····· 14
제3절 고양시 e스포츠 SWOT 분석 ····· 22

제3장 현황 분석 ····· 23

제1절 국내 e스포츠 정책 ····· 24
제2절 국내 e스포츠 산업 ····· 40
제3절 국내 e스포츠 소비 현황 ····· 50
제4절 시사점 및 소결 ····· 55

제4장 사례 조사 및 전문가 인터뷰 ····· 56

제1절 국내 e스포츠 대표 도시 사례 ····· 57
제2절 국외 e스포츠 대표 도시 사례 ····· 59
제3절 국내 e스포츠 대표 시설 ····· 63
제4절 국외 e스포츠 대표 시설 ····· 65
제5절 전문가 인터뷰 결과 ····· 67

제5장 고양시 도시브랜딩 전략 수립 ····· 69

제1절 도시브랜딩 개념 ····· 70
제2절 고양시 도시브랜딩 모델 G-CUBE ····· 72
제2절 고양시 도시브랜딩 전략 ····· 73
제2절 고양시 도시브랜딩 전략 과제 ····· 75

참고문헌 ····· 87

부록 ····· 89

제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

제2절 연구의 내용 및 방법

제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

1. 연구의 배경

1) 스포츠를 활용한 도시브랜딩

○ 스포츠 기반의 스포츠도시化는 도시브랜드 제고의 긍정적 효과를 유발하며 도시브랜딩을 위한 도구로서 스포츠는 국내외 도시에서 주목을 받기 시작함.

○ 스포츠도시 개념

- 도시정부 차원에서 스포츠를 접목한 지속 가능한 도시경영과 도시마케팅 활동을 효과적으로 수행하는 도시

- 차별화된 스포츠 분야를 발굴하여 체계적으로 기반을 갖추고 도시브랜드화 함으로써 도시의 활력을 높이고 스포츠 기반을 제고할 수 있는 도시

- 스포츠를 통해 도시와 관련된 고객에게 가치를 창조하고, 소통하고, 전달하며, 지방자치단체와 이해관계자를 관리하여 도시의 공급기능을 최적으로 조율하는 도시의 기능이자 과정

○ 스포츠도시의 순기능

- 스포츠도시를 조성하여 지역주민의 건강과 청소년의 건전한 육성을 도모할 뿐만 아니라, 외부인의 참여를 통해 지역사회개발 가능

○ 스포츠를 활용한 도시브랜딩 제고

- 최근 지방자치단체들은 지역의 개성과 특성에 맞는 고유의 정체성 확립을 통하여 타 지역과의 차별성을 부각하여 도시브랜드 제고 노력

<그림 1> 스포츠를 활용한 도시브랜딩

○ 미국 인디애나폴리스 (Indianapolis in USA)

- 1980년대 전통적 도시기반 산업이었던 자동차산업의 쇠퇴로 인한 도시발전 위기를 '아마추어 스포츠의 수도'라는 슬로건 설정

- 슬로건을 중심으로 스포츠를 통한 도시 재활성화 사업을 통해 쇠퇴된 도시재생 및 도시브랜드 제고

- 현재는 미식축구 / 농구 / 축구/ 아이스하키 등 지역 스포츠 팀 보유

- 'Indianapolis 500-Mile Race' 모터스포츠(자동차 레이싱) 대회 개최

- NFHS(미국 고교 스포츠), NCAA(미국 대학 스포츠) 등 주요 스포츠 관련 기구(조직)의 본부 위치

<그림 2> 미국 인디애나폴리스 스포츠 도시

2) 중앙정부의 e스포츠 활성화 의지

○ 중앙정부는 게임산업 진흥 및 여가 선용을 위해 e스포츠를 중심으로 다양한 정책을 추진 중임.

○ 게임산업 진흥 종합 계획 발표 (2020)

- 코로나 19 이후, 비대면·온라인 경제로의 전환이 가속화됨에 따라, 새로운 성장 동력으로 게임 산업에 대한 중앙정부의 관심 증가

- 관계부처의 합동으로 e스포츠와 게임산업 활성화를 위한 목적으로 “게임산업 진흥 종합 계획”을 수립함.

- ‘세계게임을 선도하는 한국 게임산업’ 비전을 중심으로 4대 전략 수립

  • 적극적인 규제/제도 개선으로 혁신성장 지원

  • 창업에서 해외시장 진출까지 단계별 지원 강화

  • 게임의 긍정적 가치 확산 및 이스포츠 산업 육성

  • 게임산업 기반 강화

○ e스포츠를 스포츠 및 여가문화로 인식

- 젊은 층을 중심으로 이스포츠 경기 시청인구가 급증하는 추세이며, 국제 스포츠대회 종목으로도 채택(‘체육 종목화’ 진행)

- 소수의 문화에서 모두가 즐기는 대중 여가문화로 부상

  • 국민 전체 66% 게임 이용

  • 10대 91%, 20대 85%, 30대 82%(한국콘텐츠진흥원, 2019)

3) COVID-19(코로나)로 인한 e스포츠 중요성 대두

❍ e스포츠는 모든 종목에서 선택 아닌 필수

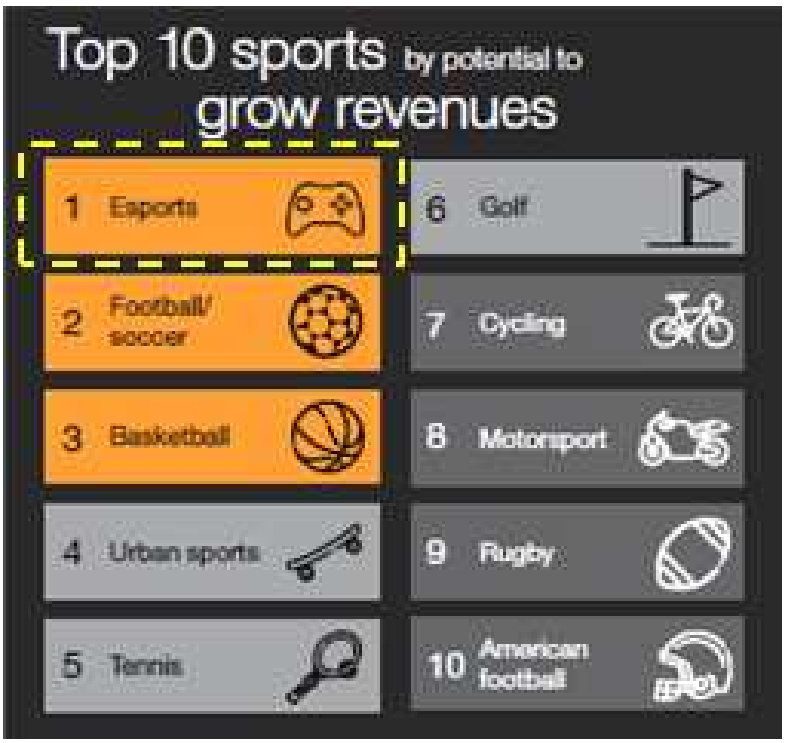
- e스포츠는 팬을 확보함과 동시에 유지하는 데도 큰 역할 수행

- F1 / 북미아이스하키리그(NHL) / 국제농구연맹(FIBA)은 e스포츠를 젊은 팬 확보를 위한 플랫폼으로 활용

- 스포츠가 기존 인체 활동 중심에서 e스포츠와 결합한 하이브리드로, 이후 디지털 시뮬레이션 방식으로 변화할 것

❍ e스포츠 '성장 가능성' 최고 종목 전망

- 全 대륙 50여 개국의 스포츠 분야 리더(관계자/전문가)들은 코로나19 이후 향후 3~5년 동안 가장 시장이 확대될 종목으로 e스포츠 선정



<그림 3> 코로나 19 이후 글로벌 성장 스포츠 종목
(출처: PwC's Sports Survey 2020)

2. 연구의 목적

○ 본 연구는 e스포츠를 활용하여 고양시의 도시브랜딩 제고를 위한 전략 수립의 목적을 지님.

○ e스포츠 활용하여 도시브랜드 가치 제고

- e스포츠의 다양한 프로퍼티(Property)를 활용하여 고양시 도시브랜드 가치 제고를 위한 목적

○ e스포츠 기반 스포츠도시 브랜딩을 위한 정책 기반 마련

- 도시브랜딩의 새로운 성장 동력인 스포츠도시를 추구하기 위하여 e스포츠 활용을 위한 정책적 기반 마련

○ 시정 연계 및 시책 사업을 위한 기초 자료 확보

- 고양시(지자체) 관점에서 시정과 연계하고 e스포츠 활용 및 정책적 추진을 위한 시책 사업의 기초 자료의 확보의 목적

<그림 4> 연구 목적

제2절 연구의 내용 및 방법

1. 연구의 내용

1) 고양시 e스포츠 환경 분석

○ 고양시 e스포츠 외부환경 분석

○ 고양시 e스포츠 내부환경 분석

2) e스포츠 현황 분석

○ 국내 e스포츠 정책 검토

○ 국내 e스포츠 산업 현황

○ 국내 e스포츠 소비 현황

3) 국내·외 e스포츠 사례조사

○ 국내외 e스포츠 도시 우수 사례

○ 국내외 e스포츠 시설(경기장) 우수 사례

4) 고양시 e스포츠 활용 도시브랜딩 전략 수립

○ e스포츠 활용 고양시 도시브랜딩 모델 도출

○ e스포츠 활용 고양시 도시브랜딩 전략 방향 도출

○ e스포츠 활용 고양시 도시브랜딩 전략 과제 도출

2. 연구의 방법

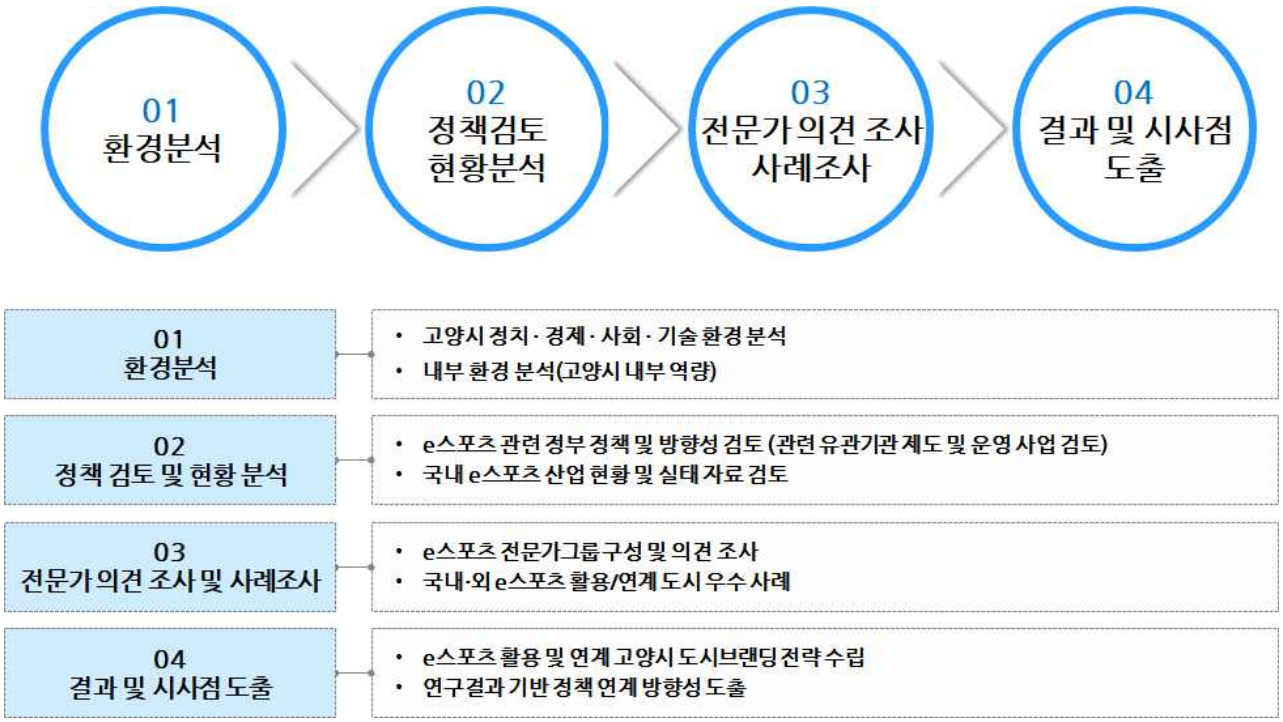
○ 본 연구는 고양시의 e스포츠 환경 분석, 국내 e스포츠 정책 및 산업 현황 분석, 전문가 의견조사, 국내외 우수 사례조사를 실시함.

○ 문헌연구(보고서, 통계자료, 연구자료, 웹사이트 등)를 통해 고양시의 e스포츠 환경 분석, 국내 e스포츠 정책 및 산업 현황 분석을 실시함.

○ 현장조사를 실시하여 국내 e스포츠 도시브랜딩 사례(부산광역시)에 관한 심층 분석을 실시함.

○ 전문가 의견조사를 실시하여 e스포츠 활용한 고양시 도시브랜딩 전략과 결과의 시사점을 도출함.

○ 본 연구의 주요 연구 과정과 방법에 관한 연구 Framework는 〈그림 5〉과 같음.



<그림 5> 연구 FRAMEWORK

제2장 환경 분석

제1절 고양시 e스포츠 외부환경 분석

제2절 고양시 e스포츠 내부환경 분석

제3절 고양시 e스포츠 SWOT 분석

제2장 환경 분석

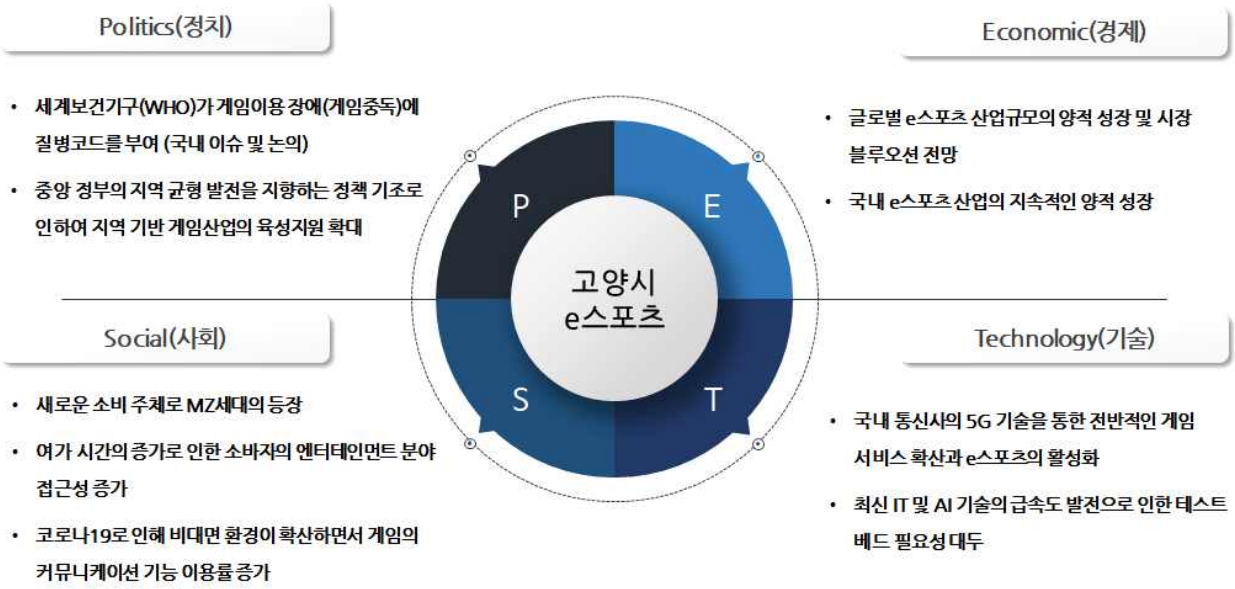
제1절 고양시 e스포츠 외부환경 분석

1. 외부환경 분석 개요

○ 고양시 e스포츠 관련 외부환경 분석을 위해 정치(Politics), 경제(Economic), 사회(Social), 기술(Technology)을 중심으로 거시환경 분석(PEST 분석)을 실시함.

○ 거시환경 분석을 통해 고양시 e스포츠에 영향을 미치는 현재의 외부요인과 미래에 변화가 발생할 수 있는 외부요인을 분석함.

○ 고양시 e스포츠의 정치적, 경제적, 사회적, 기술적 거시환경 분석에 관한 요약적 내용은 〈그림 6〉과 같음.



<그림 6> 고양시 e스포츠 외부환경 분석(PEST 분석)

2 정치적 환경

○ 2019년 세계보건기구(WHO)가 게임이용 장애(게임중독)에 질병코드를 부여함에 따라 국내에서도 관련 이슈에 대해 논의

- 한국표준질병사인 분류는 통계법에 의거 5년마다 개정되며, 2024년 개정 시 반영 예정

- 한국은 '게임이용 장애 질병코드 국내도입 문제 관련 민·관 협의체' 가 구성 되었으나' 19년 12월 제5차 회의를 마지막으로 추가적 논의가 이뤄지지 않음.

○ 중앙 정부의 지역 균형 발전을 지향하는 정책 기조로 인하여 지역 기반 게임산업의 육성지원 확대

- (2018년 기준) 게임 개발 및 배급 기업들이 매출과 사업체 수를 기준으로 90%가 서울 및 경기지역에 분포하고 있음.

- 과도하게 편중된 게임산업의 불균형 해소를 위하여 권역별 글로벌게임센터 운영 및 지역 기반 게임산업 육성지원-"게임산업 진흥 종합 계획(2020)" 등 e스포츠를 포함하여 전반적인 게임 산업 활성화를 위한 중앙 정부의 의지가 나타남.

3. 경제적 환경

○ 글로벌 e스포츠 산업규모의 양적 성장 및 시장 블루오션전망

- 2019년 글로벌 e스포츠 산업규모는 $950.6M(한화 약 1조 960억원)로 측정

- 2023년에는 $1556.7M으로 연평균 14.9% 성장할 것으로 예측

- 全 대륙 50여 개국의 스포츠 분야 리더(관계자/전문가)들은 코로나19이후 향후 3~5년 동안 가장 시장이 확대될 종목으로 e스포츠 선정

○ 국내 e스포츠 산업의 지속적인 양적 성장

- 국내 이스포츠 산업 규모를 살펴보면 종목사 투자 및 매출까지 포함한 확장 산업규모

기준으로 2019년 국내 이스포츠 산업 규모는 16.5% 수준

- 이러한 결과는 는 2018년 15.1% 대비 1.4%p 증가한 수치

- e스포츠의 PC방 문화는 게임 패러다임이 ‘혼자하는 게임’에서 ‘함께하는 게임’으로 바뀌면서 자연스럽게 시장에 등장

- PC방은 1999년 15,150개에서 1년 만에21,460개로 약 41.6% 증가하여 높은 창업률(23.1%)을 기록

4. 사회적 환경

❍ 새로운 소비 주체로 MZ세대의 등장

- 글로벌 게임 시장에서 Z세대는 새로운 소비 트렌드의 주역으로 나타남.

- MZ세대는 다른 세대에 비해 1회 사용 시간이 적지만, 접속 횟수는 많고 캐주얼 게임을 선호하는 경향을 보임.

❍ 여가 시간의 증가로 인한 소비자의 엔터테인먼트 분야 접근성 증가

- 여가 시간의 증가로 소비자들이 엔터테인먼트 산업에 대한 접근성이 증가하면서 기존 게임 간에 이루어지던 경쟁이 엔터테인먼트 산업 전체로 확대됨.

❍ 코로나19로 인해 비대면 환경이 확산하면서 게임의 커뮤니케이션 기능을 이용하는 이용률 증가

- 코로나19 확산 이후 ‘MS Xbox Game Pass’ 멀티 플레이어 게임 참여율이 130%, 친구 맺기 기능 70% 증가

- 닌텐도 스위치의 네트워크 기능 이용 목적의 ‘스위치 온라인 서비스’의 매출은 전년 동기 대비 83% 상승

5. 기술적 환경

○ 5G 기술을 통한 게임(e스포츠)서비스의 확산

- 5G 기술을 통한 클라우드게임 서비스의 확산으로 게임 서비스 유통 구조가 구독형 수익 모델 중심으로 변화할 것으로 예상하여 이에 따른 개발사들의 대비가 필요할 것으로 보임.

- 국내 통신사의 발전된 5G 기술을 기반으로 e스포츠 중계 서비스의 완성도 및 상품 가치 제고가 전망됨.

