

# 서울스포츠

SPORTS SEOUL CULTURE

수치를 넘어서,  
가치로 향하는 스포츠

05+06  
2024 No.389





땀을 흠뻑 쏟아도 즐거운 이유는  
우리가 함께이기 때문일 거예요  
같이 더 큰 도약을 해 보자고요!

운동을 하는 서울시민들의 인증 사진을 기다립니다.

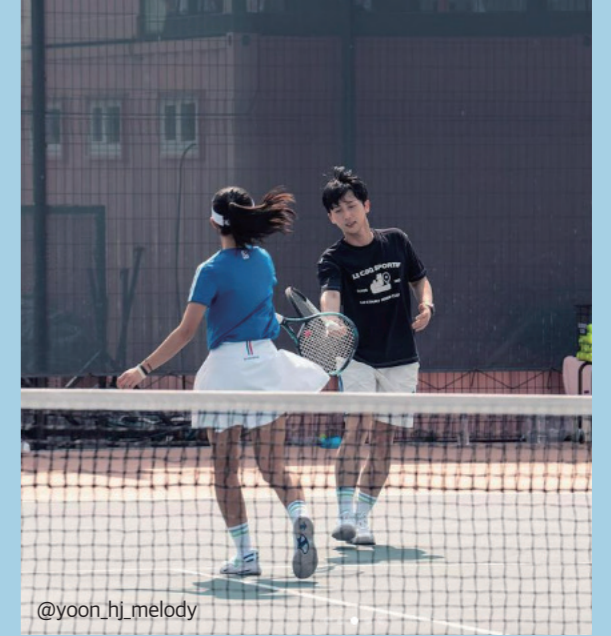
다음 07+08월호 주제는 '수상 스포츠'입니다. 시원하게 여름을 즐기는 모습을 보여 주세요.

이벤트 안내

참여 방법 본인 인스타그램 채널에 필수 해시태그(#서울스포츠오하운 #서울스포츠이벤트)를 달고 운동 인증 사진을 올려 주세요.

참여 기간 6월 17일(월)까지

당첨 선물 스타벅스 아메리카노 Tall 1잔







### cover story

스포츠는 단순히 수치로 표현할 수 없다.  
 언제나 그보다 높은 가치가  
 숨어 있으므로 때로 화면 밖에 있는  
 듯하지만 함께 그 가치를 만들어 내는  
 선수와 팬의 모습을 표현했다.

**06 스포츠가 있는 풍경**  
 2024 서울마라톤

**10 요즘, 스포츠**  
 시대를 읽고 사람을 읽는 스포츠 마케팅  
 ① 스포츠 마케팅의 변천사  
 ② 스포츠 마케팅의 미래  
 ③ 마케팅에 기여하는 적극적인 소비자, 팬

**20 믿고 즐기는 스포츠**  
 미국에서 온 조니 씨  
 산이 있는 곳에 길이 있다  
 등산은 내 인생

**28 건강한 서울**  
 다시 돌아온  
 '운동하는 서울광장'

**32 인플루언서와 함께**  
 서효영 선수와 함께!  
 열정을 주고받으며 쌓은  
 탁구를 향한 애정

**36 운동으로 만난 우리**  
 서울시청 직장운동경기부  
 남자자전거팀과 만난 시민들

**42 몽치면 한다**  
 핫돌핫돌서울  
 유아스포츠탄

**46 이슈 공감**  
 외국 스타도 반한 시설,  
 K-스포츠포탈 활성화 기대

**48 스포츠와 ESG**  
 기후 위기 대응에  
 앞장서는 스포츠

**50 함께하는 체육회**  
 체육인의 자긍심을 책임지는  
 강서구체육회

**52 우리 동네 체육 대장**  
 야구클럽 토야

**56 회원종목단체장을 만나다**  
 서울특별시유도회  
 이천우 회장

**58 SSC & SSAD 뉴스**



QR코드를 스캔하면  
 웹진으로 이동합니다.



