

2017. 3. 15.

제 2017-3호(통권 24호)

SI 포커스

국내외 프로스포츠 방송 중계권 시장 동향 분석

연구자 | 정 은 정 (한국스포츠개발원)
김 상 훈 (한국스포츠개발원)

- I. 서론
- II. 해외 프로스포츠 중계권 시장 동향
- III. 국내 프로스포츠 중계권 시장 동향
- IV. 결론

요약

스포츠에 있어 미디어는 훌륭한 수익 창구임과 동시에 산업의 규모를 키우고 수익을 증대시킬 수 있는 효과적인 통로이다. 미디어에 있어서도 스포츠의 역할은 투자 대비 수익성이 높은 콘텐츠로서 시청률과 광고 유치에 도움이 된다. 더욱이 기술의 발달로 다양한 매체와 채널을 통해 스포츠 중계를 접할 수 있는 환경에서 중계권의 중요성은 날로 커져가고 있다.

세계 중계권 규모는 2015년 352억 4,700만 달러(약 40조 5,516억 원)로, 최근 5년간 연평균 성장률은 3.8%로 추산되고 있다. 유럽 프로축구리그 전체의 수익은 170억 유로(약 20조 7,877억 원)에 육박하는데, 이 중 국내 중계권 시장의 규모가 58억 유로(약 7조 922억 원)로 전체의 34%를 차지했다(2015년 기준). 이는 스폰서십 41억 유로(약 5조 135억 원), 입장료 수익 26억 유로(약 3조 1,793억 원) 등에 비해 높은 비중을 차지하고 있음을 알 수 있다. 북미 스포츠에서 중계권료의 비중은 2011년 20.9%에서 2020년 28.1%로 늘어날 것으로 전망된다. 중계권료의 2016~2020년 연평균 성장률은 5.5%로 예상되며, 2020년에는 약 210억 달러(약 24조 1,605억 원) 규모가 될 것으로 보인다. 특히 2018년부터는 중계권료 수입이 입장료 수익을 넘어설 것으로 예상되어 스포츠 수익분야 중 가장 큰 비중을 차지할 것으로 전망되고 있다.

유럽 프로축구 리그에서는 리그의 균형 발전을 위해 중계권료 수익을 배분하는 효과적인 시스템을 구축하고 있으며, 미국 프로스포츠의 경우 중계권 시장 규모의 확대는 적극적인 광고 유치와 함께 미국 프로스포츠 전반의 규모를 확장시켜 가는데 큰 도움을 주고 있다.

프로스포츠의 3대 수익 중에서도 중계권의 규모 확대는 단순히 수익의 확대뿐만 아니라 중계권료 상승-구단 수익 증대-투자-리그 수준 향상의 선순환을 이루면서 리그의 전반적인 발전을 도모할 수 있는 좋은 수단이 된다. 그러나 현재 우리나라의 주요 프로스포츠의 수익 구조에서 중계권료의 비중은 높지 않으며, 평균 수익 또한 운영비의 1/3 수준에 머물러 만성 적자를 면치 못하고 있다. 이를 타개하기 위해 국내에서도 여러 가지 방안을 모색하고 있다. 중계권의 비중을 늘리기 위해 중계 협상 시 몇 가지 옵션 등을 통해 리그의 한계를 극복하려는 시도가 있으며, 지리적 창구의 확장 전략으로 동남아 국가를 대상으로 중계권 수요를 늘리기 위해 노력하고 있다.

제1장 / 서론

현대 사회에서 스포츠와 미디어의 관계는 뗄 수 없는 공생관계로, 스포츠에 있어 미디어는 중계권을 팔 수 있는 수익 창구임과 동시에 궁극적으로 스포츠를 보고 즐기는 사람들의 수를 늘려 산업의 파이를 키우고 수익을 증대시켜줄 효과적인 통로가 된다. 미디어에 있어서 스포츠는 미디어의 다채널·다매체화, 글로벌화 등으로 경쟁이 가속화되는 환경에서 비교적 적은 제작비로 효율적인 콘텐츠를 확보함과 동시에, 생방송 중계를 보는 비중이 높은 스포츠 콘텐츠 특성 상 광고 효과가 높아 수익성 제고에 도움이 된다. 특히 적절한 중계권료 분배 제도를 가진 EPL의 경우는 중계권료 상승-구단 수익 증대-선수 투자-리그 수준 향상의 선순환을 이루는 모범 사례가 되고 있다.

프로스포츠에서 3대 수익으로 꼽히는 입장료 수익, 중계권료 수익, 스폰서·머천다이징 수익 중 중계권료의 중요성은 미디어 다변화, 선수 이동의 증가, 관중 증가로 인한 협상력 증대 등을 통해 더욱 커져가고 있다. 이미 미국 프로풋볼 NFL과 야후의 최소 2,000만 달러(약 230억 원) 규모의 중계권 계약에서 보듯 인터넷, IPTV, 모바일 중계 등 새로운 중계 채널의 도입은 중계의 창구가 다변화되고 있음을 증명해주고 있다. 페이스북이 스포츠 중계에 뛰어든다는 소식 또한 마찬가지다. 선수 이동의 세계적 증가도 해외 중계의 증가로 이어지며 구단 수익에서 중계권료의 비중이 높아지는 데 한 몫을 하고 있다. 또한 여가 활용의 증가 추세는 관중 증가를 불러왔고, 국내 프로야구의 경우처럼 협상력 상승으로 이어져 중계권료의 상승으로 이어지기도 한다. 이는 중계권료의 비중을 높이고 중계권 판매의 통로를 확장하는 것이 향후 프로스포츠의 수익 증대에 큰 역할을 하게 될 것임을 시사한다.

중계권 수익과 비중을 늘려가는 것은 리그의 수익 증대뿐만 아니라 전체적인 리그의 규모를 키운다는 측면에서 접근할 수 있다. 중계권 시장의 확대는 미디어를 통한 간접 관람의 확대로 이어져 궁극적으로 스포츠를 즐기는 인구를 늘려갈 수 있기 때문이다. 또한 입장료 수익의 경우 경기장의 입장 가능 관객 수가 정해져 있기 때문에 한계가 분명하고, 스폰서·머천다이징 수익 또한 미디어 노출의 영향을 많이 받는다는 점에서 중계권료 수익의 비중을 늘리기 위한 전략들은 전체적인 수익 증대와 스포츠의 확산에 있어서 매우 중요하다.

그러나 현재 우리나라의 주요 프로스포츠의 수익 구조에서 중계권료의 비중은 높지 않다. 주요 프로스포츠의 1년 운영비에 비해 평균 수익은 1/3 수준에 머물고 있어 대부분 적자 상황이다. 따라서 본고는 프로스포츠 중계권 시장의 세계적 확대 추세를 인식하고, 국내 프로스포츠도 핵심 수입원인 중계권 시장을 확대시켜나가는 데 적절한 전략적 접근을 모색하는 시사점을 얻고자 한다.

