

25-08 2025.09.24

현안과 과제

■ 프로야구 소비지출 효과 1.1조 원

목 차

■ 프로야구 소비지출 효과 1.1조 원

Executive Summary	i
1. 개요	1
2. 경제적 파급 효과 추정을 위한 가정 및 방법	2
3. 경제적 파급 효과 추정 결과	4
4. 시사점	10
< 참고 > 2024년 프로스포츠 관람객 성향조사	12

□ 비상업 목적으로 본 보고서에 있는 내용을 인용 또는 전재할 경우 내용의 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있으며, 보고서 내용에 대한 문의는 아래와 같이 하여 주시기 바랍니다.

□ 경 제 연 구 실 : 신 지 영 연 구 위 원 (2072-6240, jyshin@hri.co.kr)
노 시 연 연 구 위 원 (2072-6248, syroh@hri.co.kr)

Executive Summary

□ 프로야구 소비지출 효과 1.1조 원

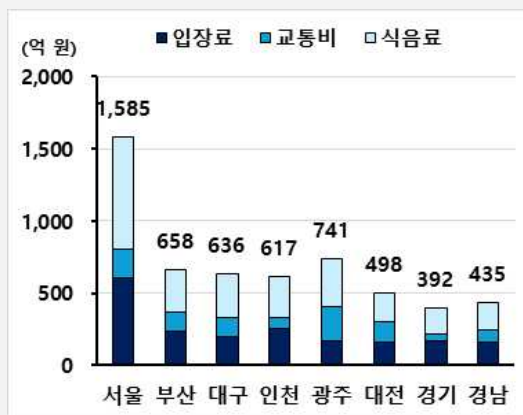
■ 개 요

최근 프로야구 흥행이 가속화되면서 관련 소비가 지역경제를 중심으로 국내 경기 활력을 높이는 동력이 될 것으로 기대되고 있다. 1982년 출범 이후 꾸준히 성장한 프로야구는 현재 10개 구단 체제로 정착하였다. 최근에는 역대 최다 관중 기록을 세우는 등 흥행 열기가 고조되면서, 구단 연고지를 중심으로 경제 활성화에 미치는 영향이 확대될 것으로 기대되고 있다. 이에 프로야구 관련 소비의 경제적 효과를 추정한 후 시사점을 도출하고자 한다.

■ 경제적 파급 효과 추정을 위한 가정 및 방법

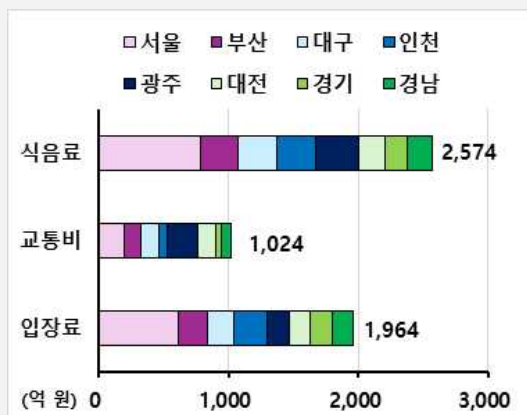
(주요 가정) 구단별 관중 수와 경기 관람 시 지출 금액 자료를 활용하여 지역 및 품목별 프로야구 관련 소비지출 규모를 추정하였다. 먼저, 분석 대상 관중 수는 2024년 연간 구단별 관중 수를 지역별로 환산하여 전국 총 8개 지역 약 1,089만 명으로 가정하였다. 프로야구 관련 소비지출액의 경우 구단별 당일 경기 기준 1인 지출 금액과 관중 수를 고려하였으며, 서울(1,585억 원), 광주(741억 원), 부산(658억 원) 등의 순으로 전국 단위 합산 시 약 5,563억 원으로 추정되었다. 소비지출의 구성으로는 본 보고서의 분석 목적이 프로야구 관람의 여가 활동적 소비에 초점을 맞추에 따라 경기장 방문과 직접적으로 연관된 입장료(1,964억 원), 식음료(2,574억 원), 교통비(1,024억 원)에 한정하였다.

< 지역별 소비지출액 및 비중 >



자료 : 현대경제연구원.

< 품목별 소비지출액 및 비중 >



자료 : 현대경제연구원.

(경제적 효과 추정 방법) 2020년 지역산업연관표 상의 산업연관효과 및 고용유발효과가 현재에도 유지된다는 가정하에 프로야구 관련 소비지출액의 경제적 파급 효과를 분석하였다. 구체적으로, 각 지역의 소비지출액이 유발하는 생산, 부가가치, 취업 효과를 지역내에서 추정하고, 타지역 효과까지 포함하여 전국에 유발하는 경제적 효과를 분석하였다. 연관 산업으로는 프로야구 관련 직접 소비지출이 주로 귀속되는 음식점 및 숙박서비스, 운송서비스, 예술, 스포츠 및 여가서비스 등 서비스업을 중심으로 추정하였다. 한편, 본 보고서는 2024년 단년도 분석을 시행함에 따라 성적·경기 수에 따른 절대적 관중 수 차이 가능성, 2020년 지역산업연관표 활용에 따른 지역·연고지 매핑 제약, 코로나 시기 산업구조 반영 등의 한계가 있음을 밝힌다.

