



월드컵브랜드와 제주도 스포츠산업의 발전방향[※]

주 노 종 (한국체육과학연구원 선임연구원)

목 차

1. 서론
2. 서귀포 월드컵경기장 마케팅전략 분석을 위한 환경분석
3. 서귀포 월드컵경기장의 최적 마케팅경영전략
4. 서귀포 월드컵경기장의 스포츠산업적 육성전략에 의한 수지분석
5. 서귀포 월드컵경기장의 연고구단운영전략에 의한 수지분석
6. 결론 및 정책제언

1. 서론

2002 FIFA 한·일 월드컵 축구대회는 1988년 서울올림픽대회와 더불어 우리나라에서 개최한 가장 큰 국제규모이며, 아시아 대륙에서도 최초의 빅 스포츠 월드이벤트였다고 할 수 있겠다. 특히, 2002 FIFA 한·일 월드컵 축구대회를 위한 우리나라의 중심부와 부심부와 최남단 제주도 서귀포를 총 망라한 10개 도시 월드컵경기장은 우리의 전통양식과 현대양식을 종합적으로 고려하여 현재와 미래를 조화한 신소재 최첨단 환경기법과 최첨단멀티건축기법으로 만들어졌다.

10개 지역의 월드컵 관련시설은 미개발·낙후·협오시설, 전략적인 관광지역 등의 국민적으로 거부감을 안고 있는 안티환경지역에 대한 도시재개발과 전략적 지원의 차원에서 자연환경과 조화를 맞춘 환경친화적 공법과 기법으로 새로운 이미지제고의 중장기 국가개발정책과 국가환경정책의 질서있는 조화 차원에서 새로운 분수령을 이루면서 건설되었다. 또한 10개 도시 월드컵 관련시설은 건설비와 시설규모, 경기장 진입용이성, 도시환경정비 등 주변환경변화를 위한 사회간접시설(SOC) 투자에서도 천문학적 규모이며, 가히 세계적 수준이라 할 수 있다.

FIFA 월드컵축구대회와 하계 올림픽대회와 같은 세계최고수준의 빅 스포츠이벤트 행사의 성공조건은 크게 세 가지로 요약할 수 있겠다.

※ 본 글은 2002년 9월 16일(월) 열린 학술세미나 '포스트 월드컵, 제주의 기회와 과제' 에서 발표된 원고임을 밝힙니다.



첫째는 대회 개막식과 폐막식 그리고 대회를 치를 수 있는 경기장과 관련시설 건설을 위한 천문학적 규모의 시설투자비와 함께, 이를 간접적으로 지원하기 위한 공항, 항만, 도시환경정비, 도로정비, 교통환경 등의 사회간접자본시설(SOC)의 확충과 숙박시설, 민박, 오토캠프장 등의 대회지원간접 관련시설의 철저한 준비가 선행되어야 한다.

둘째는 수많은 국내외 스타군단의 아마추어와 프로 선수와 심판 그리고 이들을 간접적으로 지원할 외국인, 안내기술을 갖춘 수많은 행사요원, 관광객과 행사지원요원 등 손님맞이, 원활한 대회진행을 위한 세계최고수준의 경호와 경비요원, 무엇보다도 중요한 것은 대회에서의 주최국의 우수한 성적이 선행되어야 한다.

셋째는 국민들이 어떠한 대회인지에 대한 깊이 있는 인식과 이해, 무엇을 어떻게 준비하고 지원하여야 할까하는 사실인식, 대회에 대한 사전(ex ante) 및 사후(ex post)의 변화에 대한 경제·사회·환경적 효과에 대한 인지, 그리고 자국 팀과 타국 팀을 가리지 않는 열렬한 관심과 사랑 어린 열띤 응원이 선행되어야 한다.

여기서 제주도를 포함한 2002 FIFA 한·일 월드컵 축구대회를 위한 경기장건설의 현황에 의한 예상효과를 분석해 보면, 아래와 같이 두 가지로 요약할 수 있겠다.