제2장 / 해외 프로스포츠 중계권 시장 동향

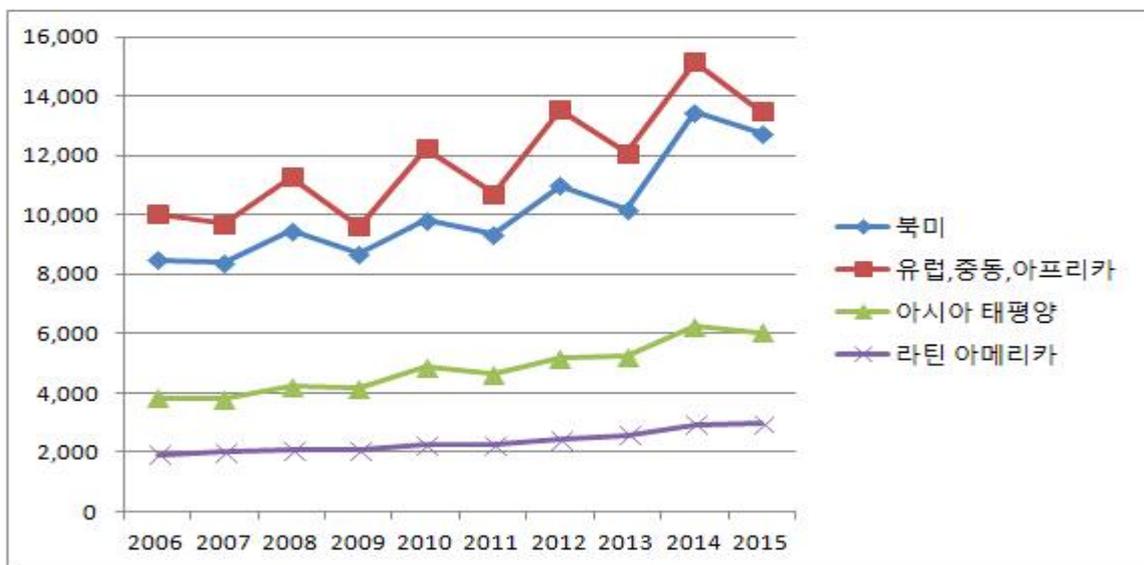
세계 스포츠 시장의 교류가 활발해짐에 따라 선수들의 해외 진출, 해외 스포츠에 대한 관심 증대 등으로 스포츠 중계에 대한 관심은 날로 높아져가고 있다. 세계 중계권 규모는 2015년 352억 4,700만 달러(약 40조 5,516억 원)로, 최근 5년간 연평균 성장률은 3.8%로 추산되고 있다.

표 2-1. 지역별 중계권 규모

(단위 : 백만 달러)

	2006	2007	2008	2009	2010p	2011	2012	2013	2014	2015	최근 5년 연평균 성장률
북미	8,489	8,388	9,449	8,708	9,841	9,344	10,999	10,180	13,466	12,757	5.3%
유럽, 중동, 아프리카	10,044	9,693	11,270	9,620	12,250	10,706	13,549	12,078	15,165	13,482	1.9%
아시아 태평양	3,828	3,785	4,205	4,149	4,877	4,637	5,170	5,228	6,240	6,047	4.4%
라틴 아메리카	1,920	1,995	2,081	2,086	2,257	2,258	2,423	2,576	2,930	2,961	5.6%
Total	24,281	23,861	27,005	24,563	29,225	26,945	32,141	30,062	37,801	35,247	3.8%

* 참고 : PWC(2011). Changing the game : outlook for the global sports market to 2015.

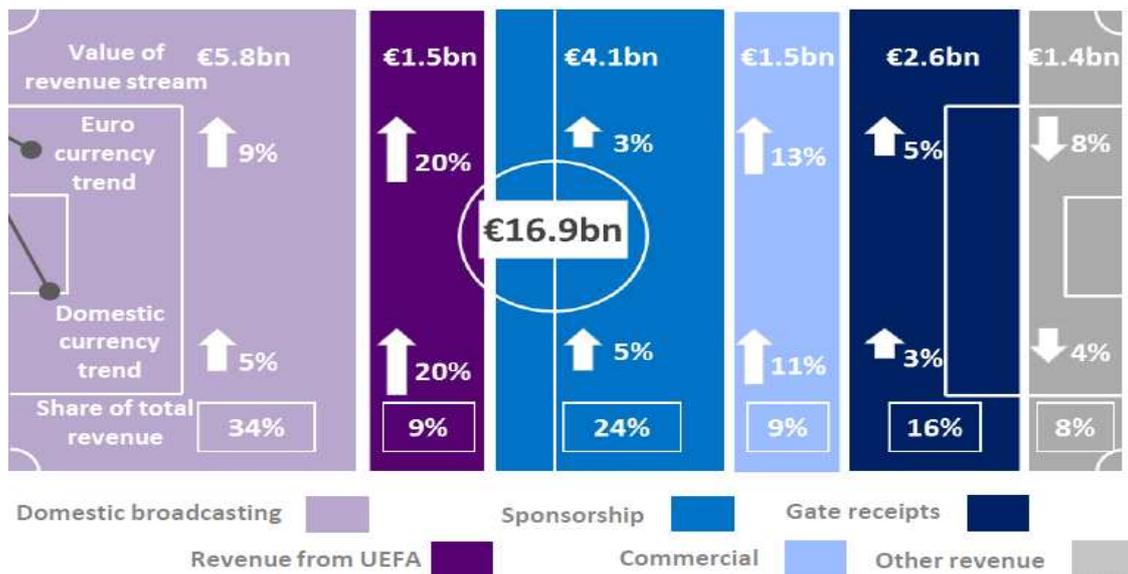


<그림 2-1> 지역별 중계권 규모

이 같은 세계적인 중계권 시장 확대 추세 속에, 중계권 시장을 이끄는 유럽 프로 축구와 미국 프로스포츠의 중계권 규모와 중계권료 상승 추세 등을 중심으로 세계 주요 프로스포츠 리그의 중계권 시장을 정리하였다.