■ 경제적 파급 효과 추정 결과

① 지역내 파급 효과

지역내 경제적 파급 효과가 가장 큰 지역은 서울, 경제 규모 대비 경제적 파급 효과가 가장 큰 지역은 광주, 소비지출액 대비 경제적 파급 효과가 가장 큰 지역은 경기 및 대구인 것으로 나타났다. 서울은 3개 구단이 속한 만큼 지역내 파급 효과가 가장 큰 것으로 나타났다. 부산은 단일 구단을 보유한 지역임에도 지역내 파급 효과가 비교적 큰 편인 것으로 분석되었다. 대구는 전 지역 중 소비지출액 대비 취업유발효과가 가장 컸으며, 인천은 소비지출액 대비 생산유발효과 및 부가가치유발효과가 가장 작은 것으로 나타났다. 광주는 단일 구단을 보유한 지역 중 지역내 파급 효과가 가장 큰 것으로 분석되었다. 대전의 지역내 파급 효과는 여타 지역과 비교하면 작은 규모지만, 대전의 경제 규모를 고려하면 비교적 큰 편인 것으로 나타났다. 경기는 소비지출액 대비 생산유발효과 및 부가가치유발효과가 가장 컸으나, 소비지출 규모가 작아 지역내 파급 효과는 가장 작은 것으로 나타났다. 경남은 소비지출액 대비 부가가치유발효과 및 취업유발효과는 비교적 큰 편이나, 소비지출 규모가 작아 지역내 파급 효과가 비교적 작은 편인 것으로 분석되었다.

② 전국 단위 파급 효과

프로야구 소비지출의 지역내 효과뿐 아니라 타지역으로의 파급 효과까지 포함할 경우, 전국적으로 약 1조 1,121억 원의 생산유발효과 등이 발생하는 것으로 추정된다. 지역내 경제효과를 전국 단위로 합산하면, 생산유발액 7,143억 원, 부가가치유발액 3,094억 원, 취업유발인원 7,254명인 것으로 나타났으며, 타지역 파급효과의 경우 생산유발액 3,978억 원, 부가가치유발액 1,559억 원, 취업유발인원 2,315명으로 추정되었다. 특히, 타지역 경제 효과가 지역내 효과의 약 절반에 달하는 수준이라는 점에서 그 규모 또한 상당한 크기인 것으로 판단된다.

< 프로야구의 경제적 파급 효과 >

지역		생산유발액 (억 원)	부가가치유발액 (억 원)	취업유발인원 (명)
지역내		7,143	3,094	7,254
	서울	2,112	893	1,632
	부산	839	365	945
	대구	800	342	1,014
	인천	747	320	741
	광주	920	400	1,053
	대전	605	280	697
	경기	549	239	508
	경남	571	254	664
타지역		3,978	1,559	2,315
전국		11,121	4,653	9,569

자료 : 현대경제연구원.

■ 시사점

프로야구는 지역경제 활성화 효과뿐만 아니라 전국적인 경제 활력 제고에 큰 영향을 미치는 만큼 이를 극대화할 수 있는 다양한 정책적 노력이 필요하다. 첫째, 프로야구는 직·간접적인 경제 활성화 효과가 상당한 만큼 이를 전략적으로 육성할 필요가 있다. 둘째, 프로야구 인기를 프로스포츠 전반으로 확산시켜 미국, 일본 등 선진 스포츠 시장이 자리 잡은 국가와 같이 경제의 새로운 동력으로 발전시켜야 한다. 셋째, 프로야구는 불황에도 꾸준히 선택되는 생활형 여가 활동으로, 문화정책 설계 시 이러한 특성을 참고해 국민이 쉽게 접근할 수 있는 여가 자산을 확대·육성할 필요가 있다.

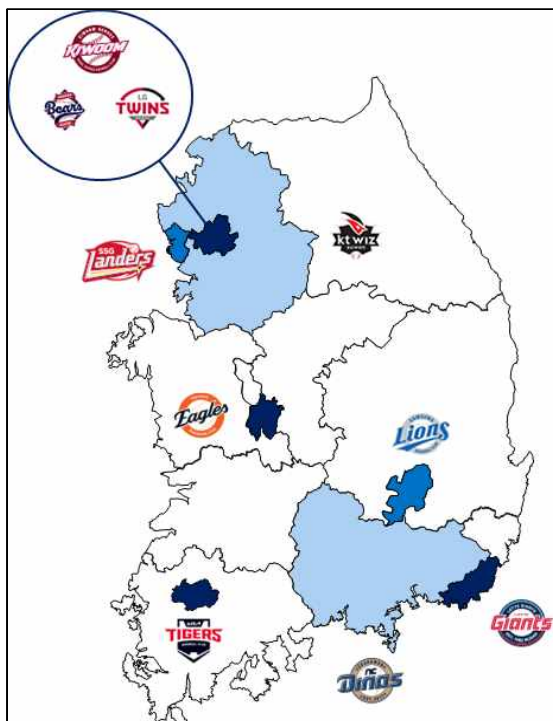
1. 개요

○ 최근 프로야구 흥행이 가속화되면서 관련 소비가 지역경제를 중심으로 국내 경기 활력을 높이는 동력이 될 것으로 기대되고 있음

- 1982년 출범 이후 꾸준히 성장한 프로야구는 현재 10개 구단 체제로 정착
 - KIA 타이거즈(광주), 삼성 라이온즈(대구), LG 트윈스(서울), 두산 베어스(서울), KT 위즈(수원), SSG 랜더스(인천), 롯데 자이언츠(부산), 한화 이글스(대전), NC 다이노스(창원), 키움 히어로즈(서울) 등 총 10개 구단이 참여
- 최근에는 역대 최대 관중 기록을 세우는 등 흥행 열기가 고조되면서, 구단 연고지를 중심으로 경제 활성화에 미치는 영향이 확대될 것으로 기대
 - 2024년 처음으로 1,000만 관중을 돌파한 프로야구는 올해에도 흥행세가 이어지며 최대 관중 기록(2025년 9월 21일 기준 1,168만 명)을 경신하는 중
 - 지역 밀착형 스포츠라는 프로야구의 특성상 연고지 중심의 경제 활성화로 이어질 가능성이 큼