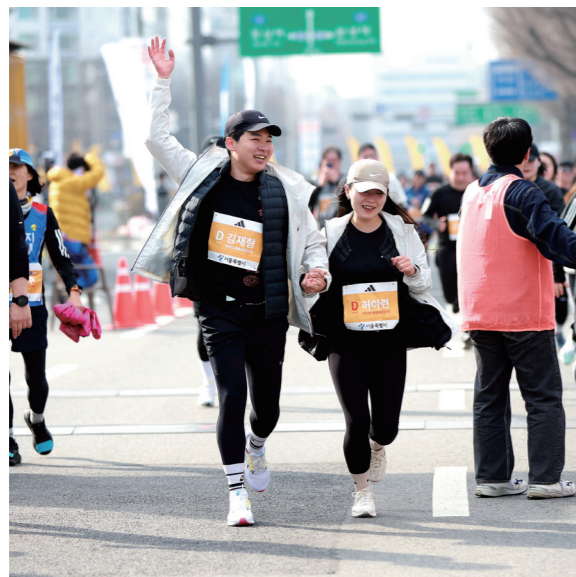


강태선 서울특별시체육회장이 출발선에 대기 중인 마라톤 동호인들을 격려하고 있다.

# 2024 서울마라톤

## 새봄, 서울 도심을 달리다 2024 서울마라톤

서울의 봄은 서울 도심을 질주하는 '달리미'들로부터 시작된다. 매년 새로운 계절의 시작과 함께 열리는 2024 서울마라톤 대회가 3월 17일 광화문과 잠실종합운동장 일대에서 열렸다. 생기와 활력이 가득했던 현장을 <서울스포츠>가 함께 했다.



2024 서울마라톤에 참가한 마라톤 동호인들의 각자의 방식으로 축제를 즐기고 있다.



저말 이머르 메코넨(에티오피아 28)이 광화문 광장을 출발, 잠실올림픽경기장으로 끝나는 42.195km 레이스를 2시간16분9초의 기록으로 우승했다.





국내 유일의 플랫폼 라벨이자 세계육상문화유산인 서울마라톤에 엘리트 140여 명과 마스터스 3만 8,000여 명이 참가했다.





시대를 읽고 사람을 읽는  
스포츠 마케팅

sports



스포츠 마케팅은 스포츠 산업화에 지대한 영향을 미쳤다. 그리고 성공적인 마케팅의 이면에는 스포츠를 소비하는 팬의 요구를 제대로 이해하고, 이들을 스포츠의 세계로 끌어들이는 노력이 있었다. 소비자의 만족도를 높이기 위한 고군분투는 여전히 계속되고 있다. 최근에는 미디어 플랫폼이 다양해지면서 마케팅 전략을 세분화해 팬과 스포츠 구단의 친밀감을 높이는 방식을 취하기도 한다. 이는 팬의 가치를 제대로 분석한 마케팅의 한 양상이라 볼 수 있다. 이제 팬들은 단순한 수용자가 아닌 적극적인 참여자로 그 역할을 다한다. 그들에게 귀 기울이고 발맞추어 나가는 것은 새로운 마케팅 전략이 되었다. 이제 그 목소리를 이해하는 것이 시작이다.

marketing



# 스포츠가 산업이 되기까지, 스포츠 마케팅의 변천사

글 이준성

일반적으로 우리는 스포츠 마케팅과 산업화의 등장을 1984년 미국 LA올림픽에서 발견한다. 하지만 1858년 미국 뉴욕 올스타와 브루클린 간의 야구 입장권 판매, 1923년 윌슨(Wilson)사와 골프 선수 진 사라센(Gene Sarazen) 사이의 후원계약, 1928년 코카콜라가 올림픽 게임과 맺은 파트너 계약 등 훨씬 전부터 스포츠 마케팅을 통한 스포츠의 산업화는 이미 그 태동을 시작하고 있었다. 이에 스포츠 산업화의 한 축을 담당해 온 스포츠 마케팅의 변천사와 그 변화의 중심에서 있는 소비자들에 대해 살펴보고자 한다.