1. 유럽 프로축구

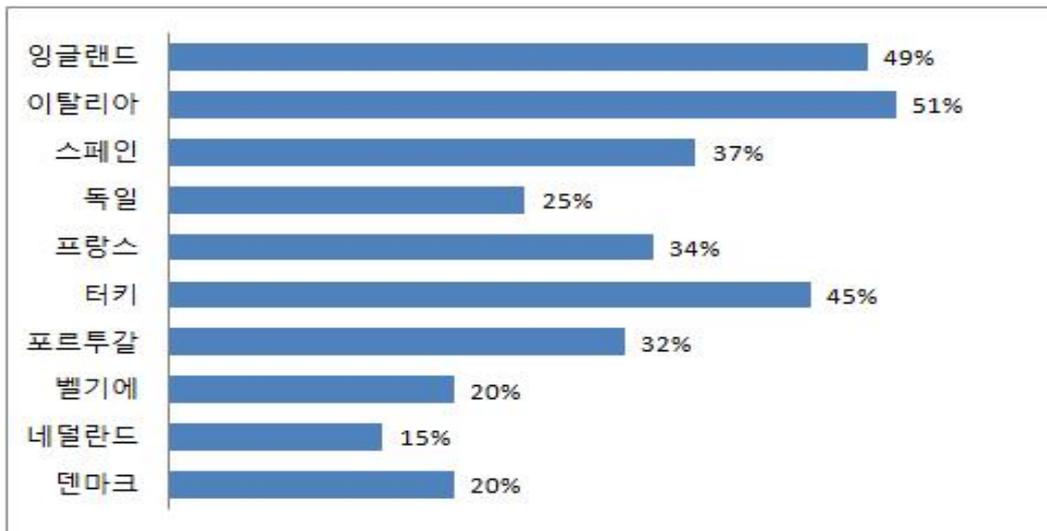
유럽 프로축구리그 전체의 수익은 170억 유로(약 20조 7,877억 원)에 육박하는데, 이 중 국내 중계권 시장의 규모가 58억 유로(약 7조 922억 원)로 전체의 34%를 차지했다(2015년 기준). 이는 전년 대비 9% 상승한 것으로, 스폰서십 41억 유로(약 5조 135억 원), 입장료 수익 26억 유로(약 3조 1,793억 원) 등에 비해 높은 비중을 차지하고 있음을 알 수 있다.



<그림 2-2> 유럽 프로축구 리그 전체의 분야별 수익 비중

* 자료 : UEFA(2016). The European Club Footballing Landscape.

유럽 프로축구 리그 중 클럽의 방송 수익 평균이 상위 10위에 속하는 리그의 방송 수익 비중은 잉글랜드 49%, 이탈리아 51%, 스페인 37%, 독일 25%, 프랑스 34% 등 평균 33%에 이른다.



<그림 2-3> 유럽 프로축구 방송 수익 상위 10개 리그의 총 수익 대비 방송 수익 비중

* 참고 : UEFA(2015). The European Club Footballing Landscape.

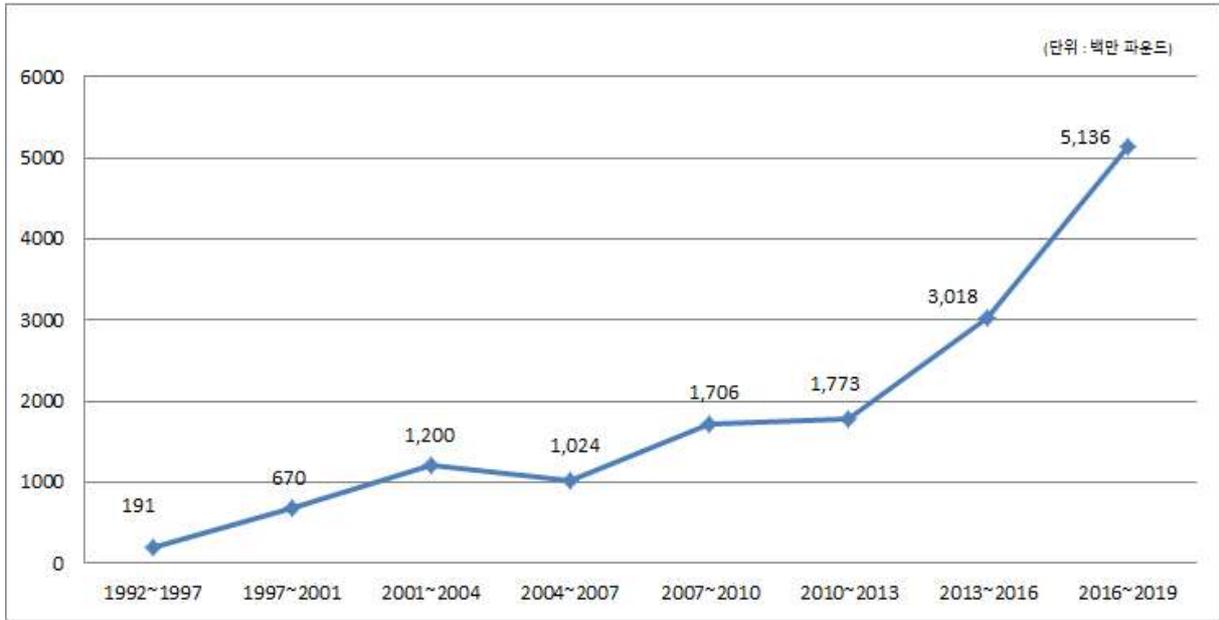
전 세계적으로 인기가 높은 유럽 프로축구 리그 중에서도 잉글랜드 프로축구 EPL은 중계권료 규모가 가장 크다. 2013-14시즌 중계권료 수익이 총 18억7520만 유로(약 2조2,930억 원)로 발표되었고, 2016~2019년 EPL 영국내 방송 중계권료 계약만 해도 51억3,600만 파운드(약 7조1,749억 원) 규모로 체결되었다. 1992~1997년 1억9,100만 파운드(약 2,668억 원)였던 EPL 중계권료가 2016~2019년 51억 3,600만 파운드로 2589% 상승한 것이다.

표 2-2. EPL 중계권료 추이 및 증가율(1992~2019)

(단위 : 백만 파운드)

연도	1992 ~1997	1997 ~2001	2001 ~2004	2004 ~2007	2007 ~2010	2010 ~2013	2013 ~2016	2016 ~2019
EPL 중계권료	191	670	1,200	1,024	1,706	1,773	3,018	5,136
이전 계약 대비 증가율	-	251%	79%	-15%	67%	4%	70%	70%

* 1992~1997 계약 대비 2016~2019 계약의 중계권료 증가율 2589%



<그림 2-4> EPL 중계권료 추이(1992~2019)

* 자료 : BBC(2015.2.10). Premier League TV rights: Sky and BT pay £5.1bn for live games.