○ 최신 IT 및 AI 기술의 급속도 발전으로 인한 테스트 베드 필요

- e스포츠 대회가 일반 스포츠에서 구현하기 어려운 시각 효과들을 쉽게 해낼 수 있을 것이라고 전망

- e스포츠는 온라인 시합을 치르는 특수성으로 인해 다양한 IT 기술들을 보다 간편하게 적용 가능할 것으로 전망

- 딥러닝 기반 AI 기술로 승률 예측, AR·VR 기술을 IP(지식재산권)와 결합해 관람자의 보는 재미를 끌어 올리는 기술이 향후 더욱 적극적으로 e스포츠 대회에 도입될 것이라 전망

제2절 고양시 e스포츠 내부환경 분석

1. 소비자 환경

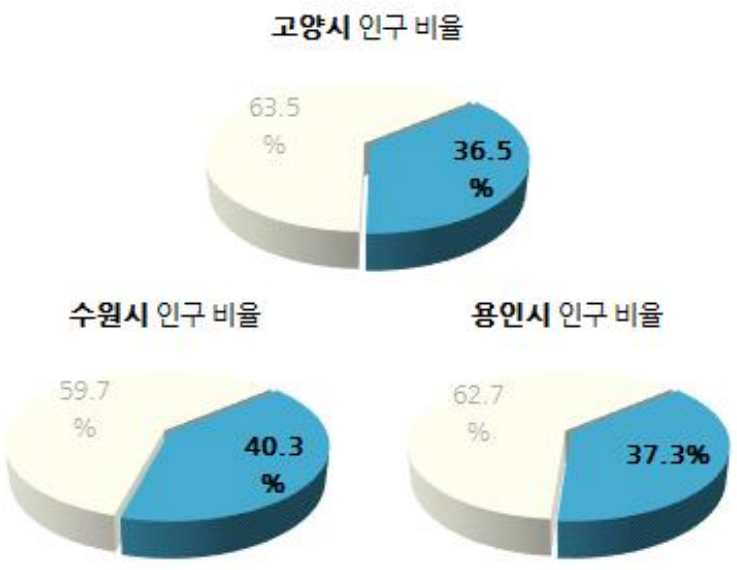
○ 고양시 e스포츠의 내부 환경 中 소비자 환경을 살펴보면, 인구 규모 유사 도시와 비교하여 e스포츠의 주요 소비층인 10~30대 인구 비율이 낮음.

○ 인구 규모 유사 도시에 비해 고양시민의 스포츠 관람 정도가 낮은 편임.

1) 고양시 10~30 연령대 인구 현황

○ 고양시는 e스포츠의 주요 소비층인 10~30대 인구 비율이 낮은 편임.

- e스포츠는 주로 젊은 연령대에서 주요 참여 및 소비가 이루어짐.
- (2021년 7월 기준) 경기도에서 인구 100만 명 이상 거주하는 3개 도시 중 고양시가 10~30대 인구 비율이 가장 낮게 나타남.
- 수원시 40.3% / 용인시 37.3% / 고양시 36.5%



<그림 7> 인구 규모 유사 도시 10~30대 인구비율 비교

2) 고양시 시민 스포츠 관람 현황

○ 고양시 시민의 연간 스포츠 관람 비율은 경기도 평균 수준으로 나타나며, 수원시와 비교하여 스포츠 관람 정도가 낮게 나타남.

- 수원시는 국내 4대 프로스포츠 종목(축구, 야구, 농구, 배구) 구단 연고지로 입지하고 있어 관람 스포츠 문화가 활성화됨.

- 반면, 고양시는 프로스포츠 종목 중에서 농구 종목만 구단 연고지(고양 오리온스)로 운영되고 있음.

〈표 1〉 인구 규모 유사 도시 스포츠관람 비율 비교

기준년도	지역	스포츠관람 비율 (단위: %)
2019	경기도	14
	수원시	17.3
	고양시	14.3
	용인시	13.7

2. 이벤트(Event) 역량

○ 고양시 e스포츠의 내부 환경 中 이벤트 역량을 살펴보면

○ 국제 스포츠이벤트(축구) 개최와 대표적인 지역 축제를 개최한 경험과 역량을 보유하고 있습니다.

1) 국제 스포츠이벤트 개최 역량

○ 남자 축구 국가대표 A매치 개최

- 고양시는 고양종합운동장에서 인기 국제 스포츠 이벤트 중 하나인 남자 축구 국가대표팀 A매치 경기를 개최한 경험과 역량을 보유하고 있음.

- 최근 2021년에는 “2022 카타르 월드컵 아시아지역 2차 예선” 대한민국 홈경기 (3경기)를 개최하였음.

- 성인 국가대표 경기뿐만 아니라 올림픽 대표팀 및 청소년 대표팀도 경기도 고양종합운동장에서 진행한 이력을 보유하고 있음.

〈표 2〉 고양시 국가대표팀 축구 경기 개최 현황

연도	구분	대회(경기)명	대진
2014	국가대표	국가대표 친선 A매치	한국 vs 우루과이
2016	국가대표	2016 리우올림픽축구대표팀 친선경기	한국 vs알제리
2016	올림픽	4개국 초청, 올림픽 축구대표팀 친선경기	한국 vs 온두라스
2016	올림픽	4개국 초청, 올림픽 축구대표팀 친선경기	덴마크 vs온두라스
2017	청소년	2017 U-20월드컵 코리아 친선경기	한국 vs 세네갈
2018	국가대표	국가대표 친선 A매치	한국 vs 코스타리카
2021	국가대표	2022 카타르 월드컵 아시아지역 2차 예선	한국 vs 투르크메니스탄
2021	국가대표	2022 카타르 월드컵 아시아지역 2차 예선	한국 vs스리랑카
2021	국가대표	2022 카타르 월드컵 아시아지역 2차 예선	한국 vs 레바논

2) 지역 축제(Festival) 개최 역량

○ 고양국제꽃박람회

- 첫 개최되어 제 12회 꽃박람회에 이르기 까지 620만명이 넘는 국내외 관람객이 방문하며 대한민국을 대표하는 국제적인 화훼 박람회로 성장함.

- 화훼를 주제로 대한민국의 대표 홀마크이벤트(Hallmark event)로 입지하여 고양시 도시브랜드 제고에 큰 기여를 함.

- 화훼무역을 선도하는 동북아 최대의 화훼박람회이며, F 대한민국 화훼 농가들과 꽃을 사랑하는 고양시민, 꽃박람회장을 찾는 관람객을 위한 축제의 장

재단법인 고양국제꽃박람회
Goyang International Flower Foundation

<그림 8> 고양국제꽃박람회 로고

○ 고양행주문화제 & 고양호수예술축제

- (고양행주문화제) 임진왜란 행주대첩의 얼을 기리는 전통문화축제
  - 2019 경기관광 유망축제, 2020 경기관광 특성화 축제 선정
  - 2021 경기관광 대표 축제 선정
- (고양호수예술축제) 2009년부터 일산호수공원에서 시작된 거리예술축제
  - 2020 경기관광 특성화 축제 선정
  - 2020~2021 경기도 지역대표예술제 선정

3. 인프라(Infra) 역량

○ 킨텍스(KINTEX)

- 고양시에는 대한민국 최대 규모의 컨벤션 센터인 킨텍스(KINTEX) 입지
  - 코엑스(COEX) 3배/ 벡스코(BEXCO) 2.4배 정도의 전시면적 규모
  - 최대 규모의 컨벤션 인프라를 기반으로 MICE 사업 추진
- 다양한 분야에 양질의 전시회 및 박람회 등이 지속적으로 개최되고 있으며 특히, 대표 게임 박람회인 “플레이엑스포(PlayX4)”가 개최됨.
  - 2013년부터 2021년까지 9년 간 지속적으로 킨텍스에서 개최
  - 코로나19로 인하여 행사 미개최 및 온라인 전시회 운영

<그림 9> 킨텍스 전경(左) 및 킨텍스 플레이엑스포 개최 현장(右)

○ MBC 일산 드림센터

- 고양시에는 e스포츠의 주요 이해관계자인 방송사(MBC PLUS)입지

  • MBC 계열 유료 케이블 방송 자회사인 스포츠 전문 채널 MBC SPORTS+ 운영

  • 스포츠 채널 5개를 포함하여 인기 채널 운영

  • 인기 e스포츠 '오버워치' 중계방송 이력을 보유함.

<그림 10> MBC 일산 드림센터

○ 고양 테크노밸리 프로젝트(예정)

- 경기북부의 첨단지식산업 메카조성을 통한 e스포츠 인프라 확보 가능

  • (사업기간) 2016 ~ 2023년 / (위치) 고양시 일산서구 대화동

  • 4차산업생태계 조성, 산업 기반 마련

  • IT, 방송 기업 등 산업 플랫폼 조성

<그림 11> 고양 테크노밸리 조감도

4. 이미지 & 브랜드 역량

1) 고양시 도시 이미지

○ 고양시의 도시 이미지는 박람회, 전시회, 축제 등의 이미지가 강함.

- 연관어 분석 결과, 킨텍스, 박람회, 고양국제꽃박람회 등의 키워드 비중이 높게 나타남.
  - (키워드) 고양시 / (기간) 2017~2019년
  - 코로나 기사로 인하여 2020~2021 기사 제외
- 고양시의 마스코트 “고양고양이”도 기사 노출량이 높게 나타남.
- 단일 키워드 중에서 고양시 관련 연관어는 현대자동차가 가장 높게 나타남.
  - 고양시 현대모터스튜디오 관련 기사량이 높은 것으로 추정됨.

<그림 12> 고양시 키워드 기사 분석
(출처: 빅카인즈)

2) 고양시 도시 브랜드 역량

○ 고양시 도시 브랜드 평판 수도권 최고(서울시 제외)

- 한국기업평판연구소의 소비자 브랜드 습관과 평판 빅데이터 분석 결과

  • 고양시의 도시 브랜드는 서울시를 제외한 수도권 도시 중에서 가장 높은 것으로 나타남.

- 2021년 6월, 7월, 9월 조사된 국내 도시 브랜드 평판 결과(8월 미조사)

  • 고양시 6월(25위) / 7월(3위) / 9월(3위)

  • 6, 7, 9월 조사 결과, 서울시가 1위로 도시 브랜드 평판 최고 도시

<그림 13> 2021년 고양시 도시 브랜드 평판 순위
(출처: 한국기업평판연구소)

제3절 고양시 e스포츠 SWOT 분석

○ 고양시 e스포츠 관련 내부환경 분석을 위해 강점(Strength), 약점(Weakness), 기회(Opportunity), 위협(Threat)을 중심으로 내부환경 분석(SWOT 분석)을 실시함.

○ 내부환경 분석을 통해 고양시 e스포츠에 영향을 미치는 현재의 내부요인과 미래에 변화가 발생할 수 있는 내부요인을 분석함.

○ 고양시 e스포츠의 강점, 약점, 기회, 위협 요인의 환경 분석에 관한 요약적 내용은 〈그림 14〉과 같음.

<그림 14> 고양시 e스포츠 SWOT 분석

제3장 현황 분석

제1절 국내 e스포츠 정책

제2절 국내 e스포츠 산업

제3절 국내 e스포츠 소비 현황

제4절 시사점 및 소결

제3장 현황 분석

제1절 국내 e스포츠 정책

1. 중앙정부 e스포츠 정책

○ 이스포츠의 문화와 산업의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화시키고, 이스포츠를 통해 국민의 여가선용 기회를 확대하고 국민경제의 건전한 발전에 이바지할 목적으로 이스포츠 진흥법이 제정됨.

- 진흥법은 향후 공공기관, e스포츠 단체, 그 밖에 e스포츠 분야의 사업자가 경쟁력 강화를 위한 사업을 진행할 때 자금을 지원할 수 있게 했다. 또 e스포츠 진흥을 위해 필요하다면 지방자치단체의 장과 협의하여 e스포츠 시설을 구축할 수 있음.

- 그뿐만 아니라 국제 교류 및 해외시장 진출 활성화를 위해 국제e스포츠연맹 등의 기관에 정부의 자금 지원은 물론 해외 홍보 사업도 정부가 추진할 수 있음.

○ 문화체육관광부는 게임산업 재도약을 위한 종합대책을 수립하였으며, 게임사들의 해외 시장 진출 지원 및 e스포츠 산업 육성, 규제완화 등 다양한 전략과 추진과제들이 포함됨.

- e스포츠를 통해 게임에 대한 인식 개선 작업에도 역량을 투입함.

- 지역 상설경기장을 거점으로 PC방을 e스포츠 시설로 지정해 시설 기반을 마련하고 아마추어 대회 개최 및 팀 육성 등으로 저변을 확대할 방침

- 게임은 청소년만의 전유물이 아니라 남녀노소 누구나 즐기는 대표적 여가 문화로의 인식 및 게임산업 혁신 성장을 위한 환경 조성이 목표

비전	세계게임을 선도하는 한국 게임산업

목표		〈2019년〉		〈2024년〉
	매출액	15조원	→	19.9조원 (4.9조원, 연평균 5.8%↑)
	수출액	7.6조원	→	11.5조원 (3.9조원, 연평균 8.6%↑)
	일자리	8.7만명	→	10.2만명 (1.5만명, 연평균 3.2%↑)

추진 전략		
	1	**적극적인 규제 · 제도 개선으로 혁신성장 지원** 1-1. 전향적 규제 개선으로 온라인·모바일 게임 성장 지원 1-2. 아케이드 게임 사행화 방지 및 규제 혁신 1-3. 게임이용자 권익 보호를 위한 제도 개선 1-4. 민·관 협력 체계 구축 및 공공기관 역할 재정립
	2	**창업에서 해외시장 진출까지 단계별 지원 강화** 2-1. 창업 및 중소기업 성장을 위한 체계적 지원 확대 2-2. 게임콘텐츠 분야별 맞춤형 제작 및 사업화 지원 2-3. 해외 진출 지원 및 수출시장 다변화 2-4. 기능성 게임 등 제작 지원으로 게임생태계 다양성 제고
	3	**게임의 긍정적 가치 확산 및 이스포츠 산업 육성** 3-1. 게임에 대한 인식 제고 및 교육 내실화 3-2. 과몰입 대응 체계 개선 등 올바른 게임문화 조성 3-3. 이스포츠 생태계 조성 및 향유 저변 확대 3-4. 이스포츠 국제 표준 정립 등으로 세계 이스포츠 선도
	4	**게임산업 기반 강화** 4-1. 게임 관련 법령 전면 재정비 4-2. 중소게임기업 투·융자 확대 4-3. 창의인재 양성 및 신기술 활용 지원 4-4. 게임 문화 인프라 확충

<그림 15> 게임산업 진흥 종합 계획 추진전략

1) 생활 이스포츠 기반 마련

○ (시설확충) 지역 상설경기장을 거점으로 PC방을 ‘이스포츠 시설’로 지정하여, 전국단위 이스포츠 시설 체계화

- (상설경기장) 상설 리그 운영(아마추어 등), 지역 아마추어팀 운영, 외국구단 등 전지훈련 유치, 지역 행사와 연계한 관광 상품 개발

- (지정 PC방) 동호인 리그운영, 각종 대회 예선개최 등, 지역이스포츠협회와 연계하여 소규모 클럽팀 운영, 선수 관리 등

○ (대회 활성화) 동호인, 대학교, 군인 등 대회(리그) 개최를 통한 생활 이스포츠 저변 확대

- (동호인) 정기 대회 개최(주-월-분기-연간), 상위 아마추어 대회(대통령배)와 연계하여 지역대표 출전 기회 제공

- (대학리그) 전국을 4개 권역으로 구분하여 정규 대학리그 운영

  • 호남+제주 권역(광주),

  • 영남 권역(부산)

  • 충청+강원 권역(대전)

  • 수도권 북부 권역(서울, 경인)

- (군인) 군 장병 대상 이스포츠 대회 확대

  • 육군 / 강원 인근 군대 → 해군, 공군, 해병대 등 전군 / 전국단위

2) 이스포츠 산업 지원 강화

○ (지역중심 체계) 지역중심의 국내 이스포츠 산업 기반 조성 등을 통한 산업 생태계 지원

- (지역 이스포츠센터) 상설경기장 운영, 아마추어팀 육성, 대회 개최, 교육 등을 위한 '지역 이스포츠센터' 신규 지정 검토

- (지역 협의체) 이스포츠산업지원센터 중심으로 지역 관련기관(지역 콘진원, 지역 이스포츠협회 등)이 참여하는 협의체 구성

- (연구 등 지원) 이스포츠 실태조사(산업분석 포함), 선수(팀) 양성(교육시스템) 등 연구, 중소게임단 법률, 회계, 해외진출 등 컨설팅

○ (종목선정 내실화) 국내 이스포츠의 건전한 생태계 조성 및 체계적 육성 등을 위한 이스포츠 종목선정 내실화

- (방향) 매년(12월) 1회 선정 원칙, 표준계약서, 선수등록 등 의무화, 정부 등 이스포츠 지원제도 적용

- (지원) '전문종목' 대규모 국제행사 개최 시 장소대관 협조,

- (지원) '정식종목' 아마추어, 동호인 대회 등 종목 우선 선정,

- (지원) 선수교육, 자문, 비자 등 선수(팀)관련 지원제도 적용

3) 이스포츠 선수 보호 체계화

○ (표준계약서 도입) 이스포츠 선수의 공정한 환경 조성을 위한 표준계약서 제정 및 보급

- 이스포츠 특성을 고려, 관련 전문가, 업계, 전현직 선수 등 의견을 수렴하여 '표준계약서(안)' 마련, 공정위 등 관계기관과 협의하여 제정 및 보급 ('20.7월)

- 미성년자에 대한 별도 계약서(특약) 마련하여 보호 강화

○ (선수등록제 확대) 선수정보, 경기기록 등 객관적 선수관리를 위한 정식종목 대상의 모든 선수 대상으로 등록제 시행

- 「프로선수 → 아마선수 → 동호인 선수」로 단계적 확대

- '통합선수등록시스템' 구축

- 등록선수 대상 제도적 혜택제공

- 「이스포츠진흥법」 개정을 통한 선수등록제 법제화

○ (교육 등 체계화) 선수 교육, 법률·회계 자문, 권익보호 등 선수보호 체계화

- (교육) 선수 + 코칭 스텝, 프로선수(팀)는 종목사와 협회가 공동으로, 아마선수·동호회(팀)은 협회가 실시

- (권익보호) 민원접수-조사-권고-시정 등이 가능한 '이스포츠공정위원회' 설립

- 콘텐츠 공정 상생센터(한국콘텐츠진흥원)와 협력하여 선수 권익보호

4) 국제 이스포츠 대회 개최

○ (한중일 대회) 프로선수 등 국가대표급 선수들이 참여하는 '한중일 이스포츠 대회' 개최 ('20.11월, 서울)

- 한중일 3국의 순환개최 방식(원칙)으로 지속적 대회 개최 예정

- PC, 모바일, 콘솔 등 다양한 플랫폼의 국제적인 이스포츠 종목을 선정하여 이스포츠의 글로벌 콘텐츠화 추진 (국산게임 포함)

- 국제대회 뿐만 아니라 국제회의, 부대행사 등 '게임'을 통해 모두가 어울리는 '문화축제의 장'으로 구성 검토

○ (아시아·세계대회) 한중일 대회 정착 이후 아시아대회, 세계대회로 단계적 확대 운영 검토(국제이스포츠연맹 협력)

- 5세대 통신, 사물인터넷, AR/VR 등 새로운 기술 적용

- 게임의 문화적 가치 제고 및 여성 · 장애인 등 다양성의 가치 확산

○ (경기력 강화) 전력분석, 훈련지원 등을 통한 국제 경쟁력 강화 추진

- 빅데이터 분석 및 경기력 향상을 위한 연구, 종목별·포지션별 세분화된 전문 코칭스태프, 지도자 등 전문 인력 양성

- 선수 건강, 스트레스 관리, 마인드 심리 분석 등 게임 외적 훈련 지원

5) 국제적 표준 정립

○ (표준제정) 국제적으로 통용 될 수 있는 명확한 규정 등 마련을 위한 한국 주도의 국제적 표준 마련

- (운영규정) 국제대회 개최를 통한 종목선정, 선수선발(연령, 성별 등), 대회규칙(기록, 운영, 심판 등), 중계표준 등 전반적 운영기준 마련

- (시설/장비) 경기장 시설(무대, 방송 등), 경기용 기구(개인장비 표준) 등에 대한 국제기준 마련하여 국산 장비(업체) 육성 기반 마련

- (인력양성) 종주국의 축적된 노하우를 활용하여 선수, 지도자, 심판 등 이스포츠 인력양성 시스템 구축

○ (표준확산) 동호인부터 국가대표급 대회까지 표준화로 국내 일원화하고, 관련 국제연맹 등과 연계하여 국제적 확산

- (국제회의) 국제대회 규격, 선수 권익보호, 신체적 기능향상 등 다양한 분야 국제적 기준정립을 위한 국제회의 개최

- (박람회) 게임사, 게임단, 미디어(방송 등), 장비업체, 에이전트 등 '전문 이스포츠 산업교류 박람회' 개최

- (교육캠프) 해외 이스포츠팀 유치하여, 관련 시설(업체) 견학, 선수 등 관리, 훈련(연습경기) 등 국제적 표준 교육

6) 이스포츠 가치 확산

○ (스포츠로 인정) 새로운 형태의 스포츠로 이스포츠 육성

- 2022 아시안게임, 올림픽 등에서 이스포츠의 정식종목 채택 가능성 고려하여, ‘정식 스포츠’로 지위 인정 추진

  • 현재 한국이스포츠협회는 인정단체로, 지역체육회의 단계적 가입 확대(5개 → 9개 → 12개)로 ‘준회원’, ‘정회원 단체’까지 승격 추진

- 선수(프로, 아마추어 등), 지도자(은퇴선수 등) 등의 주기별 관리 시스템 마련

- 전국체전 등 국내 아마추어 체육대회에 ‘종목’ 편입 등

○ (생활 스포츠) 생활 속에서 스포츠로 즐길 수 있는 환경 마련

- 지역 상설경기장, 지정 PC방 등을 활용한 지역 기반의 ‘이스포츠 클럽’ 활성화

  • 시설 – 지도자 – 프로그램 연계

  • 청소년, 성인, 노인 등 다양한 대상 참여 가능

  • 은퇴선수 등 활용한 전문지도자 연계

  • 참여자 중심의 자생적 모델

○ (장애인 스포츠) 장애인과 비장애인이 장애 없이 함께하는 스포츠 종목으로 육성

- (기준) 종목선정, 경기규칙, 시설규격 등을 포함한 ‘대회 규정’ 제정

- (기준) 장애인 이스포츠 분야 ‘장애 등급분류’ 체계 마련

  • 전국체전 또는 패럴림픽 종목 편입 등을 위한 과학적 연구 필요

- (대회) 대통령배 아마추어 대회 등에서 장애부문 정식종목화를 통한 선수육성 → 장애인과 비장애인이 함께 경쟁하는 대회 개최

7) 이스포츠 상설경기장 구축 지원사업

○ 문화체육관광부(한국콘텐츠진흥원)은 이스포츠 활성화를 위해 이스포츠 상설경기장 구축을 희망하는 지자체를 선정하여 경기장 구축에 수반되는 제반 비용을 지원함.

