

《 수행평가 》

하이에듀

주제	이전 학년 탐구활동을 토대로 더 깊이 탐구하고 싶은 분야
내용	<p>1. 이전 학년 탐구활동</p> <p>1학년 때, 코로나19로 인한 팬데믹 상황이 스포츠 시장에 끼친 영향에 대해 탐구하였습니다. 팬데믹 상황 속에서 많은 인원이 모이는 스포츠 경기 관람은 제재의 대상이었고 그로 인해 스포츠 시장이 위축되었습니다. 미국 프로농구(NBA)만 보더라도, 시즌이 중단되면서 258경기를 할 수 없게 됐고, 이 때문에 10억~17억 달러(1조1천억~1조9천억 원) 규모의 입장료 수입 손실, 약 7억 달러(8조 원) 규모의 방송중계권 수입 손실이 발생했습니다. 뿐만 아니라 국내 스포츠 시장도 큰 타격을 입었습니다. 사업체 별 평균 매출액은 팬데믹 상황 이전인 전년 동기 대비 스포츠키오스업이 61.4% 감소, 스포츠용품업이 51.0% 감소, 스포츠서비스업이 84.4% 감소했습니다.</p> <p>2. 이전 학년 탐구활동을 통해 더 깊이 탐구해보고 싶은 주제</p> <p>스포츠 시장이 침체된 만큼 다른 시장은 오히려 호황기를 맞이할 수도 있습니다. 과연 다른 시장 중 어떤 시장이 호황기를 맞이하는지 탐구해보며, 동일한 현상에도 언제나 같은 결과가 나오지는 않는다는 것을 확인해보고 싶었습니다.</p> <p>3. 탐구 내용</p> <p>대표적으로 e스포츠가 호황기를 맞이하였습니다. e스포츠는 혼자 즐길 수도 있고 다수가 경쟁할 수도 있으며, 실제 게임하는 대신 다른 사람이 게임하는 것을 관전하는 과정에서도 재미를 느낄 수 있습니다. 코로나19로 인해 스포츠 시장은 침체된 반면, e스포츠 시장은 오히려 성장하였습니다. 온라인을 통해 대면할 수 있는 특성은, 트위치나 유튜브와 같은 스트리밍 사이트를 흥행하게 하였습니다. 미디어 시청 시간이 늘어나면서 e스포츠 이용자 수도 증가하고 관련 수입이 늘어나고 있습니다. 즉, e스포츠 시장은 코로나19 사태에서 온라인 스트리밍을 비롯해 e스포츠 배급, 유통 등에서 새로운 성장 동력을 얻어 이용자 수가 증가하고 관련 수입이 늘어나는 등 긍정적인 결과를 가져왔습니다.</p>

그림 3 2020년 1분기 게임 라이브 시청 시간 추이 비교

(단위: 시간)



출처: Streamlabs & Stream Hatchet, 참고 재구성

2020년 1분기 Twitch를 통해 약 31.1억 시간이 방송되었으며 YouTube 게이밍 라이브에서는 약 10.7억 시간, Facebook 게이밍은 약 5.5억 시간, Mixer는 약 8천 1백만 시간 정도가 시청된 것으로 나타났습니다. 월별 변화를 살펴보면 변화의 양상이 더욱 확연하게 드러나는 것을 확인할 수 있었습니다. 2020년 3월 Twitch의 시청 시간이 약 12억 시간으로 나타났는데, 이는 2월 약 9.7억 시간보다 큰 폭으로 상승한 수치이다.

그에 따라 일본을 살펴본다면 e스포츠 시장의 성장에 맞게 변화와 응용을 하고 있습니다. e스포츠 전용시설이나 카페 등이 많이 출현한 점에서 다양한 해결책을 확인할 수 있습니다. e스포츠 전용 카페는 우리나라의 PC방이나 콘솔방과 유사하지만, 고성능 설비를 통해 고객의 마음을 잡습니다. 또는 e스포츠를 관람할 수 있는 카페도 존재합니다.