유럽의 다른 프로축구 리그들과 비교해도 굉장히 큰 규모를 자랑하는 EPL 중계권 시장은 리그의 흥행을 뒷받침해주는 시스템의 힘도 큰 것으로 분석되고 있다. EPL의 중계권 수익 분배구조는 리그 1위와 최하위 팀의 방송 중계권 수익 격차가 1.53:1에 불과할 만큼 유럽 메이저 축구리그 등과 비교해서 가장 균등한 수익 배분 구조를 가진 것으로 평가된다. 총 중계권 수익의 50%를 20개 구단에 균등 분배하고, 25%를 성적에 따라 차등 분배하며, 나머지 25%를 각 팀 경기 생중계 횟수(구장 시설 사용료 명목)에 따라 차등 분배한다. 해외 중계권 수익 또한 EPL 20개 구단이 균등하게 가져간다. 따라서 리그 내의 구단 간 수익 격차가 심하지 않은 대신 전체 중계권 시장 규모는 큰 형태를 유지해가고 있는 것이다. 구단 간 수익 격차가 크지 않다는 것은 곧 리그 전체의 수준을 균형 있게 유지할 수 있다는 의미가 될 수 있다. 이는 흥미로운 경기 결과로 이어져 리그의 흥행을 이끄는 선순환 구조를 만들게 된다.

이탈리아 세리에A 역시 중계권 수익 분배 시스템을 갖추고 있는데, 40%를 균등 분배하며 나머지 60%는 연고지 인구, 팬 규모, 최근 5시즌 성적 등의 지표를 활용해 차등 분배한다. 독일 분데스리가 역시 균등 분배하지만 전체 규모는 2015~2016 시즌 총 7억800만 유로(약 8,657억 원)로 EPL의 절반 이하이다.

유럽 주요 프로축구 리그 중 유일하게 각 구단이 개별적으로 중계권 계약을 맺어

왔던 스페인 프리메라리가는 2014~2015시즌 총 7억5,500만 유로(약 9,232억 원)인 전체 중계권료 중 레알 마드리드와 FC 바르셀로나가 20%에 가까운 1억5,000만 유로(약 1,834억 원)를 가져감에 따라 중소 클럽과의 격차가 심해 리그 전체 수준의 저하를 불러온다는 지적이 있었다. 따라서 2015~2016시즌부터 잉글랜드, 이탈리아, 독일 리그와 같이 팀별 계약이 아닌 리그 전체를 대상으로 중계권 계약을 맺는 방식으로 바꾸고 중계권 총 수입의 50%를 20개 팀이 균등 분배, 나머지 50%는 최근 5년간 성적을 기준으로 차등 분배하기로 하였다.

표 2-3. 유럽 주요 프로축구 리그 중계권 수익 분배구조

리그	중계권 수익 분배구조
EPL(잉글랜드)	총 중계권 수익의 - 50% 20개 전 구단에 균등 분배 - 25% 성적에 따른 차등 분배 - 25% 각 팀 경기 생중계 횟수에 따른 차등 분배
Serie A(이탈리아)	총 중계권 수익의 - 40% 균등 분배 - 60% 인구, 서포터즈, 최근 5시즌 성적 등의 지표에 따라 차등 분배
Bundesliga(독일)	최근 4시즌 성적에 따라 차등 분배
Primera Liga(스페인)	총 중계권 수익의 - 50% 20개 전 구단에 균등 분배 - 50% 최근 5시즌 성적에 따라 차등 분배 * 각 구단별 계약에서 2015~2016 시즌부터 리그 전체 계약으로 변화

유럽 주요 프로축구 리그의 상위 클럽들은 대부분 입장권 수익, 중계권료 수익, 스폰서·머천다이징 수익의 비중이 균형 있게 분포되어 있다. 리그별로는 대체로 중계권료 규모가 큰 EPL이 중계권료 수익 비중이 높고, 중계권료 규모가 비교적 작은 분데스리가의 경우 스폰서·머천다이징 수익 비중이 비교적 높은 편으로 파악된다.

지난 12년 간(2004/2005~2015/2016) 유럽 주요 프로축구 리그에서 꾸준히 수익 상위 10위권에 들었던 레알 마드리드, 맨체스터 유나이티드, 바이에른 뮌헨, FC 바르셀로나의 중계권료 수익을 분석해본 결과, 2004/2005시즌에 비해 2015/2016시즌 각 클럽의 중계권료가 최소 157%에서 245%까지 증가한 것으로 나타났다. 각 클럽의 수익에서 중계권료가 차지하는 비중 또한 중계권료 규모가 작은

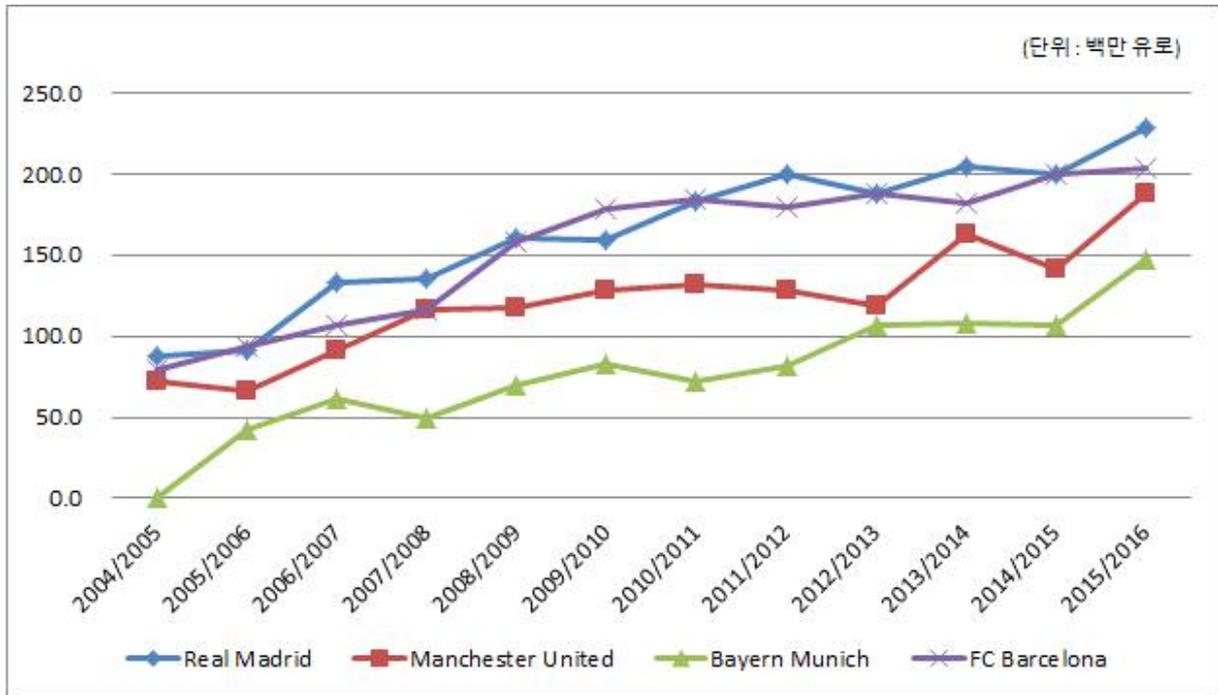
편인 분데스리가 클럽 바이에른 뮌헨이 평균 23%인 것을 제외하면 레알 마드리드의 경우 평균 36%, 맨체스터 유나이티드 31%, FC 바르셀로나 38% 등 모두 30%를 넘고 있다.

