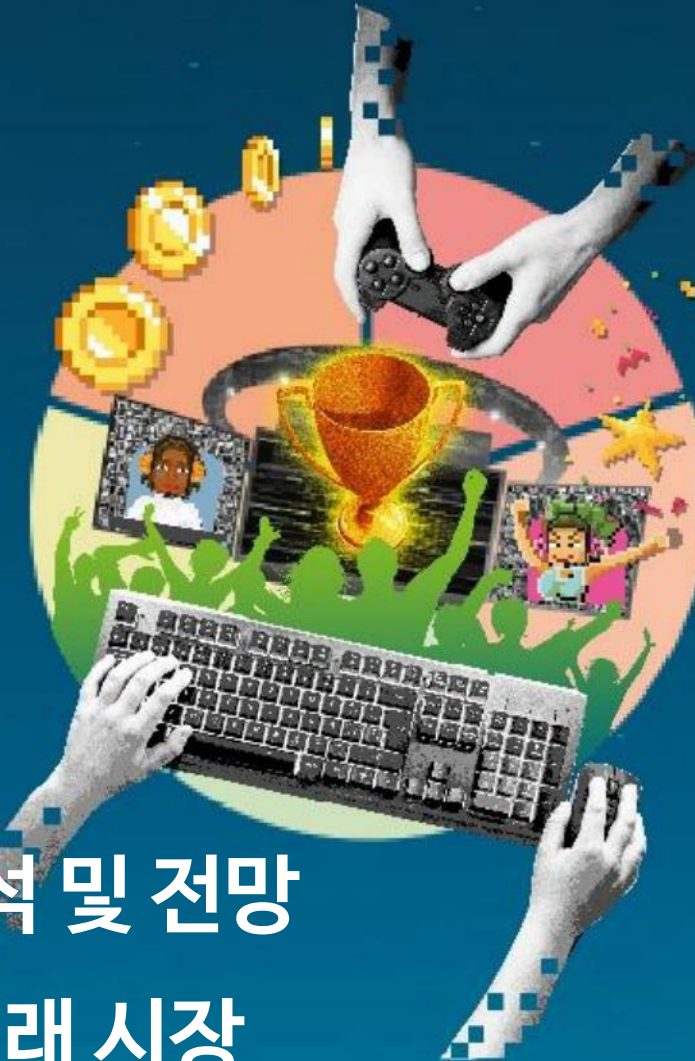




e스포츠 산업의 현황 분석 및 전망

- 성장할 수 밖에 없는 미래 시장

리더 메시지



한경수 파트너

Deloitte Digital | 컨설팅 부문

“e스포츠는 성장할 수밖에 없는 미래 시장입니다.”

e스포츠는 컴퓨터 게임을 매개로 온라인에서 구현되는 스포츠라고 정의될 수 있습니다.

현재 e스포츠 시장에서는 개발사, 퍼블리셔, 플랫폼을 통해 젊은 세대를 중심으로 강력한 팬덤이 형성되고 있으며, 특히 스트리밍 플랫폼의 확산이 e스포츠 산업에 큰 성장동력이 되고 있습니다.

글로벌 e스포츠 시장 규모는 2025년 약 81억 달러에서 2034년 약 480억 달러로 성장할 것으로 예상되며, 같은 기간 동안 한국 시장도 3억 달러에서 5억 2천만 달러 규모로 확대될 전망입니다.

이처럼 e스포츠는 현재 수십억 달러 규모의 세계적인 산업으로 자리 잡았으며, 기술 발전과 팬덤 확장을 통해 지속적으로 진화하고 있습니다.

앞으로도 새로운 플랫폼과 기술을 기반으로 더욱 다양하고 혁신적인 형태로 발전할 것으로 기대됩니다.

본 리포트는 e스포츠 시장의 성장 요인을 분석하고, 이를 바탕으로 지속적인 성장을 위한 전략을 제시하고자 합니다.

Table of Contents

01. e스포츠 산업 분석 및 전망 (글로벌/한국)

02. e스포츠 산업의 성장 전략

03. 딜로이트 스포츠 CoE

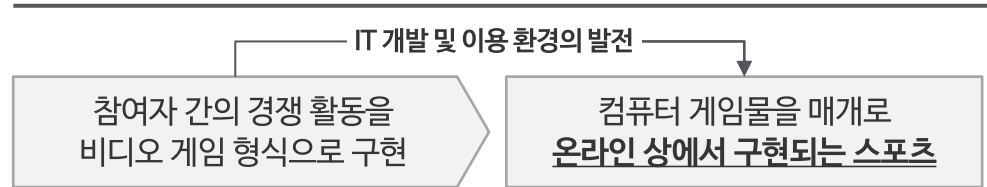
01 e스포츠 산업 분석 및 전망 (글로벌/한국)

- 글로벌 e스포츠 (eSport) 산업의 구조
- 글로벌 e스포츠 (eSport)의 시장 규모
- 글로벌 e스포츠 (eSport)의 성장 요인
- 주요국 e스포츠 소비자 분석
- 글로벌 e스포츠 (eSport) 산업의 성장 전망
- 한국 e스포츠 (eSport) 시장 규모
- 한국 e스포츠 (eSport) 산업의 성장 요인
- 한국 e스포츠 (eSport) 소비 행태
- 한국 e스포츠 (eSport) 산업의 성장 전망

글로벌 e스포츠 (eSport) 산업 구조

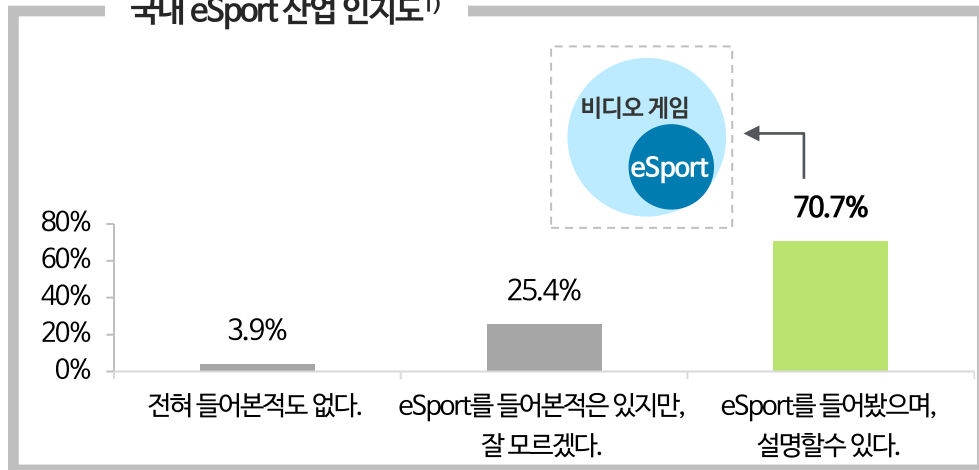
e스포츠 산업은 컴퓨터 게임물을 매개로 온라인 상에서 구현되는 스포츠로 정의되며, 높은 인지도를 바탕으로, 개발사, 퍼블리셔, 플랫폼을 통해 젊은 세대들의 참여와 소비가 이루어지며, 팬덤의 형성과 스트리밍 플랫폼의 확산에 힘입어 성장하고 있다

e스포츠 산업의 정의



- (게임과 스포츠의 성격 동시 보유) 게임물을 매개로 하여 참여자들간 기록 또는 승부를 겨루는 경기 및 부대 활동 (e스포츠는 게임의 부분집합으로서 비디오 게임 경기를 의미)
- 단순한 게임 플레이를 넘어, 조직화된 대회와 리그, 관중 참여, 미디어 중계를 포함하는 독립적인 스포츠 산업으로 진화

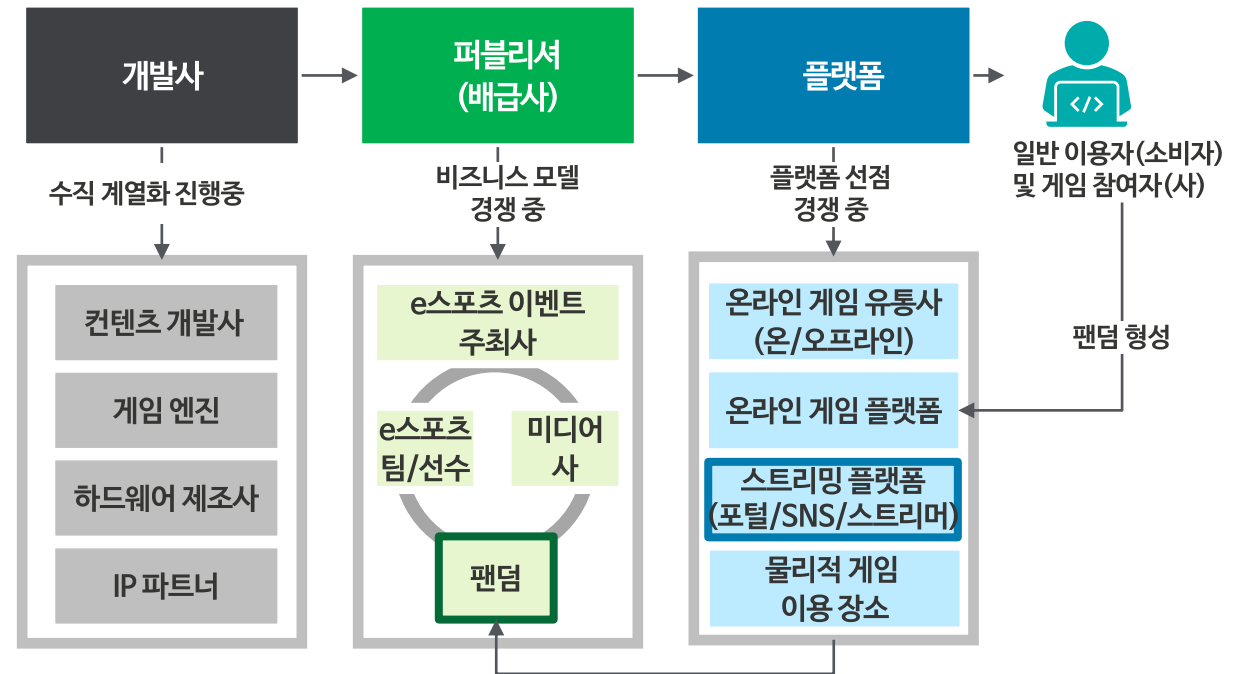
국내 eSport 산업 인지도¹⁾



출처: 1) Deloitte (2024), Esports Survey (Korea)