요즘, 스포츠 ①

# JUST DO IT.

## 스포츠 산업화에 기여해 온 스포츠 마케팅

미국 마케팅 협회(AMA; American Marketing Association)의 마케팅에 대한 정의를 차용하면 스포츠 마케팅은 ‘스포츠를 통해 고객, 클라이언트, 파트너 및 사회 전반을 위한 가치를 창조, 측정, 소통, 제공 및 교환하는 일련의 활동 및 과정’이라고 말할 수 있다. 이러한 스포츠 마케팅은 다양한 분야에 걸쳐 스포츠의 산업화에 큰 기여를 해 왔다. 특히 스포츠의 제품, 방송, 이벤트, 광고, 홍보가 스포츠 산업화의 대표적 부문이라고 할 수 있다. 스포츠 제품의 측면에서는 나이키, 아디다스, 언더아머와 같은 국제적 기업들뿐 아니라 다양한 국내 기업들이 소비자들이 요구하는 다양한 제품을 제작하고 판매하여 소비자들의 만족을 향상시키며 그 산업의 규모를 더해 가고 있다. 일례로 글로벌 리서치 전문기관인 스태티스타(Statista)에 따르면 전 세계 스포츠 신발 시장은 2022년 509억 달러(한화 약 69조 4,276억 원)의 규모를 기록했으며, 다가오는 2028년에는 649억 2,000만 달러(한화 약 88조 5,508억 8,000만 원)의 규모에 육박할 것으로 예상된다. 더불어 다양한 스포츠 중계를 통해 시청자들을 유치하고 광고 수익을 창출하는 스포츠

방송산업을 살펴보면 지난 2009년 487억 달러(한화 약 66조 4,000억 원) 수준이었던 북미 시장은 2023년 831억 달러(한화 약 113조 3,317억 원)의 규모로 성장할 것으로 예상된다. 스포츠 이벤트 또한 스포츠 산업화의 대표적인 사례로 미국 NBA의 경우 코로나 팬데믹 시기를 제외하고는 지난 10여 년간 거의 매년 총 2,000만 명 이상의 팬들이 정규시즌 이벤트를 관람하고 있으며, 이러한 스포츠 이벤트를 통한 기업의 광고 및 홍보 효과를 기대할 수 있는 스폰서십 수입 규모 또한 꾸준한 성장을 통해 지난 2022, 2023 시즌 16억 6,000만 달러(한화 약 2조 2,635억 원) 가량의 시장규모로 성장하였다. 다양한 지표들이 보여 주듯 전 세계 스포츠는 다양한 마케팅 전략의 기획 및 실행을 통해 성공적인 산업화를 이룩하고 그 규모와 가치를 더해 가고 있다. 이러한 성공적인 스포츠 산업화를 위한 마케팅의 핵심 전략 방향성 또한 시대적, 환경적 변화에 발맞추어 변모와 진화를 거듭해 가며 스포츠 소비자들에게 더욱 큰 가치를 제공하고 있다.



전 세계 스포츠 신발 시장

2022년  
509억 달러

2028년(예상)  
649억 2,000만 달러



스포츠 방송산업

2009년  
487억 달러

2023년  
831억 달러

서울스포츠 2024 MAY + JUN



## 스포츠 마케팅의 개념적 역할과 발자취 (시대별 개념의 변천사)

현재 스포츠 마케팅의 양상을 이해하기 위해 우리는 과거 산업이 거쳐 온 생산(Production) 중심, 영업(Sales) 중심, 마케팅(Marketing) 중심, 가치 극대화(Value-maximization) 중심의 시대에 대해 이해할 필요가 있다. 20세기 초 1910년대까지 부각된 제품 중심의 시대에는 경쟁자와 차별화되는 제품 및 서비스를 제공하는 것이 마케팅의 핵심 과제였다. 이 시기에 기업들은 더욱 혁신적인 제품, 경쟁자를 제압할 수 있는 뛰어난 상품 제공을 전략 수립의 핵심으로 삼았다. 하지만 1920년대부터 1950년대까지 전 세계를 강타한 대공황과 2차 세계대전을 통해 소비자들은 지출을 축소하였으며, 기업들은 결국 성공적인 사업을 위해 더욱 뛰어난 영업 기술을 개발하는 것에서 답을 찾고자 하는 영업 중심의 마케팅에 집중하게 되었다. 1950년대 이후에는 경제적 풍요로움이



돌아오고 '소비자가 왕'이라는 인식이 비즈니스 전반에 퍼지기 시작하며 소비자들의 필요와 요구에 기반한 적절한 가치 생산에 집중하는 마케팅 중심의 시대가 도래하게 되었다. 이러한 추세는 20세기 후반까지 지속적으로 강화되었으며, 21세기에 들어서며 이제는 소비자들에게 제공하는 가치의 극대화라는 한층 더 업그레이드된 개념으로 진화했다.

