

# Deloitte Insights



몰입형 스포츠 시대, 팬들을 열광시키다

# 리더 메시지



정동섭 부대표  
전문가 파트너 | CMO

스포츠 산업의 디지털 전환이 가속화하고 이에 따라 스포츠 팬들도 더 다양한 고객경험을 요구하고 있습니다.

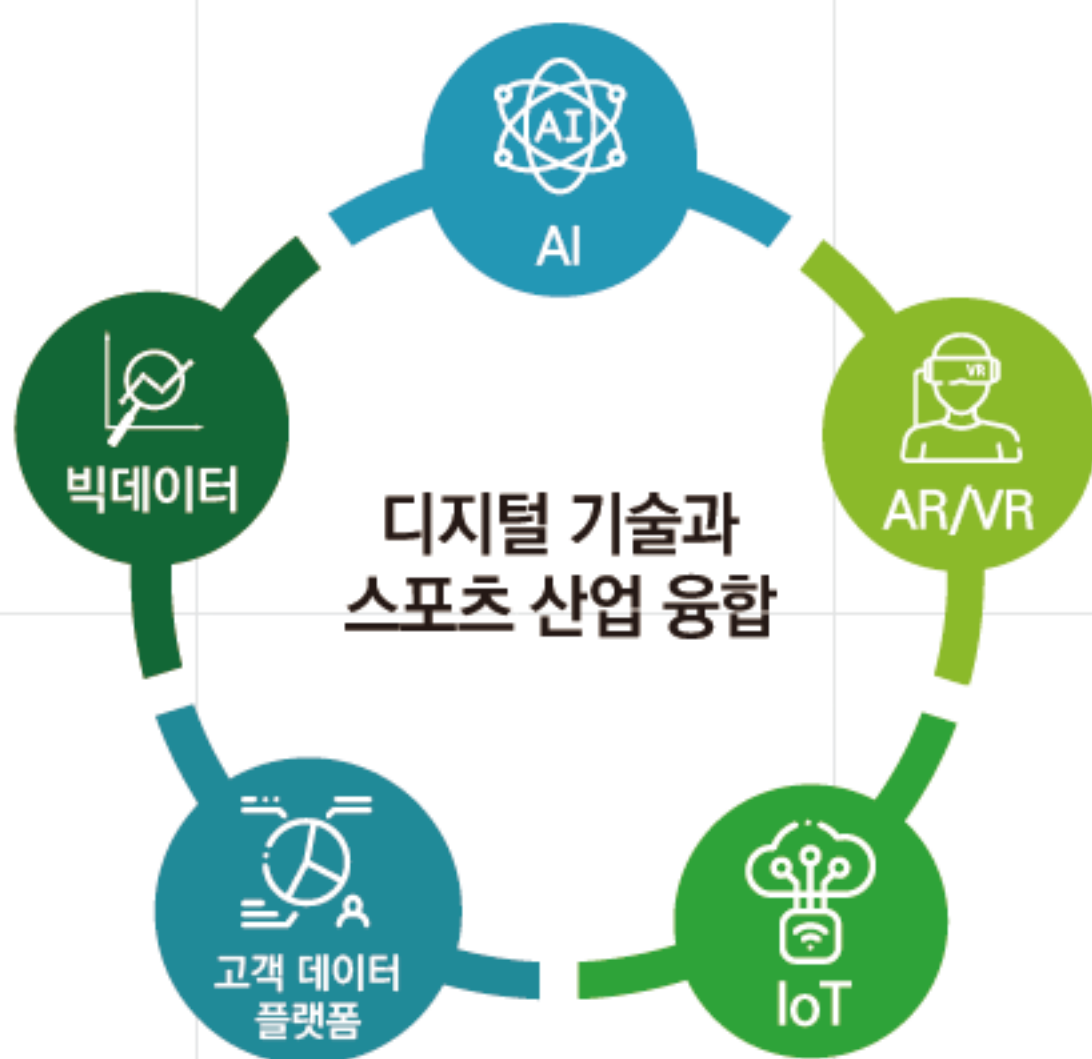
스포츠 팬들이 요구하는 고객 경험의 핵심은 연결성(connectivity)와 개인맞춤화(customization)이며, 이 2가지 트렌드와 함께 몰입형 스포츠의 시대가 열리고 있습니다.

'스포츠 팬 인사이트' 보고서는 스포츠 구단, 협회, 미디어 및 엔터테인먼트 기업 관계자들이 팬들의 니즈와 소비 인사이트를 깊이 이해하는 데에 큰 도움이 될 것입니다.

# 스포츠 디지털 전환 가속화와 고객 경험 확대

ICT 기술 접목으로 스포츠 산업의 디지털 전환이 가속화 되는 추세.  
또한 스포츠 팬들이 기대하는 고객경험 수준도 더 높아지며 다양화되고 있음.

## 스포츠 산업은 디지털 전환 중



### 스포츠 기관/구단/기업

- 경기력 향상
- 투자성과 향상 및 매출증대
- 신 사업기회 확보  
(선제적 시장 대응 및 목표달성)

### 스포츠 팬

- 장소/시간 제약 없이 스포츠 관람
- 실시간 몰입 경험
- 선수-팬 간 상호 작용증가  
(게임/구단 충성도 증가)

### 데이터 기반 의사결정 지원



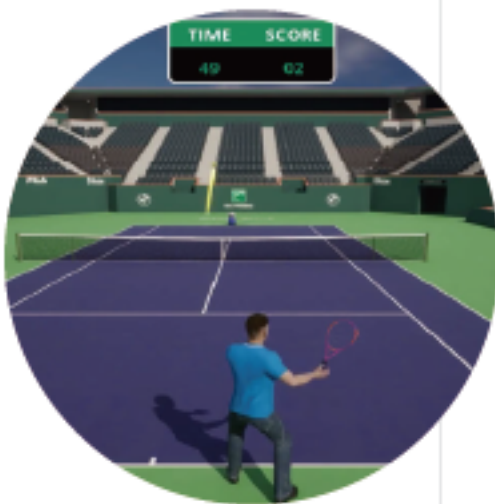
- ✓ 데이터기반, 구단/단체 전략과 연계된 의사결정 지원체계 구축 (경영성과 분석 및 비즈니스 의사결정 최적화)
- ✓ 데이터 기반 고객 행태분석 및 최적화된 마케팅 전략 추진 (e.g. FIFA+ APP, 레알마드리드 고객 플랫폼)