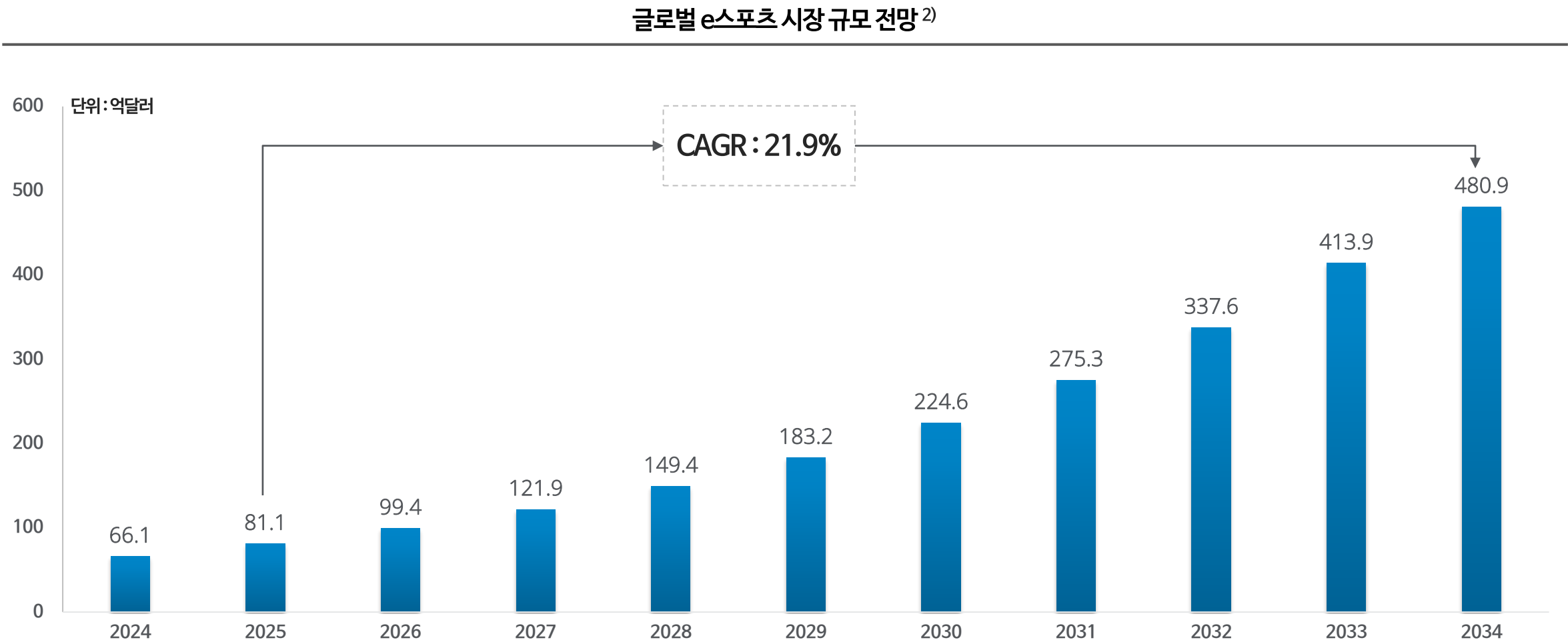
e스포츠 산업 (생태계) 구조

- 개발사 중심으로 게임 콘텐츠(e스포츠 종목) 개발과 하드웨어까지 수직계열화 진행 중
- 퍼블리셔 부문에는 e스포츠 이벤트 중심으로 비즈니스 모델 경쟁 중
- 일반 이용자와 프로 선수단을 대상으로 한 온·오프라인 채널(플랫폼) 선점 경쟁 중



글로벌 e스포츠 (eSport)의 시장 규모

글로벌 e스포츠 시장은 2025년 약 81억 달러에서 2034년 약 480억 달러로 성장할 것으로 전망된다.



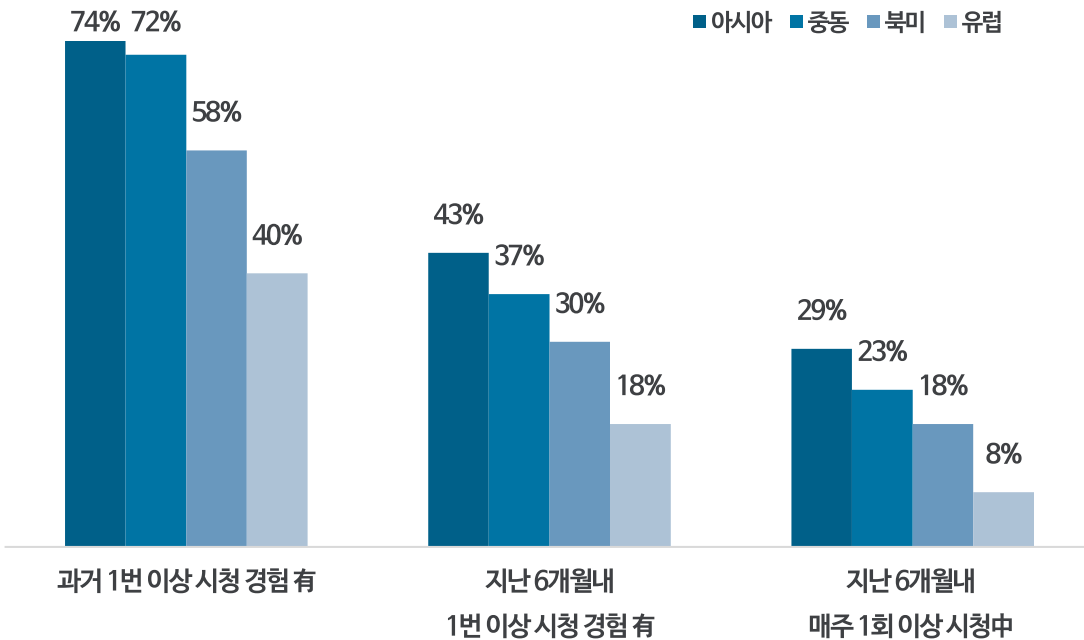
출처: 1) Deloitte (2024), Esports Survey (Korea) 2)Precedence research(2024), eSports Market Size and Growth 2025 to 2034 (엔터테인먼트 및 미디어 산업의 평균 성장률: 7.5%)

글로벌 e스포츠 (eSport)의 성장 요인 - 시청 환경 조성

e스포츠의 성장을 위해서는 문화적·기술적 인프라와 팬 경험 강화를 위한 물리적 시설 확충이 필수적이다. 아시아는 강력한 팬덤과 기술적·물리적 인프라를 바탕으로 높은 시청 경험률을 보이고 있으며, 중동이 이를 뒤이어 빠르게 성장할 것으로 전망된다.

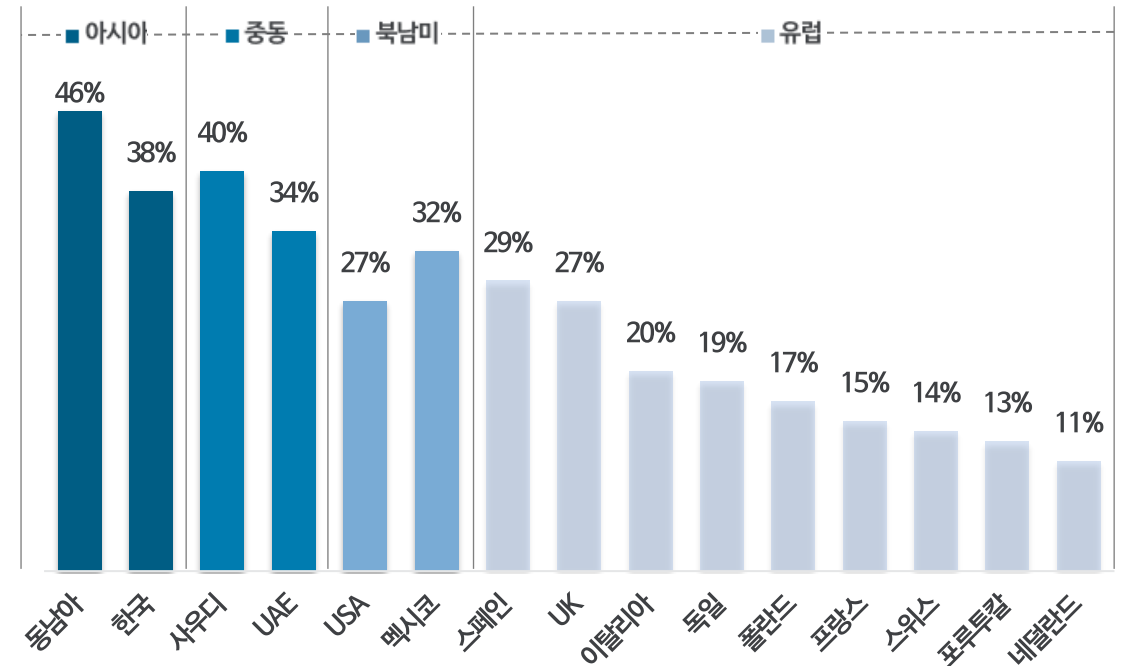
(권역별) e스포츠 시청 경험 (N=14,250)¹⁾

- (아시아) 높은 인터넷 보급률, 모바일 게임의 인기 및 스타 게이머들의 등장
- (중동) 사우디아라비아와 UAE 등 중동 부호국들이 대규모 투자로 국제 e스포츠 대회 개최
- (북미) NFL, NBA, MLB 등 강력한 전통 스포츠 리그 보유국 → e스포츠 비 주류 인식
- (유럽) 인구 고령화와 지역간 인터넷 속도 및 접근성 격차가 높음



(주요 국가별) e스포츠 시청 경험 (N=14,250)

- (문화적 요인) 북·남미와 유럽은 NFL, NBA, MLB 및 4대 축구 프로 리그에 팬덤 보유 → e스포츠가 전통 스포츠와 동등한 문화적 지위를 확보하지 못하고 있음
- (글로벌 경쟁력) 북미와 유럽은 국제대회(e.g. LOL)에서 성과 저조
- (시청 환경) 아시아 시간대에 맞춰 국제대회 진행되어 북미 및 유럽 팬들에게 불리한 시청 환경
- (인프라와 기술적 제한) 고속 인터넷, 서버/클라우드 인프라, e스포츠 전용 경기장 등의 시설이 필요

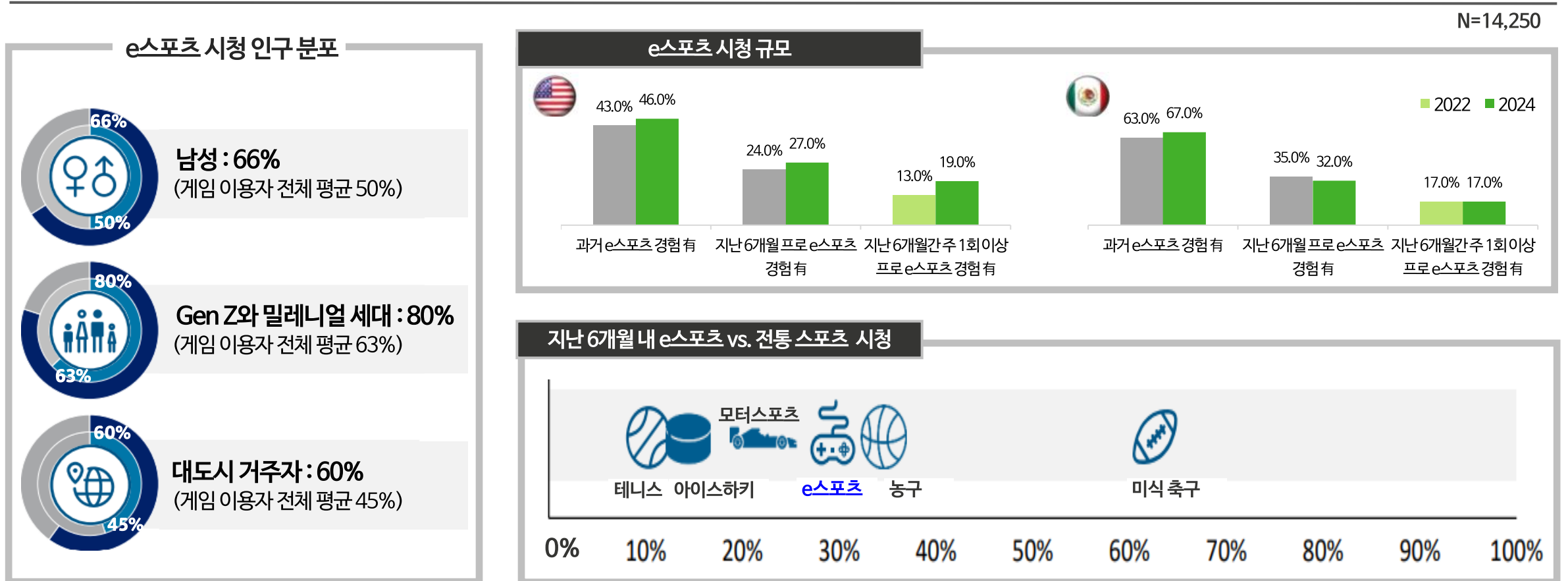


출처: 1) Deloitte (2024), Let's Play! 2024 the esports market(Global, N=14,250); Deloitte (2024), eSports Survey(Korea)