○ 이스포츠 상설경기장 구축 지원사업에 관한 내용은 〈표 4〉과 같음.

〈표 4〉 이스포츠 상설경기장 구축 지원사업('21)

구분	내용
사업 목적	▪ 상설경기장 구축을 통해 이스포츠 문화산업의 저변확대 등 진흥 도모 ▪ 이스포츠 경기 외에도 아마추어게임단 및 이스포츠커뮤니티 운영, 게임 마케팅, 시민 참여형 이벤트 등 게임산업 진흥 및 건전 게임문화 정착을 위한 운영프로그램 활성화
사업 내용	▪ (지원내용) 상설경기장 시설 구축비·구입비 등 공사비 ▪ (협약기간) 협약체결일부터 ~ 2022년 11월 30일까지 ▪ (모집대상) 광역지방자치단체 문화산업진흥기관 - 서울, 경기, 인천 지역 제외 ▪ (지원비율) 총 사업비의 50% 이내 - 국비지원 최대 30억 원, 자부담 50% 이상
신청 자격	▪ (주관기관) 광역지방자치단체 및 지역문화산업진흥기관 (컨소시엄) - 공동주관으로 기초지방자치단체 참여 가능, 지역문화산업진흥기관 필수 - 사업비 교부는 지역문화산업진흥기관을 통해 진행됨 (주관기관은 참여기관과 달리 참여제한 기준에 해당 없음)

2. 한국콘텐츠진흥원 e스포츠 정책

○ 한국콘텐츠진흥원(KOCCA)은 콘텐츠, 게임, e스포츠 등의 진흥을 담당하는 콘텐츠 육성 지원 전문기관으로 e스포츠 관련 다양한 정책 사업을 추진하고 있음.

○ 특히, 산업과 문화의 조화를 통한 게임의 가치 제고를 위해 “게임의 긍정적 가치 확산 및 이스포츠산업 육성 등”을 포함한 전략에 토대로 e스포츠 관련 정책 사업을 추진하고 있음.

○ 게임의 긍정적 가치 확신 및 이스포츠 산업 육성을 위해 게임문화와 e스포츠로 구분하여 활성화를 도모함.

- 건전 게임문화 활성화
  - 건전 게임문화 교육 확대
  - 게임 다양성 지원 및 문화 확산
- 이스포츠 활성화 지원
  - 이스포츠 정책 기능 강화
  - 이스포츠 대회 개최

<그림 16> 한국콘텐츠진흥원 비전 및 전략 체계도

❍ 2021년 한국콘텐츠진흥원(KOCCA)의 전략 중 “게임의 긍정적 가치 확산 및 이스포츠산업 육성” 정책 사업 내용은 〈표 5〉와 같음.

〈표 5〉 한국콘텐츠 게임 및 e스포츠 관련 사업

사업	구분	세부내역 (추진과제)	예산규모 (단위: 백만원)
건전게임문화 활성화	건전 게임 문화 교육 확대	찾아가는 게임문화 교실 운영	500
		보호자 게임 리터러시교육 운영	350
		게임 리터러시연구센터 운영	850
		게임 과몰입힐링센터프로그램 지원	250
		게임문화 가족캠프 운영	350
	게임 다양성 지원 및 문화 확산	글로벌 인디게임제작 경진대회	250
		대한국청소년 게임잼개최	80
		모두의 게임문화 캠페인	635
		게임문화 축제 개최	900
		교육용 게임콘텐츠개발	6,000
이스포츠 활성화 지원	이스포츠 정책 기능 강화	이스포츠실태조사	70
		이스포츠정책연구	110
		이스포츠산업 포럼 개최	10
	이스포츠 대회 개최	전국 장애학생 e페스티벌 개최	225
		국제 이스포츠페스티벌 개최 지원	300

3. 경기콘텐츠진흥원 e스포츠 정책

○ 경기도콘텐츠진흥원은 경기도의 지역 콘텐츠 육성 지원 전문기관

○ “콘텐츠 산업 육성 및 융복합 생태계 조성을 통한 경기도 지역경제 활성화” 미션을 기반으로 정책 사업을 추진하고 있음.

○ 경기도콘텐츠진흥원의 추진전략 중 경기도형 미래산업 육성의 전략과제로 글로벌 게임 생태계 조성 및 이스포츠 산업 육성을 마련하여 경기도의 이스포츠 활성화를 위해 지원을 하고 있음.

○ 경기도콘텐츠진흥원의 e스포츠 육성과 관련된 경기 e스포츠 육성 정책은 경기도 e스포츠 트레이닝 센터 구축, 경기 e스포츠 전용경기장 조성 사업, 생활 e스포츠 페스티벌, 경기 e스포츠 아카데미 지원 사업이 있음.

○ 경기도콘텐츠진흥원의 비전 및 주요 전략에 관한 내용은 〈그림 17〉과 같음.

<그림 17> 경기도콘텐츠진흥원 비전 및 전략 체계도

1) 경기도 e스포츠 트레이닝 센터 구축

○ 사업개요

- (사업명) 경기도e스포츠 트레이닝 센터 구축
- (사업목적) e스포츠 인재 육성 공간 구축을 통한 e스포츠 산업 내 경기도 위상 제고 목적
- (구축 장소) 판교센터 / 광명센터

○ 주요내용

- 도민 기량 검증 프로그램 운영을 위한 시설 확충(e스포츠 아카데미 운영 연계)
- 학부모 대상 진로 상담실 구축(e스포츠 아카데미 운영 연계)
- 스트리밍교육 및 팀 게임 코칭 프로그램 운영을 위한 시설 구축
  - e스포츠 아카데미 운영 연계
- 유망주를 대상으로 기본 수익 확보 목적의 게임 스트리밍 교육 및 녹화가 가능한 스튜디오 구축
- 유망주들이 프로 진출을 할 수 있는 수준으로 게임 실력 향상에 기여가 되는 팀 게임 연습실 및 강의실 구축

2) 생활 e스포츠 페스티벌

❍ 사업개요

- (사업명) e캠퍼스 대항전 – 두근두근 새로운 경기
- (사업목적) e스포츠 아마추어 저변확대 및 대학 문화 부흥
- (사업대상) 수도권 소재 대학
- (주요일정) 대행사 선정 – 참여 대학 모집 – 각 대학 대표 선발전– 예선전 – 본선 대회 운영

❍ 주요내용

- (종목 확정) ’21년 2월
- (참여 대학 모집) ’21년 3~4월
  - 별도 신청페이지 개설-(대학별 대표 선발전) ’21년 4월 말
  - 각 학교별 자체 진행(총학생회 or 동아리연합회 주최)
  - 학교별 대회 운영 지원금 지급
- (예선전) ’21년 5월
  - 참여 학교 대표팀 예선전 진행, 본선 진출 16개교 선정
- (본선) ’21년 5월
  - 코로나 상황에 따라 오프라인 관중 대회로 전환 여부 결정

3) 경기 e스포츠 아카데미

○ 사업개요

- (사업목적) e스포츠 유망주 프로진출 지원 및 e스포츠 관련 직업 교육을 통한 일자리 창출
- (사업대상) 일반 도민, e스포츠 아마추어 유망주, (은퇴)선수 및 예정 선수
- (사업목표) e스포츠 아마추어(26명), e스포츠 산업 인재 육성 프로그램(80명)
- (주요일정) 대행사 선정 – 경기 e스포츠 아마추어 유망주 선발 – e스포츠 산업 인재 육성 프로그램 수강생 모집

○ 주요내용

- 3개 종목(리그오브레전드, 배틀그라운드, 카트라이더) 아마추어 선수단 선발·기량 향상을 위한 코칭 프로그램 운영 및 대회 참가 지원
- 국내외 트라이아웃 행사 개최를 통해 프로게임단 관계자와 상담 및 멘토링 제공
- e스포츠 산업 인재 육성 프로그램 수강생 모집
- e스포츠 스트리머, e스포츠 콘텐츠제작자 등 e스포츠 연관 직업 교육 시행
- 도민 기량 검증 프로그램 운영 및 학부모 대상 진로 상담 운영

4) 경기 e스포츠 전용경기장 조성 사업(2019)

❍ 경기도(경기콘텐츠진흥원)는 이스포츠 활성화를 위해 이스포츠 전용경기장 조성 사업을 2019년에 실시함.

- 2019년 조성 사업은 성남시 최종 선정

❍ 이스포츠 상설경기장 구축 지원사업에 관한 내용은 〈표 6〉과 같음.

〈표 6〉 경기 e스포츠 전용경기장 조성 사업('19)

구분	내용
사업 목적	▪ 도내 e스포츠 산업 인프라 구축을 통한 발전 기반 마련 ▪ e스포츠 산업의 체계적 육성으로 지역 경제 활성화
사업 내용	▪ (사업기간) 2019년~2022년(4년간) ▪ (추진방법) 31개 시·군 공모 → 1개 시·군 선정 ▪ (규모/시설) 경기장 관람석 300석 이상 / e-스포츠 경기진행 제반시설(방송시설 포함) ▪ (조성방식) 신축 또는 기존 건물 증·개축을 통해 경기장 조성 ▪ (활 용) 경기 국제 e-스포츠대회 및 국내·외 e-스포츠 대회 개최, 미 개최 기간에는 다양한 복합 문화콘텐츠 시설로 활용 ▪ (도 지원규모) 총사업비의 50%, 최대 100억 도비지원 ▪ 기관별 역할 - 경기도 - 예산 지원 / e스포츠 대회 개최 및 지원 - 선정 시. 군 - 사업부지 제공 / 전용경기장 조성 / 완공후 운영
신청 자격	▪ 경기도 성남시 사업 선정 (위치: 판교테크노밸리) - 2021년 3월 설계안 완료 / 2022년 3월 착공 예정 ▪ '23년 성남시 완공 후 3곳으로 확대 운영 계획 - (도, 민선7기 후반기 이스포츠 및 게임산업 4대 추진 계획 보도자료)

제2절 국내 e스포츠 산업

1. e스포츠 산업 규모

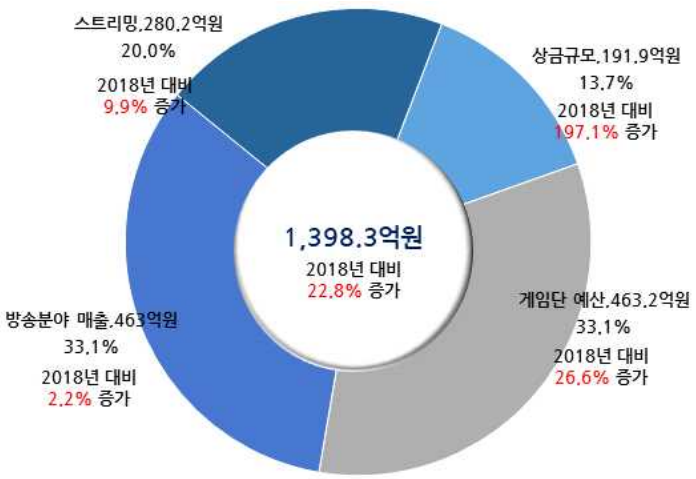
○ 2019년 기준 국내 이스포츠 산업 규모는 1,398.3억원으로 추산됨.

○ 세부 항목별로 살펴보면 게임단 예산이 463.2억원으로, 전체 산업규모의 33.1%를 차지하여 가장 비중이 높은 것으로 나타났고, 그 다음으로는 방송분야 매출 463억원(33.1%), 인터넷/스트리밍 매출 280.2억원(20.0%), 대회 상금 191.9억원(13.7%) 등.

○ 2018년 산업규모와 비교해보면 22.8%로 크게 증가한 것으로 나타남.

○ 2018년에는 1,138.6억원으로 추산 되었었으나, 2018년은 259.7억원 증가한 1,398.3억원으로 추산됨.

○ 이에 따라 세부항목별로 살펴보는 경우에도 상금규모가 2018년64.6억원에서 2019년 191.9억원으로 197.1% 증가하였으며, 게임단 예산은 2018년 366억원에서 463.2억원으로 26.6% 증가하였다. 스트리밍분야 매출 또한 9.9%, 방송분야 매출은 2.2% 증가함.



<그림> 18 국내 e스포츠 산업 규모
(출처: 이스포츠 실태조사, 2020)

2. e스포츠 주요 산업군

○ e스포츠를 역할에 따른 구분으로 ‘주체(퍼스트파티)’, ‘참여(세컨드파티)’, ‘기여(서드파티)’로 구분 할 수 있음

- 하지만 역할에 따른 구분의 현시점적 의미는 한 조직이 반드시 한 가지 역할만을 수행해야 한다는 것을 의미하지는 않고, 방송사는 경기를 조직하고 참여할 팀을 운영하고, 방송을 제작도 할 수 있음

- 이는 방송사가 e스포츠의 비즈니스 모델 전부를 수행하고 있다고 해석할 수 있음

〈표 7〉 e스포츠 주요 산업군 역할 구분 및 명칭 (출처: 이스포츠 비즈니스 모델 연구, 2020)

구분	역할 군	분류 명칭	주요 산업군
역할 군#1	주최자(Organizer)	퍼스트파티 (FirstParty)	• 정부/자자체 • 게임 퍼플리셔 • 리그 제작사
역할 군#2	참가자(Player)	세컨드파티 (SecondParty)	• 플랫폼 • 구단
역할 군#3	기여자(Contributors)	서드파티 (ThirdParty)	• 통신사 • 디바이스 • 전문언론 • 데이터분석 • 아카데미/에이전트

<그림 19> e스포츠 주요 산업군 구분
(출처: 이스포츠 비즈니스 모델 연구, 2020)

3. e스포츠 게임단

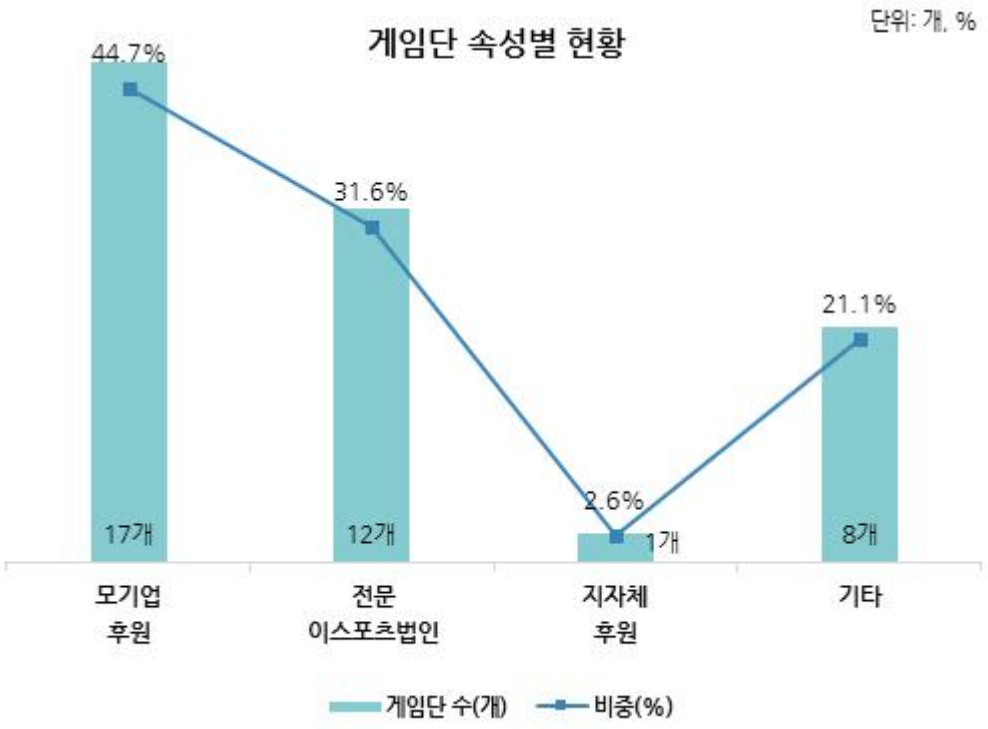
○ 게임단의 속성을 모기업 후원, 전문이스포츠법인, 지자체 후원, 기타 등 4가지로 구분하였다. 그 결과 총 38개 게임단이 운영되고 있었으며 그 중 44.7%는 모기업의 후원을 통해 운영되고 있었다. 전문이스포츠법인의 비중은 31.6%로 나타남.

○ 게임단별 운영 팀 수를 살펴보면 총 38개 게임단 중 절반인 50%는 1개 종목만 운영하고 있었으며, 2종목을 운영 중인 게임단이 23.7%으로 나타남/

○ 최대 10개 종목을 운영하는 사례도 존재하였으며, 4종목, 5종목, 6종목, 10종목 운영하는 사례는 각각 1개 게임단

〈표 8〉 e스포츠 게임단 구분

구분	정의
모기업 후원	• 주력 사업분야가 e스포츠가 아닌 별도의 법인이 e스포츠 팀을 설립하여 운영하는 경우
전문e스포츠 법인	• e스포츠 팀 운영을 주력으로 하는 독립적인 법인이 팀을 운영하는 경우
지자체 후원	• 지방자치단체에서 e스포츠 팀 운영을 위한 예산을 투입하고, 해당 지자체의 명칭이 팀명에 반영되는 경우
기타	• 소규모 게임단으로 팀 소유 주체가 불명확하거나, 특정 대회의 참여를 위해 선수들이 연합하여 결성



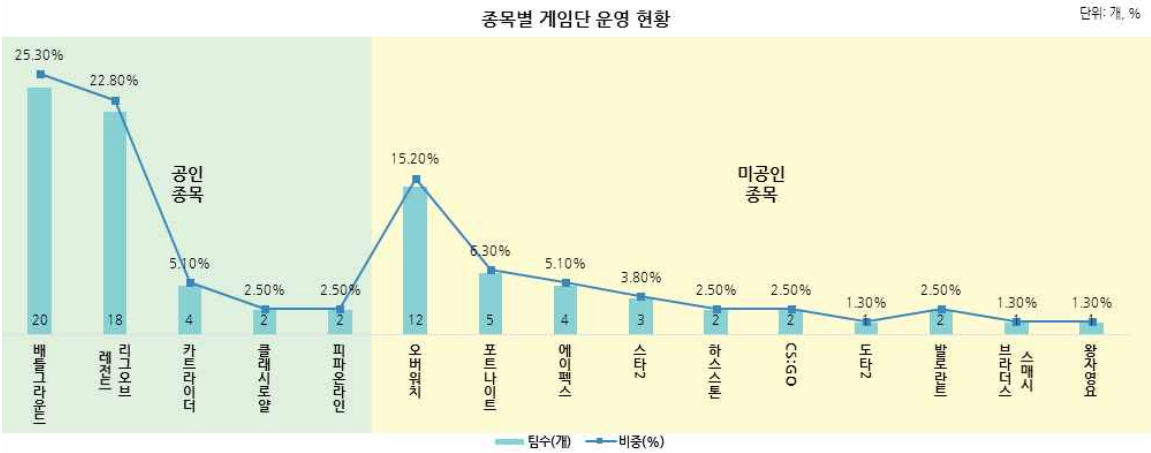
<그림 20> e스포츠 게임단 속성별 현황
(출처: 이스포츠 실태조사, 2020)

4. e스포츠 종목별 현황

1) e스포츠 종목별 운영 현황

○ 종목별 운영 현황을 살펴보면 총 79개 팀이 운영 중이었으며, 그 중 배틀그라운드 20개팀 25.3%, 리그오브레전드 18개팀 22.8%, 오버워치 12개팀 15.2% 등의 순으로 운영되는 게임단 수가 많음.