## 2024년부터 한국프로야구 1군 경기에 자동 스트라이크-볼 판정 시스템 도입

- 야구장에 설치된 카메라가 투수의 공 궤적을 추적해 실시간으로 위치 값을 전송, 트래킹 정보를 가지고 로봇 심판이 스트라이크-볼 여부 판단
- 판단 결과가 음성으로 변환돼 주심에게 이어폰으로 전달
- 오심을 방지해 스포츠 팬들의 고객경험 수준 제고

## 인디언 웰스 마스터스 테니스 대회 메타버스 플랫폼 시범 도입

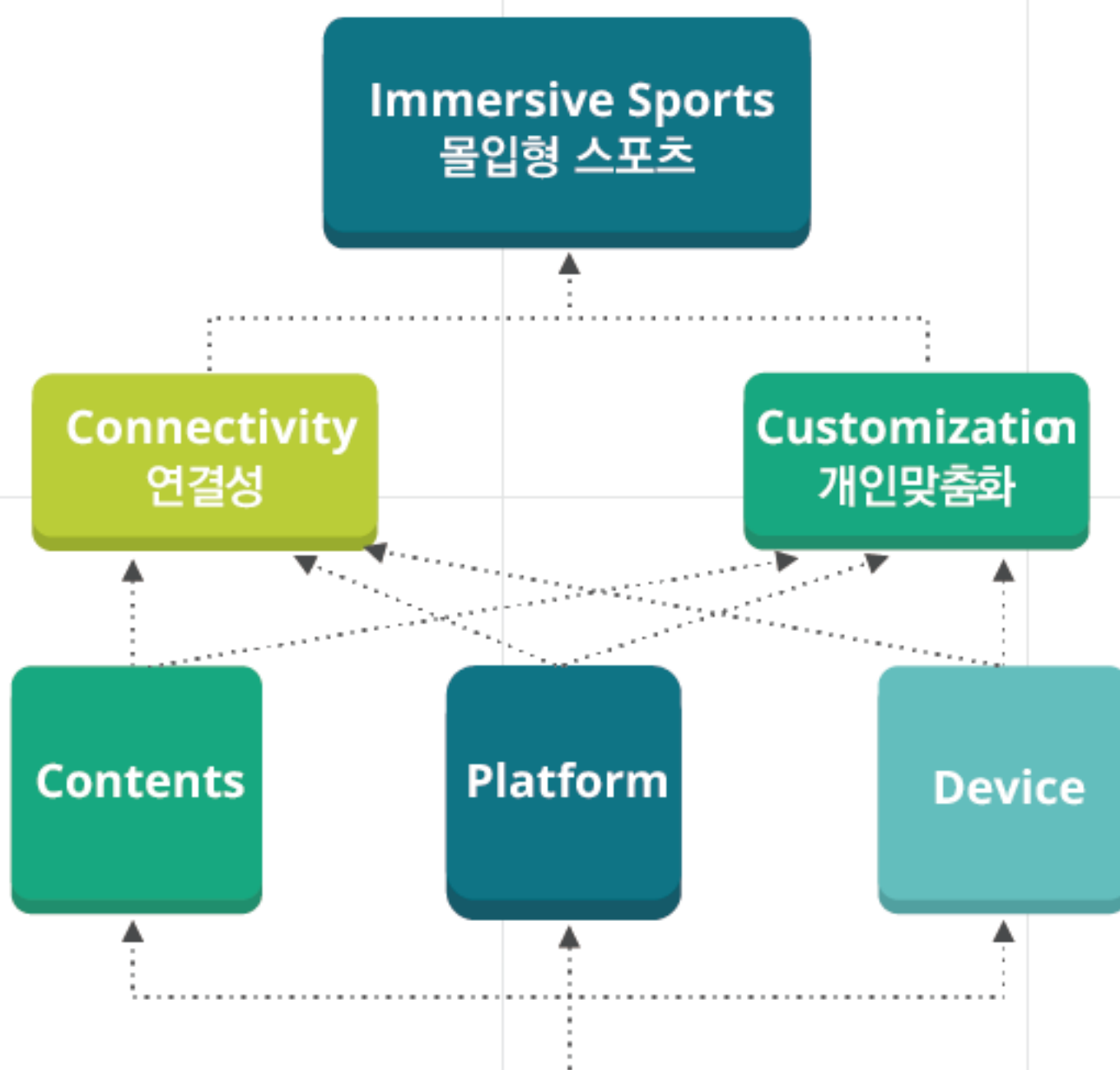


- 팬들은 메타버스 플랫폼에 접속해 실제와 동일하게 만들어진 테니스 경기장을 투어하고 중앙 코트에서 게임을 즐김
- 가상으로 클럽하우스를 방문하기도 하며 다른 참가자와 상호 작용할 수 있는 이벤트도 진행
- 실제 스포츠 경기와 메타버스 플랫폼상의 시뮬레이션을 '디지털 트윈'으로 구성해 팬들에게 독특한 경험 제공

# 스포츠 팬 인사이트 핵심: Connectivity x Customization = Immersive

스포츠 팬들이 요구하는 고객 경험의 핵심은 연결성(Connectivity)과 개인맞춤화(Customization)이며, 이 트렌드와 함께 몰입형(Immersive) 스포츠 시대가 열리고 있다.