글로벌 e스포츠 (eSport)의 성장 요인 - e 스포츠 소비자 증가 (1/3)

미국과 멕시코 지역의 e스포츠 콘텐츠 이용자들은 주로 대도시에서 거주하는 젊은 남성으로, 최소 주 1회 이상 시청 비율이 각각 19%와 17%에 달하지만, 이는 농구 스포츠 시청자 규모에 해당하는 수치이다.

e스포츠 시청 규모 : 북미 (USA & Mexico)

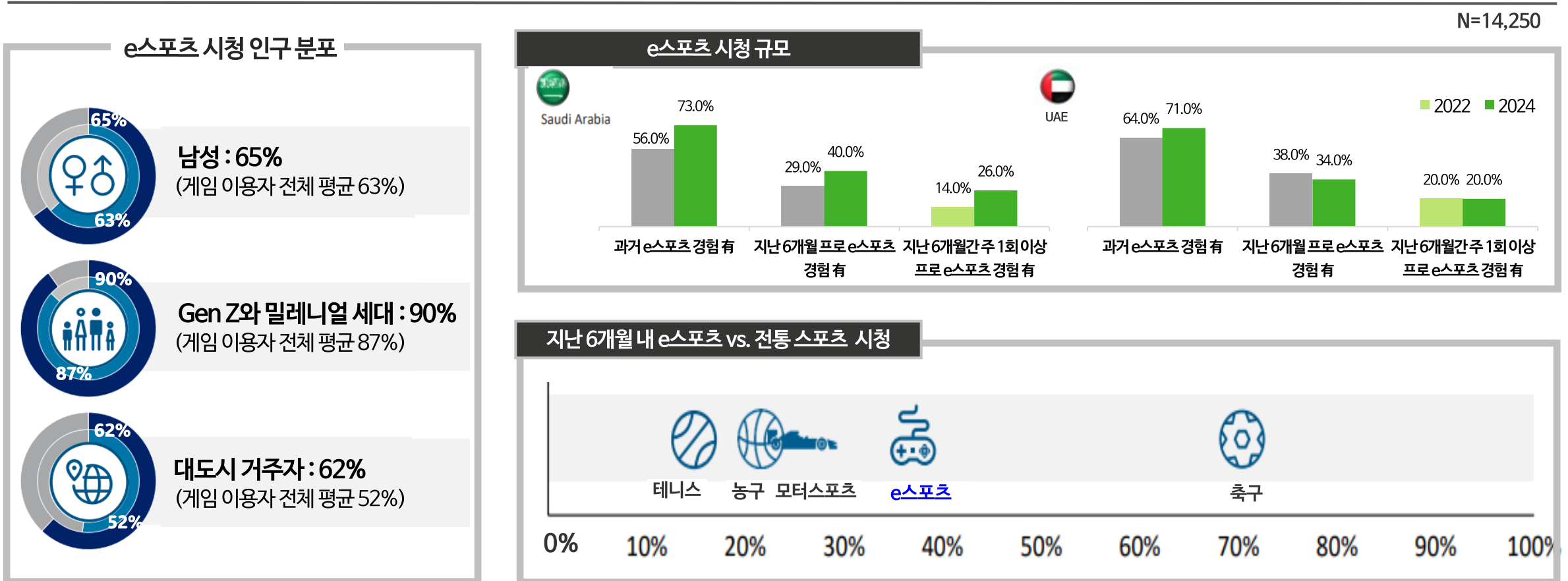


출처: 1) Deloitte (2024), Esports Survey (Korea) 2)Precedence research(2024), eSports Market Size and Growth 2025 to 2034

글로벌 e스포츠 (eSport)의 성장 요인 - e 스포츠 소비자 증가 (2/3)

중동 지역(KSA, UAE)의 e스포츠 콘텐츠 이용자들은 주로 대도시에서 거주하는 젊은 남성으로, 최소 주 1회 이상 시청 비율이 각각 26%와 20%에 달하며, 축구에 이어 두 번째로 인기 있는 스포츠로 자리 잡고 있다.

e스포츠의 시청 규모 : 중동지역(Saudi Arabia & UAE)



출처: 1) Deloitte (2024), Esports Survey (Korea) 2)Precedence research(2024), eSports Market Size and Growth 2025 to 2034

글로벌 e스포츠 (eSport)의 성장 요인 - e 스포츠 소비자 증가 (3/3)

동남아 지역 주요국과 한국의 e스포츠 콘텐츠 이용자들은 주로 대도시에서 거주하는 젊은 남성으로, 최소 주 1회 이상 시청 비율이 각각 31%와 25%에 달하며, 축구에 이어 두 번째로 인기 있는 스포츠로 자리 잡고 있다.

e스포츠의 시청 규모 : 중동지역(Saudi Arabia & UAE)

N=14,250

e스포츠 시청 인구 분포



남성 : 59%
(게임 이용자 전체 평균 50%)

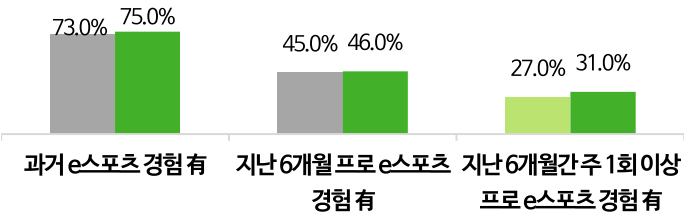


Gen Z와 밀레니얼 세대 : 79%
(게임 이용자 전체 평균 66%)

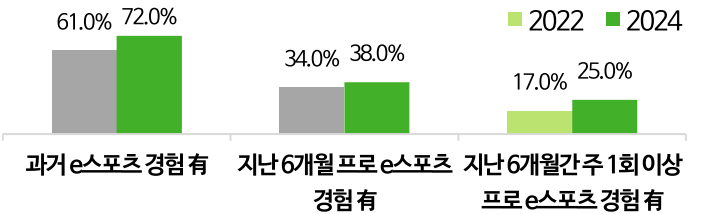


대도시 거주자 : 51%
(게임 이용자 전체 평균 52%)

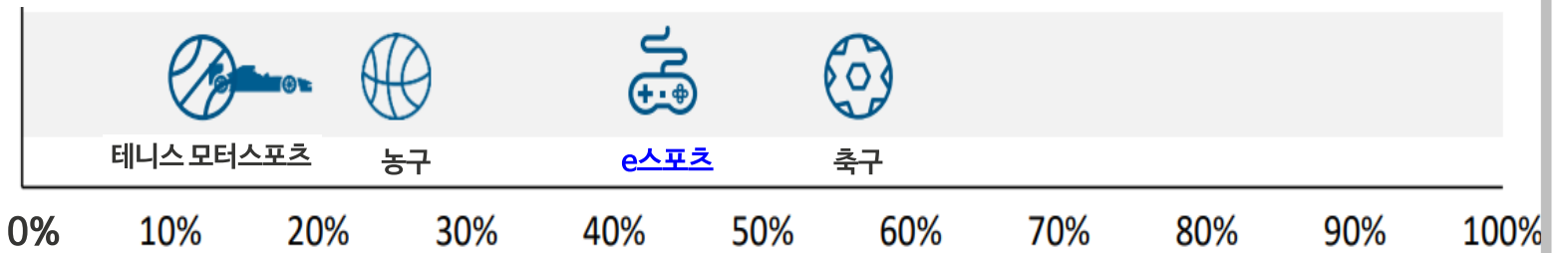
e스포츠 시청 규모



한국



지난 6개월 내 e스포츠 vs. 전통 스포츠 시청



글로벌 e스포츠 (eSport) 산업의 성장 전망

e스포츠는 현재는 전 세계적으로 수십억 달러 규모의 산업으로 성장하고 있으며, 기술 발전과 팬덤 확장을 통해 지속적으로 진화하고, 앞으로도 새로운 플랫폼과 기술을 기반으로 더욱 다양하고 혁신적인 형태로 발전할 것으로 기대된다.

e스포츠의 형성과 발전 배경(2000년 이후)

히트 게임의 출시	SNS 플랫폼 (중계)	스폰서십 증가 (미디어, 브랜드)	글로벌 리그 및 대회 성공	스포츠 정식 종목으로 채택
-----------	--------------	--------------------	----------------	----------------

~2000년대

e스포츠 수요 형성

- 1998년 블리자드 엔터테인먼트에서 스타크래프트 출시
- 전 세계 총 1,100만 장 이상이 판매된 실시간 전략 게임 (한국에서 40%판매)
- 브루드 워는 한국 e스포츠의 상징적인 종목

~ 2010년대

스트리밍 플랫폼의 성장

- 2012년 라이엇 게임즈의 MOBA(Multiplayer Online Battle Arena) ‘리그오브레전드(League of Legends)’ 출시
- Twitch, YouTube Gaming, Facebook Gaming 등의 글로벌 플랫폼 등장 → 광고, 구독, 중계권 등의 수익 모델 성공
- 미디어 기업의 투자 확대와 스폰서십 증가 → 대회규모 확대

~2020년대 이후

기존 스포츠와 동등한 지위로 성장

- (주류 스포츠로의 도약) 항저우 아시안게임 정식 종목 채택 및 올림픽에서도 정식 종목으로 채택하려는 논의 중
- (전통스포츠와 융합) NBA, FIFA 등 전통 스포츠 리그들은 자체 e스포츠 리그(NBA 2K League, eMLS 등) 운영

향후 성장 전망

중동 시장의 성장과 전통 스포츠와 e스포츠 간의 연결고리 강화 및 기술 융합으로 시장 다각화 전망

중동의 e스포츠 소비층 성장

- 사우디 'Vision 2030' 이니셔티브를 통해 e스포츠를 주요 산업으로 육성 → 대규모 경기장과 훈련 시설 조성
- 중동 게이머들의 유저당 평균 매출액은 세계적으로도 높은 수준(181달러)