○ 총 15종목의 게임단이 운영 중이었으며, 그 중 9개 종목은 한국e스포츠협회 정식 종목으로 등록되어 있지 않은 미공인 종목



<그림 21> e스포츠 종목별 게임단 운영 현황
(출처: 이스포츠 실태조사, 2020)

2) e스포츠 종목별 대회 현황

○ e스포츠 대회는 ① 글로벌 종목사들이 우리나라에서 개최하는 e스포츠 대회, ②우리나라 소속 e스포츠 주체가 개최하는 대회로, 우리나라의 자본으로 개최되는 모든 대회로 정의함.

○ 대회 수는 2018년 대비 2019년에 4개 대회가 감소 했으나,상금규모는 2019년 기준 191.9억원으로 2018년 64.6억원 대비 196.8% 증가함.

○ 증가 원인으로는 상금규모가 큰 대규모 대회를 우리나라 주체가 개최된 것으로 추정됨.

○ 특히, 배틀 그라운드 글로벌 챔피언십이 상금규모 600만 달러로 개최되었고, 배틀 그라운드 모바일 클럽 오픈이 상금규모 250만 달러로 2회 개최 된 부분이 크게 작용함.

〈표 9〉 e스포츠 종목별 대회 운영 현황 (출처: 이스포츠 실태조사, 2020)

구분	대회수			상금규모		
	2018년	2019년	증감	2018년	2019년	증감
합계	112	108	▼3.6	64.6	191.9	▲196.8
배틀그라운드	24	17	▼29.2	14.2	79.7	▲462.1
배틀그라운드모바일	-	5	-	-	58.8	-
리그오브레전드	10	11	▲10	4.5	9.4	▲108.8
종합 대회	2	2	0	0.4	6.8	▲1450.3
피파온라인4	4	3	▼25	6.2	6.1	▼1.8
스타크래프트2	8	8	0	5.1	6	▲18.6
오버워치	10	5	▼50	6.8	4.5	▼34
기타	24	17	▼29.3	13	4.3	▼66.8
스타1 리마스터	10	7	▼30	3.7	3.4	▼6.5
블레이드&소울	3	3	0	3.7	3.3	▼8.9
클래시로얄	3	2	▼33.3	3	2.4	▼20.1
카트라이더	2	4	▲100	1	1.9	▲82.8
던전앤파이터	3	2	▼33.3	2.1	1.7	▼18.6
서든어택	2	2	0	0.3	1.7	▲409.1
레인보우식스	-	6	-	-	0.6	-
철권	4	3	▼25	0.2	0.6	▲219.1
왕자영요	-	2	-	-	0.4	-
브롤스타즈	-	2	-	-	0.2	-
하스스톤	3	7	▲133.3	0.5	0.1	▼76.7

5. e스포츠 전용경기장

1) 민간 e스포츠 전용경기장

❍ 2020년 기준 이스포츠 경기 진행이 가능한 경기장은 OGN e스타디움, LOLPARK, 아프리카 콜로세움 등 총 9개로 나타남

❍ 2019년과 비교해보면 SPOTVGAMES의 폐국과 함께 넥슨 아레나 또한 폐관하였으며, VSL 스튜디오 또한 폐관하였고, 아프리카 콜로세움, 레벨업 스튜디오, V.SPACE 등 3개소가 2020년도 상반기에 새로 개관하였다.

〈표 10〉 민간 e스포츠 전용경기장 현황

명칭	위치	운영주체	면적(m2)	최대 수용인원
OGN e스타디움	서울시 마포구	OGN	7,659	1,050석
LOL PARK	서울시 종로구	라이엇게임즈	5,280	450석
아프리카 콜로세움	서울시 송파구	아프리카TV	1,983	550석
프릭업스튜디오	서울시 강남구	아프리카TV	495	300석
VSG 아레나	서울시 강남구	엑토즈소프트	약 158	100석
인벤방송국	경기도 성남시	인벤	-	50석
나이스게임TV 스튜디오	서울시 구로구	나이스게임TV	-	관객입장불가
레벨업스튜디오	서울시 금천구	빅픽쳐 인터랙티브	-	-
V.SPACE	서울시 동대문	VSPN	1,652	300석

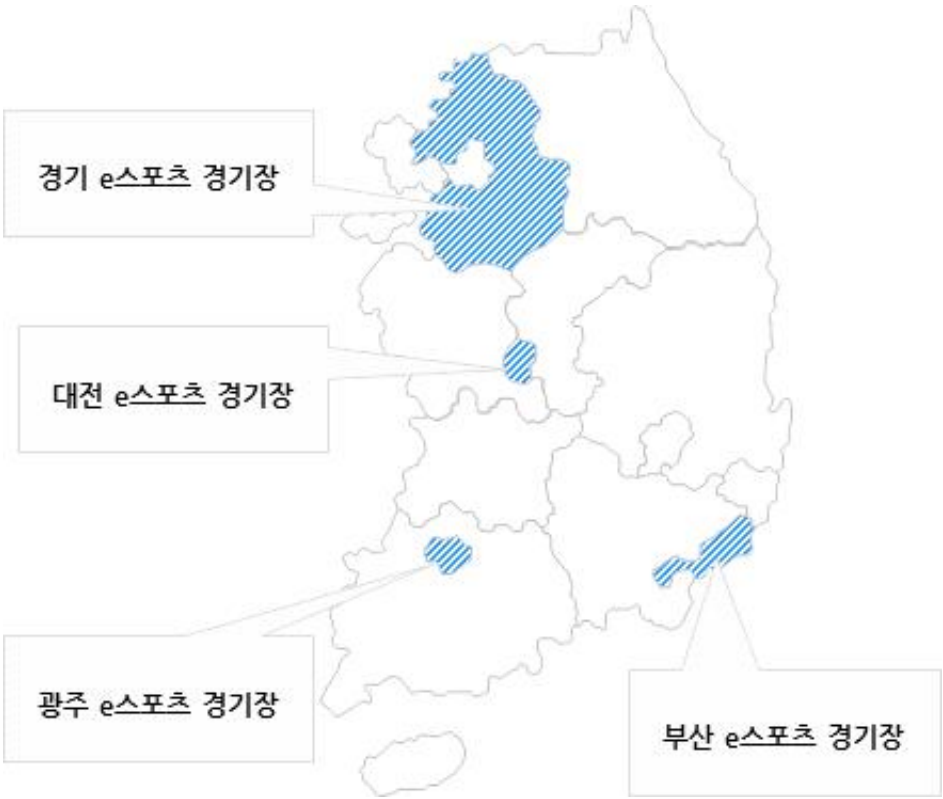
<그림 22> 민간 e스포츠 전용경기장 지리적 위치

2) 공공 e스포츠 전용경기장

- 정부및 광역자치단체의 지원을 기반으로 구축(예정)된 경기장은 2021년 기준 총 4개소(지방광역시 3개소 / 수도권 1개소)
- 지방광역시 e스포츠 경기장은 부산시 / 대전시 / 광주시에 문화체육관광부(한국콘텐츠진흥원)의 지원을 통해 2021년 개관 완료
- 경기 e스포츠 전용경기장은 경기도(경기콘텐츠진흥원)의 지원을 통해 성남시에 2023년 개관 예정

〈표 11〉 공공 e스포츠 전용경기장 현황

명칭	위치	개관	최대 수용인원
부산e스포츠경기장	부산광역시 부산진구	2020년 하반기 예정	주경기장 330석 보조경기장144석
대전e스포츠경기장	대전광역시 유성구	2020년 하반기 예정	주경기장 1,005석 보조경기장160석
광주e스포츠경기장	광주광역시 동구	2020년 하반기 예정	주경기장 500석 보조경기장110석
경기e스포츠경기장	경기도 성남시	2023년 예정	주경기장 300석 보조경기장50석



<그림 23> 공공 e스포츠 전용경기장 지리적 위치

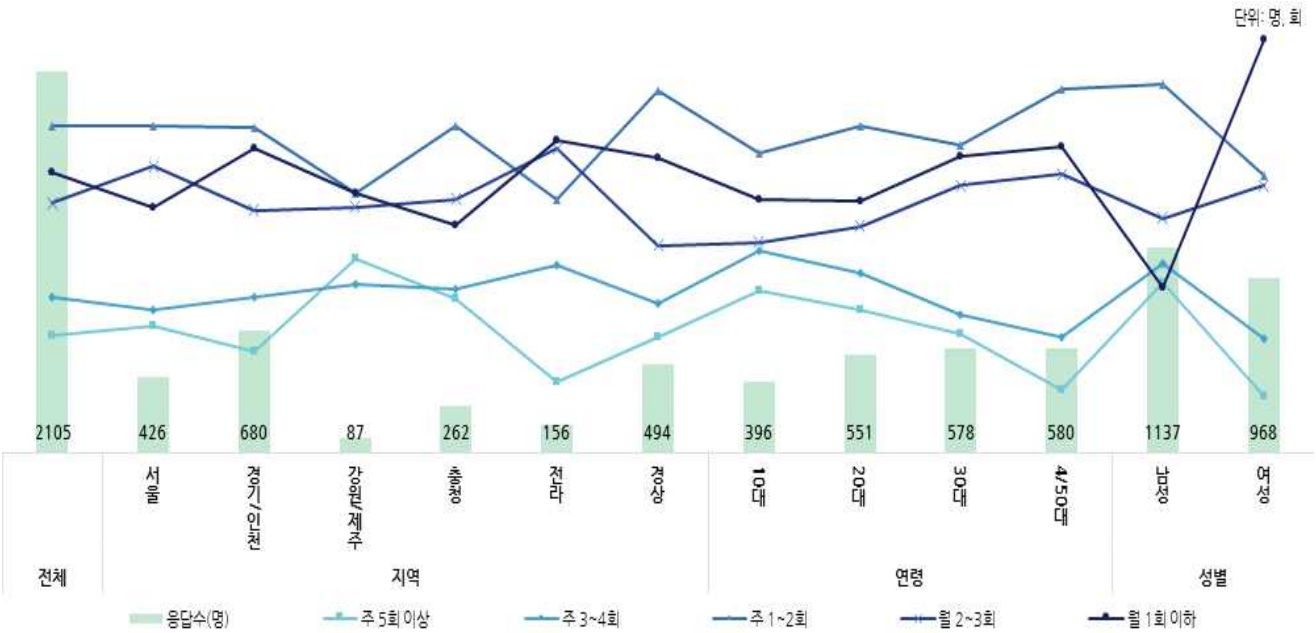
제3절 국내 e스포츠 소비 현황

1. e스포츠 시청 빈도

○ e스포츠 시청자들의 시청빈도를 살펴보면 주 1~2회라는 응답이 28.9%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 월 2~3회가 22.1%로 나타남

○ 연령별로 10대가 주 5회 이상 시청 하는 응답이 14.4%로 가장 높게 나타났고, 4/50대가 5.7%로 가장 낮게 나타남

- 반면, 주 1-2회 시청 빈도는 4/50대가 32.3%로 가장 높게 나타났으며, 10대가 26.5%로 가장 낮게 나타난 것으로 보아 높은 연령층에서도 e스포츠 관람 문화가 확대된 것으로 나타남.



<그림 24> 국내 e스포츠 시청 빈도
(출처: 이스포츠 실태조사, 2020)

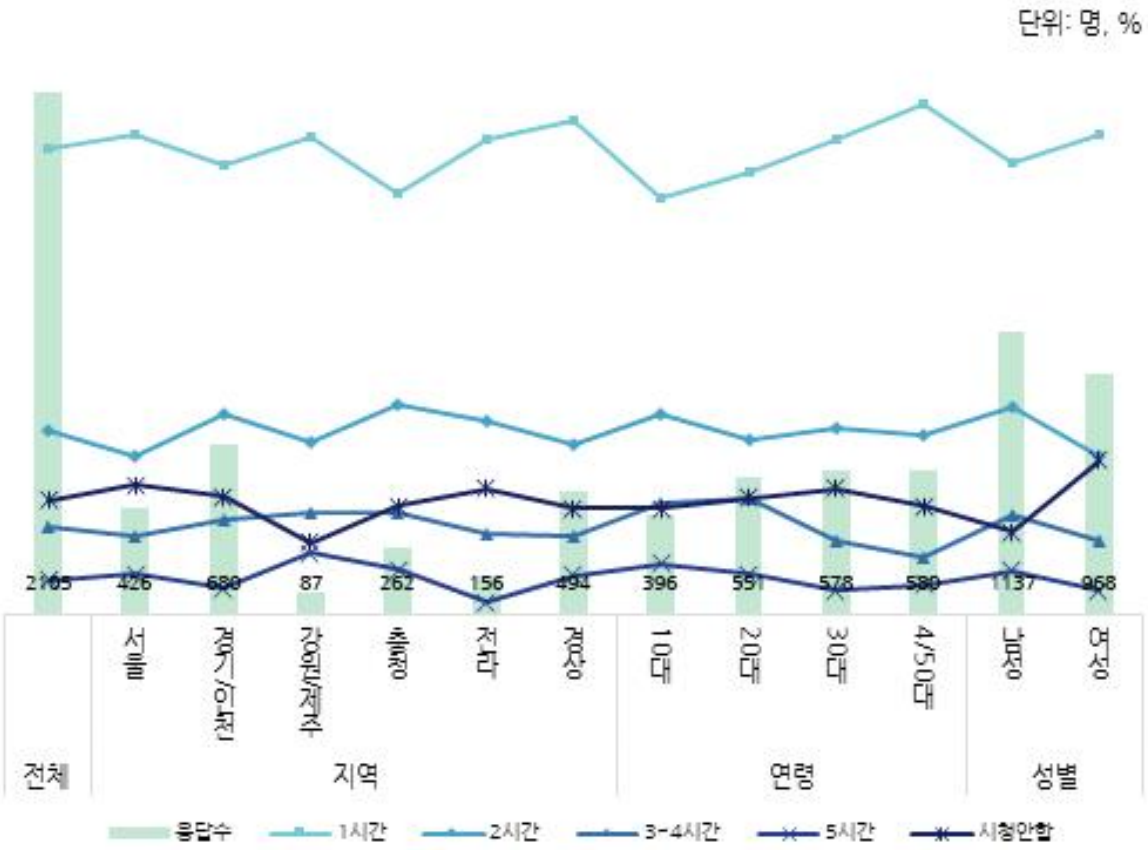
2. e스포츠 시청 행태

1) e스포츠 시청 시간(주중)

○ 주중 평균 시청 시간은 1시간이라는 응답이 52.6%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 2시간 20.8%, 시청 안함이 12.9% 순으로 나타남

- 평균 시청 시간은1.54시간으로 나타났고, 연령별로는 10대의 평균 시청시간이 1.76시간으로 가장 많은 것으로 나타남

○ 지역별로는 경기/인천이 가장 높은 시청 시간을 보였고, 그다음으로는 서울, 경상도이며, 가장 낮은 시청시간은 강원/제주로 나타남



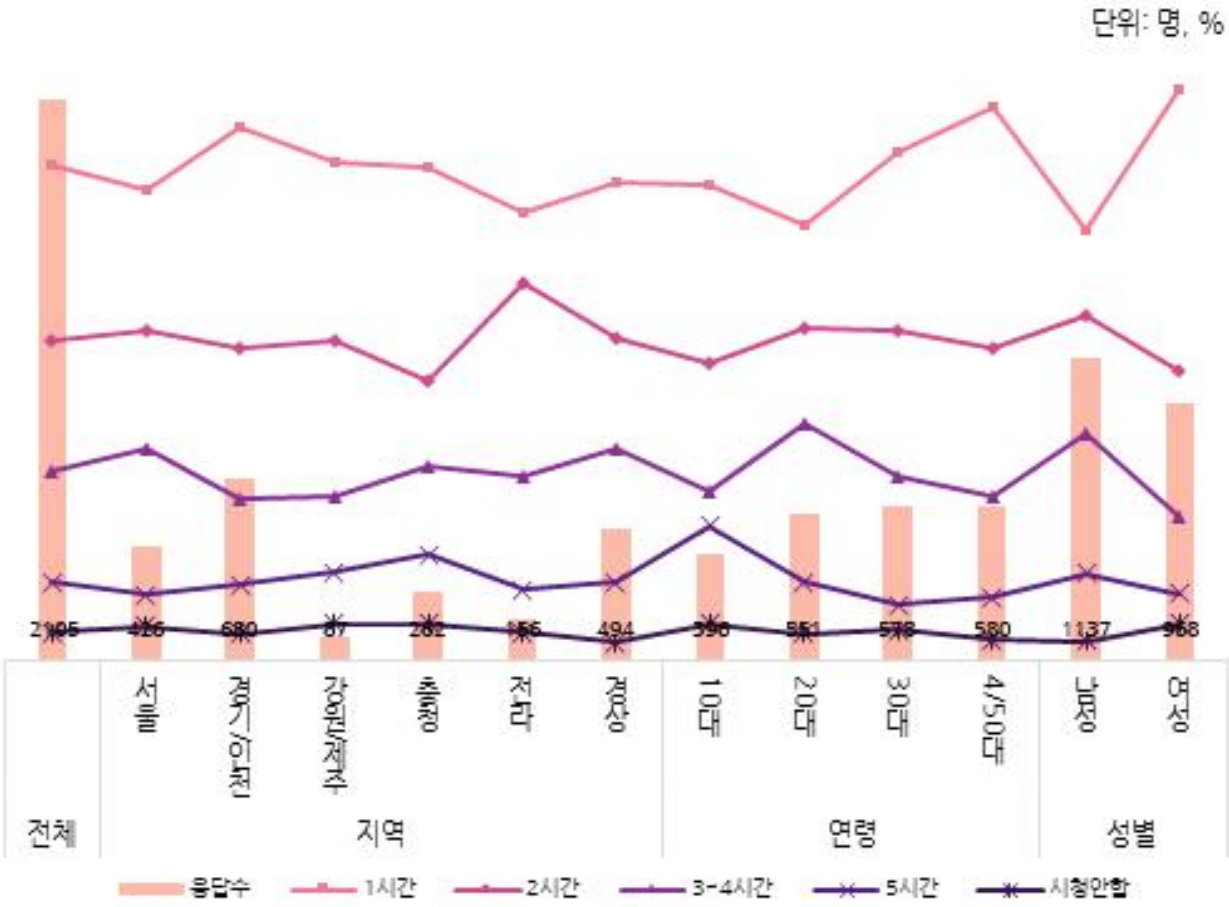
<그림 25> 국내 e스포츠 시청 시간(주중)
(출처: 이스포츠 실태조사, 2020)

2) e스포츠 시청 시간(주말)

○ 주말 평균 시청시간 또한 1시간이라는 응답이 44.6%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 2시간 28.8%, 3시간 17.1% 순으로 나타남

- 평균 시청 시간은 2.06시간으로 평일 대비 약 30분 가량 많은 것으로 나타났고, 연령별로는 10대의 평균 시청 시간이 2.25시간으로 가장 많은 것으로 나타남

○ 지역별로는 경기/인천이 가장 많은 시청 시간을 보였고, 그다음으로는 서울, 경상도이며, 가장 낮은 시청시간은 강원/제주로 나타남



<그림 26> 국내 e스포츠 시청 시간(주말)
(출처: 이스포츠 실태조사, 2020)

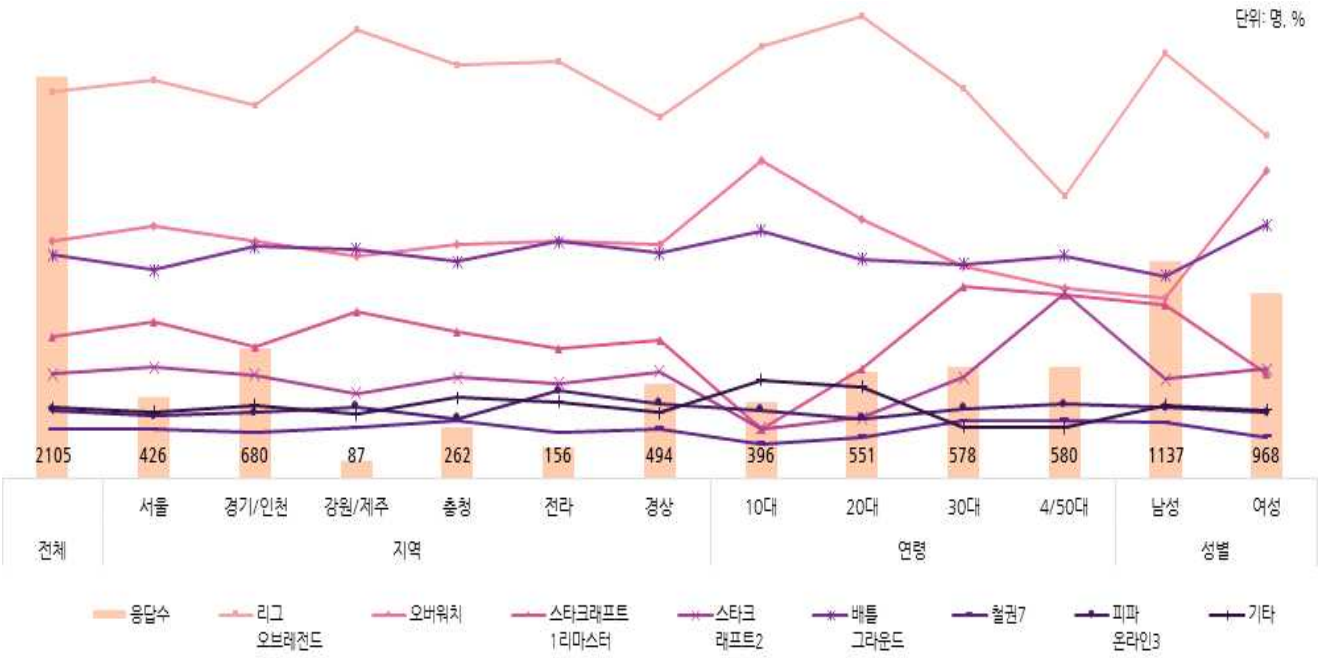
3) e스포츠 시청 종목

- 주로 시청하는 e스포츠 종목은 리그 오브 레전드가 59.8%로 가장 높게 나타났고, 오버 워치34.8%, 배틀 그라운드 32.4%의 순서로 나타남

- 2018년과 비교해보면 리그 오브 레전드의 비율이 19.4%p 증가하였고, 배틀 그라운드가 12.2%p 감소하였는데, 2018년 차세대 대표 종목으로 각광받고 있던 배틀 그라운드 e스포츠가 2019년이 지나면서 다소 주춤하고 있음

- 지역별로 경기/인천이 오버워치와 배틀그라운드의 시청이 비슷한 수준으로 나타났고, 강원/제주 지역에서는 배틀그라운드 시청이 더 높은 것으로 나타남.