## 몰입형 스포츠 시대로의 전환 과정



# 6가지 스포츠 팬 인사이트

01 팬들은 스포츠 콘텐츠를 즐기며 타인과 연결된다

02 이종 콘텐츠 간 연결성, 확장성이 중요해진다

03 스포츠 디지털 자산이 실제 혜택과 연결된다

04 베팅은 스포츠 콘텐츠를 더 개인화되고 특별한 경험으로 만든다

05 스트리밍 비디오 서비스와 부가기능으로 스포츠 콘텐츠 경험이 다양화/개인화 된다

06 콘텐츠와 VR 기기의 융합으로 몰입형 스포츠시대가 열리고 있다

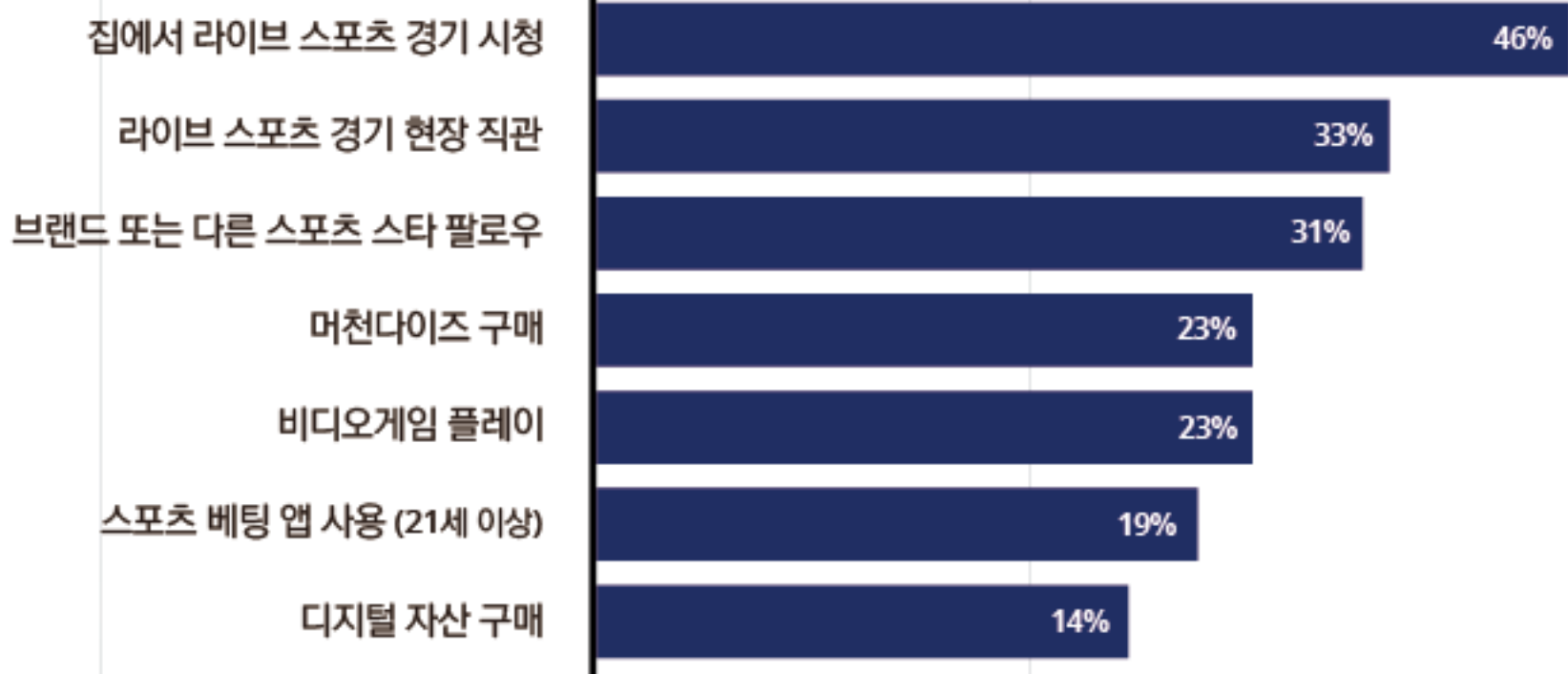
# 팬들은 스포츠 콘텐츠를 즐기며 타인과 연결된다

팬들은 SNS, 커뮤니티 상에서 다른 팬들과 연결되고, 이 과정에서 구단/선수의 SNS를 팔로우하게 되며 개인의 기호에 맞는 스포츠 소비 (스포츠 시청 빈도 증가, 머천다이즈 구매, 스포츠 게임 등)를 늘려 나간다.

## 콘텐츠와 소셜미디어 매개로 타 팬과 연결되며 유대감 형성

연결성 (Connectivity)	개인맞춤화 (Customization)
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Z세대 팬들의 61%는 스포츠 콘텐츠를 다른 팬들과 함께 시청 (X세대 팬: 53%, 베이비부머 팬: 48%)</li> <li>✓ Z세대 팬들의 40%는 친구, 가족과 함께 스포츠를 시청할 경우, 현재보다 더 자주 스포츠를 시청, 관람할 것이라고 응답</li> <li>✓ Z세대 팬들의 33%는 스포츠 경기가 열리는 도중 실시간으로 소셜미디어에서 타 팬과 의견/정보 교류</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 스포츠 팬 개인의 기호에 따라 선호하는 소셜미디어와 커뮤니티 가입</li> <li>✓ 특정 프로스포츠 경기를 시청하는 차원을 넘어 특정 선수, 스포츠 경기 비하인드 스토리 등 다양한 종류의 세분화된 콘텐츠를 개인 기호에 맞게 취사 선택</li> <li>✓ 스포츠 팬들은 방송사의 편집대로 스포츠 콘텐츠를 수동적으로 즐기는 것이 아니라, 능동적으로 스포츠 관련 콘텐츠를 개인맞춤화</li> </ul>

## 스포츠 스타를 소셜미디어 상에서 팔로우 한 후 Z세대 팬들이 취했던 행동과 비율



출처: 딜로이트 스포츠 팬 인사이트 설문조사(2023.06) / 표본 수: 589 (미국 14세이상 스포츠 팬)

## 이종 콘텐츠 간 연결성, 확장성이 중요해지고 있다

콘텐츠 소비자 대다수는 라이브 스포츠 이벤트만 시청하는 것에 그치지 않고 다른 콘텐츠를 동시에 즐기는 것을 선호하는데, 스포츠 통계 조회, SNS 탐색 및 피드 업로드, 다른 스포츠 경기 동시시청 등이 대표적이다.