스포츠와 e스포츠 간 연결고리 강화

- (축구) FIFAe 월드컵과 같은 e스포츠 대회는 전통 스포츠의 디지털 버전
 - 파리 생제르맹(PSG) 축구팀은 e스포츠 팀 운영
 - KBO 리그는 e스포츠 요소와 접목한 이벤트 진행
- (레이싱 스포츠) e슈퍼레이스와 같은 디지털 대회가 정착

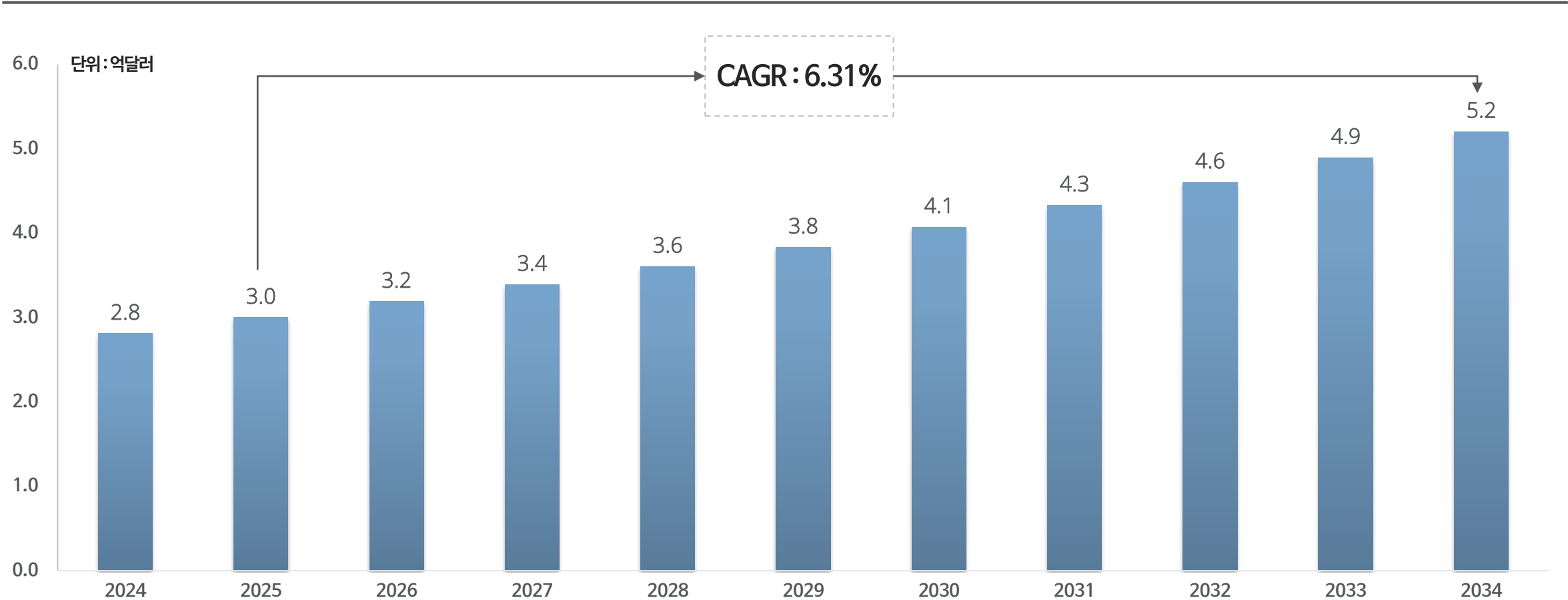
기술 융합 및 시장 다각화

- VR/AR 기기의 발전 및 공간 컴퓨팅 확대로 몰입감 높은 게임 콘텐츠 증가 전망
- 다양한 장르 게임들이 e스포츠 종목으로 자리 잡으며 시장 다각화 전망

한국 e스포츠 (eSport) 시장 규모

한국 e스포츠 시장 규모는 2025년부터 2034년까지 6.31% 성장해 3억 달러에서 5.2억 달러로 확대될 것이다.

한국 e스포츠 시장 규모 전망 2)



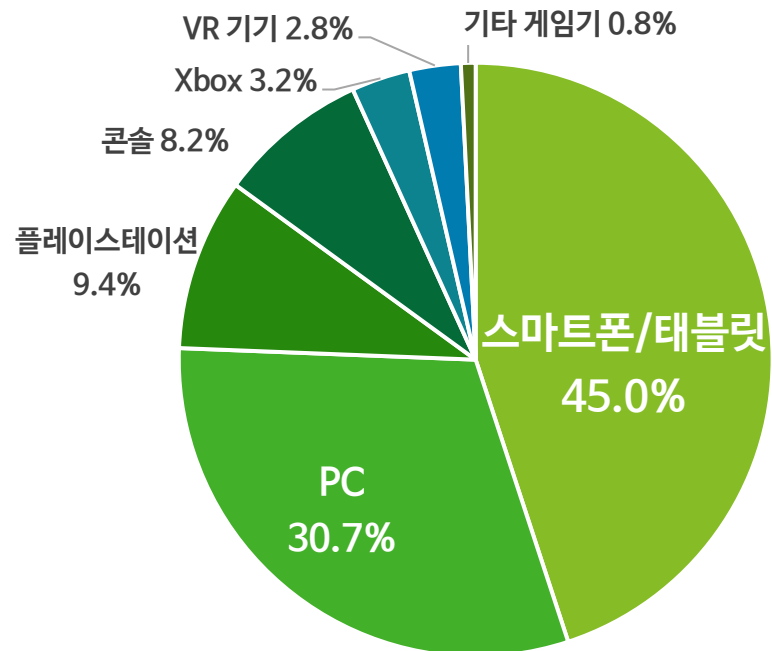
출처: 1) Deloitte (2024), Esports Survey (Korea) 2)Precedence research(2024), eSports Market Size and Growth 2025 to 2034

한국 e스포츠 (eSport) 산업의 성장 요인 - 플랫폼의 성장

모바일과 PC는 게임에서 최적화된 사용자 경험을 제공하고, 유튜브와 트위치 같은 스트리밍 플랫폼은 실시간 소통과 커뮤니티 형성을 지원하여, 게임 이용자들의 e스포츠 팬덤으로의 전환과 확산에 중요한 역할을 하고 있다.

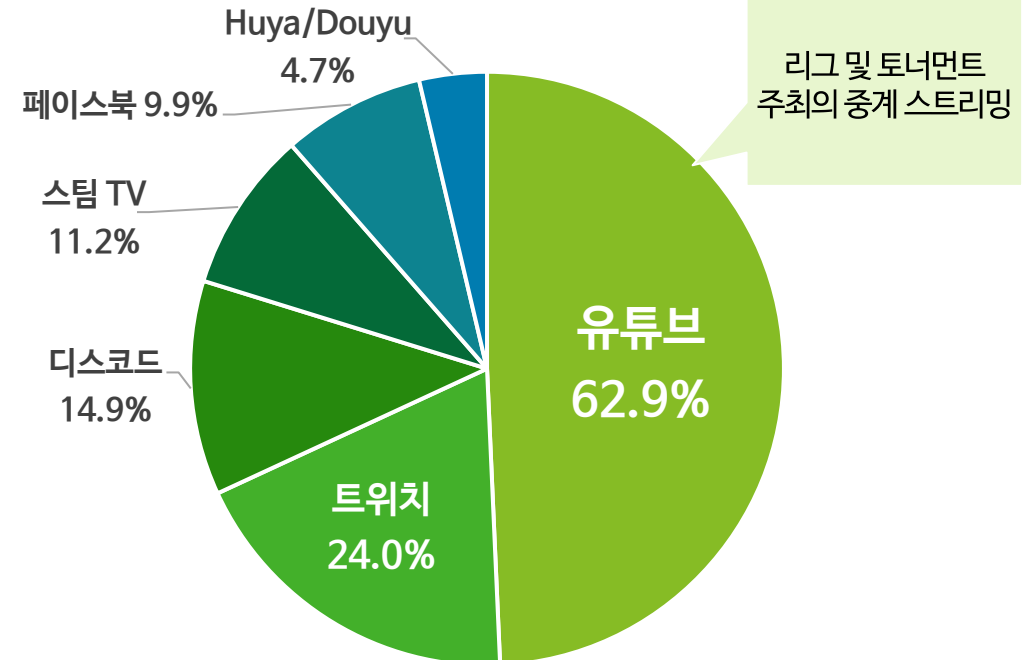
비디오 게임 이용 플랫폼(N=1,000) ¹⁾

- 지난 6개월 동안 비디오 게임은 주로 모바일 기기와 PC를 통해 이용
- 모바일 기기와 PC는 **비디오 게임의 접근성을 높이고 직접적인 플레이 경험을 제공**



e스포츠 제품 및 콘텐츠 이용 플랫폼(N=1,000) ¹⁾

- 지난 6개월 동안 e스포츠 제품/콘텐츠는 주로 유튜브와 트위치를 통해 이용
- 유튜브와 트위치 같은 스트리밍 플랫폼은 실시간 소통과 커뮤니티 형성 지원
→ **e스포츠 팬덤 확대와 참여도를 높이는 역할**



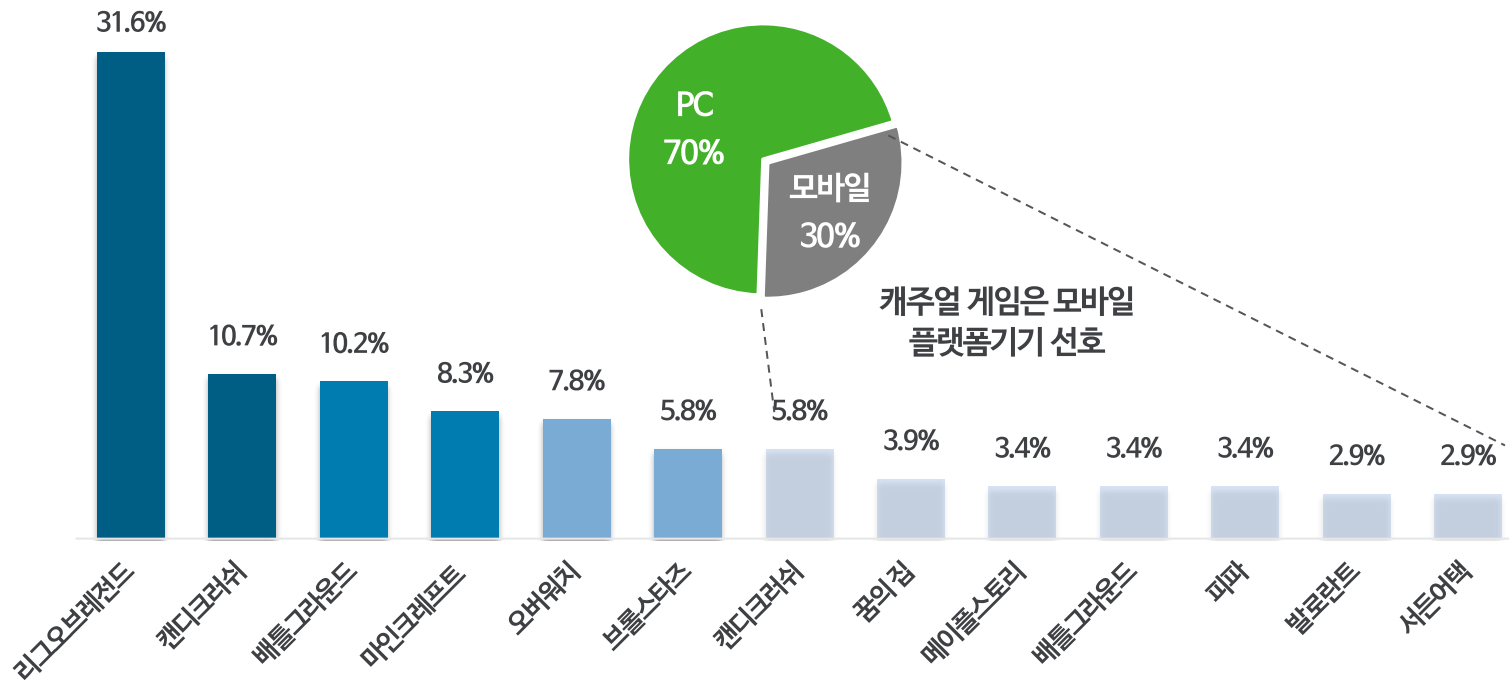
출처: 1) Deloitte (2024), Esports Survey (Korea) 2)Precedence research(2024), eSports Market Size and Growth 2025 to 2034