- 성별은 남성이 리그 오브 레전드, 배틀 그라운드, 오버워치 순으로 나타났으며, 여성은 리그 오브 레전드, 오버워치, 배틀 그라운드 순으로 여성이 남성보다 오버워치 시청의 비율이 더 높은 것으로 나타남.



<그림 27> 국내 e스포츠 시청 형태
(출처: 이스포츠 실태조사, 2020)

3. e스포츠 참여 빈도

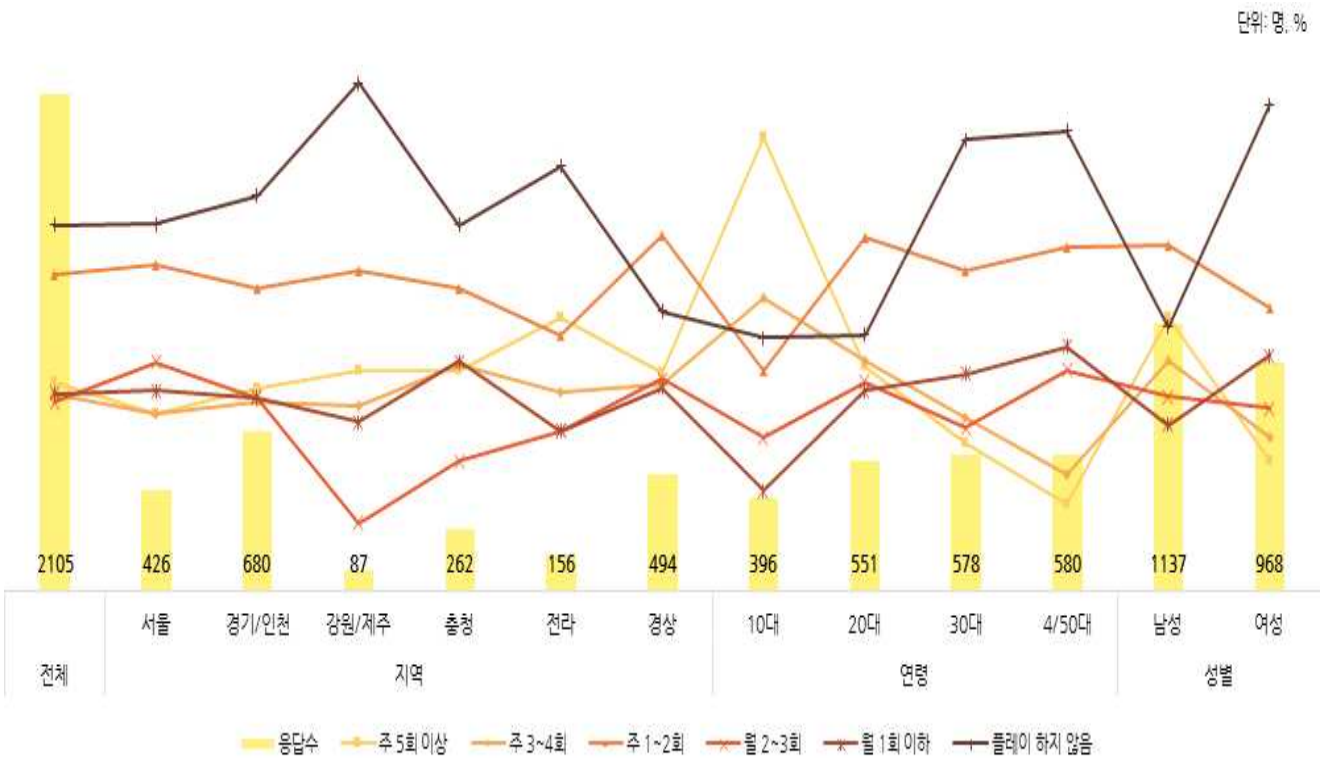
○ 시청 게임의 플레이 빈도에 대해서는 주1~2회라는 응답이 21.5%로 높게 나타났고, 그 다음으로는 주 5회 이상 14.2%, 월 1회 이하 13.4% 등으로 나타남

○ 단, 플레이하지 않음이라는 응답이 24.8%로 가장 높게 나타났으며, 이는 2018년 10.2% 대비 14.6%p 증가한 수치임

- 이러한 결과는 즐기는 게임에서 보는 게임으로 전환되고 있는 게임 이용자의 성향을 반영하고 있음

○ 지역별로 강원/제주 지역에서 e스포츠 참여 빈도가 가장 낮은 것으로 나타남.

○ 연령별로 10대가 주 5회 이상 e스포츠 참여 빈도가 가장 높은 것으로 나타났으며, 4/50대는 주 1~2회 참여 빈도가 가장 높은 것으로 나타남.



<그림 28> 국내 e스포츠 참여 빈도
(출처: 이스포츠 실태조사, 2020)

제4절 시사점 및 소결

○ 중앙정부의 e스포츠 활성화 정책 의지가 강하여 지자체의 지역 e스포츠 활성화는 도시브랜드 관점에서 선도적인 방향성이 될 수 있음.

○ 단, 중앙정부의 e스포츠 정책 기조가 지역 평균화로 가고 있어서 수도권 도시의 지원 수혜가 제한적

- 문화체육관광부(한국콘텐츠진흥원)에서 지원하는 이스포츠상설경기장 구축 사업 지원 대상 조건에서 경기권은 제외

○ 경기도는 성남시 e스포츠 전용경기장 완공(2023년)후, 경기도 內 3개 도시로 e스포츠 전용경기장 사업 확대 운영 계획을 보유하고 있으므로, 향후 경기도 e스포츠 전용경기장 사업 공모를 위한 저변 마련 필요

○ 경기도에서는 성남시가 지역 e스포츠 활성화에 선두주자(경기콘텐츠진흥원 e스포츠 관련 사업 수혜)로 포지셔닝(Positioning)하고 있음

- 고양시의 도시브랜드 제고를 위해서는 성남시를 포함한 경기도 내 타 도시와 차별화된 e스포츠 활성화 전략 필요

○ 민간 e스포츠 경기장의 경우, 서울시에 집중된 현상과 게임사/방송사가 대다수의 운영 주체로 운영되고 있으므로, 향후 고양테크노밸리의 인프라를 활용하여 민간 e스포츠경기장 유입 방안 고려 필요

○ 지속적으로 발전되는 e스포츠 비즈니스 모델에 맞추어 지자체 차원에서 선제적 대응 마련 필요

○ e스포츠를 포함하여 건전한 게임문화의 전반적인 활성화를 위한 중앙정부 정책에 대응하기 위하여 게임문화 활성화 정책 병행 필요

제4장 사례조사 및 전문가 인터뷰

제1절. 국내 e스포츠 대표 도시 사례

제2절. 국외 e스포츠 대표 도시 사례

제3절. 국내 e스포츠 대표 시설

제4절. 국외 e스포츠 대표 시설

제5절. 전문가 인터뷰 결과

제4장. 사례조사

제1절. 국내 e스포츠 대표 도시 사례

1. 부산광역시

❍ 대한민국 대표 e스포츠 도시 '부산'

❍ 부산시는 국내 e스포츠의 성지로서 다양한 유산과 역사 보유

- 2004년 Blizzard사의 인기게임 스타크래프트리그 결승전 경기가 부산 광안리해수욕장에서 진행되었으며, 이날 경기는 10만 관중이 참관하여 e스포츠의 시작을 알리는 메가 이벤트로 "광안리대첩"으로 명명됨.

- 2019년 스타크래프트 리마트터드(Remastered) 버전 시범경기가 광안리해수욕장에서 개최되었으며, 이날 경기는 약 1만명 정도의 관람객이 참석하여 스타크래프트의 영광을 회고함.

○ e스포츠 관련 다양한 대형 이벤트 개최를 통해 도시 브랜드 제고

- 국제게임전시회 지스타(G-STAR) 개최

  • 2013년부터 현재까지 부산 BEXCO에서 매년 개최

  • 다수의 지자체가개최를 희망하는 국내 최대 규모의 게임 관련 이벤트

- 세계 e스포츠 정상회의(Global Esports Executive Summit)개최

  • 2017년부터 현재까지 5년 연속에서 부산에서 개최

  • e스포츠 및 각국의 관계자들이 세계 e스포츠 산업 현황을 공유하고 상호 교류를 통한 시너지를 창출하는 자리

광안리 대첩 - 스타크래프트1 리마스터 대회	부산이스포츠경기장 - 브레나
국제게임전시회 지스타(G-STAR)	세계 e스포츠 정상회의

<그림 29 부산 e스포츠 이벤트

제2절 국외 e스포츠 대표 도시 사례

1. 폴란드 카토비체(Katowice in Poland)

○ 동유럽 최대 게임시장으로의 부상

○ 게임시장 규모 및 성장률

- 2020년 자국 게임산업 컨퍼런스에서 발간한 보고서에 따르면 폴란드 게임 산업 연매출은 2018년 3억 6,400만 유로에서 2019년 4억 7,900만 유로(한화 약 6,500억 원)로 연간 32% 성장률 기록.

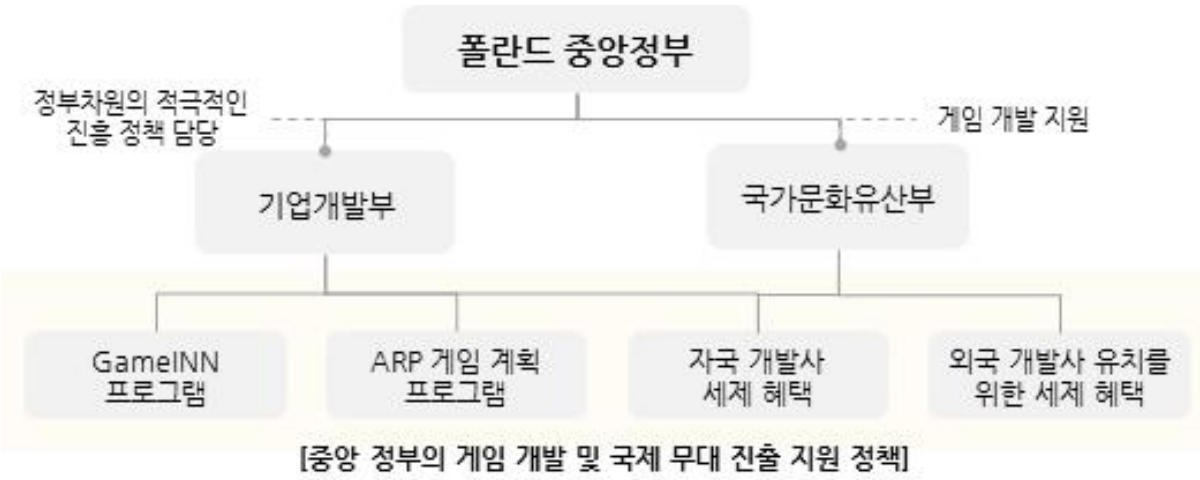
- 2019년 매출 실적으로는 세계 20위권 게임 국가에 진입했으며, 스팀(Steam), 에픽게임즈(Epic Game Store) 등 PC게임 유통 플랫폼의 게임기억 국적별 매출로 보면 폴란드는 세계 7위를 기록함.

<그림 30> 폴란드 게임시장 규모 및 성장률(2016~2019)
(출처: CDPR: 폴란드 게임업체 'CD프로젝트레드(CD ProjektRed, 약칭CDPR)')

○ 게임산업 구조의 특성

- 매년 폴란드의 지방 도시 카토비체 (Katowice)에서 개최되는 인텔 익스트림마스터스 (Intel Extreme Masters)는 국제 e스포츠 대회로 발돋움했으며, 폴란드 5대 도시 중 하나인 포즈난(Pozna)에서 열리는 '포즈난 게임 아레나' 도 흥행에 성공 중.

- 2019년 12월에는 폴란드 e스포츠 협회가 폴란드 비올림픽 스포츠위원회의 스포츠 조직 그룹에 합류하며, 글로벌 컨설팅 기관 PwC에 따르면 폴란드의 비디오게임과 e스포츠 시장을 합한 규모는 2019년 6억 6,400만 달러 규모이며, 향후 4년간 8억 5,000만 달러(한화 약 1조원)로 증가할 전망.



<그림 31> 폴란드 게임 산업 구조

○ 세계 3대 e스포츠 대회 IEM월드 챔피언십 개최

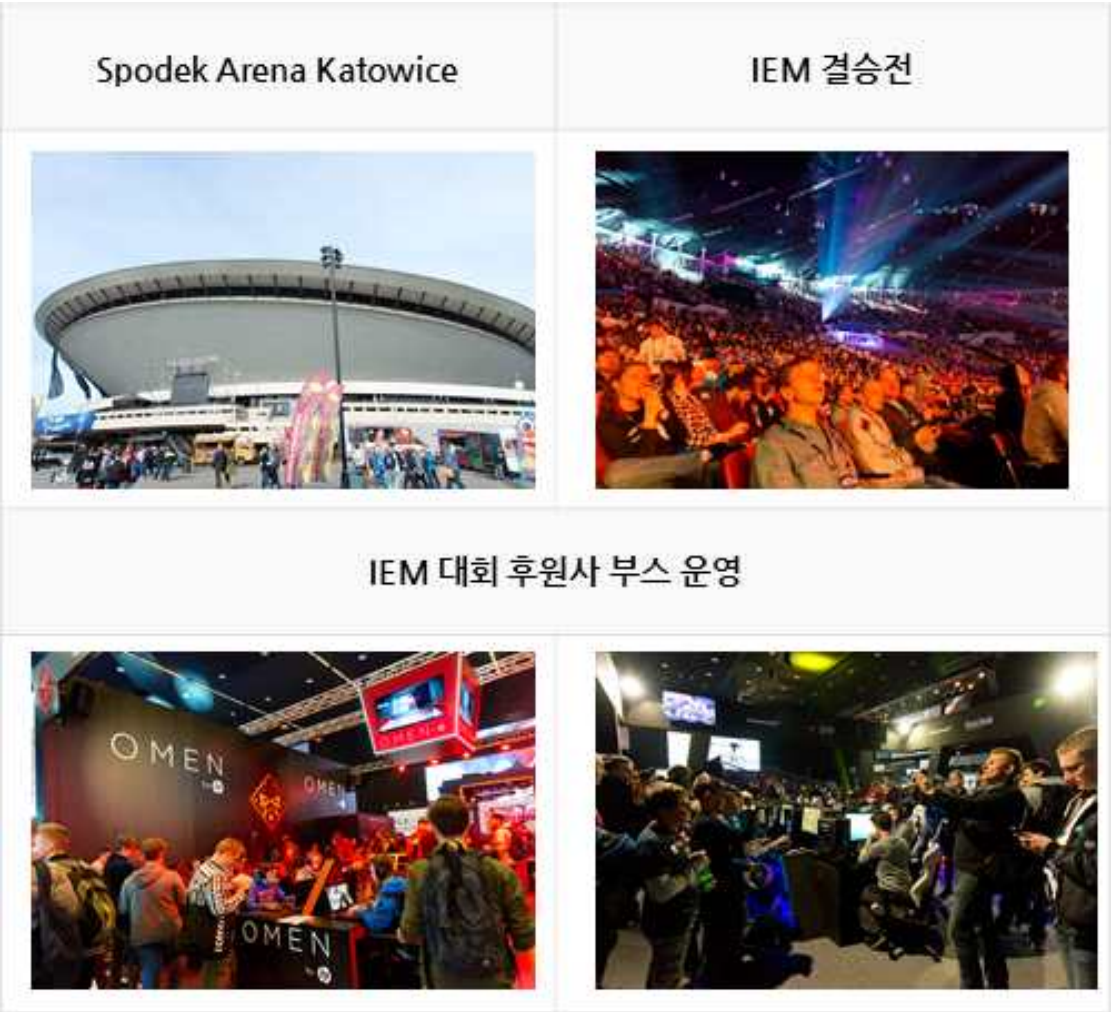
- 폴란드는 2013년부터 매년 세계에서 세 번째로 큰 게임 토너먼트인 IEM(Intel Extreme Masters)월드 챔피언십 대회를 개최하고 있음.

- IEM 월드 챔피언십의 주요 종목은 Counter-Strike와 StarCraft II가 있으며, 한국 선수들을 포함하여 전 세계 프로게이머들이 해마다 대회에 참가하기 위해 폴란드 방문

- 메인 토너먼트 시즌에는 행사가 진행되는 Spodek 아레나의 11,500여개 관중석이 빠른 시간에 모두 매진이 될 정도로 대중들로부터 많은 사랑을 받고 있으며, 매년 시즌권 티켓을 얻기 위한 경쟁도 나타남.

○ 자국 프로게이머들을 위한 리그 개최

- e스포츠의 인기가 높아지면서 국내 프로 리그인 PLE(PolskaLiga Esportowa)가 설립.
- PLE는 2017년 League of Legends와 Counter-Strike 두 온라인 게임을 시작으로 매년 여러 폴란드 도시를 번갈아 가며 개최되고 있음.



<그림 32> 폴란드 IEM월드 챔피언십

2. 중국 항저우(Hangzhou in China)

○ 항저우 아시안게임 e스포츠 채택

- 2018년 인도네시아 자카르타 팔렘방에서 열린 아시안게임에서 시범 종목으로 채택됐다가 2022년 항저우 아시안게임에서 정식 종목으로 채택함

- 세부 종목으로는 '아레나 오브 발러(아시안 게임 버전)', '도타2', '몽삼국2', 'EA스포츠 피파', '하스스톤', '리그오브레전드', '배틀그라운드모바일(아시안 게임 버전)', '스트리트 파이터5', 시범 종목으로는 'AESF 로봇 마스터즈', 'AESF VR 스포츠'가 각각 채택 됨

○ 세계대회 유치 이력

- 중국은 지난 2008년 부터 월드e스포츠 마스터즈(WEM)을 지속적으로 개최함.

- E스포츠를 통한 교류의 확대, 게임 및 전자 산업 발전의 디딤돌, 인터넷 및 통신 등 대회 관련 인프라 확대를 통한 산업의 확장을 도모함.