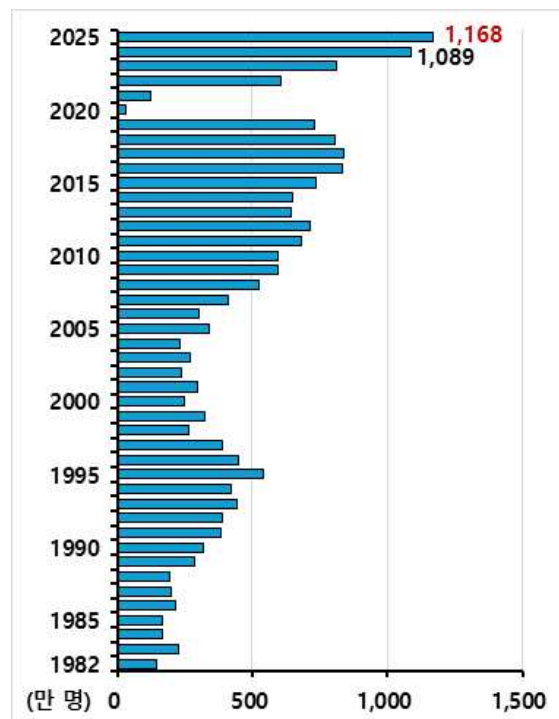
○ 이에 프로야구 관련 소비의 경제적 효과를 추정한 후 시사점을 도출하고자 함

< 프로야구 구단 >



자료 : 한국야구위원회, 현대경제연구원.

< 프로야구 관중 수 >



자료 : 한국야구위원회.

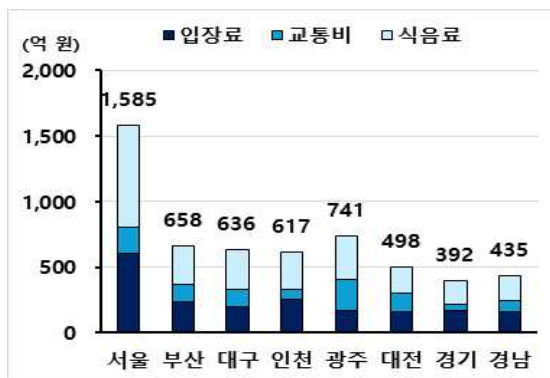
주 : 2025년은 9월 21일 기준.

2. 경제적 파급 효과 추정을 위한 가정 및 방법¹⁾

○ (주요 가정) 구단별 관중 수와 경기 관람 시 지출 금액 자료를 활용하여 지역 및 품목별 프로야구 관련 소비지출 규모를 추정

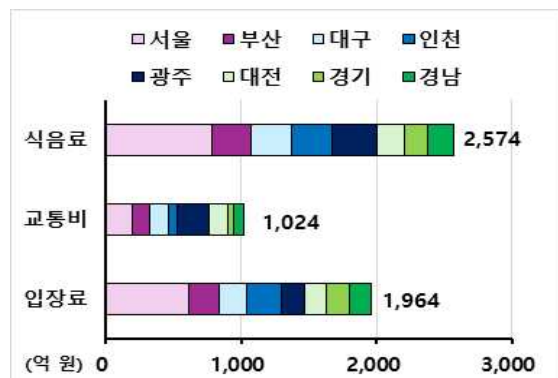
- 프로야구 관중 수 : 2024년 연간 구단별 관중 수를 지역별로 환산하면, 분석 대상 전국 프로야구 관중 수는 총 8개 지역 약 1,089만 명으로 산출
 - 지역별 관중 수는 서울 351만 명, 부산 123만 명, 대구 135만 명, 인천 114만 명, 광주 126만 명, 대전 80만 명, 경기 84만 명, 경남 75만 명임
- 프로야구 관련 소비지출액 : 구단별 당일 경기 기준 1인 지출 금액과 관중 수를 고려하여 각 지역의 연간 소비지출액을 산출²⁾
 - 구단별 관람객 연간 소비지출 금액 = 당일 경기 기준 1인 지출 금액 × 구단별 관중 수(예) LG 트윈스: 44,924원 × 140만 명 = 약 628억 원)
 - 상기 추정 결과를 지역별로 재구성하면 서울(1,585억 원), 광주(741억 원), 부산(658억 원) 등의 순이며, 이를 전국 단위로 합산하면 약 5,563억 원임
- 소비지출 구성 : 프로야구 관람객의 소비지출액은 입장료, 교통비, 식음료 등 경기장 방문과 직접적으로 연관된 품목으로 한정
 - 모든 지역에서 식음료 지출이 가장 컸으며, 전국 품목별 소비지출액은 식음료 2,574억 원, 입장료 1,964억 원, 교통비 1,024억 원으로 나타남

< 지역별 소비지출액 및 비중 >



자료 : 현대경제연구원.

< 품목별 소비지출액 및 비중 >



자료 : 현대경제연구원.

1) 2024년 단년도 분석으로 성적·경기 수에 따른 관중 수 차이가 반영되었을 수 있으며, 2020년 지역산업연관표 활용에 따른 연고지 매핑(경기-수원, 경남-창원) 제약, 코로나 시기 산업구조 반영의 한계가 존재함.
 2) 지출 금액은 한국프로스포츠협회의 '2024년 프로스포츠 관람객 성향조사' 결과를 활용함(p12. <참고>).