한국 e스포츠 (eSport) 산업의 성장 요인 - 히트 게임 및 스타 게이머

리그 오브 레전드와 오버워치는 e스포츠 종목으로 자리 잡아 강력한 팬덤을 형성하고 있으며, e스포츠 산업은 PC 기반 경쟁 게임을 중심으로 인플루언서, 프로 게이머, 사용자 주도형 콘텐츠를 통해 지속적으로 발전할 것으로 보인다.

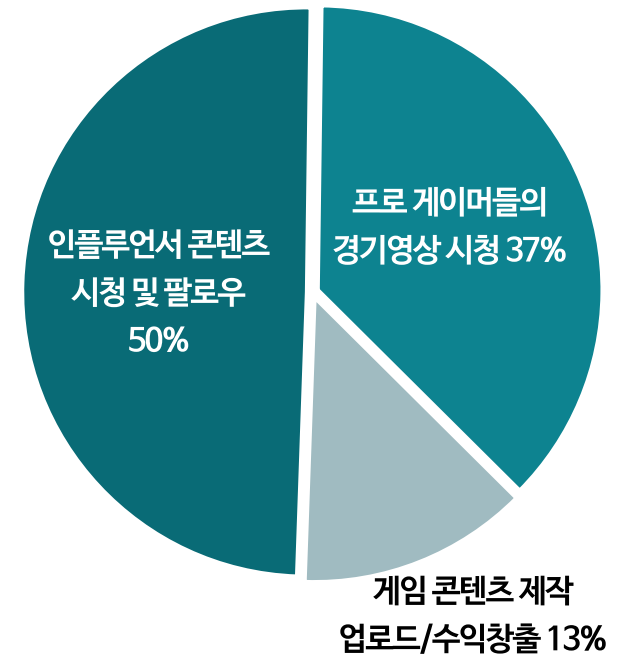
선호 e스포츠 (N=260)¹⁾

- 리그 오브 레전드, 배틀그라운드와 같은 경쟁 중심 게임이 선호도 높 → e스포츠 종목으로 자리잡음
- 모바일 기반 게임(캔디크러쉬, 브롤스타즈)과 PC 중심 게임(배틀그라운드, 오버워치)으로 선호 플랫폼이 분화
- 브롤스타즈와 캔디크러쉬와 같은 모바일 기반 캐주얼 게임은 접근성과 소액 결제 모델로 안정적인 수익을 창출



e스포츠 콘텐츠 소비 동인 (N=943)¹⁾

- 스타 프로 게이머와 인플루언서들의 영향력 확대
- 사용자 주도의 게임 콘텐츠 생성과 수익 모델 다변화로 크리에이터 경제 생태계 형성



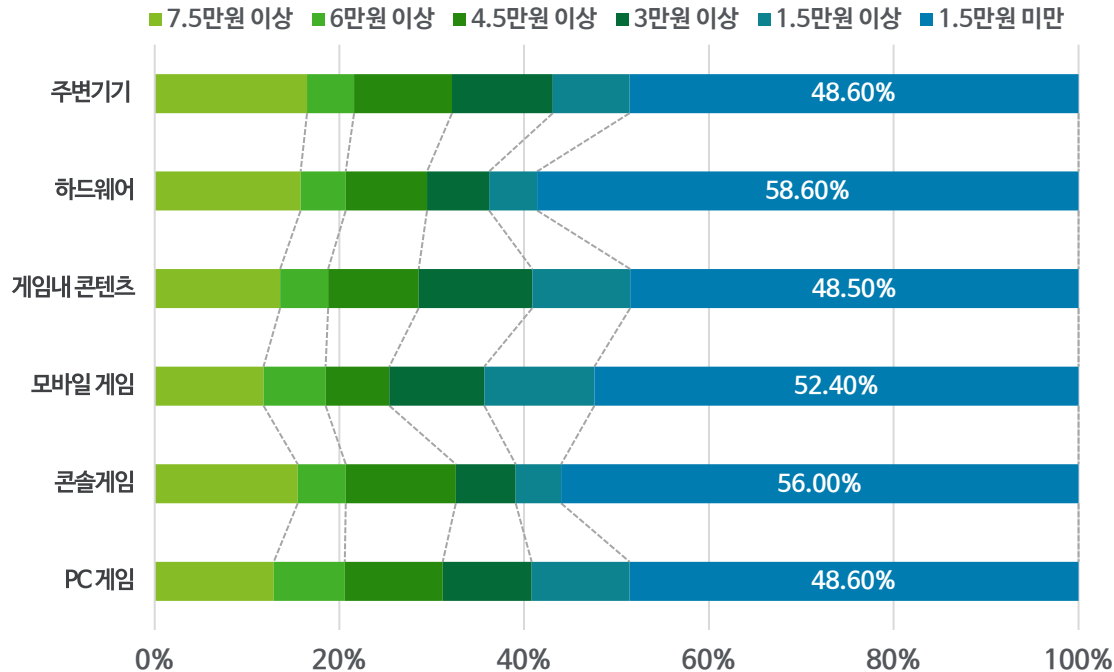
출처: 1) Deloitte (2024), Esports Survey (Korea)

한국 e스포츠 (eSport) 소비 행태 - 소비자들의 지불 의향

비디오 게임 및 e스포츠 콘텐츠 이용자들은 1.5만 원 미만의 소액 결제가 주요 소비 패턴으로 자리 잡고 있으며, 이는 이용자 접근성을 높이고 산업 전반의 안정적인 수익 구조를 형성하는 데 기여하고 있다

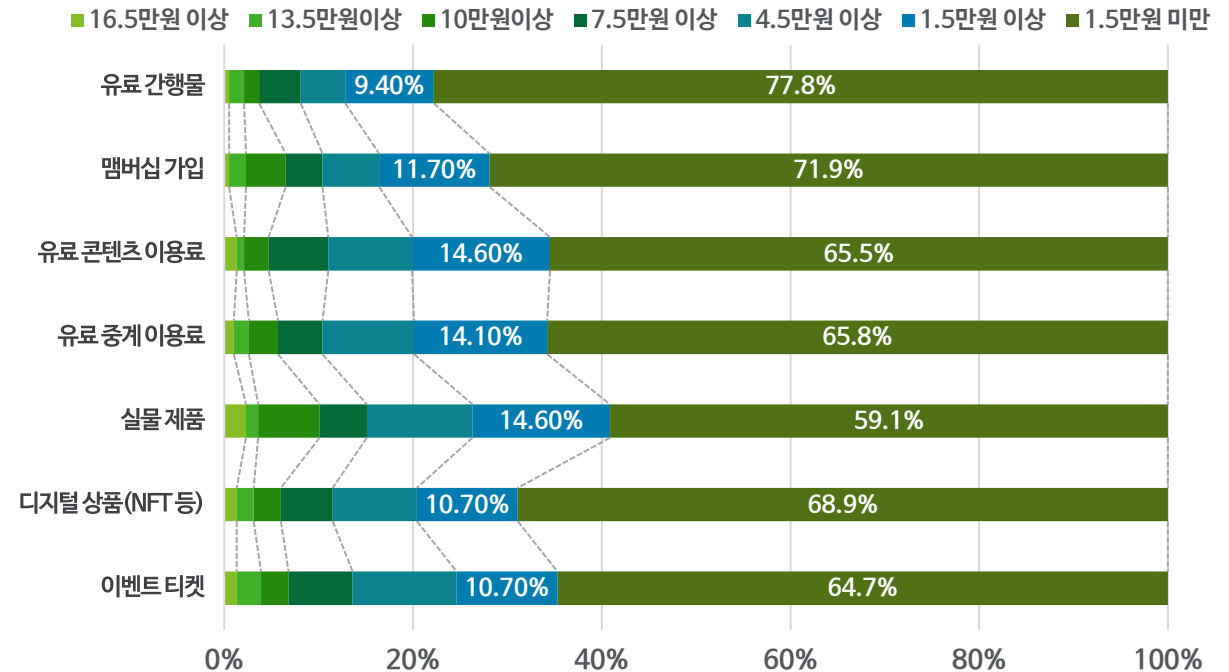
비디오 게임 콘텐츠 지불 의향(N=1,000) ¹⁾

- 현재 비디오 게임 이용자들의 지난 6개월간 게임 관련 지출 규모를 조사한 결과, 1.5만 원 미만의 지출 의향이 다수
- **소액 결제 모델이 주요 소비 패턴**으로 자리잡음



e스포츠 제품 및 콘텐츠 지불 의향 (N=1,000) ¹⁾

- e스포츠 제품 및 콘텐츠의 지불 범위는 1.5만 원 미만에서 16.5만 원 이상으로 넓으나, 1.5만원 미만의 지출의향이 다수
- 기존 비디오 게임 이용자와 동일하게 **소액 결제 패턴**을 보임



출처: 1) Deloitte (2024), Esports Survey (Korea) 2)Precedence research(2024), eSports Market Size and Growth 2025 to 2034