표 2-4. 최근 12년 간 유럽 축구 수익 상위 클럽의 중계권료 수익 현황
(단위 : 백만 유로)

팀명	레알 마드리드			맨체스터 유나이티드			바이에른 뮌헨			FC 바르셀로나		
	중계권료수익	중계권료비중	전체수익순위	중계권료수익	중계권료비중	전체수익순위	중계권료수익	중계권료비중	전체수익순위	중계권료수익	중계권료비중	전체수익순위
2004/2005	88.0	32%	1	71.7	29%	2	-	-	7	79.0	38%	6
2005/2006	91.4	31%	1	65.9	27%	4	42.8	21%	8	94.1	36%	2
2006/2007	132.4	38%	1	91.3	29%	2	61.2	27%	7	106.7	37%	3
2007/2008	135.8	37%	1	115.7	36%	2	49.4	17%	4	116.2	38%	3
2008/2009	160.8	40%	1	117.1	36%	3	69.6	24%	4	158.4	43%	2
2009/2010	158.7	36%	1	128.0	37%	3	83.4	26%	4	178.1	44%	2
2010/2011	183.5	38%	1	132.2	36%	3	71.8	22%	4	183.7	41%	2
2011/2012	199.2	39%	1	128.5	32%	3	81.4	22%	4	179.8	37%	2
2012/2013	188.3	36%	1	118.6	28%	4	107.0	25%	3	188.2	39%	2
2013/2014	204.2	37%	1	162.3	31%	2	107.7	22%	3	182.1	38%	4
2014/2015	199.9	35%	1	141.6	27%	3	106.1	22%	5	199.8	36%	2
2015/2016	227.7	37%	3	187.7	27%	1	147.6	25%	4	202.7	33%	2
12년간 증가율	159%	평균비중 36%	-	162%	평균비중 31%	-	245%	평균비중 23%	-	157%	평균비중 38%	-

* Deloitte의 Football money league 2006~2017을 참고하여 연구자가 작성

* 바이에른 뮌헨의 경우 2004/2005년 중계권료 수익이 입장료 수익과 합산하여 발표됨



<그림 2-5> 최근 12년 간 유럽 축구 상위 클럽의 중계권료 수익 현황

* 참고 : Deloitte Football money league 2006~2017

* 바이에른 뮌헨의 경우 2004/2005년 중계권료 수익이 입장료 수익과 합산하여 발표됨

클럽별로 살펴보면, 2015/2016 시즌을 기준으로 유럽 프로축구 전체 수익 상위 10위권 클럽들의 중계권료 수익은 맨체스터 유나이티드 1억8,700만 유로(약 2,286억 원, 31%), FC바르셀로나 2억200만 유로(약 2,470억 원, 38%), 레알 마드리드 2억270만 유로(약 2,478억 원, 37%), 바이에른 뮌헨 1억4,700만 유로(약 1,797억 원, 22%) 등으로 나타났다. 상위 10개 클럽의 전체 수익 중 중계권료 비중은 평균 36%로 집계되었고, 최근 12년간 중계권료 증가율도 대부분 100%를 상회하는 것으로 나타나 중계권료의 비중이 크다는 것을 알 수 있다.

표 2-5. 2015/2016 시즌 기준 유럽 프로축구 리그 전체 수익 상위 10개 클럽의 중계권료 수익

(단위 : 백만 유로)

팀명	구분	2011 /2012	2012 /2013	2013 /2014	2014 /2015	2015 /2016	최근 12년간 증가율
맨체스터 유나이티드	중계권료 수익	128.5	118.6	162.3	141.6	187.7	162%
	중계권료 비중	32%	28%	31%	27%	27%	

	전체 수익 순위	3	4	2	3	1	
FC 바르셀로나	중계권료 수익	179.8	188.2	182.1	199.8	202.7	157%
	중계권료 비중	37%	39%	38%	36%	33%	
	전체 수익 순위	2	2	4	2	2	
레알 마드리드	중계권료 수익	199.2	188.3	204.2	199.9	227.7	159%
	중계권료 비중	39%	36%	37%	35%	37%	
	전체 수익 순위	1	1	1	1	3	
바이에른 뮌헨	중계권료 수익	81.4	107.0	107.7	106.1	147.6	245%
	중계권료 비중	22%	25%	22%	22%	25%	
	전체 수익 순위	4	3	3	5	4	
맨체스터 시티	중계권료 수익	109.0	103.1	159.3	178.0	215.8	458%
	중계권료 비중	38%	32%	38%	39%	41%	
	전체 수익 순위	7	6	6	6	5	
파리 생제르망	중계권료 수익	(20위권 밖)	90.9	83.4	105.8	123.1	35%
	중계권료 비중		23%	18%	22%	24%	
	전체 수익 순위		5	5	4	6	
아스날	중계권료 수익	107.7	103.2	147.3	167.7	192	167%
	중계권료 비중	37%	36%	41%	39%	41%	
	전체 수익 순위	6	8	8	7	7	
첼시	중계권료 수익	139.4	123.0	167.3	178.2	191.1	104%
	중계권료 비중	43%	41%	43%	43%	43%	
	전체 수익 순위	5	7	7	8	8	
리버풀	중계권료 수익	78.2	74.5	120.8	163.8	168.1	123%
	중계권료 비중	34%	31%	39%	42%	42%	
	전체 수익 순위	9	12	9	9	9	
유벤투스	중계권료 수익	90.6	166.0	153.4	199.0	195.7	57%
	중계권료 비중	47%	61%	55%	61%	57%	
	전체 수익 순위	10	9	10	10	10	

* Deloitte의 Football money league 2006~2017을 참고하여 연구자가 작성

2. 미국 프로스포츠

북미 스포츠에서 주요 수익분야인 입장료 수익, 중계권료, 스폰서십, 머천다이징 중 중계권료의 비중은 2011년 20.9%에서 2020년 28.1%로 늘어날 것으로 전망된다. 중계권료의 2016~2020년 연평균 성장률은 5.5%로 예상되며, 2020년에는 약 210억 달러(약 24조 1,605억 원) 규모가 될 것으로 보인다. 특히 2018년부터는 중

계권료 수입이 입장료 수익을 넘어설 것으로 예상되어 스포츠 수익분야 중 가장 큰 비중을 차지할 것으로 전망되고 있다.