○ (경제적 효과 추정 방법) 2020년 지역산업연관표 상의 산업연관효과 및 고용 유발효과가 현재에도 유지된다는 가정하에 지역별 프로야구 관련 소비지출액의 경제적 파급 효과를 분석

- 지역산업연관표를 통해 각 지역의 프로야구 관련 소비지출액이 해당 지역과 전국에 유발하는 경제적 효과를 분석
 - 각 지역의 소비지출액이 유발하는 생산, 부가가치, 취업효과를 지역내에서 추정하고, 타지역 효과까지 포함된 전국 단위 분석을 추가적으로 수행

< 경제적 파급 효과 산출식 >

지역	$E_i^{c,t} = \sum_{k=k_1}^K m_{i,k}^{c,t} \cdot \text{EXP}_{i,k}, c \in \{\text{생산, 부가가치, 취업}\}, t \in \{\text{지역내, 타지역}\}$
전국	$E_{KR}^c = \sum_{i=i_1}^I \sum_t E_i^{c,t} = \sum_{i=i_1}^I \sum_{k=1}^K (m_{i,k}^{c,\text{지역내}} + m_{i,k}^{c,\text{타지역}}) \text{EXP}_{i,k}$

주 : $\text{EXP}_{i,k}$ 는 i 지역, k 산업의 소비지출액, $m_{i,k}^{c,\text{지역내}}, m_{i,k}^{c,\text{타지역}}$ 는 각 유발계수를 의미.

- 프로야구 관련 소비지출액은 산업연관표상의 서비스업 부문을 중심으로 경제적 파급 효과를 일으킨다고 가정
 - 프로야구 관련 소비지출을 입장료, 교통비, 식음료 등 직접 소비로 한정함에 따라 이들 지출이 주로 귀속되는 음식점 및 숙박서비스, 운송서비스, 예술, 스포츠 및 여가서비스 등 서비스업을 중심으로 경제적 효과를 추정
 - 한편, 간접 지출 항목까지 포함하여 서비스업 외 산업의 파급 효과도 함께 고려할 경우 경제 효과는 더 커질 수 있음(구체적 내용은 하단의 < BOX > 참조)

< BOX > 직접 소비 외 추가 지출 항목

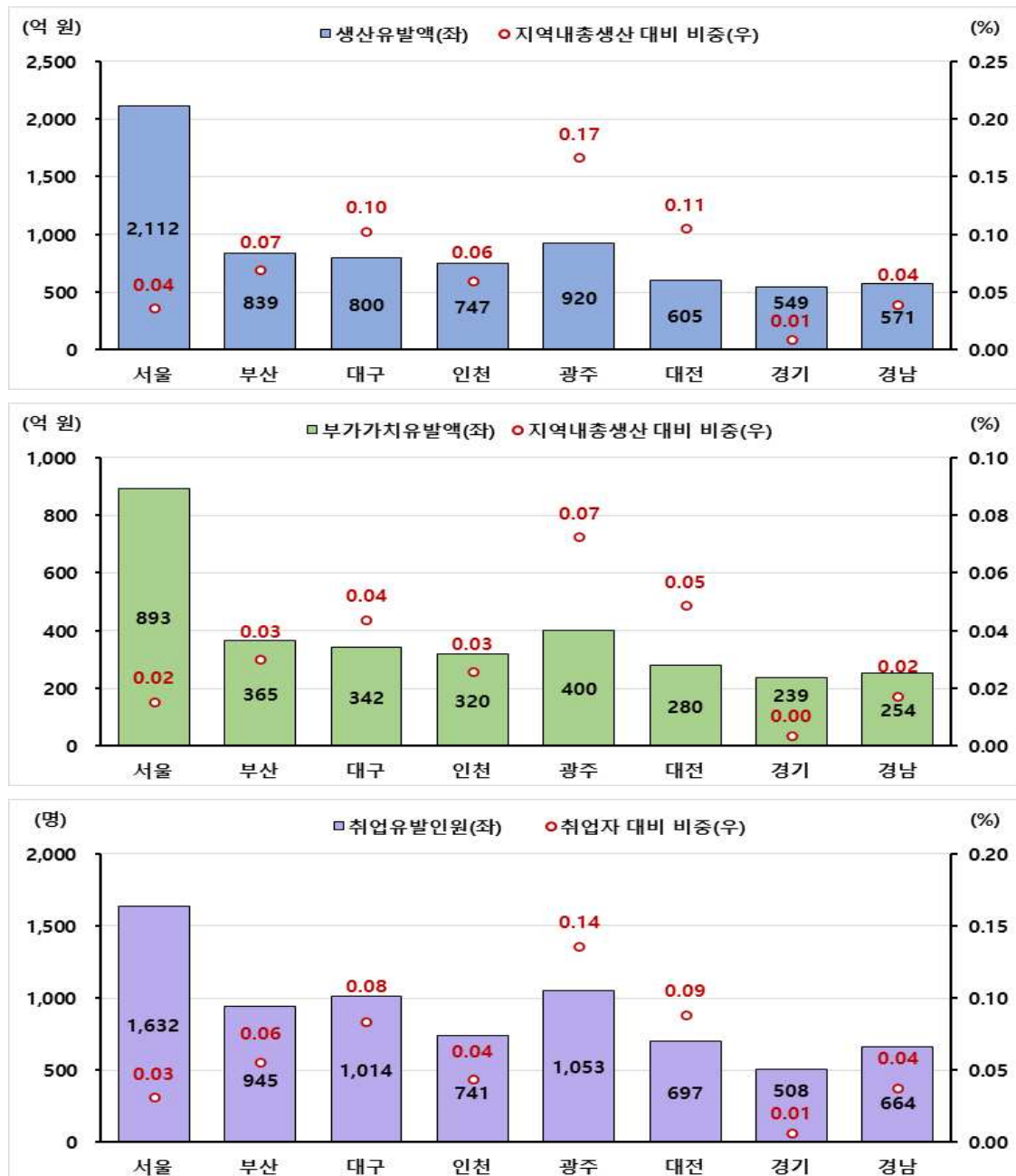
- 프로야구 관련 소비지출을 관람객의 직접 지출 외 산업 전반으로 확장할 경우 다음과 같은 추가적 지출이 고려될 수 있음
 - (MD 구입비): '2024년 프로스포츠 관람객 성향조사'에 따르면 프로야구 관람객은 MD 구입(유니폼, 응원봉 등)에 1인당 15.7만 원(1시즌 기준)을 지출
 - (구단 운영비): 장비·용품 구입, 시설 관리비, 원정비 등
 - (기타): 중계권료, 광고·스폰서십 등

3. 경제적 파급 효과 추정 결과

① 지역내 파급 효과

- (종합) 지역내 경제적 파급 효과가 가장 큰 지역은 서울, 경제 규모 대비 경제적 파급 효과가 가장 큰 지역은 광주, 소비지출액 대비 경제적 파급 효과가 가장 큰 지역은 경기 및 대구인 것으로 나타남

< 프로야구의 지역내 경제적 파급 효과 >



자료 : 현대경제연구원.