- 월드 e스포츠 마스터즈(WEM)대회를 통하여 항저우시는 세계적으로 도시를 알리는 계기가 되었고, 도시 브랜딩에 긍정적 역할

<그림 33> 항저우 e스포츠 경기장 및 아시안게임 종목

제3절 국내 e스포츠 대표 시설

1. 부산 e스포츠경기장(BRENA)

○ 부산 이스포츠경기장 개요

- 2019년 문화체육관광부에서 실시한 e스포츠 상설경기장 구축 지원사업에 따라 한국콘텐츠진흥원주관 공모 사업에 선정되면서 경기장 구축

- 2020년 11월 개관하였으며, 부산광역시서면 삼정타워(15-16층)에 위치-현재는 “(재)부산정보산업진흥원”이 관리 주체로 운영 중-e스포츠 대회를 비롯하여 공연, 이벤트, 프로모션 등 남녀노소 누구나 찾아와 즐길 수 있는 문화 융복합공간지향

○ 부산 이스포츠경기장 운영(행사)현황

- 대한민국 게임대상 2020년도 시상식 (2020)-G-STAR컵 2020 (2020)

- 제5회 세계 e스포츠 정상회의 (2020)

- 전국 직장인 e스포츠 대회 (2020)-2021 The EsportsNight (2021)

- 부산 e스포츠 토크쇼 (2021)

<그림 34 >부산이스포츠경기장(BRENA)

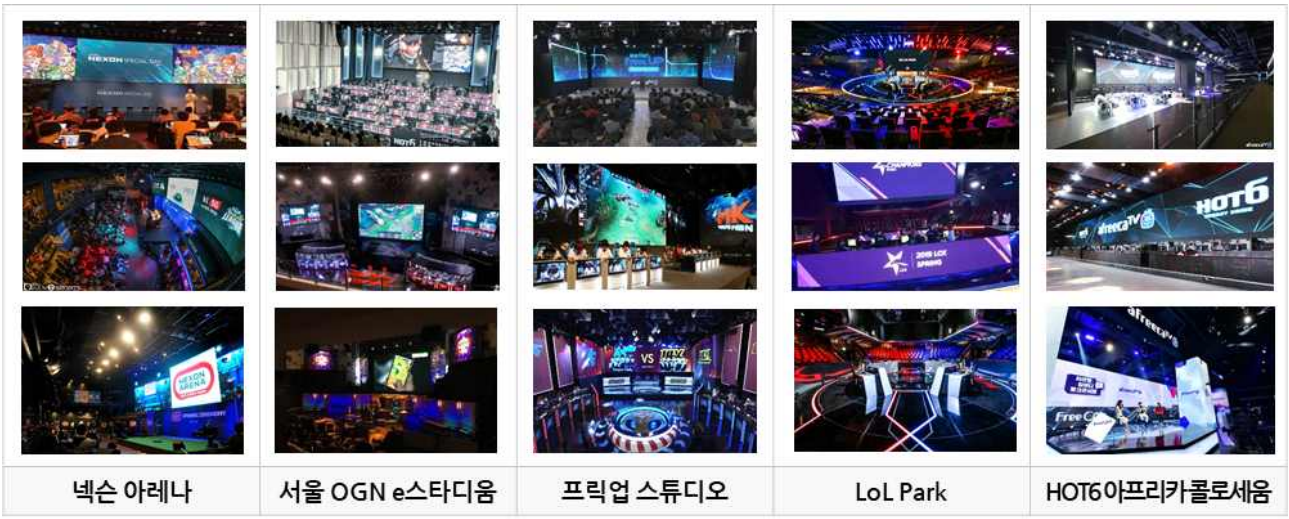
2. 국내 민간 e스포츠 전용 경기장

○ e스포츠 초창기는 방송사 중심으로 경기장 설치 및 운영(게임사에서 직접 투자 및 설치 운영)

- 중국 거대 자본을 통한 국내 경기장 설립이 이루어짐 (VSG, VSPN)

○ e스포츠 경기장 가동률은 1년 평균 50~60% 정도로 효율 측면에서 다소 부족

- 따라서 초반 e스포츠에 특화된 무대, 스크린, 부스를 갖춘 기본 형태에서 활용도를 높일 수 있는 공간 구성으로 경기장 건설



<그림 35 >민간 e스포츠 전용 경기장

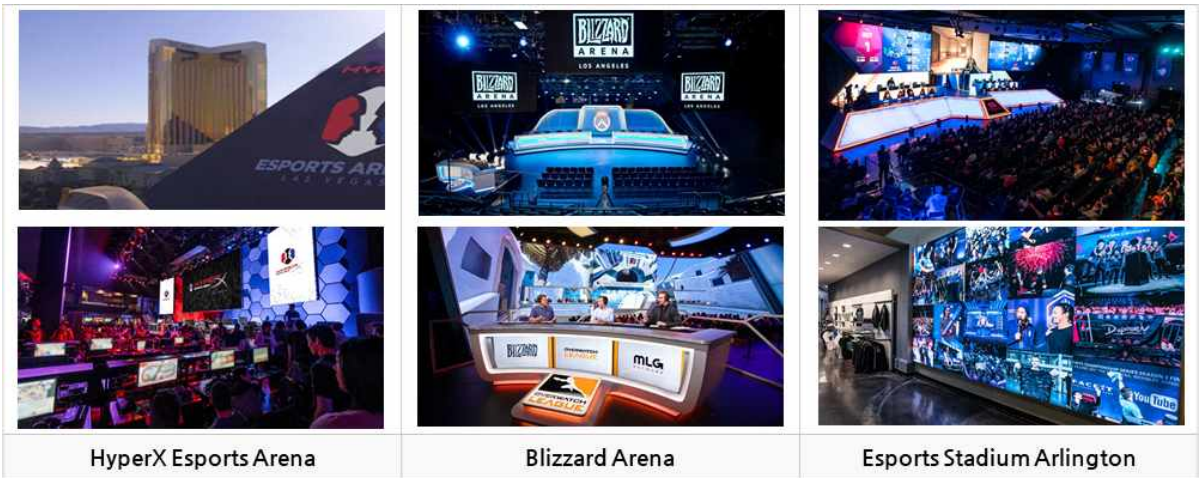
제4절 국외 e스포츠 대표 시설

1. 미국

○ 대부분의 경기장이 스튜디오의 빈 공간에서 가변적인 무대와 관중석을 셋팅 하여 진행

○ 북미의 특성상 PC 카페의 PC성능이 좋지 못해 PC게임을 여럿 친구들과 즐기기에는 한계가 있어서 별도의 이스포츠 전용 PC카페에서 시간을 대여하여 활용

- 이로 인하여 대회가 없는 평시에는 별도의 PC들을 대여하여 PC방 형태로 운영



HyperX Esports Arena | Blizzard Arena | Esports Stadium Arlington

<그림 36> 미국 e스포츠 경기장

2. 동남아

○ 대부분의 경기장이 대형 쇼핑몰 내부에 위치

○ 비용적인 문제와 공간적인 한계로 대부분 대형 LED 설치보단 프로젝터 형태로 구성

○ 북미 경기장과 마찬가지로 상시에는 PC Cafe 형태로 운영

○ 모바일 게임을 전문적으로 체험 및 대회 진행 할 수 있는 별도 공간을 운영하는 곳이

많은 것이 특징

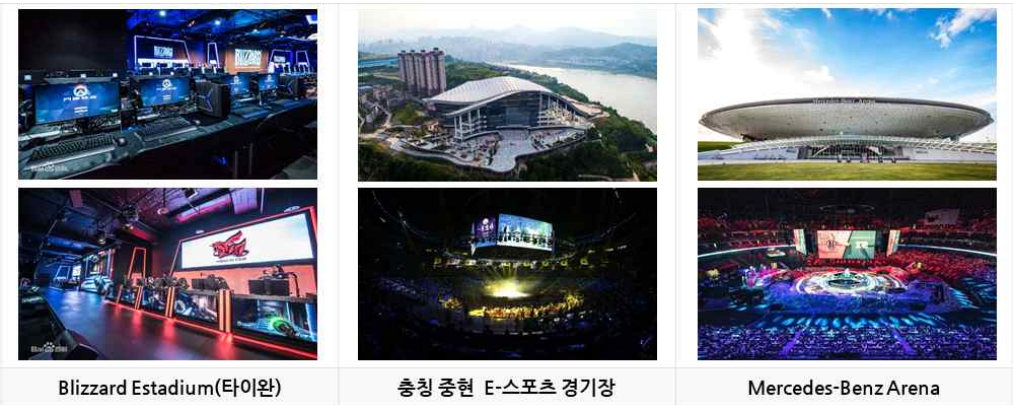
<그림 37> 동남아 e스포츠 경기장

3. 대만 및 중국

○ e스포츠 유행에 힘입어 최근 대규모의 경기장들이 건설됨

- 큰 규모를 활용하여 e스포츠 경기나 리그 유치 뿐 아니라 프로스포츠 경기도 유치
- 경기장 외에도 복합적인 여가/문화를 즐길 수 있는 공간과 프로그램을 구성해 놓음
- e스포츠 육성과 관련된 교육 시설 등도 함께 운영

○ e스포츠 인기에 힘입어 다양한 회사들과 복합적인 스폰서십을 운영하고 협력관계를 맺고 있음



<그림 38> 대만 및 중국 e스포츠 경기장

제5절. 전문가 인터뷰 결과

- 부산시는 과거 ‘스타크래프트광안리대첩', 2009년부터 ‘국제게임박람회 G-STAR’ 의 지속적인 개최를 통해 오랜 e스포츠 역사를 보유하고 있어 시 차원에서 e스포츠 활성화에 강력한 의지를 지님.

- 실제 “G-STAR”의 경우 부산시 브랜드 및 이미지 제고에 기여하였으며, 전국의 게임 및 e스포츠 관심자는 “G-STAR”에 참가하기 위한 목적으로 부산에 방문하는 사례가 많음.

- 부산시는 부산지역의 정보통신 및 문화콘텐츠산업을지원 및 육성함으로써 지역 관련 산업의 경쟁력 강화 및 발전에 기여를 목적으로 조례 재정을 통해 (재)부산정보산업진흥원을 설립하였으며, 진흥원 게임사업부 內 e스포츠전략팀을 편성하여 e스포츠 활성화를 지향함.

- 현재 정부 지원사업 수혜를 기반으로 추진된 ‘부산 이스포츠경기장’ 구축 이전에는 부산 BEXCO, 사직 실내체육관 등 지역 인프라를 활용하여 e스포츠 관련 대회 및 행사를 개최하였음.

- 중앙정부(문체부)지원으로 구축되는 이스포츠경기장은 구축(건립) 비용만 지원하며, 이후 운영에 대한 비용은 지차체에서 부담하는 방식이며, 이스포츠경기장의 점진적 재정 자립 모델 구축을 조건으로 현재 시 예산 지원으로 운영되고 있음 (사업 수혜 조건 중 지차체 최소 운영기간 必).

- 경기도 소재 도시의 경우, 도 차원에서 e스포츠 활성화에 많은 관심을 가지고 다양한 지원 사업을 추진 중이어서 지자체차원에서 의지를 가지면 지방 도시에 비해 e스포츠 활성화 및 인프라 구축이 수월할 것으로 예상됨.

- e스포츠 초창기는 방송사 중심으로 경기장 설치 및 운영(게임사에서 직접 투자 및 설치 운영)

  - 중국 거대 자본을 통한 국내 경기장 설립이 이루어짐 (VSG, VSPN)

❍ e스포츠 경기장 가동률은 1년 평균 50~60% 정도로 효율 측면에서 다소 부족

- 따라서 초반 e스포츠에 특화된 무대, 스크린, 부스를 갖춘 기본 형태에서 활용도를 높일 수 있는 공간 구성으로 경기장 건설

제5장 고양시 도시브랜딩 전략 수립

제1절 도시브랜딩 개념

제2절 고양시 도시브랜딩 모델 G-CUBE

제3절. 고양시 도시브랜딩 전략

제4절. 고양시 도시브랜딩 전략 과제

제5장. 고양시 도시브랜딩 전략 수립

제1절 도시브랜딩 개념

1. 도시의 속성과 도시브랜드(Anholt- City brand hexagon)

○ 도시브랜딩은 그 도시에만 존재하는 자연환경, 역사적인 특징, 문화적인 매력, 행정서비스 등, 도시의 정체성(identity)을 명확하게 함으로써 '강력하고 호의적인' 도시의 이미지를 창출하고 도시의 지속가능한 경쟁력을 확보.

○ S. Anholt(2006)는 도시브랜드 자산을 지수화 하여 6개의 도시 중요 속성(6P)으로써 도시브랜드를 평가함.

- The Presence(국제적 인지도와 위상) : 도시의 국제적 이미지와 위상으로서,각 도시가 문화, 과학 혹은 지난 30년 동안 통치되어 온 방식에 있어서 세계적으로 중요한 기여를 했는지 와의 관련 여부.

- The Place(물리적 경관과 이미지) : 각 도시의 물리적 경관에 대한 사람들의 인식.

- The Potential(경제 · 교육기회) : 각 도시가 방문객, 비즈니스 및 이주자에게 제공할 것으로 믿는 교육과 경제기회.

- The Pulse(생활 · 여행의 매력 · 재미) : 활력 있는 도시 생활의 유혹을 나타냄

- The People(주민의 친절함과 개방성 · 안전성) : 도시의 거주자들이 여행자를 따뜻하고 친근하게 맞이할 것으로 생각하는지 혹은 쌀쌀맞고 선입견을 가진 채 타자로서 맞이할 것으로 생각하는지에 관한 인식.

- The Prerequisites(생활기반시설) : 도시의 기본적 시설의 질에 대해서 어떻게 생각하는지를 나타냄.

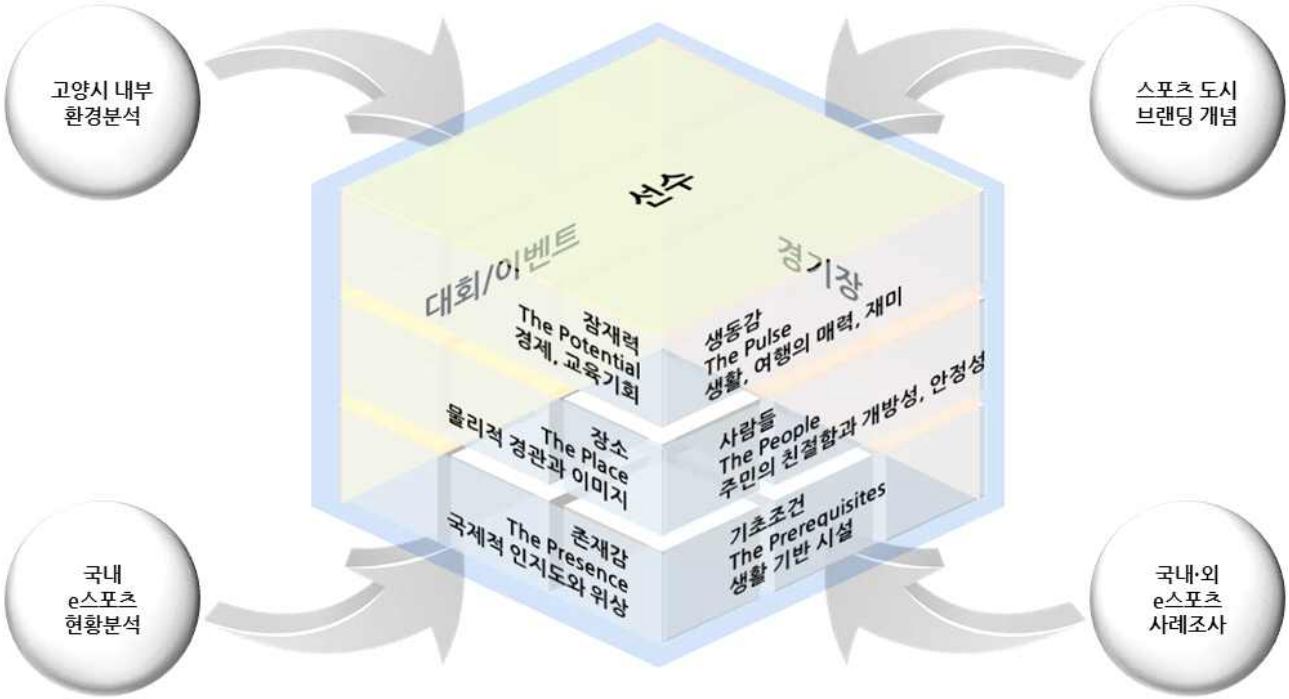
<그림 39 도시브랜드 Hexagon
"Anholt(2006) - city brand hexagon"

제2절 고양시 도시브랜딩 모델 G-CUBE

○ 고양시 도시브랜딩 모델은 고양시 내부 환경 분석, 국내 e스포츠 현황 분석, 국내・외 사례조사, 스포츠 도시 브랜딩 개념을 접목하여 G-CUBE 모델 도출

○ 도시 브랜딩의 6개의 중요 속성 6P(국제적 인지도와 위상, 물리적 경관과 이미지, 경제・교육의 기회, 생활・여행의 매력・재미, 주민의 친절함과 개방성・안정성, 생활기반시설)과 스포츠 도시의 3가지 축(대회/이벤트, 선수, 경기장)을 융합하여 스포츠 도시로써의 도시브랜딩 모델을 도출함.

○ 고양시 도시브랜딩 모델은 스포츠 도시로서의 역할과 고양시의 정체성을 명확하게 하여 도시 이미지를 창출하고 지속가능한 경쟁력을 확보할 수 있음.



<그림 40> 고양시 도시브랜딩 모델 G-CUBE

제3절. 고양시 도시브랜딩 전략

1. 고양시 도시브랜딩 4대 전략 방향 · 8대 전략 과제

1) e-sports Club

○ 고양시 e스포츠 전용경기장 구축

○ e스포츠 구단 스폰서 및 시민구단 운영

2) e-sports Utiliztion

○ 고양시 e스포츠 아카데미 운영

○ CJ 라이브시티 연계 e스포츠 클러스터 구축

3) e-sports Background

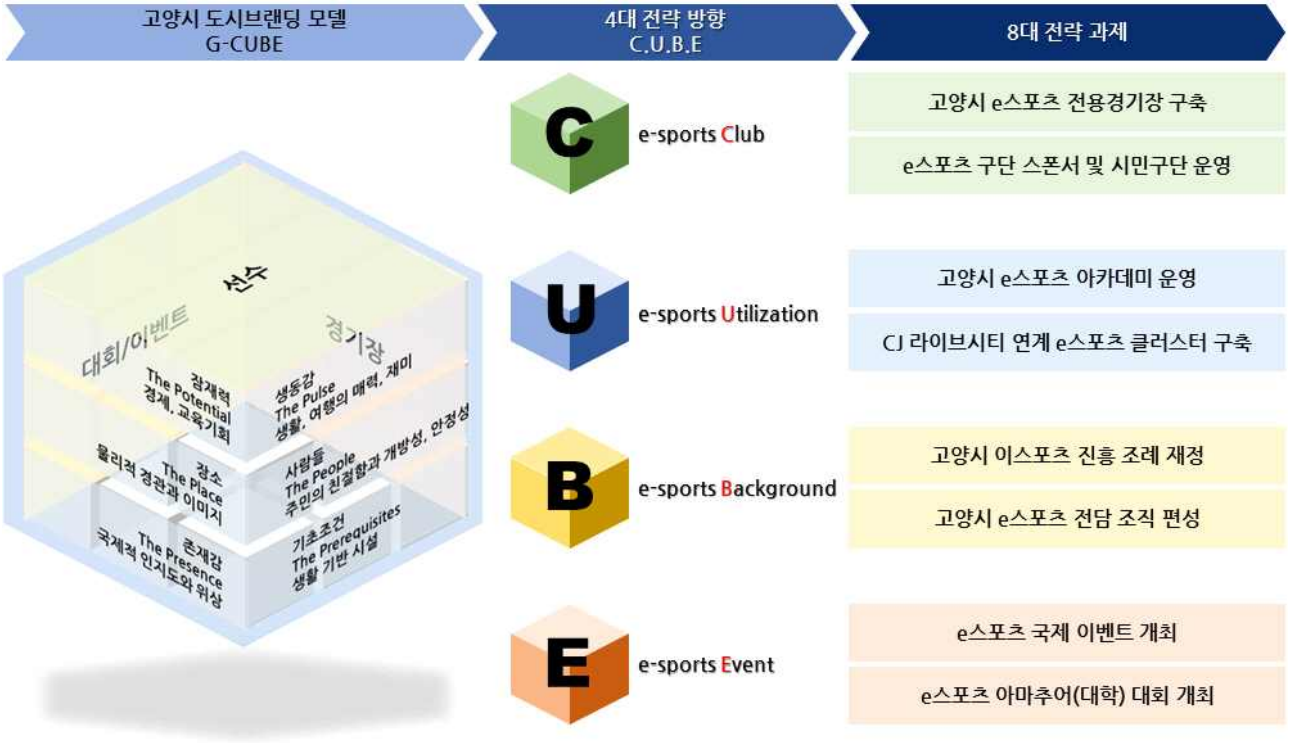
○ 고양시 이스포츠 진흥 조례 재정

○ 고양시 e스포츠 전담 조직 편성

4) e-sports Event

○ e스포츠 국제 이벤트 개최

○ e스포츠 아마추어(대학) 대회 개최



<그림 41> 고양시 도시브랜딩 전략 방향 및 과제

제4절. 고양시 도시브랜딩 전략 과제

1. 전략 1: e-sports Club

1) 고양시 e스포츠 전용경기장 구축

〈표 14〉 고양시 e스포츠 전용경기장 구축(안)