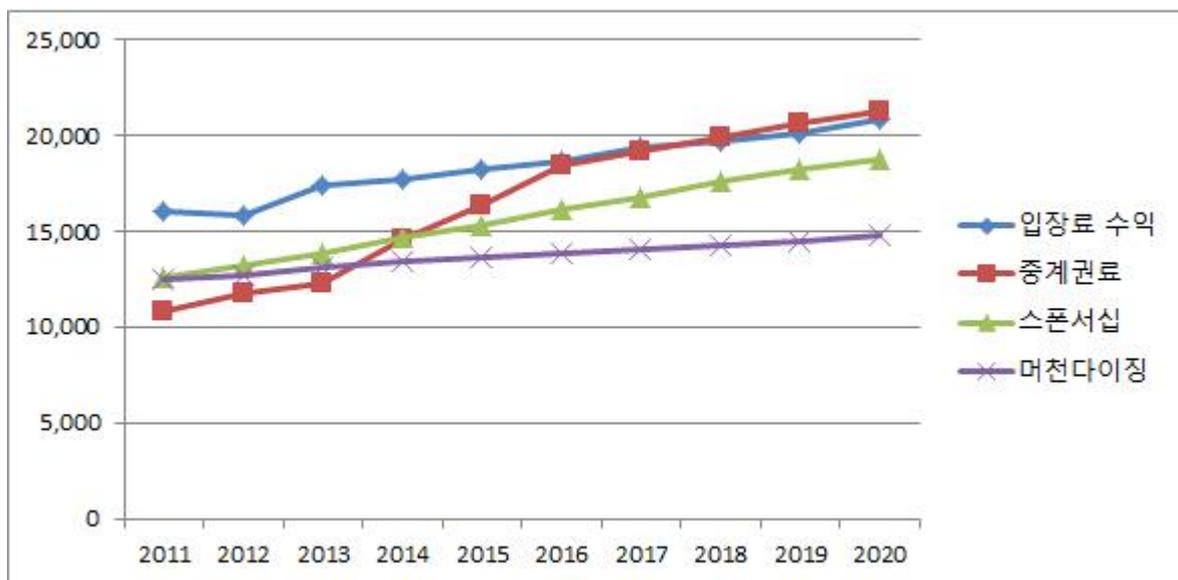
표 2-6. 북미 스포츠 수익분야별 규모

(단위 : 백만 달러)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2016 ~2020 연평균 성장률
입장료 수익	16,116	15,821	17,372	17,707	18,251	18,637	19,385	19,717	20,122	20,818	2.7%
중계권료	10,858	11,743	12,262	14,595	16,366	18,427	19,150	19,949	20,630	21,289	5.5%
스폰서십	12,615	13,257	13,900	14,689	15,309	16,140	16,822	17,635	18,306	18,741	3.9%
머천다이징	12,482	12,771	13,144	13,493	13,672	13,861	14,042	14,252	14,464	14,822	1.4%
Total	52,071	53,592	56,678	60,484	63,598	67,065	69,399	71,553	73,522	75,670	3.5%
전체 수익 중 중계권 비중	20.9	21.9	21.6	24.1	25.7	27.5	27.6	27.9	28.1	28.1	

* 참고 : PWC(2016). At the gate and beyond : outlook for the sports market in North America through 2020.

* 2016년부터는 추정치



<그림 2-6> 북미 스포츠 수익분야별 규모

북미 스포츠에서 큰 부분을 차지하는 미국의 프로스포츠 중계권 규모를 살펴보면, 미국 풋볼리그인 NFL은 CBS, FOX, NBC, ESPN을 포함하여 2014년부터 2022년까지(ESPN의 경우 2021년까지) 연간 총 49억5,000만 달러(약 5조 6,949억 원), 총액 445억5,000만 달러(약 51조 2,547억 원) 규모의 중계권 계약을 체결하였다. NFL은 높은 광고 수익 때문에 중계권 수익이 전체 수익의 50%를 상회한다. 미국 프로야구 MLB는 FOX, ESPN, TBS와 2014년부터 2021년까지 총액 124억 달러(약 14조 2,662억 원) 규모의 중계권 계약을 체결했다. 미국 프로농구 NBA의 경우 2008/09시즌부터 2015/16시즌까지 연간 18억6,000만 달러(약 2조 1,399억 원), 하키리그인 NHL은 NBC, Versus와 2010/11시즌부터 2020/21시즌까지 연간 총 2억 7,750만 달러(약 3,192억 원)의 중계권 계약을 한 바 있다.

MLB은 전국 중계, 해외 중계의 경우 중계권료를 MLB 커미셔너가 일괄 관리하여 30개 구단에 동일하게 분배하지만, 이는 구단 중계권료 가운데 일부이며, 연고 지역의 지역방송 중계권 협상은 각 구단에서 진행한다. MLB 중계는 전국 중계가 적고 대부분 케이블TV를 통해 방영된다. 다만 리그 전체의 수익 격차를 줄이기 위해 중계권료와 입장료 등을 포함한 각 구단의 수입에서 34%를 거둬들여 다시 균등하게 배분하는 과정을 거친다. MLB의 이 같은 배분 방식은 NFL의 수익 균등 분배에서 차용한 것으로, 구단 수익의 60%가 중계권, 입장료 등의 분배 수익에서 발생하는 것으로 알려져 있다.