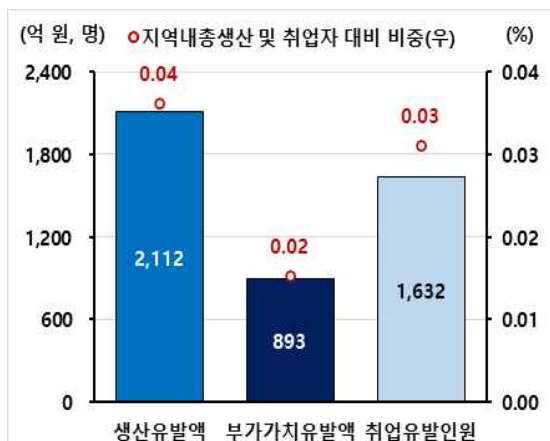
○ (서울) 3개 구단이 속한 서울의 지역내 파급 효과가 가장 큰 것으로 나타남

- 서울의 연간 프로야구 관련 소비지출액은 약 1,585억 원으로 이를 통해 서울 내 다음과 같은 경제적 효과가 발생할 것으로 추정
 - 서울 내 생산유발액은 서울 지역내총생산의 0.04% 수준인 약 2,112억 원으로 3개 구단이 속한 만큼 전 지역 중 가장 큰 규모
 - 부가가치유발액도 전 지역 중 가장 큰 규모로 서울 지역내총생산의 0.02%인 약 893억 원인 것으로 나타남
 - 취업유발인원은 서울 취업자의 0.03% 수준인 약 1,632명으로 전 지역 중 가장 큰 규모지만, 소비지출액 대비 취업유발효과는 가장 작음

○ (부산) 부산은 단일 구단을 보유한 지역임에도 지역내 파급 효과가 비교적 큰 편인 것으로 분석됨

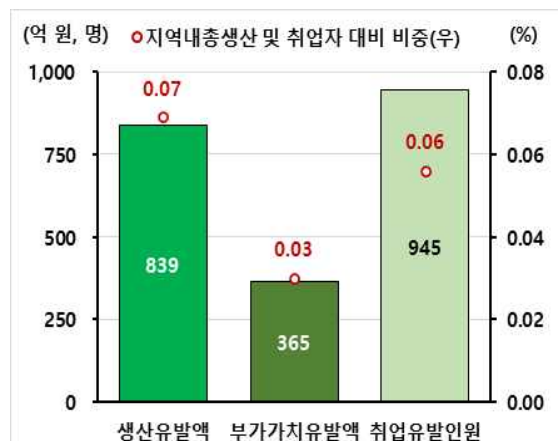
- 부산의 프로야구 관련 연간 소비지출은 약 658억 원 규모로 이를 통해 부산 내 다음과 같은 경제적 효과가 발생할 것으로 추정됨
 - 부산 내 생산유발액은 부산 지역내총생산의 0.07%인 약 839억 원, 부가가치유발액은 부산 지역내총생산의 0.03%인 약 365억 원으로 단일 구단이 창출하는 것임을 감안하면 비교적 큰 규모임
 - 취업유발인원은 약 945명으로 이는 부산 취업자의 0.06% 수준

< 서울 내 경제적 파급 효과 >



자료 : 현대경제연구원.

< 부산 내 경제적 파급 효과 >



자료 : 현대경제연구원.

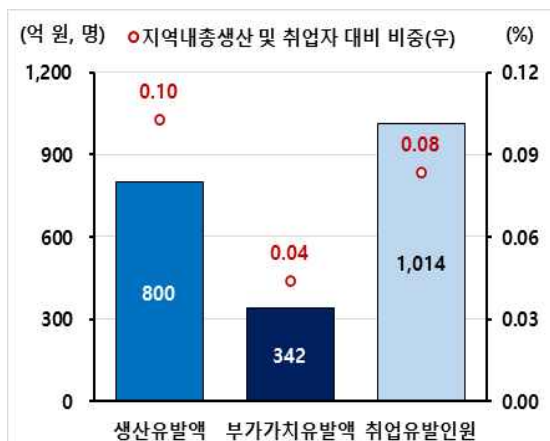
○ (대구) 대구는 전 지역 중 소비지출액 대비 취업유발효과가 가장 큼

- 대구에서의 연간 프로야구 관련 소비지출은 약 636억 원으로 이에 따라 발생할 대구 내 경제적 효과는 다음과 같음
 - 대구 내 생산유발액은 약 800억 원으로 이는 대구 지역내총생산의 0.10% 수준인 것으로 나타남
 - 부가가치유발액은 대구 지역내총생산의 0.04%인 약 342억 원
 - 취업유발인원은 대구 취업자의 0.08% 수준인 약 1,014명으로 전 지역 중 소비지출액 대비 취업유발효과가 가장 큰 것으로 분석됨