첫째, 10개 월드컵 경기장 총 건설비는 국고보조 2,714억원, 기금보조 2,103억원, 광역단체보조 1,879억원, 자체예산 12,025억원, 민자 782억원 등 총 19,503억원이 투입되었기 때문에 각 지방자치단체에게는 엄청난 규모의 재정부담이 될 것이며, 총 시설규모는 부지면적 4,101,864㎡, 연면적 1,139,717㎡, 좌석수 489,994석 등으로서 각 부문의 규모가 세계적인 수준으로 건설되었기 때문에 사후의 관리·운영비 문제가 제기되고 있다.

예를 들면, 10개 월드컵 경기장 관련시설은 건설비 투자와 시설규모 현황에 의한 포스트월드컵을 생각할 때, 기채 390억원, 재산매각, 가용재원, 경상비절감 등으로 조성된 제주도 서귀포시로서도 상당한 부담이 될 것이며, 다른 재정이 열악한 많은 지방자치단체에게는 엄청난 규모의 재정부담과 관리·운영비 문제 등의 부(負)의 효과가 예상되고 있다.

둘째, 10개 월드컵 경기장 관련시설은 진입용이성, 도시환경정비 등 주변환경변화를 위한 사회간접시설(SOC) 투자비가 3,879억원이 투입되었다. 즉, 직·간접적인 사회간접시설 투자는 포스트월드컵(Post-Worldcup)을 생각할 때, 주변환경변화를 위한 환경친화적 건설공법으로 환경이 정리되어 중앙정부와 지방정부의 협조시설 투자와 유치 계획에 대한 국민들의 인식전환을 바꾸는 계기로 정(正)의 효과가 기대되고 있다.

예를 들면, 주변환경변화의 대표적인 투자로서 서울 상암경기장 주변은 1천만 서울시민의 스포레기장이었으나, 경기장건설과 조화를 맞춘 4계절 텐트야영공원, 하늘공원 및 생태공원, 첨단 IT산업단지, 영상·주거환경단지로 탈바꿈하였다.

그러나 현실적으로 볼 때, 각 10개의 월드컵경기장 관련시설은 임대사업이나, 이벤트사업과 프로구단 연계전략 등에서 최초의 계획과는 다른 방향으로 흐르기 때문에 주민부담과 국가적 손실은 대단히 클 것으로 예상하고 있다. 반면, 월드컵 관련시설은 전국구도의 시설로서 국토균형발전과 지역경쟁력제고 등의 국가적이고 지역적인 환경변화를 줄 것이고, 특화전략에 의해서 스포츠공간현대화, 스포츠산업경쟁력강화, 시민의식함양 등에도 기여할 수 있을 것이다.



2. 서귀포 월드컵경기장 마케팅전략 분석을 위한 환경분석

2002 FIFA 한·일 월드컵 축구대회는 부의 효과 등 부정적인 이면과 함께, 정의 효과 등 긍정적인 측면도 나타나고 있다. 특히 국제자유도시를 지향하고 있는 제주도 서귀포 경기장은 한중일 삼국이 경기를 선호하면서 그 타당성을 사전에 점검하는 계기로도 좋은 결과를 얻었다. 그러나 무엇보다도 포스트월드컵 상황에서 볼 때, 중요한 사항으로서 온 국민들이 축구를 통해서 역사 이래 최대의 대동단결과 질서정연한 응원, 아시아로서는 최초로 4강 진입은 우리나라의 국가이미지 제고에 엄청난 효과로서 비계량화된 수익(revenue)과 편익(benefit) 등으로 측정한다면 총 2조 3,882억 원의 투자비를 모두 상쇄하고 남았다고 할 수 있겠다.

즉, 비계량화된 수익(revenue)과 편익(benefit) 등의 국가이미지 제고효과는 우리나라 국민 소득(GDP) 2001년 기준 4,570억불 대비 3%만 해도 137.1억불에 이르고 있다. 그러나 비계량화된 수익과 편익은 현실적으로 들어오는 것이 아니라 우리의 노력에 의해서 손쉽게 얻을 수 있는 이익분이라는 점을 간과해서는 안 될 것이다. 따라서 부정적인 이면과 긍정적인 측면이 함께 도출되고 있기 때문에 이에 대한 준비를 철저히 하여 임대사업과 이벤트 사업에 대한 마케팅전략이 필요하다.