이처럼 코로나19로 인해 스포츠 시장을 즐기지 못하는 사람들은 시대에 적응하여 다른 시장으로 옮겨갔습니다. 그 중 e스포츠 시장이 매우 커졌고, 코로나19가 종료된 이후에도 생존할 수 있을지 지켜봐야할 것 같습니다.

4. 탐구활동 후 배우고 성장한 점

모든 상황에는 좋은 면만 있을 수도 없고, 나쁜 면만 있을 수도 없습니다. 코로나19 상황으로 경기도 침체되고 스포츠 시장도 침체되었지만, 다른 시장에서는 오히려 이 상황을 기회로 받아드리고 있습니다. 따라서 언제나 열린 마인드를 가지고 위기를 기회로 만드려는 생각을 가지고 상황을 분석해 해결해 나가려고 노력해야겠습니다.

자료 1. 스포츠에 막대한 피해 초래한 팬데믹...비대면 스포츠시장 성장의 계기 되기도

2020년 전 세계로 확산된 코로나19 팬데믹은 세계경제에 심각한 충격을 줬으며, 스포츠산

업도 예외가 아니었다. 사회적 거리두기와 지역봉쇄에 따라 스포츠 활동이 위축됐고, 이는 관련 소비지출 감소와 스포츠산업의 매출 감소로 이어졌다. 프로스포츠는 리그의 중단 또는 축소운영 및 무관중 경기로 인해 구단과 협회의 매출이 급감했다.

EU집행위원회는 코로나19로 인한 EU 회원국들의 스포츠산업 피해를 분석했다. 지난해 발표한 보고서(「Mapping study on measuring the economic impact of COVID-19 on the sport sector in the EU」)에 따르면 코로나19가 발생하지 않았을 경우 지난해 GDP 기준 EU 회원국 전체 스포츠산업 규모는 490조6천억 원, 종사자 수는 646만 명으로 예측됐으며, 코로나19 발생으로 인해 GDP는 76조9천억 원(15.7%) 감소하고 종사자 수는 110만 명(17.0%) 줄어든 것으로 분석됐다.

프로스포츠시장 규모가 큰 미국은 사회적 거리두기와 지역봉쇄에 따른 프로리그 중단 및 축소운영으로 큰 피해를 입었다. 미국 프로농구(NBA)의 경우 시즌이 중단되면서 258경기를 할 수 없게 됐고, 이 때문에 10억~17억 달러(1조1천억~1조9천억 원) 규모의 입장료 수입 손실, 약 7억 달러(8조 원) 규모의 방송중계권 수입 손실이 발생했다.

도쿄 올림픽·패럴림픽은 코로나19 팬데믹으로 대회가 1년 연기됐으며, 그마저도 일본 내 코로나19 확산과 방역대응 부족으로 대회 취소 논란 속에서 무관중으로 개최됐다. 일본은 그로 인해 입장료 수입 손실 등 막대한 경제적 손실을 입게 됐다.

고강도 사회적 거리두기 영향, 실내 체육시설 업종 매출액 급감

국내 스포츠산업도 코로나19 팬데믹으로 막대한 피해를 입었다. 정부의 사회적 거리두기 시행과 국민들의 적극적인 동참으로 스포츠 활동이 줄었고, 이에 따른 스포츠 소비지출 감소는 스포츠산업의 매출 감소로 이어졌다. 특히 정부가 코로나19의 추가적인 확산을 막기 위해 2020년 3월 고강도 사회적 거리두기 조치를 시행하면서 체력단련장, 체육도장, 무도장 등 실내 체육시설 업종에서 막대한 피해가 발생했다. 운영이 중단됐고 이는 장기적인 휴업으로 인한 매출·고용 감소로 이어졌다.

2020년 3월 기준 스포츠산업 업종별 사업체 평균 매출액은 코로나19 발생 이전인 전년 동기 대비 스포츠시설업이 61.4% 감소, 스포츠용품업이 51.0% 감소, 스포츠서비스업이 84.4% 감소했다. 고강도 사회적 거리두기의 영향을 받은 업종의 전년 동기 대비 매출액은 체력단련시설업이 81.0% 감소, 스포츠무도장업이 73.4% 감소, 스포츠교육기관이 90.2% 감소를 기록했다.