○ (인천) 인천은 소비지출액 대비 생산유발효과 및 부가가치유발효과가 가장 작은 것으로 나타남

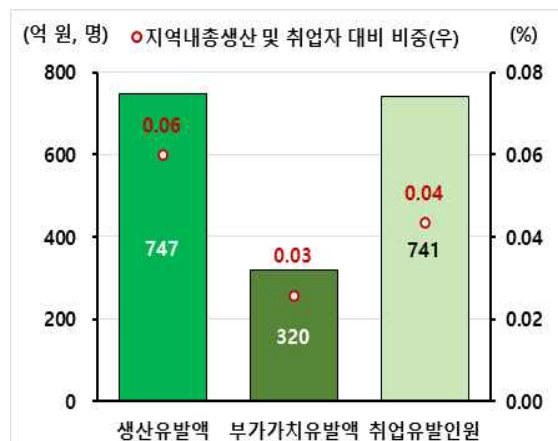
- 인천에서는 연간 약 617억 원이 프로야구 관련 소비에 사용되며, 이를 통해 인천 내 다음과 같은 경제적 효과가 발생할 것으로 추정됨
 - 인천 내 생산유발액은 인천 지역내총생산의 0.06%인 약 747억 원, 부가가치유발액은 인천 지역내총생산의 0.03%인 약 320억 원으로 전 지역 중 소비지출액 대비 생산유발효과 및 부가가치유발효과가 가장 작음
 - 취업유발인원은 인천 취업자의 0.04%인 약 741명으로 소비지출액 대비 취업유발효과도 비교적 작은 편에 해당

< 대구 내 경제적 파급 효과 >



자료 : 현대경제연구원.

< 인천 내 경제적 파급 효과 >



자료 : 현대경제연구원.

○ (광주) 광주는 단일 구단을 보유한 지역 중 지역내 파급 효과가 가장 큰 것으로 분석됨

- 광주에서는 연간 약 741억 원이 프로야구 관련 소비에 사용되며, 이를 통해 광주 내 다음과 같은 경제적 효과가 발생할 것으로 추정

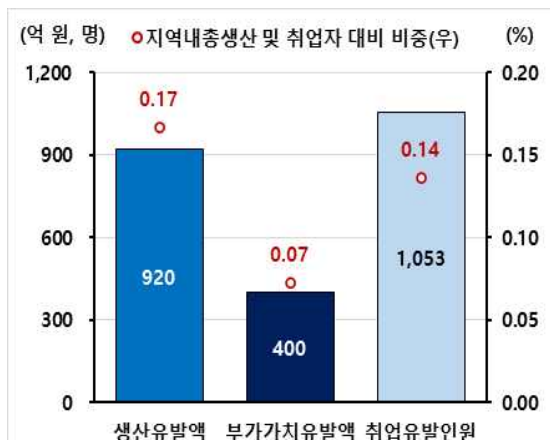
- 광주 내 생산유발액은 광주 지역내총생산의 0.17%인 약 920억 원으로 단일 구단이 창출하는 규모 중 가장 큼
- 부가가치유발액도 광주 지역내총생산의 0.07% 수준인 약 400억 원으로 여러 구단을 보유한 서울을 제외하면 가장 큰 규모
- 또한, 취업유발인원은 약 1,053명으로 이는 광주 취업자의 0.14%에 해당
- 이처럼 광주는 단일 구단을 보유한 지역 중 경제적 효과가 가장 클 뿐만 아니라 광주의 경제 규모를 고려하여도 그 효과가 큰 것으로 나타남

○ (대전) 대전의 지역내 파급 효과는 여타 지역과 비교하면 작은 규모지만, 대전의 경제 규모를 고려하면 비교적 큰 편인 것으로 나타남

- 대전의 연간 프로야구 관련 소비지출액은 약 498억 원으로 이에 따라 발생할 대전 내 경제적 효과는 다음과 같음

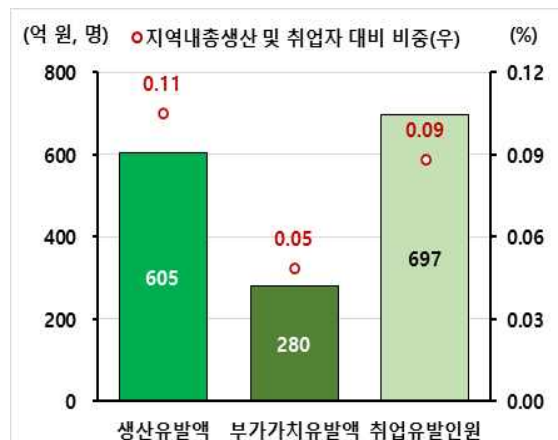
- 대전 내 생산유발액은 대전 지역내총생산의 0.11%인 약 605억 원, 부가가치유발액은 대전 지역내총생산의 0.05%인 약 280억 원, 취업유발인원은 대전 취업자의 0.09%인 약 697명인 것으로 나타남
- 이는 대전의 경제 규모를 고려하면 비교적 큰 편인 것으로 분석됨

< 광주 내 경제적 파급 효과 >



자료 : 현대경제연구원.

< 대전 내 경제적 파급 효과 >



자료 : 현대경제연구원.

○ (경기) 경기도는 소비지출액 대비 생산유발효과 및 부가가치유발효과가 가장 컸으나, 소비지출 규모가 작아 지역내 파급 효과는 가장 작은 것으로 나타남