구분	경기 e스포츠 전용경기장 조성 사업	민간 e스포츠 전용경기장 조성
목적	e스포츠 경기, 대회 등을 개최하기 위한 전용경기장 구축	
추진 (안)	▪ 경기e스포츠 전용경기장 조성 사업 공모 추진 - 경기도콘텐츠진흥원공모 사업으로 '23년 성남시 완공 후 3곳으로 확대 운영 계획이므로 대응 방안 요구 - 중앙 정부(한국콘텐츠진흥원)의 이스포츠 상설경기장구축 지원사업은 실질적 수혜 어려운 상황 ▪ 고양시 e스포츠 전담 조직 편성을 통해 공모 사업 지원 위한 실질적 추진체계 구축 ▪ 경기 e스포츠 전용경기장 조성 사업 공모를 위한 e스포츠 전용경기장 TF팀 구축	▪ 향후, 완공예정인 고양 일산테크노밸리內 IT/게임 분야 민간(기업)을 유치를 통해 e스포츠 전용경기장 관리 주체 선정 ▪ 게임사, 방송사(CJ 등)와 경기장 운영 주체를 컨소시엄 모델로 구성하는 방안도 방향성 중의 하나임. - 시 차원에서는 경기장 장소 및 임대 지원 추진 - 기업은 세부 시설 구축 및 관리 운영 주체 역할 부여 ▪ 고양시 e스포츠 전담 조직 편성을 통해 민간(기업)e스포츠 전용경기장 유입 추진
기대효과	▪ e스포츠 전용경기장 구축을 통해 e스포츠 거점·기반 시설 확보 및 도시브랜드 제고를 위한 물리적 거점 확보	

2) e스포츠 구단 스폰서 및 시민구단 운영

〈표 15〉 e스포츠 구단 스폰서 및 시민구단 운영(안)

<table>
<tr><th>구분</th><th colspan="2">내용</th></tr>
<tr><td>목적</td><td colspan="2">e스포츠 게임단운영/지원을 통한 e스포츠 도시이미지 확립</td></tr>
<tr><td>추진
(안)</td><td colspan="2">■ 기존 e스포츠 게임단운영 지원(스폰서십)
- 기존에 활동하고 있는 e스포츠 게임단을후원(스폰서)하여 고양시의 e스포츠 도시이미지 제고
- 민간의 구단 운영 및 관리 효율이 보장되어 고양시 관점에서 효율적인 업무 가능
■ 신규 e스포츠 시민구단 창단 및 운영
- 고양시에서 주체적으로 운영하는 고양시 e스포츠 게임단창단 및 운영-고양산업진흥원에 별도 e스포츠 게임단(부서)을 설립하여 대회 참가
- 시(市) 직영 운영을 통한 게임단의공공성과 효과적인 고양시 e스포츠 도시브랜딩기반 확보 가능</td></tr>
<tr><td>기대효과</td><td colspan="2">■ e스포츠 게임단운영을 통해고양시의 미디어 노출 효과 확대
■ 지역 연고 게임단운영을 통한 e스포츠 도시 정체성 확보</td></tr>
<tr><td rowspan="2">참고사례</td><td>성남시 ROX</td><td>GC 부산</td></tr>
<tr><td>■ 2016년 ㈜락스게이밍설립-성남시(성남시산업진흥원)에서 추진한 2020년 e스포츠 게임단운영지원 사업에 선정되어 지자체 후원을 통해 운영</td><td>■ 2016년 부산광역시에서 설립 및 운영-부산정보산업진흥원장이 구단주 겸직하여 직책을 수행하는 형태</td></tr>
</table>

2. 전략 2: e-sports Utilization

1) 고양시 e스포츠 아카데미 운영

〈표 16〉 고양시 e스포츠 아카데미 운영(안)

구분	내용
목적	e스포츠,게임 건전문화 확산을위한 특화 교육 프로그램 운영
추진 (안)	▪ Game Theme Kids Park - 부모와 아이가 함께하는 게임의 캐릭터를 소재로한 '게임테마키즈파크'조성하여, 게임을 통한 세대 간의 소통 창구를 마련 - 부모와 함께 소통하며, 건전하고 건강한 게임의 플레이 문화가 정착될 수 있도록 다양한 경험과 교육을 진행 ▪ Game Therapy Lab - 게임치료연구소를 통해 게임을 의료에 활용하는 분야와의 협력(일산 차의과학대학병원 등)을 통해 지역 브랜드 강화 - 게임사와의협력을 통해 의료용 게임개발 가속화가 가능할 것이며, 연구소와 연계하여 실버타운 및 요양시설 개발로 확대 가능
기대효과	▪ e스포츠 아카데미 운영을 통해 'e스포츠 교육의 성지'라는 도시 정체성(Identity)확보 가능

<그림 42> 고양시 e스포츠 아카데미 모델(안)

2) CJ 라이브시티 연계 e스포츠 클러스터 구축

〈표 17〉 CJ라이브시티 연계 e스포츠 클러스터 구축(안)

구분	내용
목적	기업과 지자체간 연계를 통한 e스포츠 클러스터 구축
추진 (안)	▪ CJ 라이브시티와 연계를 통한 e스포츠 클러스터 - CJ 라이브시티의 음악/영화/방송 등 다양한 분야의 콘텐츠와연계하여 K-콘텐츠의온·오프라인 공간 경험화의 하나의 콘텐츠축으로서 게임 콘텐츠활성화 - ‘CJ 라이브시티’와 ‘고양시 e스포츠진흥팀(가칭)’과의 협력을 통해 e스포츠 비즈니스 모델 확립 ▪ CJ 라이브시티의 ‘버추얼라이브시티(Virtual LiveCity)’ 활용 - CJ 라이브시티의 구현 예정인 버추얼라이브시티는 현실과 상호 연동되어 마치 가상의 세계가 실존하는 듯한 차원이 다른 몰입감을선사할 예정 - 메타버스(Metaverse)로 구현되는 가상 공간은 e스포츠의 새로운 방향성이 되는 킬러콘텐츠(Killer-Contents)로 입지할 수 있음.
기대효과	▪ 신규 e스포츠 클러스터(기업과 지자체간 e스포츠 연계) 구축을 통한 고양시 e스포츠 선도도시브랜드 제고

<그림 43> CJ라이브시티-고양시 업무협약식

<그림 44> CJ라이브시티 조감도

3. 전략3: e-sports Background

1) 고양시 e스포츠 진흥 조례 재정

〈표 18〉 고양시 e스포츠 진흥 조례 재정(안)

구분	내용
목적	고양시의 e스포츠 활성화 및 진흥을 위한행정적 근거 마련
추진 (안)	■ 고양시의회에서 주도적으로 이스포츠진흥 조례안발의 ■ 이스포츠진흥 조례(안)주요 내용 - 이스포츠진흥 계획 수립/시행 추진 - 이스포츠및 전담부서 설치 및 예산 지원 - 이스포츠진흥사업 추진 ① 이스포츠진흥을 위한 기반 조성 ② 이스포츠저변 확대를 위한 홍보·마케팅 ③ 이스포츠관련 기술 개발 및 학술 연구 ④ 이스포츠전문 인력 양성 ⑤ 이스포츠학술 진흥 행사 ⑥ 이스포츠관련 국제 교류 및 협력 ⑦ 이스포츠시설의 구축 및 개선
기대효과	■ 제정된 조례를 기반으로 이스포츠의정착을 위한 정책적 지원 및 전담부서 설치 가능

○ 국내 총 13개 자치단체 이스포츠진흥 조례 제정

- 9개 광역자치단체 및 4개 기초자치단체에서 이스포츠진흥 조례 마련

- 2019년부터 이스포츠진흥에 관한 조례가 제정되기 시작함.

〈표 19〉 자치단체 이스포츠 조례 현황

구분	지역	조례	시행
광역자치단체	경기도	이스포츠(전자스포츠) 진흥 및 지원 조례	2019
광역자치단체	강원도	이스포츠(전자스포츠) 진흥 조례	2020
광역자치단체	경상북도	이스포츠(전자스포츠) 진흥 조례	2020
광역자치단체	전라남도	이스포츠(전자스포츠) 진흥에 관한 조례	2019
광역자치단체	제주도	이스포츠(전자스포츠) 진흥 조례	2020
광역자치단체	광주광역시	이스포츠(전자스포츠) 진흥 조례	2019
광역자치단체	대전광역시	이스포츠(전자스포츠) 진흥 조례	2019
광역자치단체	부산광역시	이스포츠(전자스포츠) 진흥에 관한 조례	2019
광역자치단체	울산광역시	이스포츠(전자스포츠) 진흥에 관한 조례	2019
기초자치단체	(경기) 성남시	이스포츠(전자스포츠) 진흥에 관한 조례	2019
기초자치단체	(경북) 창원시	이스포츠(전자스포츠) 진흥 조례	2020
기초자치단체	(대전) 유성구	이스포츠(전자스포츠) 진흥에 관한 조례	2020
기초자치단체	(인천) 서구	이스포츠(전자스포츠) 진흥에 관한 조례	2019

2) 고양시 e스포츠 전담 조직 편성

〈표 20〉 고양시 e스포츠 전담 조직 편성(안)

구분	내용
목적	고양시의 e스포츠 도시브랜딩전략 추진을 위한 전담 기구 구축
추진 (안)	▪ (재)고양시산업진흥원內 e스포츠 전담 조직 편성 ▪ 고양시 e스포츠 전담 조직 - e스포츠진흥팀(가칭)주요 기능 - 고양시 e스포츠 산업육성 및 생태계 조성 - 고양시 지역 게임산업 활성화 및 생태계 조성 - e스포츠 대회, 게임 박람회 등의이벤트 개최 추진 - e스포츠 전용 경기장 구축 업무 ▪ 경기도 e스포츠 전용 경기장 사업공모 및 구축 ▪ 민간 e스포츠 경기장 유치 업무 - 일산테크노밸리, CJ라이브시티와 와 연계한 e스포츠 클러스터조성 업무(민간 기업 협력 및 유치 등) - 고양시 e스포츠 클럽 관련 업무 (시민구단 or 기존 팀 후원 등)
기대효과	▪ 고양시 이스포츠전담 조직(기구)편성(설치)을 통해서 e스포츠 기반의 도시브랜딩전략 추진을 위한 실행력 확보

○ 고양시 e스포츠 전담 조직 편성(안)

- 고양산업진흥원 조직 內 e스포츠진흥팀(가칭)을 신규 편성

- 기존 팀을 포함하여 총 6개 팀(단위)로 운영되는 형태로 조직 구성

<그림 45> 고양시 e스포츠 전담 조직 편성(안)

4. 전략4: e-sports Event

1) 고양시 e스포츠 국제 이벤트 개최

〈표 21〉 고양시 e스포츠 국제 이벤트 개최 추진(안)

구분	내용
목적	글로벌 도시브랜딩을 위한 국제 e스포츠 이벤트(대회) 개최
추진 (안)	▪ e스포츠 국제 이벤트 개최 - e스포츠 전용 경기장 구축 전 초기 단계에는 고양시의 대표 컨벤션인 킨텍스(KINTEX) 시설을 활용하여 국제 e스포츠 대회 개최 - '한/중/일 e스포츠 대회', '경기 국제 e스포츠 대회', 'IEF International E-sports Festival' 등 기존 국제 e스포츠 이벤트(대회) 개최 유치 - '고양국제꽃박람회'와 같은 고양시 주최로 정기적으로 개최되는 홀마크스포츠 이벤트(Hallmarksports event)기획 및 개최 - 고양시의 '평화' 이미지를 활용하여 북한이 참여하는 e스포츠 대회 기획 및 개최 (종목 연구 필수) ex. 2008년 북한 금강산에서 e스포츠(스페셜포스금강산 스페셜파티) 이벤트가 개최됨 - 북한 최초 e스포츠 대회
기대효과	▪ e스포츠 중심의 국제 스포츠 이벤트 / 메가스포츠 이벤트 개최를 통한 고양시의 글로벌 도시브랜드 제고 및 함양

○ 주최자(종목사)의 대회 개최 후원을 통한 대회 유치

- 주최자는 대회 운영을 기획하고 진행하는 개인, 단체, 조직, 기관 등을 말함.

- 다만 국내에서는 공공기관이 주최자라 표기해도 공공기관이 실제 운영을 하는 것은 아니며, 후원의 형태라고 볼 수 있지만, 대회 개최 목적을 (운영 기관이 아닌) 주최한 공공기관이 가지고 있기에 후원의 개념보다 넓은 범위로 볼 수 있음.

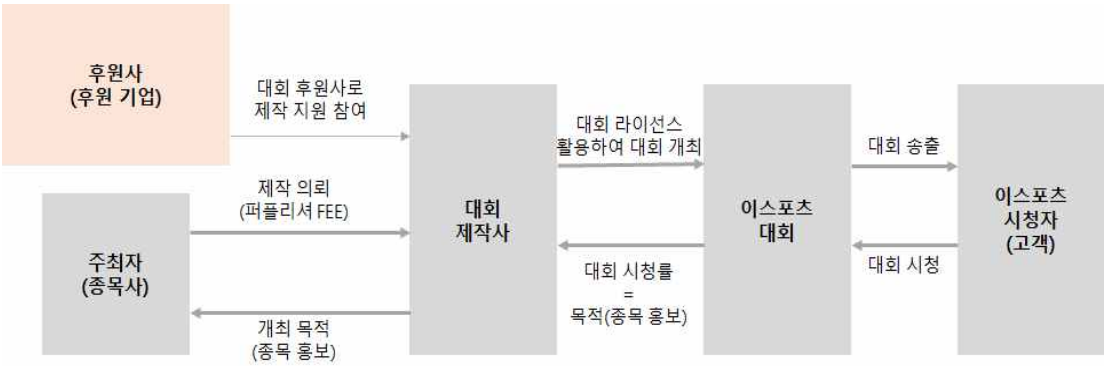
- 고양시가 국제 e스포츠 이벤트 개최를 위해서는 종목사(주최자)와의 협상을 통해 대회 후원사 역할로 대회 제작 지원에 참여하는 방향으로의 추진이 요구됨.

- 지자체에서 직접적인 대회 제작(운영)의 제한점이 발생되므로, 대회 제작사(대행사) 후원을 통한 대회 개최 및 유치가 요구됨.

○ 대회를 개최하기 위해서는 반드시 확보해야 하는 권리

- 일종의 '게임사용권'이라고 할 수 있으며, 게임사용권은 게임을 사용하여 2차 저작물을 창조할 수 있는 권리를 말함.

- '게임사용권' 권리가 필요한 이유는 게임은 창작자의 창작물로 지식 재산권 발동 대상이며 e스포츠는 그 창작물을 활용한 2차 저작물이기 때문임.



<그림 46> 주최자(종목사)의 대회 개최
(출처: 이스포츠 비즈니스 모델 연구)

2) 고양시 e스포츠 아마추어(대학) 대회 개최

〈표 23〉 고양시 e스포츠 아마추어(대학) 대회 개최 추진(안)

구분	내용
목적	e스포츠 저변 확대 및 활성화목적의 아마추어 대회 개최
추진 (안)	▪ 공식 아마추어 e스포츠 대회 개최 - KeSPA(한국이스포츠협회)에서 주최하는 대통령배등의 아마추어 e스포츠 대회 개최 - 지역 본선은 각 지자체개별 진행이므로, e스포츠 전용경기장 및 지역 내 PC방 활용하여 대회 운영 - 대통령배아마추어 e스포츠 대회 지역 본선 유치 및 전국 결선 개최를 위한 적극적 유치 활동 요구됨. ▪ 대학생 아마추어 e스포츠 대회 개최 - e스포츠 관심 및 참여도가 높은 젊은 층 중심의 대학생 아마추어 e스포츠 대회 기획 및 개최 - 한국대학스포츠협의회, e스포츠 관련 대학 단체들과의 업무 협력을 통해 정기적인 대학생 아마추어 e스포츠 대회 개최 추진
기대효과	▪ 고양시 e스포츠 저변및 고양시민의 e스포츠 관심 확대를 통한 도시브랜딩 내부 역량 확보

<그림 47> e스포츠 아마추어 대회 예시

참 고 문 헌

- 관계부처 합동(2020). 게임산업 진흥 종합계획.
- 경기도(2019). 2019 경기도 사회조사 보고서.
- 경기도(2019). 경기 e-스포츠 전용경기장 조성 사업 공모.
- 경기도(2019). 경기도 이스포츠(전자스포츠) 진흥 및 지원 조례.
- 경기콘텐츠진흥원(2021). 겅기콘텐츠진흥원 2021년도 사업 설명회 자료.
- 고양시(2019). 민선6기 시정백서.
- 고양시(2020). 2019 고양시 사회조사 보고서.
- 김미옥, 허지정, 유지곤(2015). 스포츠도시 유형화 및 사례분석을 통한 국내 스포츠도시 발전방향 연구. 체육과학연구, 26(4), 780-793.
- 법제처(2016). 이스포츠(전자스포츠) 진흥에 관한 법률.
- 성남시(2019). 성남시 이스포츠(전자스포츠) 진흥에 관한 조례.
- 수원시(2019). 2019 수원시 사회조사 보고서.
- 안정찬, 김매이, 한진욱(2013). 스포츠도시 개념의 재고찰: 스포츠와 도시마케팅의 관계성과 시너지. 한국스포츠산업경영학회지, 18(5), 75-93.
- 용인시(2020). 2019 용인시 사회조사 보고서.
- 한국콘텐츠진흥원(2020). 2019 이스포츠 실태조사.

▮ 한국콘텐츠진흥원(2020). 이스포츠 비즈니스 모델 연구.

▮ 한국콘텐츠진흥원(2021). 2020 이스포츠 실태조사.

▮ 한국콘텐츠진흥원(2021). 2021 한국콘텐츠진흥원 지원사업 설명회 자료.

▮ Anholt, S. (2006). The Anholt-GMI city brands index: How the world sees the world's cities. Place branding, 2(1), 18-31.

▮ CD Projekt(2019). “MANAGEMENT BOARD REPORT ON THE ACTIVITIES OF THE CD PROJEKT GROUP AND CD PROJEKT S.A. IN 2019”.

▮ Pricewaterhouse Coopers(2020). PwC’s Sports Survey 2020.

‖ 빅카인즈. https://www.bigkinds.or.kr/

‖ 통계청. https://kostat.go.kr/portal/korea/index.action

‖ 한국기업평판연구소. http://brikorea.com/contents/intro_1.php

부록

1. 이스포츠 진흥에 관한 법률

2. 경기도 이스포츠 진흥 및 지원 조례

3. 성남시 이스포츠 진흥에 관한 조례

이스포츠(전자스포츠) 진흥에 관한 법률 (약칭: 이스포츠법)

[시행 2016. 8. 4.] [법률 제13971호, 2016. 2. 3., 일부개정]

문화체육관광부(게임콘텐츠산업과) 044-203-2448

제1조(목적) 이 법은 이스포츠의 진흥에 필요한 사항을 규정함으로써 이스포츠의 문화와 산업의 기반조성 및 경쟁력 강화를 도모하고 이스포츠를 통하여 국민의 여가선용 기회 확대와 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “이스포츠”란 「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 게임물을 매개(媒介)로 하여 사람과 사람 간에 기록 또는 승부를 겨루는 경기 및 부대활동을 말한다.
2. “전문 이스포츠”란 이스포츠 선수들이 행하는 이스포츠 경기 활동을 말한다.
3. “생활 이스포츠”란 여가와 친목도모를 위하여 행하는 자발적이고 일상적인 이스포츠 활동을 말한다.
4. “이스포츠산업”이란 이스포츠와 관련된 재화와 서비스를 통하여 부가가치를 창출하는 산업을 말한다.
5. “이스포츠시설”이란 이스포츠와 관련된 경기장 등의 시설을 말한다.
6. “이스포츠 선수”란 이스포츠 단체의 정하여진 바에 따라 등록된 사람을 말한다.
7. “이스포츠 단체”란 이스포츠에 관한 활동이나 사업을 목적으로 설립된 법인이나 단체를 말한다.

제3조(다른 법률과의 관계) 이스포츠의 진흥에 관하여 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 이 법에서 정하는 바에 따른다.

제4조(국가 및 지방자치단체의 책임) 국가 및 지방자치단체는 이스포츠의 진흥을 위하여 필요한 시책을 수립·시행하여야 한다.

제5조(지방 이스포츠의 진흥) 지방자치단체는 지역 주민의 여가와 친목 도모를 위하여 이스포츠 활동을 활성화할 수 있도록 이스포츠시설 등의 여건 조성, 이스포츠 단체의 설립·운영 및 이스포츠 대회의 개최를 지원할 수 있다.

제6조(기본계획의 수립 등) ① 문화체육관광부장관은 이 법의 목적을 달성하기 위하여 이스포츠 진흥에 관한 기본적이고 종합적인 중기·장기 진흥 기본계획(이하 “기본계획”이라 한다)과 이스포츠의 각 분야별·연도별 세부 시행계획(이하 “시행계획”이라 한다)을 수립·시행하여야 한다.