〈그림 1〉 서귀포 월드컵경기장 경영환경분석

<p>기회요소(Opportunity factor)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국민소득증가로 인한 생활환경변화 · 여가수요의 증가로 스포츠수요증가 · 스포츠수요의 다종다양화 시대 · 스포츠· 문화· 관광연계 상품화 · 세계적 스포츠수요의 국제화추세 	<p>위협요소(Threat factor)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국민소득 격차로 스포츠수요 이질화 · 경기장시설의 마케팅전략의 부재 · 스포츠마케팅의 국민관심 미성숙단계 · 스포츠시설서비스 소비시장 불투명 · 스포츠투자수요의 미래전망 불투명
<p>서귀포경기장 경영환경분석</p>	
<p>강점요소(Strength factor)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 서귀포월드컵 경기장시설은 최신식 및 세계 최고수준과 환경자연관광여건 활용가능 · 잠재적 소비자와 예상 소비자 등의 내재와 중· 일· 러 등 국제인지도 활용가능 · 외국관광객을 스포츠관광 소비자로 한· 중· 일· 러 등 국제이벤트장소로 유인가능 	<p>약점요소(Weakness factor)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 경기장시설 재정투자가 규모의 비경제성과 시설폐쇄성 상존 · 민간자본 투자유인성의 불확실성 · 경기장시설 사업관리운영 및 이벤트행사 등의 노하우가 절대부족 · 투자자금조달 유인의 불투명 · 소비자들의 유인성효과가 불투명

여기서는 이와 같은 문제점들을 종합적으로 고려하여 서울, 부산, 대구 등의 마케팅 전략에



의한 수치분석과 고용분석을 하여야 할 것이다. 따라서 마케팅 전략을 짜기에 앞서 경기장에 대한 임대사업과 이벤트를 위한 과학적인 SWOT 분석이 필요하다. 즉, 과학적인 SWOT분석방법은 매트릭스(matrix) 분석기법을 통해 해당 경기장시설의 주변환경을 정확히 평가하여 임대사업과 이벤트사업의 성공적인 전략을 수립하기 위한 경영환경 분석기법으로 사회과학적 게임이론 요소를 철저히 고려하여 현실 응용가능한 경영지표를 만들어 사업전략을 수립하는 경영전략 대안이다.

결국 위와 같이 2002 FIFA 한·일 월드컵 축구대회를 위한 서귀포 월드컵경기장 관련시설의 마케팅 전략은 제주도와 국가적으로 볼 때, 경영전망이 불투명하며 정의 효과와 부의 효과 등이 함께 상존하고 있다. 특히, 내륙지역과 비교할 때 제주도의 경기장 마케팅전략은 전략과 운용에 의해서 빈익빈이나, 부익부 현상으로 완전히 이원화 될 것으로 예상되어 이에 대한 전문가의 타당성 분석이 선행되어야 할 것이다.

3. 서귀포 월드컵경기장의 최적 마케팅경영전략

서귀포 월드컵경기장에 대한 임대사업과 이벤트사업을 위한 과학적인 SWOT 분석하에서 최적의 마케팅 경영전략으로 사전적인 경기장 마케팅전략을 철저히 수립하여야 한다. 즉 서귀포 월드컵경기장의 임대사업은 국제자유도시로서의 환경분석과 함께, 공공성이벤트와 수익성이벤트 이외에 관련시설의 최적의 수익사업전략은 지역적 특성과 위에서 분석한 SWOT 분석에 의해서 각종 수익사업과 각종 임대사업의 대안도출과 실행에 의한 수익극대화 전략을 구축하여야 할 것이다.

우선, 서귀포 월드컵경기장의 주변환경과 환경특성을 부각시켜서 마케팅전략으로서의 수익극대화전략은 아래와 같이 공통적 및 차별적 경영활용전략을 고려할 수 있을 것이다.