고강도 사회적 거리두기로 인한 스포츠기업의 운영 중단은 곧 휴업을 의미하고 이는 매출액 감소와 그에 따른 고용 감소로 이어졌다. 휴업이 장기화된 경우 한계기업들 중심으로 폐업이 증가했다. 스포츠산업의 월평균 폐업률은 코로나19 발생 이전(2019년 2월~2020년 1월)에는 0.27%였으나, 코로나19 발생 이후(2020년 2~9월)에는 0.49%로 1.8배 늘었다. 스포츠시설업(0.50%)과 스포츠서비스업(0.52%)은 특히 폐업률이 높았다.

엘리트스포츠 분야에서는 프로스포츠 리그와 각종 대회가 코로나19 발생으로 연기 또는 취소됐다. 프로스포츠의 경우 배구·농구·축구 프로리그는 무관중으로 경기를 진행한 후 리그를 중단했으며, 프로야구는 리그 개막을 연기했고 이후 무관중 경기를 치르거나 경기 수를 축소해 운영했다. 엘리트스포츠 대회의 경우 소년체전, 전국장애학생체육대회 및 실업리그, 종목별 전국 및 지역 대회들이 취소되거나 연기됐다. 정부가 감염확산 방지를 위해 대규모 행사 등의 연기 또는 축소를 권고함에 따라 각종 대회가 취소되거나 연기되면서

이벤트 대행사, 경기중계업, 광고업 등 관련 산업에서도 피해가 발생했다. 이처럼 코로나19는 스포츠산업에 막대한 피해를 초래했으나, 4차 산업혁명 기술을 중심으로 비대면 스포츠시장이 급성장하는 긍정적인 효과도 있었다. 코로나19 팬데믹은 기존의 오프라인·대면 중심 스포츠 활동의 온라인·비대면 방식으로의 전환을 가속화하고 있으며, 특히 프로스포츠를 비롯한 관람스포츠시장 규모가 큰 미국의 경우 리그 중단 및 축소로 인한 재무적 손실을 만회하기 위해 비대면 방식의 관람 및 경기 관련 콘텐츠서비스를 강화하고 있다. NBA는 무관중 경기를 치렀지만 경기장 주변에 대형 LED 디스플레이를 활용한 가상현실 관중석을 운영해 매 경기마다 300명의 팬이 응원에 참여할 수 있게 했다.

온라인 플랫폼 활용한 새로운 스포츠서비스시장 성장 촉진

관람스포츠뿐만 아니라 참여스포츠 관련 비대면시장도 급속하게 성장하고 있다. 팬데믹은 스포츠 활동 참여자들 간의 물리적 접촉 최소화로 안전을 확보하기 위해 온라인 플랫폼을 활용하는 새로운 서비스시장의 성장을 촉진하는 계기가 되고 있다. 미국의 대표적인 실내용 자전거 및 러닝머신 제조기업인 펠로톤(Peloton)은 온라인 자전거 및 피트니스 서비스를 개발해 멤버십 서비스를 제공하고 있다. 2017년 2,476억 원이었던 펠로톤의 매출액은 2020년 2조687억 원으로 비약적으로 성장했다.

국내에서도 코로나19 팬데믹 이후 대면 중심의 실내스포츠 소비가 감소한 반면 골프나 자전거와 같이 대면 접촉이 상대적으로 적은 실외스포츠 종목 소비가 급성장했다.

코로나19 팬데믹은 스포츠 활동을 제약한 결과 관련 산업의 매출액 및 고용 감소 등 심각한 피해를 초래했으나, 반면에 디지털 기술 투자로 인한 비대면 스포츠서비스시장의 성장을 촉진했다. 각국 정부의 적극적인 디지털 전환 정책 추진과 코로나19 팬데믹으로 인해 향후 비대면 스포츠서비스시장의 성장이 더욱 가속화될 것으로 예상된다.

출처:

https://eiec.kdi.re.kr/publish/naraView.do?fcodes=00002000040000100009&cid=13465&sel_year=2021&sel_month=10&pp=20&pg=1

자료 2. 코로나19 국면에서 e스포츠 동향 및 시사점

해당 자료는 메일에 첨부하였습니다.