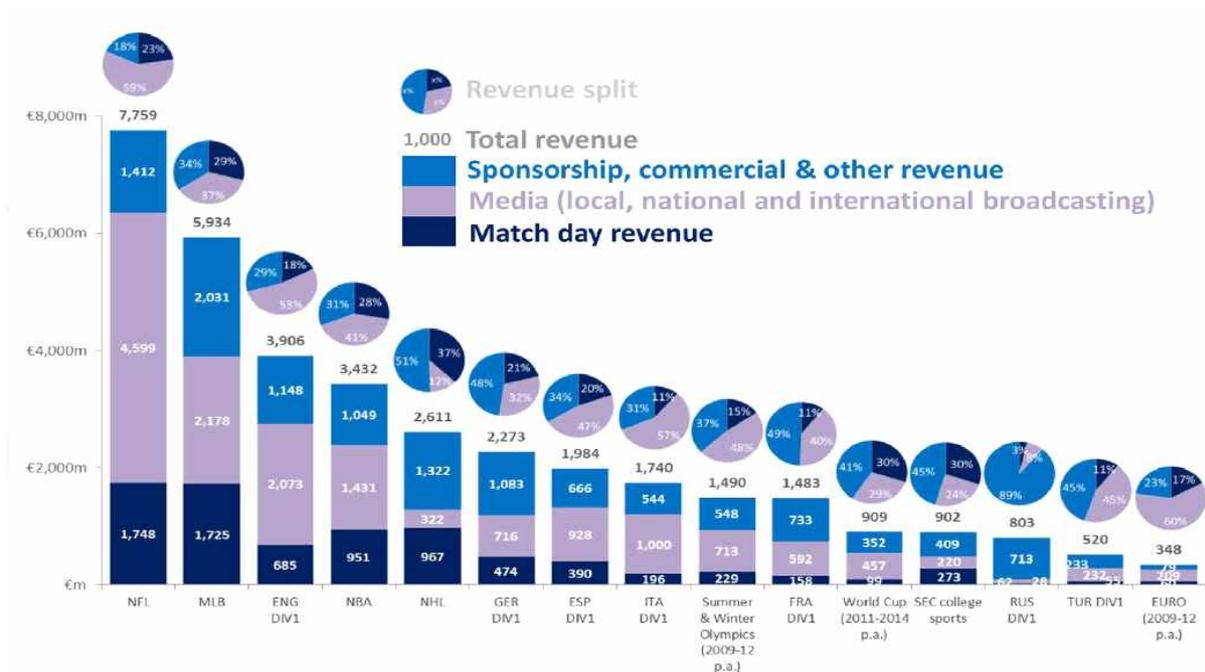
표 2-7. 미국 주요 프로스포츠 중계권 계약 현황

리그	방송 유형	방송사
NFL	Network TV	CBS : 2006~2013 연간 6억2250만 달러 2014~2022 연간 10억 달러 FOX : 2006~2013 연간 7억1250만 달러 2014~2022 연간 11억 달러 NBC : 2006~2013 연간 6억5000만 달러 2014~2022 연간 9억5000만 달러
	Cable TV	ESPN : 2006~2013 연간 11억 달러 2014~2021 연간 19억 달러
MLB	Network TV	FOX : 2007~2013 30억 달러(TBS와의 총합) 2014~2021 68억 달러(TBS와의 총합)
	Cable TV	ESPN : 2006~2013 24억 달러 2014~2021 56억 달러

		TBS : 2007~2013 30억 달러(FOX와의 총합) 2014~2021 68억 달러(FOX와의 총합)
NBA	Network TV	ABC : 2008/09~2015/16 연간 9억3000만 달러 (ESPN과의 총합)
	Cable TV	ESPN : 2008/09~2015/16 연간 9억3000만 달러 (ABC와의 총합) TNT : 2008/09~2015/16 연간 9억3000만 달러
NHL	Network TV	NBC : 2010/11~2020/21 연간 2억 달러 (수익 공유)
	Cable TV	Versus : 2010/11~2020/21 연간 7천750만 달러

* 참고 : Plunkett's Sports Industry Almanac 2013, Forbes(2012.02.10). Baseball scores \$12 billion in television deals.

개별 리그별로는 미국 NFL의 경우 전체 수익에서 중계권료의 비중이 2014년 기준 59%, MLB 57%, NBA 42% 등으로, 유럽 프로축구 수익의 중계권료 비중보다도 높은 편이다.

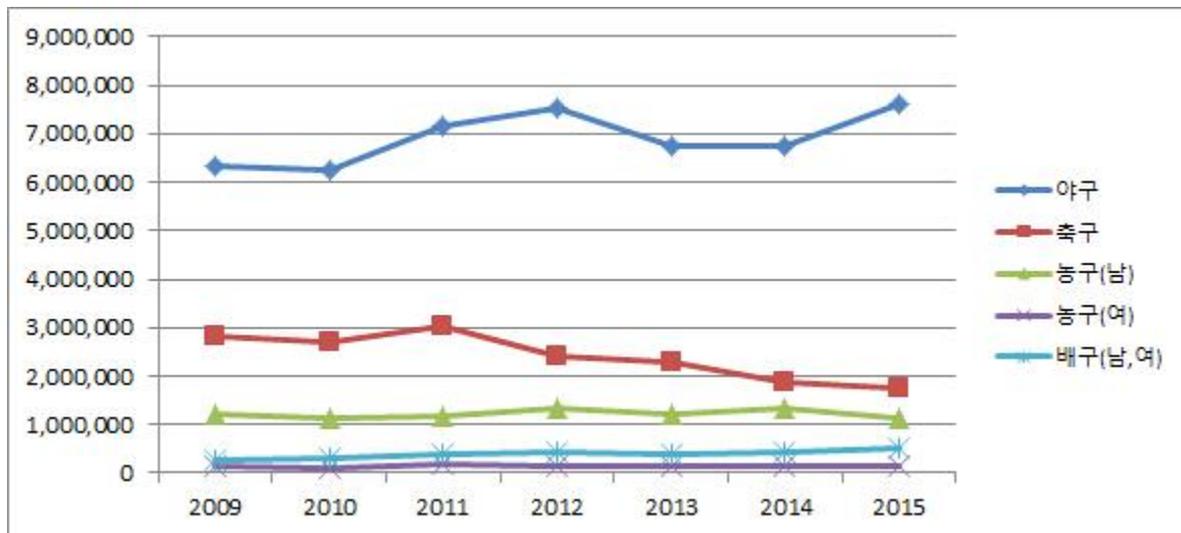


<그림 2-7> 세계 주요 스포츠 수익분야별 규모

* 자료 : UEFA(2015). The European Club Footballing Landscape.

제3장 / 국내 프로스포츠 중계권 시장 동향

국내 4대 프로스포츠로 꼽히는 프로야구, 프로축구, 프로농구, 프로배구의 중계권료는 각 종목의 인기와 규모에 따라 큰 차이를 보이고 있다. 2015년 기준 관중 수(7,622,494명)와 경기수(736경기)가 가장 많은 프로야구가 중계권료 규모도 가장 크다. 공식 발표 자료는 없지만 각종 자료들을 종합해보면 국내 프로스포츠의 한 해 중계권료 규모는 프로야구의 경우 360억, 프로축구(K리그 클래식) 65억, 프로농구 50억, 배구 33~34억 규모로 추정되고 있다.



<그림 3-1> 국내 주요 프로스포츠 관중 추이

* 자료 : 문화체육관광부 (프로스포츠 경기단체 자료)

* 2015년의 경우 : 2014 ~ 2015 시즌

* (축구) 2012년부터 K리그(클래식) 실 관중수 집계제도 시행으로(발매기준→입장객수 기준) 관중수 감소

특히 프로야구의 경우는 원년인 1982년 중계권료가 3억 원이 채 되지 않았으나 2000년대 들어 연간 50억 원 수준으로 올랐고, 2011~2014년 연 평균 180억 원이었던 것이 10구단 체제 도입과 게임 수 증가로 2015년 지상파 3사 각 20억 원씩 60억 원, 케이블 채널 5개사 각 60억 원씩 총 360억 원 규모로 크게 증가하였다. 프로야구의 중계권료는 2008년 이전까지 KBO(한국야구위원회) 운영비로 쓰였으나, 2008년 전 경기 중계방송 시작과 함께 각 구단에 전액 분배하는 구조로 전환되었

다.