〈표 1〉 제주 월드컵 경기장 관련시설의 수익극대화를 위한 경영활용 전략

종 류	공통활용대안 I	공통적 활용대안 II	차별특화전략대안
축구 전용 경기장	프로축구단 창설 또는 유치, 휘트니스센터, 로지시설, 테마식당	상업시설(레저스포츠용품점, 내국인 면세점 및 대형할인점, 쇼핑아울렛, 유스호스텔, 각종 테마형 한식, 일식, 중식, 서양식 등의 전통·고유 식당가, 각종 다도 차실 및 다도회 교육실, 사우나실, 락카페, 노래방, 카페테리아, 수족관 등 해양교육관) 문화시설(관광·레저 복합센터, 신혼부부의 교양강좌관 및 휴게실, 대형 영상관, 야외공연장, 국제해양 월드컵 전시실) 체육시설(오토캠핑장, 골프연습장 및 골프클리닉, 종합스포츠허브센터, 풀, 사우나, 보트놀이장, 국내·외 축구, 하키 등 스포츠관계 전지훈련장)	관광특구인프라 국제휴양메카인프라 국제자유도시인프라

단) 스포츠이벤트는 음악, 공연, 쇼, 전시회, 바자회 등이며, 휘트니스센터는 헬스, 에어로빅 등 로지(loges)시설은 경기가 있는 경우에는 경기관람과 접대도 가능한 다목적 사무공간

다음으로, 아래와 같이 다양한 공공성과 수익성 등의 이벤트전략에 의해서 이벤트 유치대안을 고려할 수 있다.

〈표 2〉 제주 서귀포 월드컵경기장의 스포츠이벤트 유치유형 전략도

종 류	이벤트 내용	제주
스포츠이벤트(Sports Event)	각 국내·외 스포츠경기 및 클럽경기, 지역스포츠행사	♠
판매이벤트(Sale Event)	스포츠 및 일반용품과 각종 상업성 전시 및 판매, 선전 및 홍보	♠
축제이벤트(Festival Event)	각종 중앙정부 및 지방정부, 클럽, 시민단체 축제 및 행사	♠
교육이벤트(Training Event)	각종 단체 사회단체, 교육단체, 학생 등의 연수, 훈련, 교육	♠
강연이벤트(Instruction Event)	각종 중앙정부 및 지방정부, 회사 등 단체 강연, 강의집회	♡
모험이벤트(Trick Event)	모험이벤트, 스릴이벤트, 창협이벤트, 레포츠성이벤트	♠
지역이벤트(Neighborhood Event)	각종 클럽, 가족, 지역, 주민 친선행사 및 체육대회	♠
관광이벤트(Tour Event)	국내외 관광객을 경기장과 연계하여 관광코스화, 캠핑이벤트	♠
문화이벤트(Culture Event)	국내외 문화강좌, 교양강좌, 수양강좌, 요리강좌	♡
쇼이벤트(Show Event)	국내·외 창, 가수, 팝, 오케스트라이벤트, 각종 미스터 미인대회	♠
종교이벤트(Religion Event)	국내외 각종 종교집회 및 행사유치	♡
정치이벤트(Policy Event)	국내외 정치단체, 노동단체, 정당집회 및 행사, 정치유세장	♡
자선이벤트(Beneficence Event)	국내외 NGO, NPO 행사 및 각종 대회장 유치	♡

단) ♠: 이벤트 가능성이 큼, ♠: 이벤트 가능성이 보통, ♡: 이벤트 가능성이 희박
이벤트 총계에서는 프로축구이벤트를 포함하였으며, 서울은 대형이벤트 위주로 산정함

4. 서귀포 월드컵경기장의 스포츠산업적 육성전략에 의한 수지분석

위와 같은 경기장에 대한 임대사업과 이벤트를 위한 과학적인 SWOT 분석과 스포츠이벤트 유치유형 전략도에 의해서 각 경기장별 유치할 수 있는 수익사업을 시설부문과 이벤트부문(공공 및 수익)으로 분류하여 시설부문의 경우 임대수입의 예측을 위하여 각 지자체에서 수립한 사후 활용을 위한 임대시설 유형 및 규모를 기준으로 산정하여야 할 것이다.

특히, 서귀포 월드컵경기장 관련시설의 마케팅전략은 아래와 같은 특성을 고려하여 지역적 특색을 고려하고 중장기 발전적인 스포츠산업의 육성차원에서 전략적으로 유치하여야 할 것이다.