### 이종 콘텐츠간 연결로 스포츠 팬들의 경험 확장

연결성 (Connectivity)	개인맞춤화 (Customization)
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 스포츠 팬 77%가 스포츠 이벤트를 집에서 시청하면서 다른 콘텐츠를 동시에 즐긴 적이 있다고 응답</li> <li>✓ '콘텐츠 간 연결성'의 중요성 부각</li> <li>✓ [사례] 스포츠 경기 시청 + SNS + 통계 검색 / 스포츠 경기 시청 + 게임 / 야구경기 직관 + 스마트 폰 활용 다른 야구 경기 시청 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 스포츠 경기 시청, 관람이 그 자체로만 끝나지 않고 다른 콘텐츠와 결합</li> <li>✓ 스포츠 팬 개개인은 자신의 취향에 따라 2~3가지의 종류의 콘텐츠를 동시에 소비하며 '엔터테인먼트 콘텐츠 조합'을 구성</li> <li>✓ 이종 엔터테인먼트 콘텐츠(TV, 음악, 게임 등)와 스포츠 콘텐츠의 결합형태는 개인의 기호에 따라 다양한 형태로 확장될 것으로 전망</li> </ul>

### 집에서 라이브 스포츠 이벤트를 시청하며 동시에 하는 활동 종류와 비율

	Z세대	밀레니얼 세대	X세대	베이비부머 세대
선수/구단 통계 검색	51%	49%	49%	34%
소셜미디어 의견/커멘트 탐색	51%	46%	39%	18%
소셜미디어 혹은 메시징 앱 활용으로 타인과 소통	44%	47%	35%	19%
스마트 기기로 다른 스포츠 경기 동시 시청	21%	30%	23%	15%
앱/웹으로 스포츠 베팅	22%	24%	16%	6%
판타지스포츠(가상게임) 플레이	17%	25%	18%	4%
머천다이즈 및 기념품 구매	17%	46%	14%	5%
스포츠 경기 관련 게임 플레이	22%	18%	7%	2%

출처: 딜로이트 스포츠 팬 인사이트 설문조사(2023.06) / 표본 수: 2,980 (미국 14세이상 스포츠 팬)



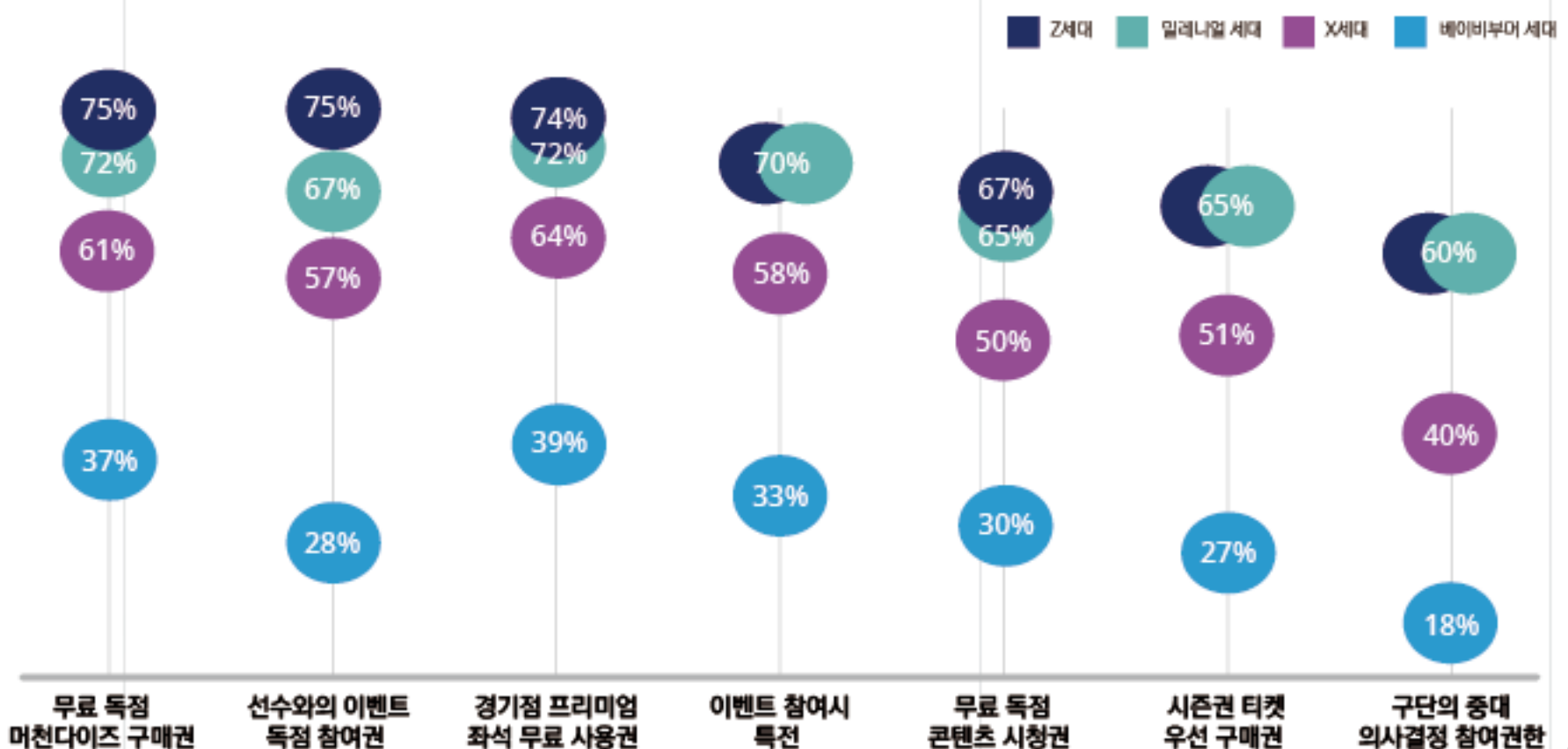
## 디지털 자산과 실제 혜택/이익이 연결된다

팬들은 실제적 혜택/이익과 연결된다면 스포츠 디지털 자산에 대한 관심이 높아질 것이라 답했는데, 원하는 혜택의 대표적 사례로 독점 머천다이즈 구매권, 이벤트 독점 참여권, 프리미엄 좌석 사용권 등이 있다.