- 경기도의 연간 프로야구 관련 소비지출액은 약 392억 원으로 이에 따라 발생할 경기 내 경제적 효과는 다음과 같음

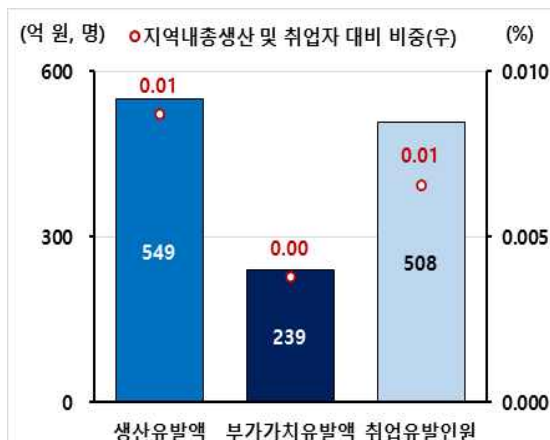
- 경기 내 생산유발액은 경기 지역내총생산의 0.01%인 약 549억 원, 부가가치유발액은 약 239억 원으로 전 지역 중 가장 작은 규모
- 취업유발인원 또한 전 지역 중 가장 작은 규모인 약 508명으로 이는 경기 취업자의 0.01%에 해당
- 하지만 소비지출액을 고려하면 파급 효과가 큰 지역으로 향후 소비지출액 증가 시 경제적 파급력이 더욱 향상될 여지가 있음을 시사함

○ (경남) 경남은 소비지출액 대비 부가가치유발효과 및 취업유발효과는 비교적 큰 편이나, 소비지출 규모가 작아 지역내 파급 효과가 비교적 작은 편

- 경남의 프로야구 관련 연간 소비지출은 약 435억 원 규모로 이를 통해 경남 내 다음과 같은 경제적 효과가 발생할 것으로 추정

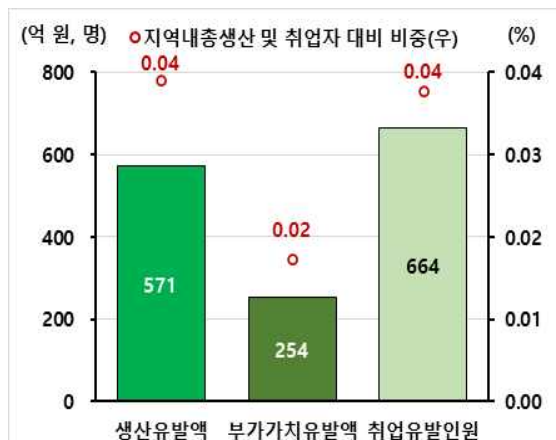
- 경남 내 생산유발액은 경남 지역내총생산의 0.04%인 약 571억 원임
- 부가가치유발액은 약 254억 원이며 이는 경남 지역내총생산의 0.02% 수준
- 취업유발인원은 경남 취업자의 0.04%인 약 664명인 것으로 나타남
- 소비지출액을 고려하면 부가가치유발효과 및 취업유발효과는 비교적 큰 편이나, 소비지출 규모가 크지 않아 경제적 효과가 작은 것으로 분석됨

< 경기 내 경제적 파급 효과 >



자료 : 현대경제연구원.

< 경남 내 경제적 파급 효과 >



자료 : 현대경제연구원.

② 전국 단위 파급 효과

○ 프로야구 소비지출의 지역내 효과뿐 아니라 타지역으로의 파급 효과까지 포함할 경우, 전국적으로 약 1조 1,121억 원의 생산유발효과 등이 발생

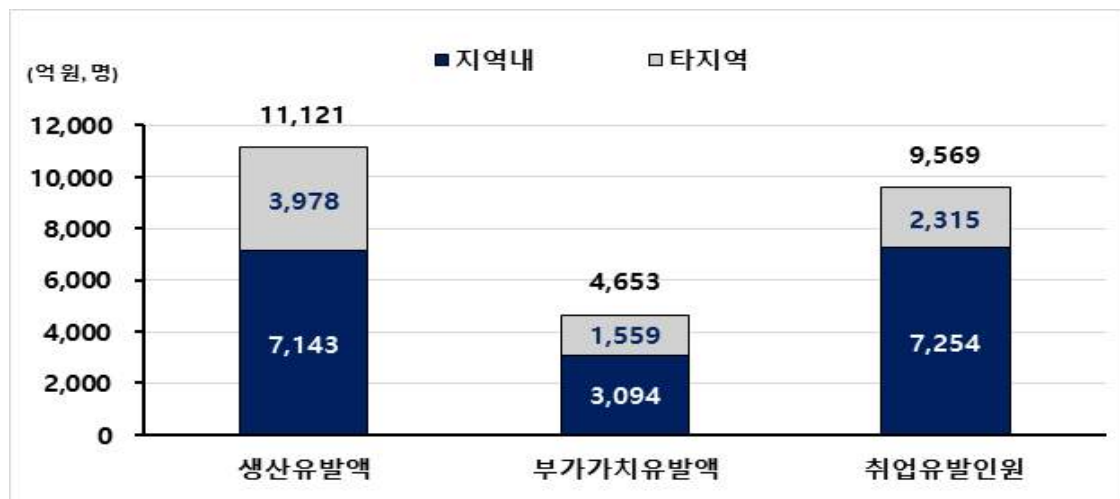
- 지역별 프로야구 관련 소비지출액은 해당 지역은 물론이고 타지역에도 상당한 크기의 영향을 미치는 것으로 나타남

- 지역내 경제효과를 전국 단위로 합산하면, 생산유발액 약 7,143억 원, 부가가치유발액 약 3,094억 원, 취업유발인원 약 7,254명인 것으로 나타남
- 각 지역의 프로야구 소비지출액은 지역 간 연관구조를 통해 타지역으로도 파급되는데, 생산유발액 약 3,978억 원, 부가가치유발액 약 1,559억 원, 취업유발인원 약 2,315명의 추가적인 효과가 있는 것으로 추정
- 특히, 타지역 경제적 효과가 지역내 효과의 약 절반에 달하는 수준이라는 점에서 그 규모 또한 상당한 크기인 것으로 판단됨

- (종합) 지역내 효과와 타지역 효과를 모두 고려한 전국 효과는 생산유발액 1조 1,121억 원 등으로 추정됨

- 프로야구 소비지출액은 지역내 및 타지역 효과를 통해 생산유발액 약 1조 1,121억 원, 부가가치유발액 약 4,653억 원, 취업유발인원 약 9,569명의 효과를 유발함

< 프로야구의 전국 경제적 파급 효과 >



자료 : 현대경제연구원.