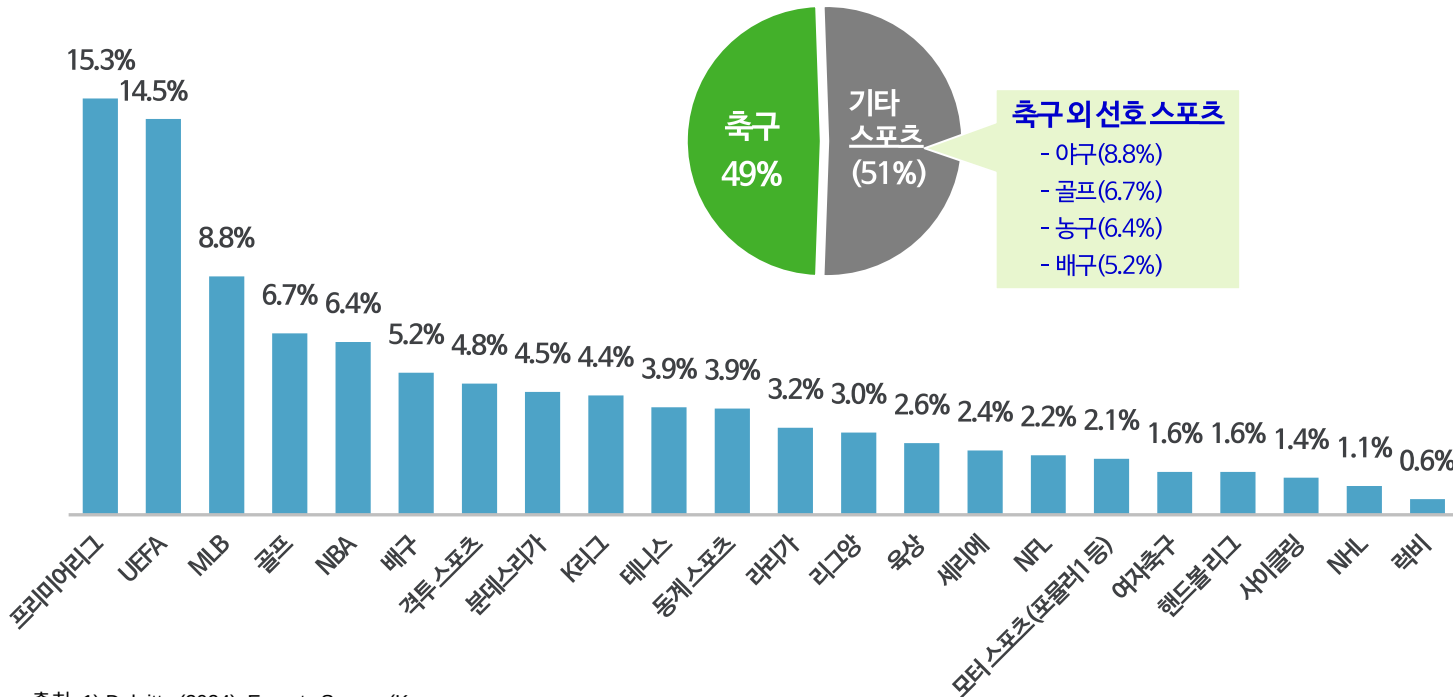
한국 e스포츠 (eSport) 소비 행태 - 선호 스포츠

축구, 야구 등 전통 스포츠와 관련된 e스포츠 콘텐츠(예: FIFA, MLB 게임 리그)를 활성화하여 기존 스포츠 팬층을 e스포츠로 유입시킬 수 있는 기회를 모색할 수 있을 것이다.

선호 스포츠 리그 1)

- 게임 이용자들은 축구 리그에 높은 선호도(49%)를 보이며, 그 뒤로 야구, 골프, 농구 및 배구 순
- 게임 이용자들이 전통 스포츠에도 큰 관심을 보이며, 특히 축구와 같은 글로벌 스포츠가 강력한 팬층 형성

N = 국내 게임 유저 2,282

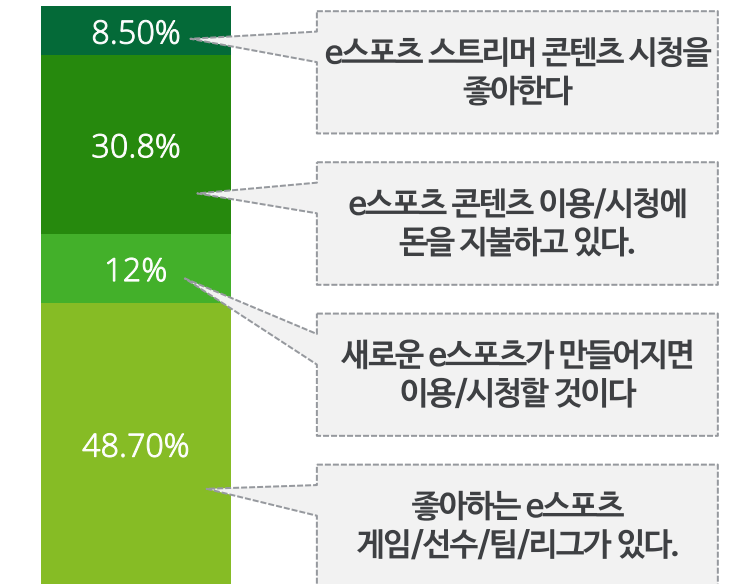


출처: 1) Deloitte (2024), Esports Survey (Korea)

e스포츠 시청 의도

- 기존 게임 유저들은 e스포츠 콘텐츠의 지불의도/시청 의도 높음
- 기존 e스포츠의 팬덤을 형성하고 있으며, 신규 e스포츠로의 전환 의도 보유

N = 국내 게임 유저 2,282



e스포츠 이용 행태

한국 e스포츠 (eSport) 산업의 성장 전망

스포츠 콘텐츠와 스트리밍 플랫폼의 증가 및 전통 스포츠와 e스포츠 간의 융합은 e스포츠 산업의 새로운 성장 동력이 되고 있다.

한국의 e스포츠 부상 요인

PC방 문화	고속 인터넷 보급률	대규모 스폰서십 (민간, 정부)	e스포츠리그와 중계 채널 개국	스타 게이머 팬덤의 형성
--------	------------	-------------------	------------------	---------------

- 2000년 한국 e스포츠 협회(KeSPA) 조직 및 e스포츠 전문 방송 채널 개국
→ 프로게이머 라는 개념 정립 하면서 e스포츠 강국으로 도약
- ‘임요환’, ‘홍진호’, ‘이상혁(페이커)’ 등 스타 프로게이머의 등장
→ (e스포츠 대중화) 새로운 직업군으로 인식, 젊은 세대를 중심으로 팬덤 형성
- PC방 문화와 초고속 인터넷 보급이 이를 뒷받침
- 정부는 e스포츠를 공식 스포츠로 인정하고 제도적 지원 및 삼성, 아시아나항공 등 대기업들이 스폰서로 참여 → 프로 e스포츠단 창설 및 주요 국제대회에서 수상
- 5G와 클라우드 기반 안정적인 네트워크로 고품질 중계 및 실시간 경기 관람 환경 조성
→ 게임 전문 채널 및 스트리머 증가 → 커뮤니티 및 강력한 팬덤 형성
- 다양한 장르와 플랫폼으로 확장되며 모바일 게임 및 VR/AR 기반 e스포츠로 성장 중
- 리그 오브 레전드 챔피언스 코리아(LCK) 리그는 글로벌 팬층 확보
- 팬덤 기반 비즈니스 모델 개발 → 수익다각화 측면에서 e스포츠 베팅 시장도 주목

향후 성장 전망

e스포츠 콘텐츠와 플랫폼 및 전통 스포츠와의 시너지는 새로운 핵심 성장 동력

e스포츠 게임 콘텐츠 강화 및 다각화

- 아시안게임 정식 종목 채택 및 국제 대회에서의 성과로 e스포츠에 대한 관심과 투자 증가
- e스포츠 중계권 확보 및 자체 리그 운영을 통해 경쟁력 강화
→ e스포츠 콘텐츠 다각화 추진

스트리밍 플랫폼과 유관 콘텐츠 증가

- (광고/후원 및 투자 증가) 기업들은 젊은 층을 타겟으로 e스포츠 스트리밍 플랫폼에 광고와 후원을 집중
→ e스포츠 스트리머와 프로게이머 팬덤 증가
- 안정적인 인터넷 인프라 및 몰입형 콘텐츠와 데이터 기반 맞춤형 콘텐츠가 증가

전통 스포츠와 e스포츠의 융합

- 전통 스포츠 구단과 리그들은 e스포츠를 통해 기존 팬층외 새로운 팬 유입할 수 있는 기회 모색
- 전통스포츠는 e스포츠의 스폰서십, 스트리밍 광고, 디지털 상품 등의 비즈니스 모델 도입 및 수익 모델 다각화 추진

02 e스포츠 산업의 성장 전략

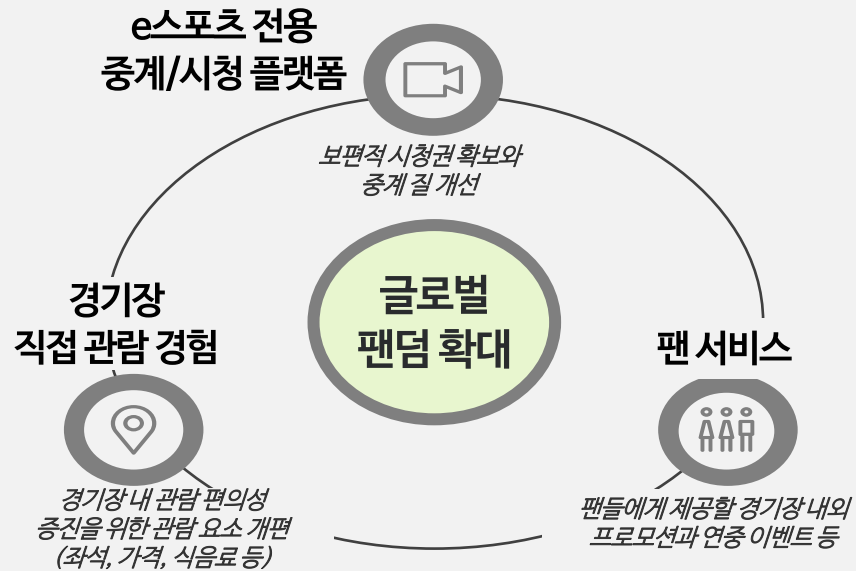
- e스포츠의 글로벌 팬덤 확대
- e스포츠 팬덤 중심의 수익모델 개발
- e스포츠 중계 방식 혁신
- e스포츠 팬 여정 (Fan Journey Map) 개발 및 운영

e스포츠의 글로벌 팬덤 확대

e스포츠 중계 플랫폼의 혁신과 경기장 경험 재설계 및 개인화된 팬 서비스를 통해 글로벌 팬들의 시간과 관심 및 지불 의도를 효과적으로 유도 해야 한다.