첫째, 2002년 한·일 월드컵축구 경기장 건설특징인 서귀포 지역의 월드컵축구 관련시설의 국제자유도시환경조건과 환경친화적 최첨단공법과 스포츠산업, 제주 전 지역의 스포츠 및 레포츠타운 등의 시설을 이용한 신기술소재 개발을 이용하는 전략이 필요하다.

둘째, 세계최고수준의 빅 스포츠이벤트를 현실화한 『열린스포츠공간』으로서 세계 속의 한국이며, 제주도의 문화관광역사 전통 등의 이미지제고를 스포츠산업 발전전략으로 이용하는 전략이 필요하다.

셋째, 서귀포 지역의 월드컵축구 관련시설은 각 지역의 지리환경적 로고를 형상화한 『스포츠



환상공간』속에서 “스포츠공간”, “상업공간”, “인지공간”, “관광공간” 등 4박자의 복합기능의 성격 등을 이용하는 전략이 필요하다.

넷째, 서귀포 월드컵 관련시설은 사적재와 공공재적 성격의 혼합재, 가치제적 특성을 조화할 수 있는 사회후생을 최대화 활용하는 전략이 필요하다.

다섯째, 서귀포 월드컵 관련시설은 축구전용경기장이므로 각각의 경기장 특색과 지역환경여건을 감안하여 활용하는 전략이 필요하다.

여섯째, 최선의 대안(alternatives of first best)으로 경영전략수립을 위한 재정부담보전을 위한 공공성이벤트 등의 이익극대화활용대안과 시설이용활성화로 스포츠산업의 세계적인 메카로서 사회후생을 최대화시킬 수 있는 공공성이벤트 등의 공공성 극대화를 도모할 수 있는 동시적 활용공간으로 준비하는 전략이 필요하다.

여기서 위와 같은 서귀포 월드컵 경기장 관련시설을 이용하여 제주도의 당면과제인 경기장의 활성화와 스포츠산업 발전이 가능한 전략으로써 예상되는 수치분석의 기준점을 분석해 보면, 아래와 같다.

〈표 3〉 월드컵 경기장별 등급 기준표 및 이벤트수 산정 (기준: 2000년)

등급	적용경기장	적용지역	적용경기장 특징	이벤트 수
A+	잠실경기장	서울	· 경기와 기타 행사 유치도 골고루 잘 되고 있음	176회
A	효창경기장	인천, 수원	· 축구장의 기능인 주요경기, 연습경기, 기타행사	178회
B	목동경기장	부산, 대전 울산, 제주	· 지역 및 연습경기장으로 활용, 주요경기개최	279회
C	동대문경기장	전주, 대구, 광주	· 주요경기, 문화행사보다 지역체육, 연습경기장화	293회

단) 각 경기장 이벤트는 연습경기를 포함

여기서 제주 서귀포 월드컵 경기장의 수치분석을 위한 수익시설 연간 임대수입 이자 추정표를 추정해 보면, 아래와 같다.

〈표 4〉 수익시설 연간 임대수입 이자추정표 기준참조(기준년도: 2002)

수익시설 아이템	국세청고시 이자율	법정임대보증금 이자율	현실 이자율	사채 이자율	본 용역의 이자율기준 지출 및 수익상승률 적용치
상업시설	11%	5.85%	20%	66%	5.85%~66%→지출 10%, 수익20%
문화시설	11%	5.85%	20%	66%	5.85%~66%→지출 10%, 수익20%
스포츠 시설	11%	5.85%	20%	66%	5.85%~66%→지출 10%, 수익20%
평 균	11.00%	5.85%	20%	66%	5.85%~66%→지출 10%, 수익20%

여기서 제주 서귀포 월드컵 관련시설을 통합 스포츠산업적 마케팅 경영전략에 의한 각 경기

장별 수치분석을 임대사업과 각종 이벤트사업을 100%가동과 50%가동기준으로 분석해 보면, 아래와 같다.