### 스포츠 디지털 자산으로 고객 맞춤형 혜택 연결

연결성 (Connectivity)	개인맞춤화 (Customization)
<ul style="list-style-type: none"> <li>✔ NFT(대체 불가능 토큰)를 비롯한 디지털 스포츠 자산은 팬들과 구단/선수간 연결성을 높이고 의미를 확장하는 수단</li> <li>✔ 스포츠 디지털 자산을 실제 혜택/이익과 연결지어 팬들의 스포츠 참여도, 충성도 제고 가능</li> <li>✔ [사례] 특정 NFT 보유 팬에게 경기장 프리미엄 좌석 사용권, 한정판 머천 다이즈 선 구매권 제공시, Z세대, 밀레니얼 세대 75%가 디지털 자산 구매 의향 있다고 응답</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✔ 팬들에게 있어 스포츠 디지털 자산 보유/매매는 기념품, 취미 이상의 의미를 지님</li> <li>✔ 팬 개개인이 원하는 맞춤형 혜택을 설계하고 타인이 경험할 수 없는 독점적 스포츠 콘텐츠 경험 제공 중요</li> <li>✔ 스포츠 콘텐츠 파생 상품으로 새로운 자산 거래 시장 형성 가능, 팬들은 이 시장에서 자산을 매매하는 player로 활동하며 스포츠 콘텐츠의 의미를 개인별로 확장</li> </ul>

### 스포츠 디지털 자산에 더 높은 관심을 갖게 만드는 혜택/이익



출처: 딜로이트 스포츠 팬 인사이트 설문조사(2023.06) / 표본 수: 3,004 (미국 14세이상 스포츠 팬)

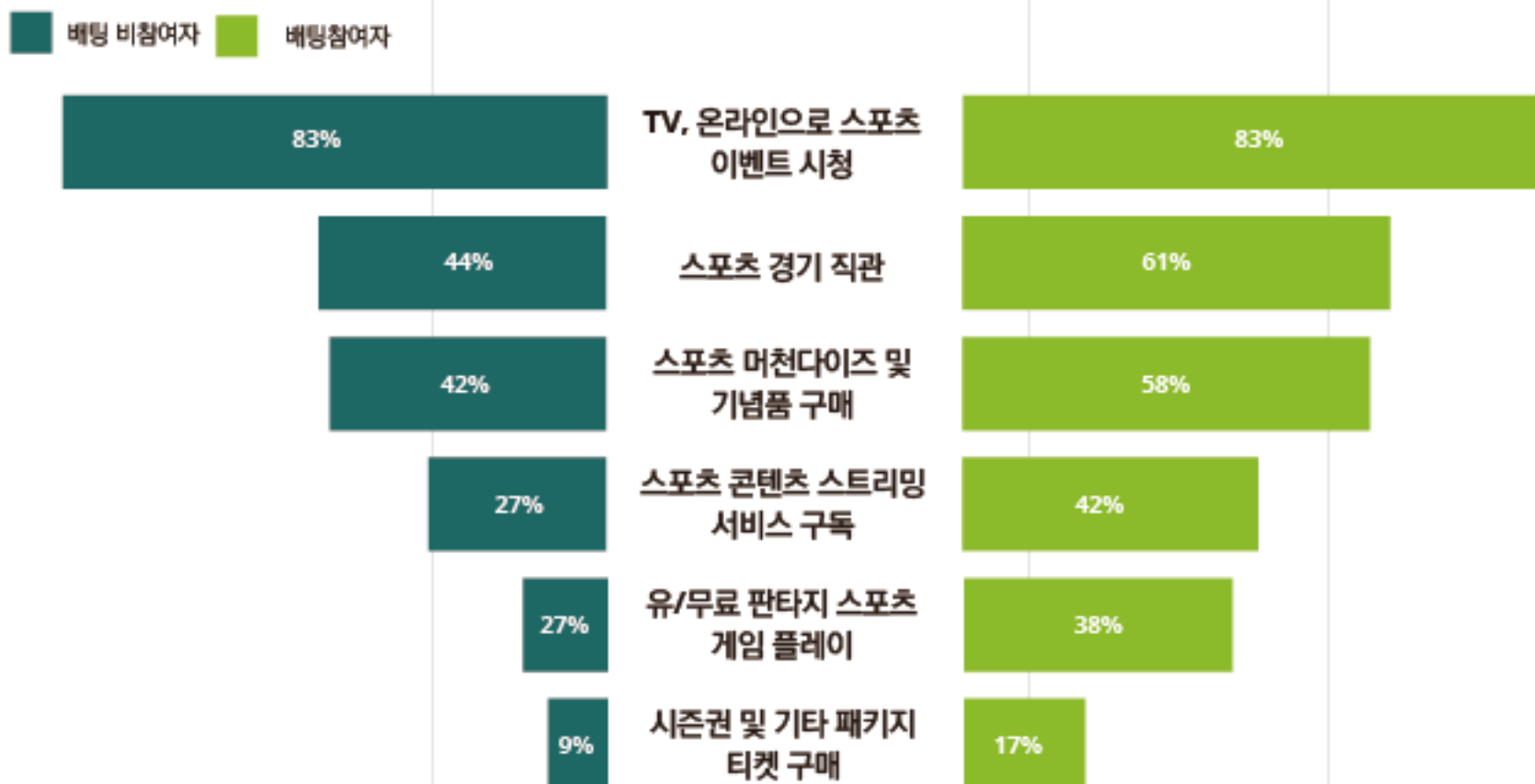
## 베팅은 팬들에게 더 특별한 경험을 제공한다

베팅은 스포츠 팬덤 문화의 몰입도를 높여 특별한 경험을 제공할 뿐만 아니라, 스포츠 이벤트, 굿즈, 게임, 경기 티켓 등 관련 상품/서비스 소비를 촉진시킨다.