② 기본계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 이스포츠 진흥의 기본방향
2. 이스포츠 활성화를 위한 기반 조성
3. 이스포츠 관련 전문인력의 양성 및 권익향상
4. 이스포츠 관련 국제대회 등 행사의 활성화, 국제 협력 및 교류
5. 이스포츠 진흥을 위한 재원(財源) 확보
6. 전문 이스포츠의 육성·지원 및 생활 이스포츠의 저변 확대·활성화 지원
7. 이스포츠의 학술 진흥 및 기반 조성
8. 그 밖에 대통령령으로 정하는 이스포츠 진흥에 필요한 사항

③ 문화체육관광부장관은 기본계획 및 시행계획의 수립과 집행을 위하여 필요하다고 인정하는 경우 관계 행정기관, 지방자치단체, 공공기관, 연구소, 대학, 민간기업 및 개인 등에게 필요한 협조를 요청할 수 있

다.

제7조(실태조사) ① 정부는 이스포츠 관련 정책의 수립·시행을 위하여 이스포츠에 관한 실태조사를 매년 실시하고 그 결과를 공표하여야 한다. <개정 2016. 2. 3.>

② 문화체육관광부장관은 제1항에 따른 실태조사를 위하여 필요한 경우에는 이스포츠 관련 공공기관·사업자 또는 법인·단체에 대하여 자료의 제출이나 의견의 진술 등을 요구할 수 있다. 이 경우 자료의 제출이나 의견의 진술 등을 요구받은 이스포츠 관련 공공기관·사업자 또는 법인·단체는 특별한 사유가 없는 한 이에 협조하여야 한다. <개정 2016. 2. 3.>

③ 제1항에 따른 실태조사에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제8조(자금지원 등) ① 국가와 지방자치단체는 기본계획 및 시행계획을 효과적으로 추진하기 위하여 필요한 자금을 확보하기 위하여 노력하여야 한다.

② 문화체육관광부장관은 기본계획 및 시행계획에 따라 공공기관, 이스포츠 단체, 그 밖에 이스포츠 분야의 사업자가 이스포츠의 경쟁력 강화를 위한 조치를 하려는 경우 예산의 범위에서 필요한 경비의 전부 또는 일부를 보조할 수 있다.

③ 문화체육관광부장관은 이스포츠 진흥을 위하여 필요하다고 인정하는 경우 지방자치단체의 장과 협의하여 이스포츠시설을 구축할 수 있다. 이 경우 예산의 범위에서 필요한 경비의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

④ 이스포츠시설의 지원 범위 및 방식 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제9조(이스포츠진흥자문위원회) ① 이스포츠 진흥에 관하여 문화체육관광부장관의 자문에 응하기 위하여 문화체육관광부장관 소속으로 이스포츠진흥자문위원회(이하 "위원회"라 한다)를 둘 수 있다.

② 위원회의 구성 및 운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제10조(이스포츠 관련 전문인력의 양성) ① 문화체육관광부장관은 이스포츠진흥에 필요한 경기 및 방송, 연구 등 이스포츠 관련 전문인력을 양성하기 위하여 노력하여야 한다.

② 문화체육관광부장관은 제1항에 따른 전문인력의 양성을 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 「고등교육법」에 따른 대학, 그 밖에 필요하다고 인정하는 기관을 이스포츠 전문인력 양성기관으로 지정할 수 있다.

③ 문화체육관광부장관은 제2항에 따라 지정된 이스포츠 전문인력 양성기관에 대하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 예산의 범위에서 필요한 경비의 전부 또는 일부를 보조할 수 있다.

④ 그 밖에 이스포츠 전문인력의 양성에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제11조(이스포츠대회의 육성·지원 등) 문화체육관광부장관은 문화체육관광부령으로 정하는 기준에 따라 이스포츠대회를 육성·지원할 수 있다.

제12조(종목 다양화 지원) ① 문화체육관광부장관은 이스포츠의 종목 다양화를 촉진하기 위하여 종목선정 기관을 지정하여 그 종목선정 기관으로 하여금 이스포츠의 종목선정을 실시하게 할 수 있다.

② 문화체육관광부장관은 제1항에 따른 종목선정 기관이 지정요건에 미달하는 때에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 그 지정을 취소할 수 있다.

③ 제1항의 종목선정 기관의 지정요건, 지정신청, 운영 등과 종목선정의 절차 및 종목선정 대상, 종목선정 기준, 종목선정 신청의 절차 등에 관하여 필요한 사항은 문화체육관광부령으로 정한다.

제13조(이스포츠산업지원센터의 지정 등) ① 문화체육관광부장관은 이스포츠산업의 발전을 위하여 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 기관을 이스포츠산업지원센터(이하 "지원센터"라 한다)로 지정할 수 있다.

1. 국공립 연구기관
2. 「고등교육법」에 따른 대학 또는 전문대학
3. 그 밖에 문화체육관광부령으로 정하는 기관
② 지원센터는 다음 각 호의 기능을 수행한다.
1. 이스포츠산업의 발전을 위한 지방자치단체와의 협조에 관한 사항
2. 이스포츠산업의 발전을 위한 연구개발 및 상담 등 지원에 관한 사항
③ 문화체육관광부장관은 지원센터가 제2항의 기능을 충실하게 이행하지 아니하는 경우 그 지정을 해제할 수 있다.
④ 그 밖에 지원센터의 지정 및 해제 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제14조(국제교류 및 해외 홍보 지원) ① 정부는 이스포츠의 국제교류를 활성화하기 위하여 이스포츠와 관련이 있는 다음 각 호의 기관에 필요한 지원을 할 수 있다.
1. 국제이스포츠연맹
2. 그 밖에 정부가 자본금의 일부를 출자한 기관이나 단체
② 정부는 국내 이스포츠의 경쟁력 강화와 해외시장 진출을 활성화하기 위하여 해외 홍보 등의 사업을 추진할 수 있다.
③ 문화체육관광부장관은 제1항에 따른 사업을 효율적으로 지원하기 위하여 대통령령으로 정하는 관련 기관이나 단체에 대하여 이를 위탁 또는 대행하게 할 수 있으며, 예산의 범위에서 이에 필요한 경비의 전부 또는 일부를 보조할 수 있다.

제15조(전문 이스포츠 및 생활 이스포츠의 육성) 국가는 이스포츠의 발전을 도모하고, 국민의 건전한 여가활동을 촉진하기 위하여 전문 이스포츠 및 생활 이스포츠 육성에 필요한 시책을 강구하여야 한다.

제16조(청문) 문화체육관광부장관은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 처분을 하려면 청문을 하여야 한다.
1. 제12조제2항에 따른 종목선정 기관 지정의 취소
2. 제13조제3항에 따른 지원센터 지정의 해제

제17조(권한의 위임·위탁) 문화체육관광부장관은 이 법에 따른 권한의 일부를 대통령령으로 정하는 바에 따라 특별시장·광역시장·도지사·특별자치도지사에게 위임하거나 이스포츠의 진흥을 목적으로 설립된 기관이나 법인 또는 단체에 위탁할 수 있다.

제18조(포상) ① 문화체육관광부장관은 이스포츠의 발전에 기여한 공로가 현저한 개인·단체 및 기업 등을 선정하여 포상할 수 있다.
② 그 밖에 제1항에 따른 포상의 선정기준 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

부칙 <제13971호, 2016. 2. 3.>
이 법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다.

경기도 이스포츠(전자스포츠) 진흥 및 지원 조례

[시행 2019. 11. 12.] [경기도조례 제6373호, 2019. 11. 12., 제정]

경기도(미래산업과), 03180085342

제1조(목적) 이 조례는 이스포츠의 진흥에 필요한 사항을 규정함으로써 이스포츠 산업의 기반 조성 및 저변을 확대하여 경쟁력을 강화하고 이스포츠를 통하여 경기도민의 여가와 친목을 도모하여 지역경제 활성화에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조(정의) ① 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “이스포츠”란 「이스포츠(전자스포츠) 진흥에 관한 법률」 (이하 “법”이라 한다) 제2조제1호에 따른 게임물을 매개(媒介)로 하여 사람과 사람 간에 기록 또는 승부를 겨루는 경기 및 부대활동을 말한다.
2. “이스포츠산업”이란 법 제2조제4호에 따른 이스포츠와 관련된 재화와 서비스를 통하여 부가가치를 창출하는 산업을 말한다.
3. “이스포츠시설”이란 법 제2조제5호에 따른 이스포츠와 관련된 경기 및 관람, 중계 등의 부대활동을 할 수 있는 시설을 말한다.

② 이 조례에서 따로 정의하지 아니한 용어는 법에서 정하는 바에 따른다.

제3조(책무) 경기도지사는 이스포츠의 진흥을 위하여 필요한 시책을 수립·시행하여야 한다.

제4조(진흥계획의 수립ㆍ시행) ① 경기도지사(이하 “도지사”라 한다)는 법 시행령 제2조에 따른 기본계획 및 시행계획에 따라 경기도 이스포츠 진흥계획(이하 “진흥계획”이라 한다)을 수립·시행하여야 한다.

② 진흥계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 이스포츠 진흥의 기본방향
2. 이스포츠 진흥을 위한 정책 및 시책 개발에 관한 사항
3. 제5조에 따른 이스포츠 진흥을 위한 사업에 관한 사항
4. 이스포츠 진흥 및 지원을 위한 재원 확보에 관한 사항
5. 그 밖에 이스포츠 진흥에 필요한 사항

제5조(이스포츠 진흥을 위한 사업 등) ① 도지사는 이스포츠 진흥을 위하여 다음 각 호의 사업을 추진할 수 있다.

1. 이스포츠 활성화를 위한 기반 조성
2. 이스포츠 관련 대회의 개최 지원
3. 이스포츠 관련 선수육성 및 전문 인력의 양성
4. 이스포츠 관련 국제 교류 및 협력
5. 전문 이스포츠의 육성·지원 및 생활 이스포츠의 저변 확대·활성화
6. 이스포츠시설의 구축 및 개선
7. 그 밖에 이스포츠 진흥에 필요한 사업

② 도지사는 제1항의 사업 추진을 위하여 경기도 출자·출연기관이나 이스포츠진흥을 목적으로 설립된 비영리법인 또는 단체에 사업을 위탁할 수 있다.

③ 도지사는 제1항의 사업을 추진하는 시장·군수 또는 비영리 법인·단체에 예산의 범위에서 그 경비의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

제6조(이스포츠시설) ① 도지사는 이스포츠의 발전을 도모하고, 도민의 건전한 여가활동을 촉진하기 위하여 이스포츠시설을 설치·운영할 수 있다.

② 도지사는 이스포츠시설의 효율적인 관리·운영을 위하여 이스포츠 관련 비영리 기관이나 법인 또는 단체에 관리·운영을 위탁할 수 있다.

③ 제2항의 규정에 의하여 위탁하는 경우에 필요한 절차·방법 등에 관한 사항은 「경기도 사무위탁 조례」에 따른다.

제7조(포상) 도지사는 이스포츠의 발전에 기여한 공로가 현저한 개인·기관 및 단체 등을 선정하여 「경기도 포상 조례」에 따라 포상할 수 있다.

제8조(시행규칙) 이 조례의 시행에 필요한 사항은 규칙으로 정한다.

성남시 이스포츠(전자스포츠) 진흥에 관한 조례

(제정) 2019.11.25 조례 제3429호

제1조(목적) 이 조례는 성남시의 이스포츠의 진흥에 필요한 사항을 규정함으로써 건전한 이스포츠 문화와 산업의 기반 조성 및 경쟁력 강화를 도모하고 주민의 여가선용 기회 확대와 지역경제 활성화에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조(정의) ① 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “이스포츠”란 「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 게임물을 매개(媒介)로 하여 사람과 사람 간에 기록 또는 승부를 겨루는 경기 및 부대활동을 말한다.
2. “이스포츠산업”이란 이스포츠와 관련된 재화와 서비스를 통하여 부가가치를 창출하는 산업을 말한다.
3. “이스포츠시설”이란 이스포츠와 관련된 경기 및 관람, 중계 등의 부대활동을 할 수 있는 시설을 말한다.

② 이 조례에서 따로 정의하지 아니한 용어는 「이스포츠(전자스포츠) 진흥에 관한 법률」(이하 “법”이라 한다) 제2조에 따른다.

제3조(다른 법률 및 조례와의 관계) 성남시(이하 “시”라 한다) 이스포츠의 진흥에 관하여 다른 법령이나 조례에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 이 조례에서 정하는 바를 따른다.

제4조(시장의 책무) 성남시장(이하 “시장”이라 한다)은 이스포츠의 진흥을 위하여 필요한 시책을 수립·시행하여야 한다.

제5조(진흥계획의 수립) ① 시장은 시의 이스포츠 진흥을 위한 이스포츠 진흥계획(이하 “진흥계획”이라 한다)을 5년마다 수립하고 시행계획을 매년 수립·시행하여야 한다.

② 제1항의 진흥계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 이스포츠 진흥의 기본 목표와 방향
2. 이스포츠 진흥을 위한 정책 및 시책 개발
3. 이스포츠 진흥을 위한 추진 사업
4. 이스포츠 진흥 및 지원을 위한 재원 확보
5. 이스포츠 진흥을 위한 국내외 유관기관 협력 및 기반확충에 관한 사항
6. 이스포츠 관련 연구개발에 관한 사항
7. 이스포츠 관련 전문인력의 양성에 관한 사항
8. 그 밖에 이스포츠 진흥에 필요한 사항

③ 시장은 진흥계획의 수립과 집행을 위하여 필요한 경우 관련 기관 및 단체, 개인 등에게 필요한 협조를 요청할 수 있다.

④ 시장은 다른 지방자치단체와 공동으로 2개 이상의 지역에 걸쳐 진흥계획을 수립할 수 있다.

제6조(전담부서의 설치 등) ① 시장은 진흥계획을 수립하고 시행하면서 필요한 경우에는 이스포츠 전담부서를 설치할 수 있다.

② 시장은 이스포츠의 진흥 및 시행계획을 효율적으로 수행하기 위하여 전담기관을 지정하고 운영에 필요한 자금을 예산의 범위에서 지원할 수 있다.

제7조(이스포츠 진흥사업 등) ① 시장은 이스포츠 진흥을 위하여 다음 각 호의 사업을 추진할 수 있다.

1. 이스포츠 진흥을 위한 기반 조성
2. 이스포츠 저변 확대를 위한 홍보·마케팅
3. 이스포츠 관련 기술 개발 및 학술 연구
4. 이스포츠 관련 건전 문화 조성

5. 이스포츠 전문 인력 양성
6. 이스포츠 학술 진흥 행사
7. 이스포츠 관련 국제 교류 및 협력
8. 이스포츠 시설의 구축 및 개선
9. 이스포츠 단체의 설립·운영
10. 그 밖에 이스포츠 진흥에 필요한 사항

② 시장은 전항의 사업을 추진하는 시 출자·출연기관, 시 내 비영리 법인·단체에 예산의 범위에서 그 경비의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

제8조(이스포츠 시설) ① 시장은 이스포츠의 발전을 도모하고, 주민의 건전한 여가활동을 촉진하기 위하여 다음 각 호의 기능을 수행하는 이스포츠 시설을 설치·운영할 수 있다.

1. 이스포츠 대회 개최·지원
2. 이스포츠 관련 전문 인력의 양성 및 이스포츠 선수 교류 활성화
3. 주민 각 계층별, 전문 분야별 리그 활성화 등 이스포츠 저변 확대
4. 이스포츠 산업 육성 및 수익화를 위한 비즈니스 교류
5. 그 밖에 이스포츠 저변 확대에 관한 사항

② 시장은 이스포츠 시설의 효율적인 관리·운영을 위하여 이스포츠 관련 비영리 기관이나 법인 또는 단체에 이스포츠 시설의 관리·운영을 위탁할 수 있다.

제9조(이스포츠 연구개발 센터) ① 시장은 이스포츠 산업의 경쟁력 강화와 국제화를 위하여 다음 각 호의 기능을 수행하는 이스포츠 연구개발센터(이하 "센터"라 한다)를 설치·운영할 수 있다.

1. 이스포츠 운영 방향 및 국제 표준 규격화 연구조사
2. 이스포츠 학술 및 기술 연구개발 및 국제 교류·협력
3. 이스포츠 아마추어 및 프로 선수 양성 프로그램 개발
4. 이스포츠 정책 개발
5. 그 밖에 이스포츠 진흥에 관한 사항

② 시장은 센터의 효율적인 관리·운영을 위하여 시 출자·출연기관, 시 내 비영리 법인·단체에 센터의 관리·운영을 위탁할 수 있다.

제10조(이스포츠 국제교류 지원) 시장은 이스포츠의 경쟁력 강화와 국제교류를 활성화하기 위하여 이스포츠와 관련이 있는 다음 각 호의 기관·단체에 필요한 지원을 할 수 있다.

1. 시가 자본금을 출자 또는 출연한 기관이나 단체
2. 이스포츠 관련 협회 및 단체

제11조(이스포츠 진흥 위원회의 설치 및 기능) ① 진흥계획에 관련된 사항을 자문하기 위하여 이스포츠 진흥위원회(이하 "위원회"라 한다)를 둘 수 있다.

② 위원회는 다음 각 호의 사항에 대하여 자문에 응한다.

1. 진흥계획 및 시행계획의 수립·시행에 관한 사항
2. 지역의 이스포츠 관련 제도에 관한 사항
3. 그 밖에 이스포츠 진흥을 위하여 시장이 필요하다고 인정하는 사항

제12조(위원회의 구성) ① 위원회는 위원장 1명과 부위원장 1명을 포함하여 15명 이내의 위원으로 구성한다.

② 위원장은 부시장이 되고, 부위원장은 위촉직 위원 중에서 선출한다.

③ 당연직 위원은 이스포츠 업무 담당 과장으로 하고, 위촉직 위원은 다음 각 호의 사람 중에서 시장이 위촉한다.

1. 성남시의회에서 추천하는 의원
2. 대학 등에서 조교수 이상 또는 이에 상당하는 직에 있거나 있었던 사람으로서 이스포츠에 관한 연구경험 또는 업무경험이 있는 사람

3. 지역 이스포츠 관련 유관기관·단체 및 협회에 재직 또는 활동 중이거나 이에 상응하는 관련 경력이 있는 사람
4. 변호사, 변리사의 자격이 있는 사람
5. 이스포츠 관련 기업의 대표자
6. 성남산업진흥원 관련 담당자 등

④ 위원회의 사무 처리를 위하여 간사와 서기 각 1명을 두되, 간사는 이스포츠 업무 담당 팀장이 되고 서기는 이스포츠 업무 담당자가 된다.

제13조(위원의 임기) ① 당연직 위원의 임기는 재임기간으로 하고, 위촉직 위원의 임기는 2년으로 하되, 연임할 수 있다.

② 위촉직 위원의 사임 등으로 새로 위촉된 위원의 임기는 전임자의 남은 임기로 한다.

제14조(위원장 등의 직무) ① 위원장은 위원회를 대표하고, 위원회의 사무를 총괄 한다.

② 부위원장은 위원장을 보좌하며, 위원장이 부득이한 사유로 직무를 수행할 수 없을 때에는 그 직무를 대행한다.

제15조(위원의 해촉) 시장은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 발생하면 임기 전이라도 위원을 해촉(解囑)할 수 있다.

1. 위원이 1년 이상 장기치료가 필요한 질병이나 해외 장기출장과 체류 등으로 임무를 수행하기가 어려운 때
2. 그 밖에 품위손상 등으로 위원으로서 자격이 부적당하다고 인정될 때

제16조(위원의 제척·기피·회피) ① 위원은 자문의 공정을 기하기 위하여 자기와 직접 이해관계가 있는 안건의 자문에는 참여할 수 없다.

② 위원은 관계인의 요청에 따라 자문에서 제외될 수 있다.

③ 위원은 제1항 또는 제2항의 사유에 해당되면 스스로 해당 안건의 자문에서 회피하여야 한다.

제17조(회의 등) ① 위원장은 위원회 회의를 소집하고, 그 의장이 된다.

② 회의는 시장이 요구하거나 위원장이 필요하다고 인정할 때에는 위원장이 소집하며 재적위원 과반수의 출석으로 시작한다.

③ 위원회에 출석한 위원에게는 예산의 범위에서 수당과 여비를 지급할 수 있다.

④ 위원은 위원회의 활동을 통하여 알게 된 비밀을 누설하여서는 아니 된다.

제18조(포상) 시장은 이스포츠의 발전에 기여한 공로가 현저한 개인·기관 및 단체 등을 선정하여 「성남시 포상 조례」에 따라 포상할 수 있다.

제19조(시행규칙) 이 조례의 시행에 필요한 사항은 규칙으로 정한다.

부칙<제정 2019.11.25. 조례 제3429호>

이 조례는 공포한 날부터 시행한다.

DREAM

을지대학교

© 2021 EULJI UNIVERSITY. All Rights Reserved.