〈표 5〉 경기장별 수치 추정분석(기준: 2003년, 100% 가동기준)

(단위: 명, 백만원)

구장	수 입			유지관리 총지출			순수익	고용자수				고용 총계
								수익시설		이벤트		
	임대	이벤트	소계	시설 관리	청소 용역	소계		정규직	일용직	정규직	일용직	
제주	4,119	3,552	7,672	2,886	44	2,931	4,740	348	6,228	3,335	12,710	22,621

〈표 6〉 경기장별 수치 추정분석(기준: 2003년, 50% 가동기준)

(단위: 명, 백만원)

구장	수 입			유지관리 총지출			순수익	고용자수				고용 총계
								수익시설		이벤트		
	임대	이벤트	소계	시설 관리	청소 용역	소계		정규직	일용직	정규직	일용직	
제주	2,059	1,776	3,836	1,443	22	1,465	2,370	174	3,114	1,668	6,355	11,311

5. 서귀포 월드컵경기장의 연고구단운영전략에 의한 수치분석

새로 건설된 월드컵경기장은 2002 FIFA 한·일 월드컵 축구대회를 위한 시설이기 때문에 무엇보다도 연고 프로구장화 전략이 주된 수단이며, 수익시설의 설치나 이벤트 장소로서의 활용은 어디까지나 월드컵 경기장의 활용도를 높이기 위한 보조적 수단에 지나지 않는 것이다. 10개의 경기장 중 7개의 경기장은 축구전용경기장으로 건설되었기 때문에 월드컵 경기장의 활용은 축구장으로서의 활용 정도에 의해서 임대시설사업과 이벤트사업의 성패가 달려 있다고 해도 과언이 아니다.

여기서 국가적인 안목과 스포츠 산업적인 측면으로 비교하여 제주도 서귀포 월드컵경기장과 기타 경기장의 프로구단 창단화 경영전략을 분석해 보면, 아래와 같다.



〈표 7〉 각 경기장의 프로구단 창단화 경영전략

경기장	연고프로팀	용도	연 계 운 영 구 상
서울 월드컵 경기장	[신규 창단]	전용	<ul style="list-style-type: none"> · 서울연고 프로팀 창단 및 홈경기장화 추진 · 최대 주주 기업 : 대구, 광주, 서귀포 프로팀 연계 출자 유도 - 서울 : 최대 수혜지역으로서 투자 이점과 형평성 고려 - 대구 · 광주 · 서귀포 : 대기업 부채를 공격적기업과 시민구단으로 유도 · 최대 시장을 고려 2개 구단 창단을 장기적으로 검토 - 1구단) 현재 추진중인 국민은행 - 2구단) 시민구단 창단유도(국민체육진흥공단과 시민의 컨소시엄)
대구 종합 경기장	[신규 창단]	전용	<ul style="list-style-type: none"> · 대구연고 프로팀 창단 및 홈경기장화 추진 - 시민구단 창단 · 임대시설과 주변 스포츠문화위락단지 조성으로 테마형 공원인프라 · 임대시설과 대구지역 섬유산업과 연계하여 국제섬유패션인프라구축 · 대구광역시 주도의 부대시설 관리 · 운영으로 첨단산업물류공간인프라
인천 문학 경기장	[신규 창단]	전용	<ul style="list-style-type: none"> · 인천연고 프로팀 창단 또는 연고지 재배치 추진 - 수도권 소재 부천 SK, 성남 일화, 안양 LG 대상으로 연고지 재배치 · 홈경기장화를 위해 필수시설 이용 인센티브제도 등 지원책 마련 · 임대시설 임대권 및 광고권의 연고 구단 우선권 부여 등 지원책 마련 · 임대시설 위탁기업에 대하여 임대기간 장기 보장
광주 월드컵 경기장	[신규 창단]	전용	<ul style="list-style-type: none"> · 최대 수혜구단인 서울연고 창단기업의 출자 유도 - 광주연고 프로팀 창단 및 홈경기장화 추진 - 경기장을 활용한 競犬사업화추진 · 경기장의 기반을 문화예술관광인프라로 활용 · 경기장을 활용한 생태환경도시인프라 구축 · 수익성과 공공성 조화로 경기장 활성화 유도
서귀포 월드컵 경기장	[신규 창단]	전용	<ul style="list-style-type: none"> · 최대 수혜구단인 서울연고 창단기업의 출자 유도 · 제주연고 프로팀 창단 및 홈경기장화 추진 - 1안) 시민구단 창단유도(한국마사회와 시민의 컨소시엄) - 2안) 국내외 대기업 창단유도 · 최대 수혜구단인 서울연고 창단기업의 출자 유도 · 경기장 기반시설과 연계하여 국제휴양메카인프라 · 경기장 시설과 연계 관광특구인프라 구축 · 경기장 시설과 연계 국제자유도시인프라 · 대규모 이벤트 개최 및 캐릭터사업 유치 등 활용방안 검토 · 국내 · 외 프로팀 전지훈련 캠프 유치 등 입지특성 적극 활용 · 제주도 산업발전의 전진기지로써의 심벌화와 브랜드화 전략
공통적 사항			<ul style="list-style-type: none"> · 프로구단에 대한 완전 세제감면에 의한 스포츠투자확대 · 시민구단의 시민 투자분은 세금감면으로 시민들의 참여