### 스포츠 베팅으로 콘텐츠 몰입도 제고 및 콘텐츠 개인화

연결성 (Connectivity)	개인맞춤화 (Customization)
<ul style="list-style-type: none"> <li>21세 이상 성인 스포츠 팬 중 MZ세대의 30%는 스포츠 베팅 경험 (성인 팬 전체의 22%)</li> <li>베팅으로 스포츠 콘텐츠와 팬덤 문화 확장</li> <li>베팅을 경험한 스포츠 팬들은 더 열정적으로 스포츠를 시청/관람하고 더 많이 스포츠 관련 상품/서비스 소비 (직관, 머천다이즈, 스트리밍 서비스 구독 소비 증대)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>베팅으로 스포츠 콘텐츠의 흥미와 의미 다양화</li> <li>스포츠 팬들에게 있어 라이브 스포츠 이벤트에서 파생된 '개인화된 콘텐츠'로 기능</li> <li>[사례] 자신이 응원하는 팀의 승리에 베팅해 팬덤으로서의 몰입감을 높일 수 있으며, 반대로 객관적 분석으로 전력이 강한 상대 팀에 베팅해 금전적 이익 획득 가능 → 같은 스포츠 경기라도 개인이 느끼는 소비 경험 상이</li> </ul>

### 스포츠 베팅 참여자 VS 비참여자의 소비자 행동 비교



출처: 딜로이트 스포츠 팬 인사이트 설문조사(2023.06) / 표본 수: 2,098(미국 14세이상 스포츠 팬)

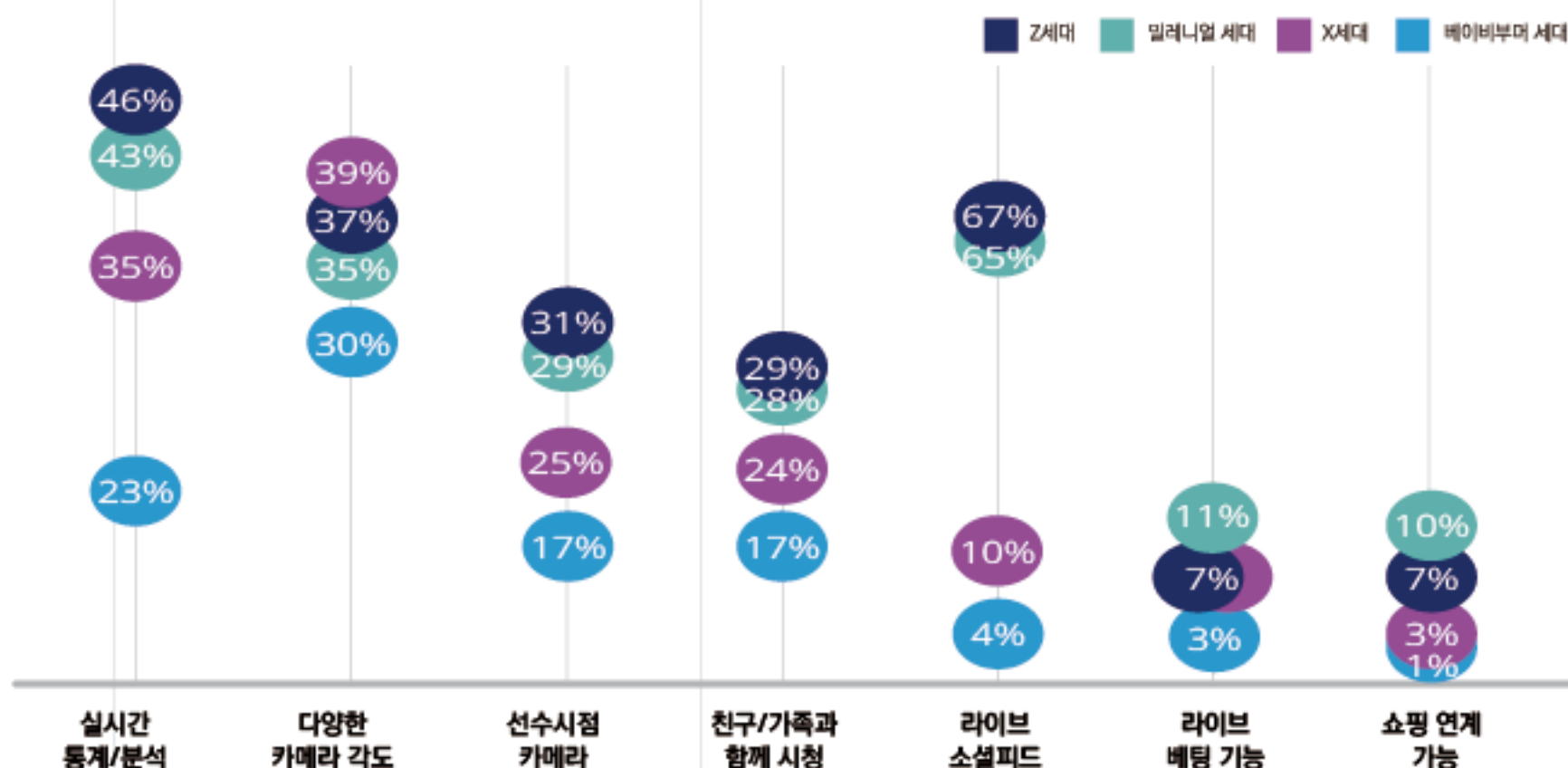
# 스트리밍 비디오 서비스와 부가기능으로 스포츠 콘텐츠 경험이 다양화/개인화 된다

스트리밍 서비스 플랫폼의 다양화로 스포츠 팬들의 콘텐츠 접근 옵션이 다양화되고 있으며, 플랫폼 별 부가기능 활용으로 스포츠 콘텐츠 경험이 개인맞춤화 되고 있다.