e스포츠 팬덤 확대의 핵심요건

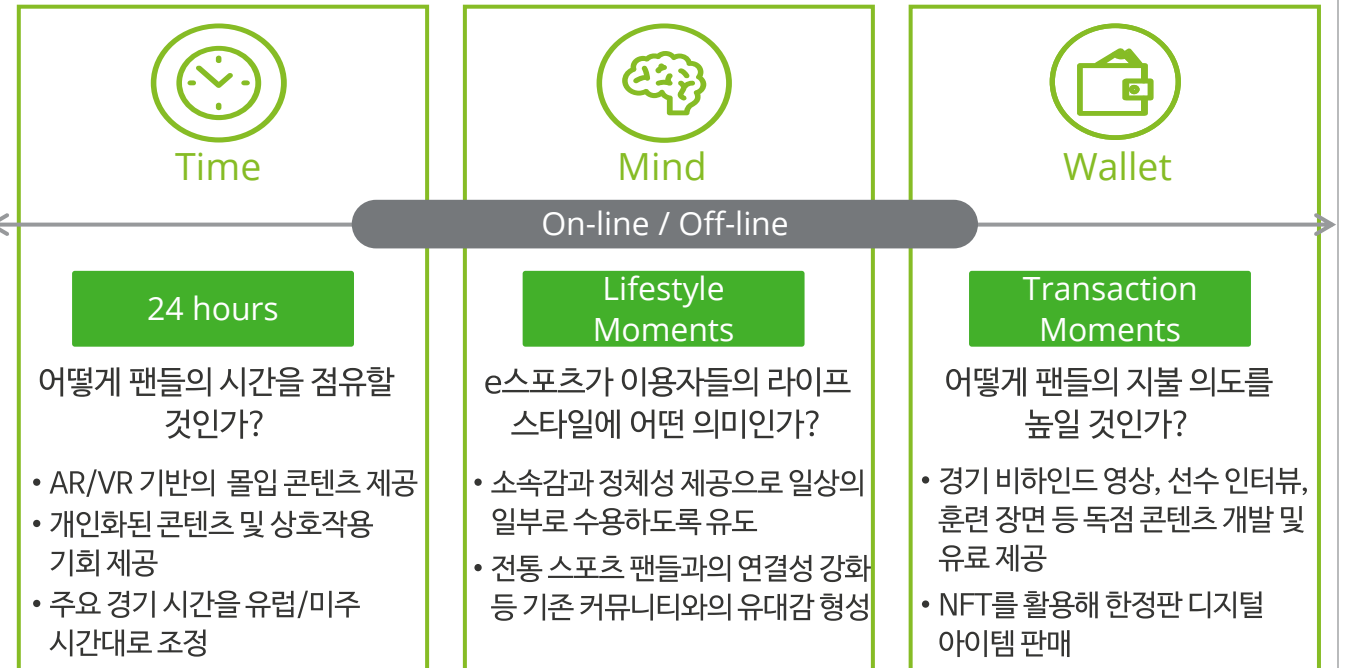
- (e스포츠 전용 중계/시청 플랫폼 개선) 다양한 언어와 문화권의 팬들에게 접근할 수 있는 플랫폼 개발 및 활용
- (경기장 경험 재설계) AR/VR 기술과 모바일 앱으로 경기장 안팎 몰입경험 제공
- (커뮤니티 중심 팬서비스 강화) 팬덤 커뮤니티의 활성화 지원으로 팬덤 간 소통강화 및 독점 콘텐츠 제공으로 글로벌 팬덤 유지 및 확대



글로벌 팬덤 확대 전략

[소비자의 “Time-Mind-Wallet”을 차지하기 전략 실행]

- 맞춤형 특화 마케팅, 초개인화된 세분화 및 타겟팅
- 개별 팬의 Time-Mind-Wallet을 점유할 수 있는 마케팅과 더불어, 온/오프라인의 경계를 허물어 팬 점점의 전방위적 확대 필요

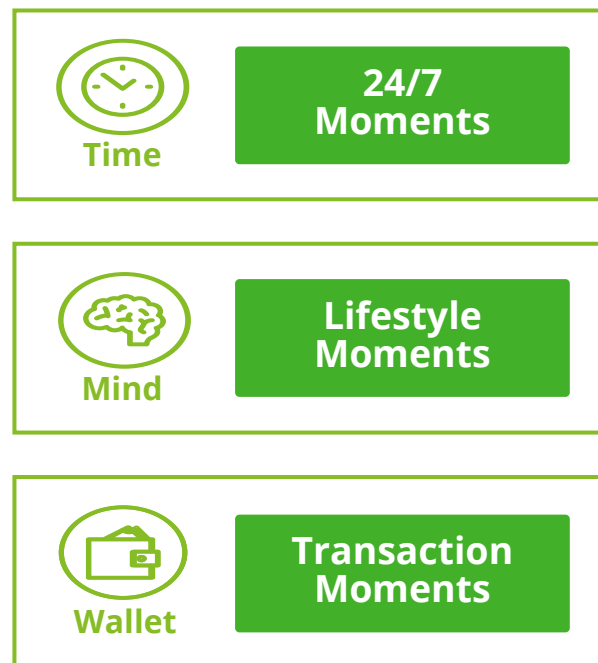


팬덤 중심의 수익 모델 개발

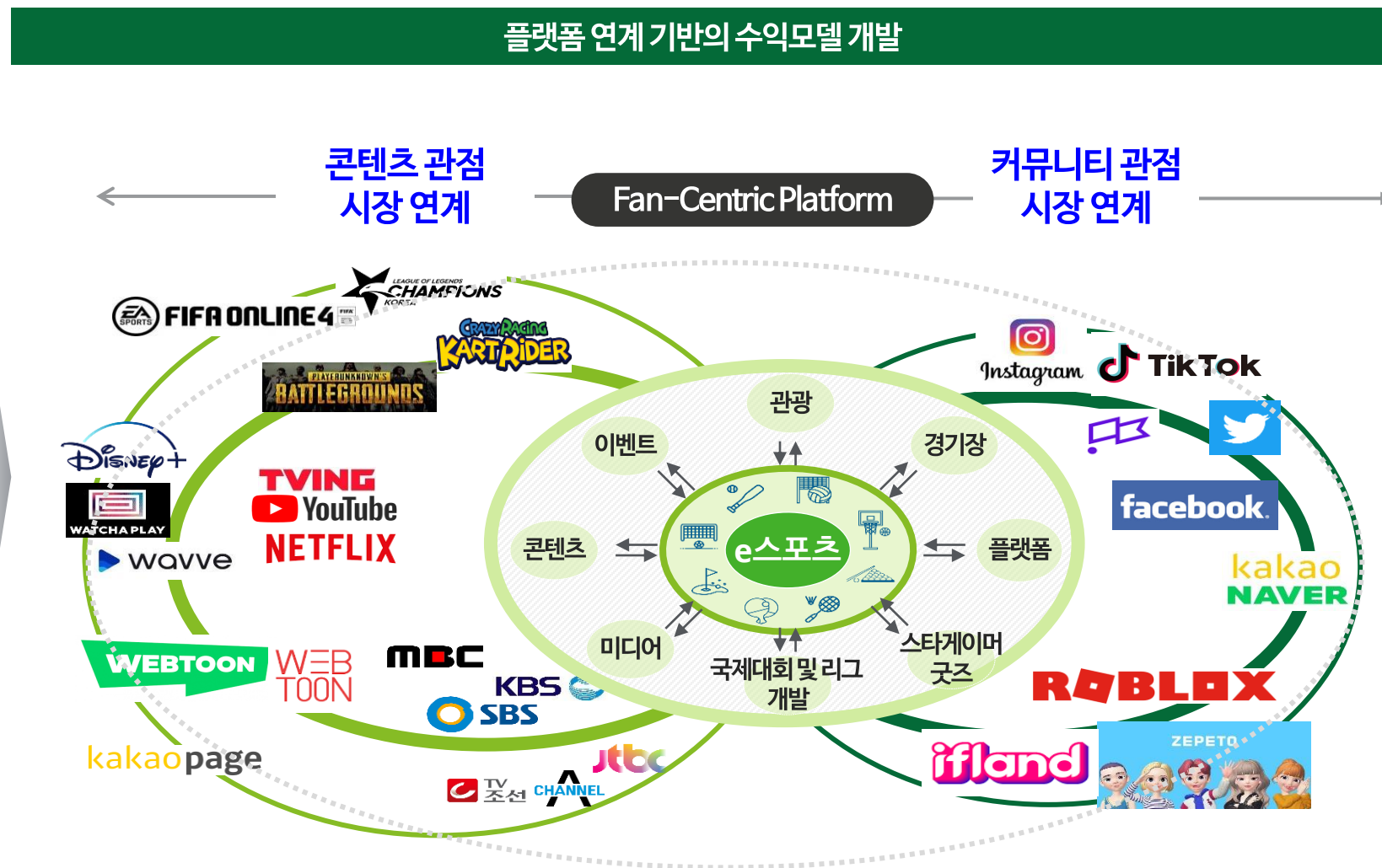
e스포츠 플랫폼을 구축하고, 이종 산업과의 연계를 통해 콘텐츠와 커뮤니티의 경계를 확장하며, 팬들에게 차별화된 경험을 제공할 수 있는 수익 모델을 개발해야 한다

수익모델 개발 목표

e스포츠 팬들의 Time-Mind-Wallet 점유 목표



플랫폼 연계 기반의 수익모델 개발

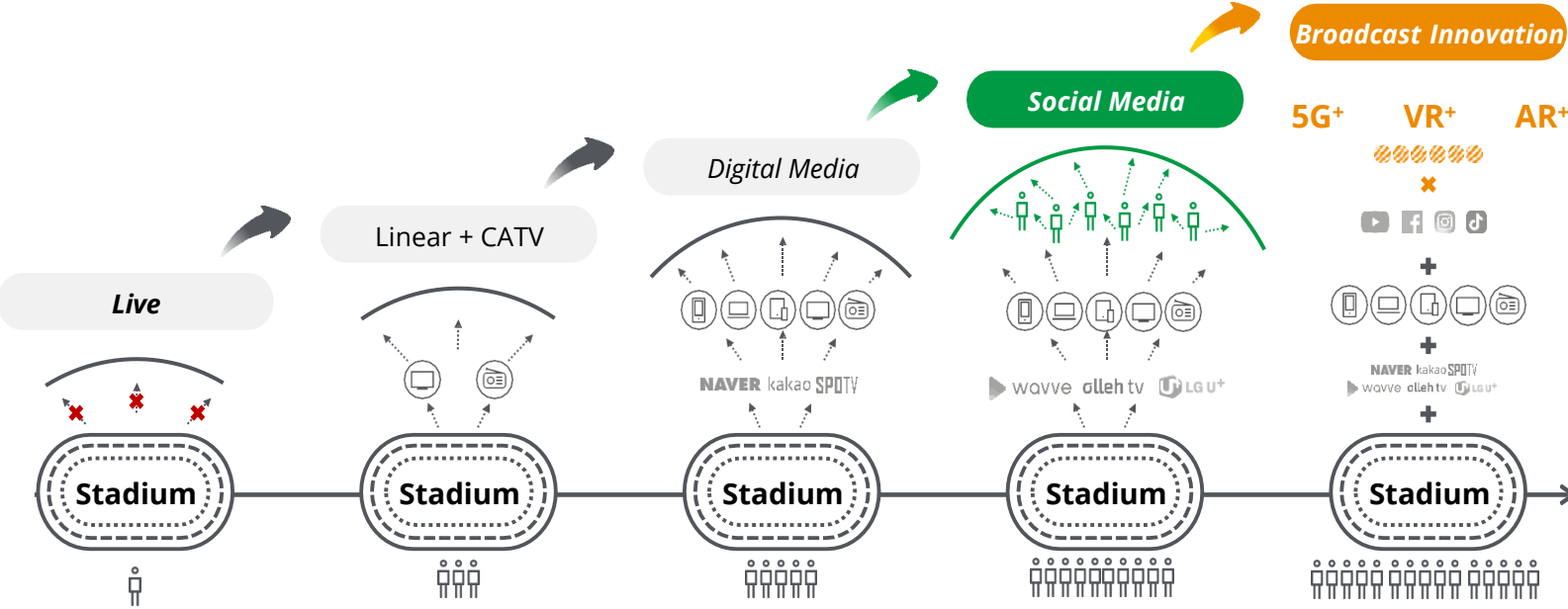


e스포츠 중계 방식 혁신

e스포츠 중계 방식의 혁신은 몰입형 기술과 스트리밍 플랫폼 최적화를 위한 첨단 기술과 창의적 전략의 융합으로 실현될 수 있다.