위 표에서와 같이 제주도 서귀포 월드컵경기장과 각 경기장의 프로구단화 경영전략이 가능할 경우 아래와 같은 기대효과가 예상된다.

첫째, 2002 FIFA 한 · 일 월드컵 축구대회에 대한 범국민적 열기를 지속시킬 수 있으며, 프로 축구팀을 중심으로 축구를 육성하고 월드컵 경기장을 연고 프로팀과 연계하여 효율적으로 활용이 가능하며, 서귀포 월드컵경기장과 지방자치단체의 최대 현안 과제인 경기장 활용대안도 파급효과가 극대화될 수 있을 것이다.



둘째, 서귀포 월드컵경기장의 신설 프로구단 창단은 2002 FIFA 한·일 월드컵 축구대회 기본 취지인 각 월드컵경기장과 프로구단의 연계·운영전략으로 볼 때도 안정적인 구단운영의 틀을 설정할 수 있으며, 제주연고의 프로구단을 중심으로 한 서귀포 월드컵경기장의 로고화와 상표화 그리고 국가적인 과제인 축구구조의 하부구조를 강화하는 효과가 기대되고 있다.

셋째, 제주도 서귀포 월드컵경기장의 제주연고 프로팀 창단 및 홈경기장화 추진의 1안으로 시민구단 창단유도(한국마사회와 시민의 컨소시엄)와 2안으로 국내외 대기업 창단유도에 의한 신설 프로구단 창단이 가능하다면, 하드웨어 구축이 가능하여 그라운드 스페이스 활성화가 가능하고, 각종 이벤트사업 등 소프트웨어로서의 임대사업이 활성화되어 궁극적으로 제주도 지역의 스포츠산업의 발전적 메카 역할에 기여하는 효과가 기대되고 있다.

위와 같은 제주도 서귀포 월드컵경기장의 신설 프로구단 창단의 경영전략에 의한 예상수지와 고용효과는 아래와 같이 예측할 수 있다.

〈표 8〉 연계·운영할 경우 각 경기장별 예상수지 (단위: 백만원)

경기장	지자체	예상수입			계
		입장수입	광고수입	임대수입	
서귀포월드컵경기장	서귀포시	475	9	2,700	3,184

〈표 9〉 연계·운영할 경우 연고구단 예상수지 (단위: 백만원)

경기장	구단	예상수입								
		2003년			2004년			2005년		
		수입	지출	수익	수입	지출	수익	수입	지출	수익
서귀포월드컵경기장	신설구단	3,371	6,670	Δ3,299	3,545	6,937	Δ3,392	3,829	7,214	Δ3,385

〈표 10〉 프로구단별 고용예측 (단위: 명)

경기장	구단	용도	고용예측		
			2003년	2004년	2005년
서귀포월드컵경기장	신설구단	전용	34	37	40

6. 결론 및 정책제언


우리나라는 2002 한·일 FIFA 월드컵 축구대회 공동 개최를 성공적으로 완수함으로써 한국의 위상과 국가 이미지효과를 세계만방에 드러내 보이는 효과를 얻었다. 또한 국민의 응집력과 결집력 등을 통하여 우리나라 역사이래 최대의 국민 대화합으로 성공적인 대회를 마쳤다.