## 스트리밍을 통해 스포츠 콘텐츠 경험 다양화

연결성 (Connectivity)	개인맞춤화 (Customization)
<ul style="list-style-type: none"> <li>✔ 스포츠 팬 30%가 지난 12개월 이내 스트리밍 서비스 구독 경험 (밀레니얼 세대의 46%)</li> <li>✔ 특정 방송사가 독점하던 스포츠 중계권이 분산되고 여러 스트리밍 서비스 플랫폼이 등장하며 팬들과 콘텐츠 간 연결성 강화</li> <li>✔ [사례] 애플, 아마존, 쿠팡 등 국내외 영향력 있는 기업들이 스포츠 OTT 시장에 진입하며 팬들의 콘텐츠 접근성 향상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✔ 스트리밍 서비스 플랫폼들은 다양한 부가서비스 개발/제공</li> <li>✔ 과거 방송사의 중계 방식과 편집 방향을 일방적으로 수용했지만, 스트리밍 서비스 등장으로 팬들은 개인의 기호에 맞게 스포츠 경기 시청 가능</li> <li>✔ [사례] A플랫폼은 실시간 통계 분석 제공, B플랫폼은 다양한 카메라 각도 시청 제공 → 스포츠 팬 개인이 선호하는 부가기능을 제공하는 플랫폼 선택 가능</li> </ul>

## 스트리밍 비디오 서비스 시청에 있어 원하는 부가기능



출처: 딜로이트 스포츠 팬 인사이트 설문조사(2023.06) / 표본 수: 3,004 (미국 14세이상 스포츠 팬)

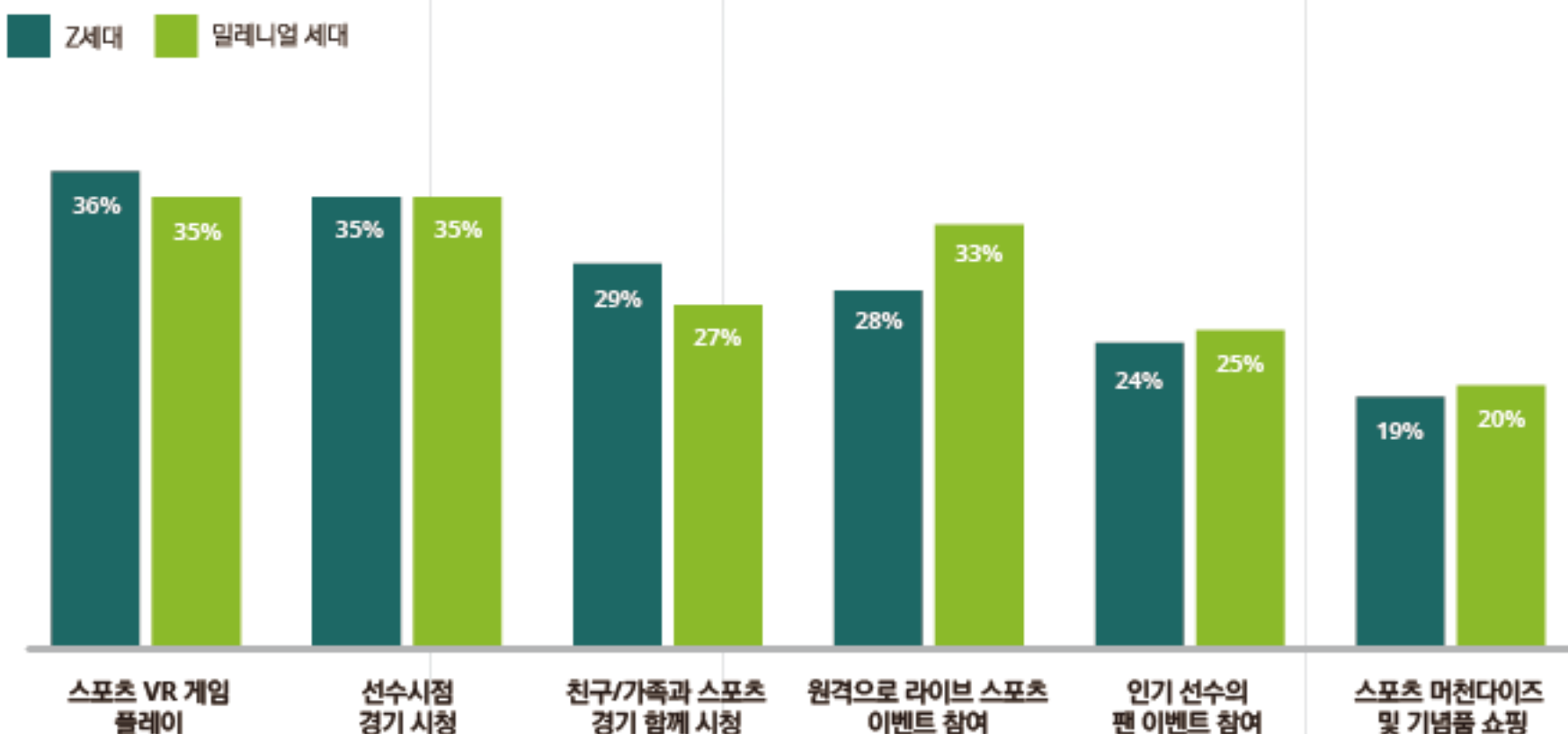
## 스포츠 콘텐츠와 VR 기기의 융합으로 몰입형 스포츠의 시대가 열리고 있다

VR기기 도입으로 몰입형, 실감형 콘텐츠 경험이 가능해지며, VR기기 부가서비스 기능이 다양화되면서 팬들은 더 개인맞춤화된 스포츠 콘텐츠를 즐길 수 있다.

### 실감형 스포츠 콘텐츠 부상과 몰입감 있는 스포츠 시청/관람

연결성 (Connectivity)	개인맞춤화 (Customization)
<ul style="list-style-type: none"> <li>✔ VR기기와 스포츠 콘텐츠가 연결되면서 새로운 부가 서비스 기능이 등장하고 이에 따라 스포츠 팬들의 몰입감 증대</li> <li>✔ [사례] 통계/분석, SNS, 음악, 게임 등을 VR기기 착용시 나타나는 스포츠 경기 화면 바로 옆에서 가상화면 접근</li> <li>✔ 시간과 장소에 구애 받지 않고 실감나는 스포츠 현장으로 접속 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✔ VR기기로 게임 플레이, 선수시점 카메라 시청, 원격 라이브 이벤트 참여 가능</li> <li>✔ 스포츠 팬 개인이 좋아하는 인기선수/구단행사, 스포츠 머천다이즈 구매 이벤트 등에 가상으로 참여 가능(혼합현실)</li> <li>✔ VR 기기를 활용해 스포츠 콘텐츠와 다른 엔터테인먼트 콘텐츠(음악, 게임, SNS 등)를 스포츠 팬 기호대로 결합 가능</li> </ul>