스포츠 중계/시청 형태 진화

• 불특정 다수 서비스 • 한정된 시청자	• 서비스 범위 확대 • 제한적 콘텐츠 및 일방향 전달	• 채널 다변화 및 서비스 도달범위 확대 • 양방향 소통 및 커뮤니티 생성	• 타겟 계층(e스포츠 등)의 온디맨드 서비스 제공 • 서버 등 안정적인 기술 인프라 발전 요구	• 실시간/실감형 기술 적용, 미디어와 유통의 결합 • 초 개인화 서비스 가능 • 팬덤 형성 가속화
--	--	---	---	---



혁신 방향

몰입형 기술 도입

- AI, 증강현실(AR)과 가상현실(VR) 등 첨단 기술을 통해 e스포츠 관중들에게 몰입형 경험 제공
- AR 오버레이를 통해 실시간 경기 데이터와 플레이어 정보를 시각적으로 제공

스트리밍 플랫폼 최적화

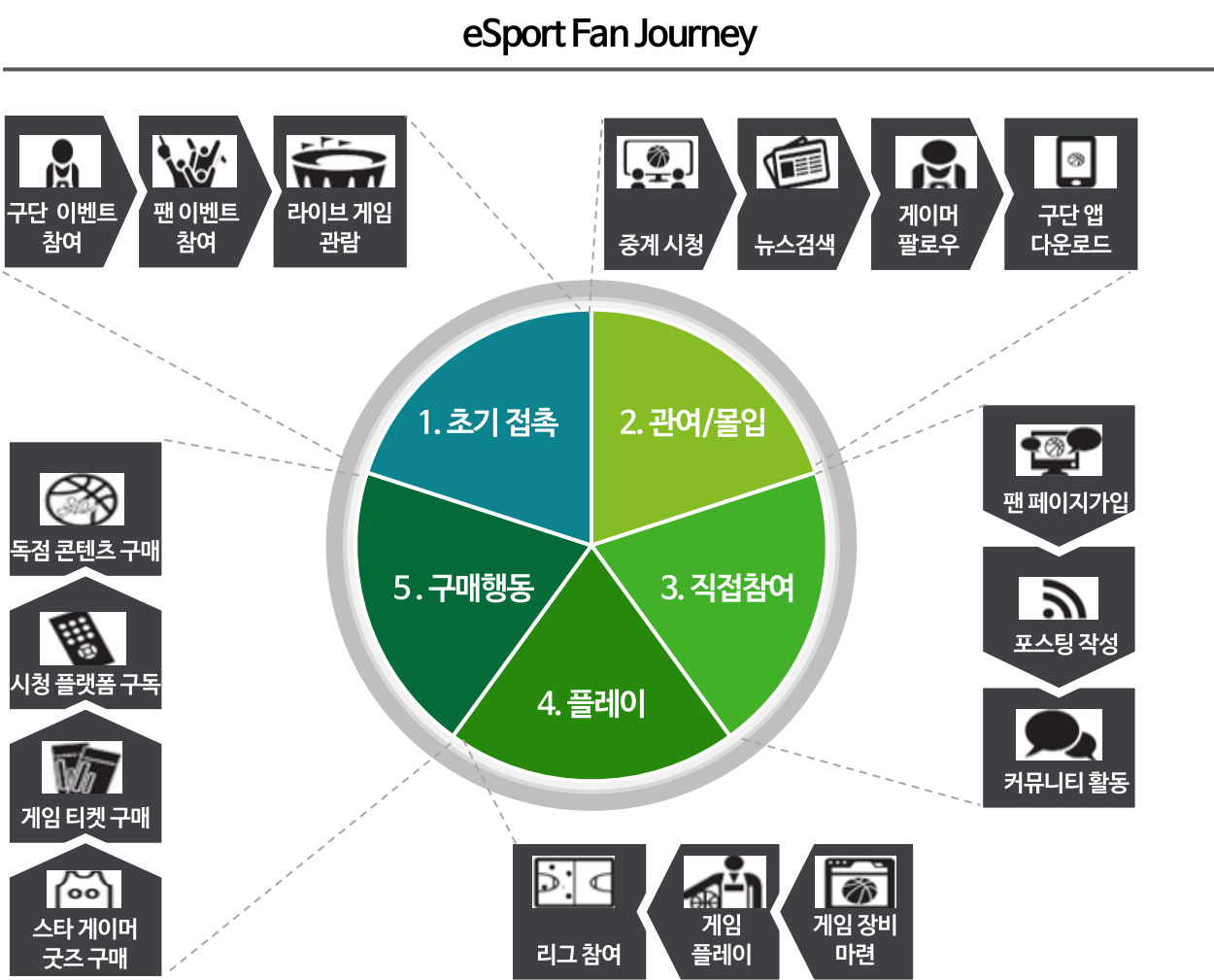
- 다채널 스트리밍으로 글로벌 팬들의 접근성 향상
- 5G/6G 및 클라우드 기술 도입을 고화질 콘텐츠 제공 및 지연시간 최소화

팬참여 및 상호작용 강화

- (스토리텔링 강화) 팬들이 감정적으로 몰입할 수 있는 콘텐츠 개발(e.g. 선수배경, 팀간 경쟁구도 등)
- (전문 인플루언서 활용) 전문적인 해설과 재미를 동시에 제공
- (인터랙티브 기능 강화) 팬덤이 직접 참여 할 수 있는 프로그램 개발 (e.g. 실시간 투표 등)

e스포츠 팬 여정(Fan Journey Map) 개발 및 운영

e스포츠 참여자의 고객 여정 각 단계에서 팬들의 니즈와 행동 패턴을 이해하고 맞춤형 전략을 실행해야 한다.



혁신 방향

고객 여정 각 단계별로 팬 경험 최적화 및 개인화된 서비스 제공

초기 접촉	- 접근성 강화 및 흥미 유발 콘텐츠 개발/배포 - 오프라인 이벤트 및 첨단 기술 활용으로 현장 경험 강화 - 정서적 연결 강화 및 커뮤니티 형성 → 스타 게이머 및 인플루언서 활용
관여/몰입감 생성	
직접 참여/관람	- 인터랙티브 콘텐츠 제공 및 보상 시스템 도입 → 팬활동에 대한 보상 차등화 - 게임 체험 기회 제공 및 게임내 이벤트와 연계 - 정식 대회 외에 커뮤니티 기반 대회 활성화 지원
플레이	
구매 행동	- 독점 콘텐츠 및 한정판 굿즈 개발 - 팬 중심의 쇼핑 경험 강화 → 개인화된 추천시스템 및 간편결제 옵션 제공

03 딜로이트 스포츠 CoE

딜로이트 e스포츠 서비스 오퍼링

딜로이트 코리아는 스포츠 산업 및 시장에 특화된 비즈니스 이슈를 해결하기 위한 End-to-End Solution을 제공하며 산업 내 다양한 이해관계자들에게 국내 최고 수준의 컨설팅 역량을 보유하고 있습니다.

딜로이트 서비스 오퍼링



- Ω

국내 최고 수준의 자문/컨설팅
 - ✓ 국내 최초 스포츠 산업 특화 End-To-End Advisory service 제공
 - ✓ 딜로이트의 핵심 서비스와 연계를 통한 시너지 극대화 가능
- Ω

분야별 전문가
 - ✓ 중계권, 대회운영, 스폰서십 등 스포츠 산업 분야별 특화 전문가 보유
 - ✓ 경영전략, ESG, 재무, 회계, 디지털, 사이버보안 등 기능별 전문가 보유
- Ω

국내외 기업 네트워크
 - ✓ 대한체육회, 프로스포츠협회, 국민체육진흥공단 등 기관 및 프로구단 모기업
 - ✓ 딜로이트 글로벌 오피스 네트워크의 지식과 노하우 활용

Meet the Team

한국 딜로이트 그룹 Sports Transformation CoE는 국내 스포츠 산업의 성장을 목표로 각 산업의 인사이트를 보유한 전문가들로 구성되어 있으며, 국내 스포츠 산업 활성화, 디지털 전환 전략, 디지털 마케팅 등의 서비스를 제공하고 있습니다.



정동섭 파트너

CMO, Sports Transformation CoE 리더
Tel : 02 6676 3275
E-mail : DONGJEONG@deloitte.com



김태환 파트너

Consumer 리더 | 컨설팅 부문
Tel : 02 6676 3756
E-mail : taehwankim@deloitte.com



박형곤 파트너

TME 리더 | 컨설팅 부문
Tel : 02 6076 3684 |
Email : hypark@deloitte.com



김정열 파트너

G&PS 리더 | 재무자문 부문 (Deal)
Tel : 02 6099 4490
Email : jeongyeonkim@deloitte.com



유선희 파트너

Cyber | 경영자문 부문
Tel : 02 6676 1351
E-mail : sunhyou@deloitte.com



강상욱 파트너

TH&S 리더 | 회계감사
Tel : 02 6676 1562
E-mail : skang@deloitte.com



김한석 파트너

기업지배기구발전센터 리더
회계감사 부문
Tel : 02 6676 1949
Email : kyeon@deloitte.com



우승수 파트너

M&A Tax | 세무자문 부문
Tel : 02 6676 2452 |
Email : sungwoo@deloitte.com



한경수 파트너

Deloitte Digital | 컨설팅 부문
Tel : 02 6676 3753 |
E-mail : hyuhan@deloitte.com



이성호 상무

AI & Analytics | 컨설팅 부문
Tel : 02 6676 3767
E-mail : sholee@deloitte.com



Nicola Weir 파트너

CRSD & Global Corridor
ESG 통합 서비스 그룹
Tel : 02 6676 3178 |
Email : nweir@deloitte.com



강윤정 파트너

디지털 홍보마케팅 | PR Gate
Tel : 02 792 2634 |
Email : yunjekang@deloitte.com

[참고문헌]

- 1) Deloitte (2024), eSports Survey (Korea)
- 2) Deloitte (2024), Let's Play! 2024 the esports market
- 3) Precedence research(2024), eSports Market Size and Growth 2025 to 2034

전 세계 경제·산업·경영 트렌드와 인사이트를 실시간으로 확인하세요!

-  MZ세대 소비자, ESG, 경제전망 등 **이슈 분석 리포트**
-  CEO·CFO 분기 서베이, 자동차구매의향지수 등 **경영·산업 동향 지표**
-  딜로이트 전문가의 생생한 경험이 녹아있는 **영상 콘텐츠**
-  채용공고, 임직원 브이로그, 이벤트 안내 등 **다양한 딜로이트 소식**

 카카오톡 채널



 앱



Download on the
App Store



GET IT ON
Google Play





앱스토어, 구글플레이/카카오톡에서 ‘**딜로이트 인사이트**’를 검색해보세요.
더욱 다양한 소식을 만나보실 수 있습니다.

Deloitte.

Insights

성장전략부문 대표
손재호 Partner
jaehoson@deloitte.com

딜로이트 인사이트 리더
정동섭 Partner
dongjeong@deloitte.com

딜로이트 인사이트 편집장
박경은 Director
kyungepark@deloitte.com

연구원
배순한 Director
soobae@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 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.