4. 시사점

- 프로야구는 지역경제 활성화 효과뿐만 아니라 전국적인 경제 활력 제고에 큰 영향을 미치는 만큼 이를 극대화할 수 있는 다양한 정책적 노력이 필요함

첫째, 프로야구는 직·간접적인 경제 활성화 효과가 상당한 만큼 이를 전략적으로 육성할 필요가 있다.

- 프로야구는 소비 증대를 통한 직접적인 내수 활성화 효과가 크며, 서비스업 매출 확대와 고용 창출로 지역경제에 파급효과를 발생시키면서 경제 전반의 성장 동력으로 작용하고 있음
- 더 나아가, 경제적 효과는 물론이고 국민 여가 만족도 제고, 청소년 육성 프로그램, 지역 커뮤니티 활동 등을 통해 지역 정체성 강화, 공동체 의식 제고에도 기여하는 등 사회적 자산으로 기능하고 있는 상황
- 따라서, 정부와 지자체는 인프라 투자, 구단 운영 안정화, 기업 스폰서십 유도 등 직접 지원을 강화하여 프로야구의 성장과 안정적 운영을 도모해야 함
- 아울러 프로야구를 경제·사회적 자산으로 인식하고 경제적 효과와 사회적 가치를 함께 극대화하는 중장기 전략을 추진할 필요가 있음

둘째, 프로야구 인기를 프로스포츠 전반으로 확산시켜 미국, 일본 등 선진 스포츠 시장이 자리 잡은 국가와 같이 경제의 새로운 동력으로 발전시켜야 한다.

- 프로야구는 이미 국민 여가에서 중요한 위치를 차지하며, 이를 기반으로 다른 프로스포츠로 확산될 때 더 큰 경제·사회적 효과가 있을 것으로 기대됨
- 프로야구 흥행 경험을 스포츠 산업 전반에 접목시킴으로써 국내 스포츠 산업의 저변 확대와 균형 발전이 가능할 수 있도록 해야 하며, 지역 및 산업 간 투자와 관광 산업 연계로 융합 시너지 창출이 가능하도록 해야 함

- 특히, 거대한 프로스포츠 시장을 통해 산업 전반에 막대한 부가가치를 창출하는 미국, 스포츠청 설치를 통해 스포츠의 파급력을 제도적으로 관리하는 일본의 사례를 볼 때, 우리나라 역시 프로스포츠 산업이 발전할 경우 국가 경제의 새로운 동력으로 자리잡을 것으로 기대됨
- 더 나아가, 영국의 EPL 등 사례처럼 프로스포츠를 관광자원으로 발전시켜 글로벌 시장에서 활용 가능한 관광 상품으로 확장될 수 있도록 전략적으로 육성할 필요가 있음

셋째, 프로야구는 불황에도 꾸준히 선택되는 생활형 여가 활동으로, 문화정책 설계 시 이러한 특성을 참고해 국민이 쉽게 접근할 수 있는 여가 자산을 확대·육성할 필요가 있다.

- 프로야구는 상대적으로 저렴한 비용과 높은 접근성을 바탕으로 최근의 경기 불황에도 꾸준한 소비가 유지됐던 것으로 보이며, 고가의 여가 활동의 대체재로 기능하였던 것으로 판단됨
- 특히, 여가 선택지가 제한적인 지방권에서 이러한 경기 방어적 성격이 두드러지게 나타나면서, 지역민의 여가 수요를 안정적으로 흡수한 것으로 보임
- 따라서, 향후 문화정책의 전반적인 설계 시 프로야구와 같은 생활형 여가 자산을 확대·육성하여 경기 상황과 무관하게 국민이 쉽게 향유할 수 있는 지속 가능한 문화산업 생태계를 구축할 필요가 있음 **HRI**

신 지 영 연 구 위 원 (2072-6240, jyshin@hri.co.kr)
노 시 연 연 구 위 원 (2072-6248, syroh@hri.co.kr)

< 참고 > 2024년 프로스포츠 관람객 성향조사

- 조사 개요

- 대상 : 2024년 프로스포츠(야구, 축구, 농구, 배구, 골프) 리그 현장 관람객
- 내용 : 성별, 연령대, 응원구단, 경기장 방문 관람 실태 등 프로스포츠 리그 관람객의 성향 및 행태 조사

- 주요 결과

- 프로야구 관람객의 평균 연령은 30.7세로 프로스포츠 리그 관람객 중 가장 낮았으며, 응원 기간이 10년 이상인 관람객 비율은 34.0%로 가장 높았음
- 또한, 프로야구의 1시즌 기준 평균 방문 횟수는 15.1회로 가장 높았으며, 지출 금액은 프로골프(KPGA) 다음으로 높은 수준인 49,854원으로 나타남
- 위와 같은 관람객의 특성 및 성향으로 보아 프로야구는 프로스포츠 중 경제적 파급 효과가 가장 클 것으로 판단

< 프로스포츠 관람객 성향조사 주요 결과 >

종목	리그	평균 연령(세)	응원 기간 10년 이상 비율(%)	평균 경기 방문 횟수(회)	평균 지출 금액(원)
야구	KBO	30.7	34.0	15.1	49,854
축구	K리그1	34.5	18.6	11.4	41,831
농구	KBL	34.7	17.2	10.6	41,404
	WKBL	40.9	6.4	6.3	33,933
배구	KOVO	35.1	8.1	7.1	39,911
골프	KPGA	42.8	7.7	2.8	70,062
	KLPGA	48.6	9.6	4.5	49,277

자료 : 2024년 프로스포츠 관람객 성향조사 및 대국민 인식조사 결과 보고서.