그러나 월드컵의 주최에 의한 각종 부정적인 효과도 나타나고 있는 것이 사실이다. 즉, 천문학적 규모의 월드컵 관련시설 건설에 따른 재정부담문제와 유지관리문제 등이 제기되고 있다. 따라서 월드컵 관련시설의 사후활용방안은 스포츠시설서비스업으로서의 과학적인 주변환경분석을 기초로 하여 프로구단의 연계화 전략과 함께, 각종 이벤트전략과 임대사업 및 직영사업 등의 전략을 수립하여 전략적으로 운영하여야 할 것이다.

예를 들면, 서귀포월드컵경기장의 경우에 프로구단의 연계화 전략에 의해서 임대사업 및 직영사업은 고정적 수입이 가능하여 다른 경영전략을 보일 것이며, 각종 이벤트사업은 전략과 마케팅기법에 의해서 결과에 큰 차이를 보일 것이다. 특히, 제주도 서귀포 월드컵경기장의 각종 이벤트사업은 공공성이벤트와 수익성이벤트를 조화시키면서 재정부담 완화차원에서 경영전략을 현실감 있게 사전적이고, 사후적으로 예측하고 분석하여 과학적인 경영전략을 필요로 한다.

이와 같은 경영전략은 서귀포 월드컵경기장이 갖는 제주국제자유도시 환경여건과 경제적·비경제적인 환경상황과 경제·사회적 종합환경상황, 세계적인 스포츠환경과 스포츠산업환경 등을 종합적이고, 효과적으로 반영하여 국내·외의 잠재적 시설이용자를 최대한 유인하는 유인책(incentive policy)의 마케팅전략을 전략적으로 수립하고 시행하는 지혜가 필요하다. 즉, 서귀포 월드컵경기장은 21세기 국제자유도시 환경의 심벌이며, 브랜드화로의 전략화가 필요하다.

궁극적으로 제주 지역주민들과 국내·외 시민들의 고급화, 다양화된 소비자주권시대이며, 스포츠패션문화시대에 부응한 다종다양한 프로구단화 전략, 각종 임대사업과 이벤트전략 등의 새로운 프로그램개발의 유인마케팅전략이 가능하다면, 서귀포 월드컵경기장은 사후활용의 효율화, 시설운영의 대중화, 시설관리의 선진화, 이벤트의 상용화 등에 의한 스포츠산업의 메카로서, 제주의 브랜드로서 “주민·국민의 스포츠복지인프라구축”의 기본축이며, 이정표로서 멋진 지역적이고 전국적이며, 아시아적 그리고 세계적인 글로벌놀이하마당이 될 수 있을 것이다. 

참고문헌

- 인천발전연구원(2000), “인천문학경기장 시설활용방안 연구”, 인천발전연구원.
 2002년 월드컵축구대회조직위원회(2001), 수익시설유치안내.
 주노중 외(2000), “스포츠산업의 발전전망과 고용효과(II)”, 체육과학연구원.
 주노중 외(2001), “월드컵경기장의 수익적 활용 및 관리방안”, 체육과학연구원(부산광역시 아시아체육대회 경기장의 수익시설활용 연구용역).
 주노중(2001), “월드컵경기장 사후활용방안”, 스포츠과학, 제 77호, 체육과학연구원.
 (2001), “주변환경 개선효과에다 수익까지 챙긴다”, 국민체육 21, 국민체육진흥공단.
 (2001), “공익과 수익 조화된 경기장 관리방안 제시”, 국민체육 21, 국민체육진흥공단.
 (2001), “스포츠 인프라 어디로 가야 하나”(월드컵경기장 국내외 비교), 문화도시·문화복지 114호, 한국문화정책개발원.
 (2002), “월드컵경기장 효율적 경영의 컨설팅전략” 대구경북포럼 2002년 1·2월호 (통권 제 34호), 대구경북개발연구원.
 (2002), “월드컵경기장 효율적 활용 및 관리전략” 국토 2002년 6월호, 국토개발연구원.
 (2002), “월드컵관련시설의 효율적 경영전략” 지방행정 2002년 8월호, 대한지방행정공제회.
 관계기관합동(2002), “포스트월드컵 종합대책”, 관계기관 합동.
 문화관광부의 4기관(2002), “포스트월드컵 종합대책 보고회”, 문화관광부의 4기관.
 행정자치부(2002), “월드컵 경기장 활용 제고를 위한 개최도시 합동 워크샵 개최자료”, 행정자치부.