프로야구 중계권 협상은 가장 먼저 KBO 산하 마케팅사인 KBOP와 지상파 방송 3사 컨소시엄과의 계약으로 시작된다. 지상파 3사 컨소시엄은 KBOP로부터 중계권을 산 뒤 케이블 채널 등에 재판매한다. 이밖에 네이버·다음 등의 인터넷 포털 사이트, 아프리카TV, 모바일, IPTV, DMB 등 뉴미디어 중계권은 KBOP가 따로 판매하며 연간 100억 원 규모로 추정된다.

2014년 기준 국내 프로야구 구단 중 수익이 가장 높았던 삼성 라이온즈의 경우 511억 원 규모의 수익 중 입장료 73억 7,486억 원(14.4%), 광고 280억 4,085억 원(54.9%), 사업수익 133억 5,586억 원(26.1%)으로 모기업의 영향이 큰 광고 수익이 가장 큰 비중을 차지하고 있었으며, 사업 수익은 물론 입장료 수익의 비중도 크지 않다. 특히 이 중 중계권료를 통한 수익은 2015년 KBO 총 360억 규모의 계약을 감안하더라도 10개 구단 전체의 배분을 고려하면 36억 원 규모로 전체 수익의 10%에도 이르지 못할 것임을 추정해볼 수 있다.

표 3-1. 국내 주요 프로스포츠 연간 중계권료, 구단별 운영비, 구단 평균 수익(추정)

구분	연간 TV 중계권료	연간 구단별 운영비	연간 구단 평균 수익
프로야구	360억 원	300~400억 원	100억 원
프로축구	65억 원	150~300억 원	20~30억 원
프로농구	50억 원	60~80억 원	20억 원
프로배구	33~34억 원	30~60억 원	10억 원

제4장 / 결론

스포츠에 있어 미디어는 훌륭한 수익 창구임과 동시에 산업의 규모를 키우고 수익을 증대시킬 수 있는 효과적인 통로이다. 미디어에 있어서도 스포츠의 역할은 투자 대비 수익성이 높은 콘텐츠로서 시청률과 광고 유치에 도움이 된다. 더욱이 기술의 발달로 다양한 매체와 채널을 통해 스포츠 중계를 접할 수 있는 환경에서 중계권의 중요성은 날로 커져가고 있다.

본고에서 살펴본 바와 같이 유럽 프로축구 리그에서는 리그의 균형 발전을 위해 중계권료 수익을 배분하는 효과적인 시스템을 구축하고 있으며, 미국 프로스포츠의 경우 중계권 시장 규모의 확대는 적극적인 광고 유치와 함께 미국 프로스포츠 전반의 규모를 확장시켜 가는데 큰 도움을 주고 있다.

프로스포츠의 3대 수익 중에서도 중계권의 규모 확대는 단순히 수익의 확대뿐만 아니라 중계권료 상승-구단 수익 증대-투자-리그 수준 향상의 선순환을 이루면서 리그의 전반적인 발전을 도모할 수 있는 좋은 수단이 된다. 그러나 현재 우리나라의 주요 프로스포츠의 수익 구조에서 중계권료의 비중은 높지 않으며, 평균 수익 또한 운영비의 1/3 수준에 머물러 만성 적자를 면치 못하고 있다.

한 가지 고무적인 것은 국내에서도 중계권의 비중을 늘리기 위해 중계 협상 시 몇 가지 옵션 등을 통해 리그의 한계를 극복하려는 시도가 있다는 점이다. 프로축구 K리그의 경우 2016년부터 A매치 중계 협상 시 K리그 중계와 연계하여 계약을 하기로 함으로써 프로야구에 비해 후순위로 밀려 있는 K리그 중계의 기회를 확보하기 위해 노력하고 있다.

또한 지리적 창구의 확장 전략으로 2015년 K리그 클래식 총 10경기를 베트남 국영 방송국 VTV 계열 케이블TV인 테타오TV, 봉다TV를 통해 현지에 생중계하기도 했다. K리그는 이를 앞으로 동남아권 중계를 늘리기 위한 포석으로 여기고 있다. 일본 J리그에서도 동남아 국가를 대상으로 J리그 중계를 확대하거나 동남아 선수를 영입하여 중계권 수요를 늘리려는 시도를 하고 있다.

인천 유나이티드의 경우 베트남 출신의 유망주 쓰엉을 영입하기도 했다. 국내의 베트남 출신 인구가 늘어나면서 이들을 끌어 모으고, 나아가 베트남에 한국 프로축구에 대한 관심을 높여가려는 시도로 여겨진다. 이를 통해 동남아시아 선수들을 영입할 수 있는 '아세안 쿼터'를 도입하는 방안도 제시되고 있다. 축구 수준의 차이로 당장 주전급으로 활용할 수 없다면 아세안 쿼터를 통해 유망주를 영입, 육성하여 활용하는 방식도 생각해볼 수 있다.

이 같은 시도는 NFL가 미국에 국한된 인기를 확장시키기 위해 실시하는 인터내

셔널 리그, 유럽 프로축구 클럽들이 아시아 투어를 하는 것과 마찬가지로 중계권을 판매할 수 있는 시장을 넓혀가는 전략의 일환이다. 우리나라의 경우 한류스타와 연계한 이벤트성 경기를 동남아시아 국가에서 개최함으로써 시너지 효과를 내는 방안도 가능할 것이다.

참고문헌

BBC(2015.2.10). Premier League TV rights: Sky and BT pay £5.1bn for live games.

Deloitte Football money league 2006~2017.

Forbes(2012.02.10). Baseball scores \$12 billion in television deals.

Jack W. Plunkett(2012). Plunkett's Sports Industry Almanac 2013. Plunkett Research.

PWC(2011). Changing the game : outlook for the global sports market to 2015.

PWC(2015). At the gate and beyond : outlook for the sports market in North America through 2019.

PWC(2016). At the gate and beyond : outlook for the sports market in North America through 2020.

UEFA(2015). The European Club Footballing Landscape.

UEFA(2016). The European Club Footballing Landscape.

Sports Industry Focus

발간목적:

SI 포커스의 발간목적은 국내 스포츠산업 동향에 대한 부문별 심층 분석을 통하여 스포츠산업 부문별 지원전략 및 정책을 발굴하는데 있다.

발행처: 한국스포츠개발원 스포츠산업지원센터

유의동(스포츠개발원 스포츠산업지원센터 센터장/책임연구위원)

최용석(스포츠개발원 스포츠산업지원센터, 책임연구위원)

정지명(스포츠개발원 스포츠산업지원센터, 선임연구위원)

김상훈(스포츠개발원 스포츠산업지원센터, 선임연구위원)

김민수(스포츠개발원 스포츠산업지원센터, 연구위원)

고경진(스포츠개발원 스포츠산업지원센터, 연구위원)

박주호(스포츠개발원 스포츠산업지원센터, 초빙연구원)