### VR기기로 경험하고 싶은 스포츠 콘텐츠 유형과 비율



출처: 딜로이트 스포츠 팬 인사이트 설문조사(2023.06) / 표본 수: Z세대(589), 밀레니얼세대(684)

# 프로스포츠 구단, 스포츠/ 엔터테인먼트 관련 기업을 위한 전략

연결(Connectivity)과 개인맞춤화(Customization) 실현으로  
몰입형 스포츠 시대 리더로 도약

## 소셜미디어, 커뮤니티 활성화

- 구단/선수 관련 다양한 콘텐츠 제작으로 팬 커뮤니티 가입자 증대
- 스포츠 콘텐츠 인플루언서 양성 커뮤니티 내에서 '개인맞춤형' 프로모션 이벤트 진행

## 다중 콘텐츠 개발 및 결합

- 스포츠 콘텐츠와 동시에 즐길 수 있는 엔터테인먼트 콘텐츠 개발(숏폼 영상/게임 등)
- 라이브 스포츠 경기를 스포츠 다큐, 스포츠 예능, 개인방송 등과 연계

## 스포츠 디지털 자산 가치 제고

- 독점 머천다이즈 구매권, 독점 콘텐츠 시청권, 시즌 티켓 구매 우선권, 프리미엄 좌석 사용권 등을 스포츠 디지털 자산과 연결
- 특정 스포츠 디지털 자산 보유자에게 개인 맞춤형/ 독점적 혜택 제공

## 스포츠 베팅 규제 완화 및 이미지 개선

- 스포츠 베팅 규제 완화를 위한 민관협력 추진
- 베팅 사업으로 창출된 수익을 ESG경영에 활용해 스포츠 베팅이미지 개선

## 부가서비스 다양화

- 실시간 스포츠 경기 통계/분석 자료 제공
- 개인 기호에 맞게 다양한 카메라 각도로 시청하는 기능 탑재
- 스트리밍 서비스와 각종 부가 기능 (SNS 라이브 피드, 스포츠 머천다이즈 쇼핑, 베팅 등) 연계

## 몰입형 콘텐츠/ 플랫폼 투자

- VR 디바이스를 활용해 스포츠 콘텐츠와 다른 엔터테인먼트 콘텐츠(게임, 음악 등) 융합
- 경제성과 편의성 발전 속도를 고려한 콘텐츠 개발 및 마케팅 필요
- 메타버스 플랫폼 선제적 개발로 몰입형 스포츠 시대 리딩

# Deloitte Korea Sports Transformation

스포츠 혁신 CoE는 국내 스포츠 산업 확장을 목적으로 각 산업의 인사이트를 보유한 전문가들로 구성되었으며, 국내 스포츠 산업 활성화 및 디지털 전환 전략 수립, 디지털 마케팅 등 다양한 서비스 제공 활동을 진행하고 있습니다



## 정동섭 부대표

전문가 파트너 | CMO

Tel: 02-6676-3275  
E-mail: dongjeong@deloitte.com



## 김태환 전무

전문가 파트너 | Consulting-MC&DC

Tel: 02-6676-3756  
E-mail: taehwankim@deloitte.com



## 박형곤 전무

전문가 파트너 | Consulting-SBD1

Tel: 02-6676-3684  
E-mail: hypark@deloitte.com



## 김정열 이사

전문가 파트너 | FA-M&A E2E

Tel: 02-6099-4490  
E-mail: jeongykim@deloitte.com



## 유선희 파트너

전문가 파트너 | RA-Cyber

Tel: 02-6676-2956  
E-mail: sunhyou@deloitte.com



## 강상욱 부문장

사원 파트너 | Assurance-A&RA

Tel: 02-6676-1562  
E-mail: skang@deloitte.com.com



## 김한석 그룹장

사원 파트너 | Audit-General

Tel: 02-6676-1545  
E-mail: hansukim@deloitte.com



## 우승수 파트너

사원 파트너 | Tax-M&A

Tel: 02-6676-2452  
E-mail: sungwoo@deloitte.com



## 임정훈 전무

수석위원 | Assurance-ESG&MMA

Tel: 02-6676-1371  
E-mail: junglim@deloitte.com



## 이옥수 파트너

사원 파트너 | RA-CSE

Tel: 02-6099-4425  
E-mail: okslee@deloitte.com



## Nicola Weir 파트너

전문가 파트너 | ESG Center

Tel: 02-6676-3178  
E-mail: nweir@deloitte.com



## 강윤정 파트너

파트너 | PR GATE (홍보)

Tel: 010-3289-2707  
E-mail: yunjekang@deloitte.com

# Deloitte.

## Insights

성장전략본부 리더  
손재호 Partner  
jaehosoh@deloitte.com

딜로이트 인사이트 리더  
정동섭 Partner  
dongjeong@deloitte.com

연구원  
양원석 Senior Consultant  
wonsukyang@deloitte.com

디자이너  
박주리 Consultant  
jooripark@deloitte.com

Contact us  
krinsightsend@deloitte.com

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the "Deloitte organization"). DTTL (also referred to as "Deloitte Global") and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) to learn more.

Deloitte Asia Pacific Limited is a company limited by guarantee and a member firm of DTTL. Members of Deloitte Asia Pacific Limited and their related entities, each of which are separate and independent legal entities, provide services from more than 100 cities across the region, including Auckland, Bangkok, Beijing, Hanoi, Hong Kong, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Melbourne, Osaka, Seoul, Shanghai, Singapore, Sydney, Taipei and Tokyo.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its global network of member firms or their related entities (collectively, the "Deloitte organization") is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.

본 보고서는 저작권법에 따라 보호받는 저작물로서 저작권은 딜로이트 안진회계법인("저작권자")에 있습니다. 본 보고서의 내용은 비영리 목적으로만 이용이 가능하고, 내용의 전부 또는 일부에 대한 상업적 활용 기타 영리목적 이용시 저작권자의 사전 허락이 필요합니다. 또한 본 보고서의 이용시, 출처를 저작권자로 명시해야 하고 저작권자의 사전 허락없이 그 내용을 변경할 수 없습니다.