지금 우리가 살아가는 가치 극대화 중심의 시대에 기업들은 고객에게 제공하는 가치의 적절성을 뛰어넘어 소비자들이 기대하는 가치의 극대화를 통해 그들의 만족도를 높이기 위해 고군분투하고 있다.



### 마케팅 믹스: 4P에서 4C로

60여 년 전 미국 미시간주립대학교의 제롬 매카시(Jerome McCarthy) 교수와 노스웨스턴대학교의 필립 코틀러(Philip Kotler) 교수는 성공적인 마케팅 전략 수립에 고려해야 할 4가지 핵심 부문(제품, 가격, 홍보, 유통)을 제시하였다. 이는 4Ps 혹은 마케팅믹스라는 개념으로 반세기 이상 학자 및 실무자들에게 그 중요성을 인정받고 있다. 제품(Product)은 상술한 AMA의 마케팅 정의 가운데 핵심적 내용인 소비자를 만족시킬 수 있는 상품 혹은 서비스를 통한 가치의 창조를 의미하며, 가격(Price)은 상품 획득을 위해 소비자가 지불해야 할 가격을 결정함으로써 가치를 책정하는 부문을 말한다. 나아가 홍보(Promotion)는 광고, 영업을 통해 소비자들에게 제품에 대한 정보를 제공하고 설득하는 분야를 뜻하며, 마지막으로 유통(Place)은 적절한 유통망을 구축하고 관리하여 소비자들에

게 제품이나 서비스에 대한 접근성을 보장하는 부문을 의미한다. 이러한 4Ps 또한 시간의 흐름에 따라 다양한 학자 및 실무자들을 통해 7Ps(4Ps + People-사람, Process-절차, Physical Evidence-유형적 증거) 등의 확장된 형태로 제안되고 있으나 아직까지도 대부분의 산업환경에는 4Ps가 공통적으로 적용성이 높다.

하지만 이렇듯 중요하게 인식되고 있는 전통적 마케팅믹스인 4Ps 또한 시간의 흐름에 따라 그 의미를 재해석해야 한다는 주장이 제시되고 있다. 미국 노스캐롤라이나대학교의 로버트 로터본(Robert Lauterborn) 교수는 생산자 중심의 개념인 4Ps를 더욱 확장된 개념인 4Cs(Consumer-소비자, Cost-비용, Communication-소통, Convenience-편의)를 주장하기도 하였다. 4Cs에서 소비자(Consumer)는 제품이나 서비스를 통해 제공되기 위해 생산되는 가치보다 상품을 소비하고자 하는 소비자의 필요와 요구에 집중하여 상품 소비자의 욕구가 어디

에 있는지 이에 대한 더욱 깊은 이해와 고민이 선행되어야 한다는 관점을 제시하고 있다. 비용(Cost)은 책정된 가치로서 소비자가 상품 획득을 위해 지불해야 할 가격을 뛰어넘어 소비자들의 소비 과정에 발생하는 다양한 행동들에 수반되는 비용들(정보탐색 등을 위해 투입한 노력, 시간, 금액 등)을 모두 아우르는 포괄적 관점에서 소비자 비용의 개념을 제시한다. 더불어 소통(Communication)은 과거 일방적인 상품 정보 전달을 통한 설득을 목적으로 하는 홍보 및 광고의 틀을 넘어 생산자와 소비자의 쌍방향 소통에 기반한 효과적인 협조적 관점의 정보 상호교환을 주장한다. 마지막으로 편의(Convenience)는 과거 효과적 유통을 위한 물리적 공간의 전략적 선점의 틀을 넘어서 소비자들이 상품과 상품 정보를 더욱 쉽게 확인할 수 있으며, 궁극적으로 그들의 구매 편의성을 향상시키기 위한 전략을 강

조하고 있다. 이렇듯 각각의 4Cs 구성요소는 '소비자'라는 매우 중요한 공통분모를 가지고 있다. 위의 4Cs를 자세히 살펴보면 제공자 중심(Provider-centric)에서 중요하게 고려하고 있는 4Ps의 구성요소들을 소비자 중심(Consumer-centric)의 관점에서 재해석하고 있다. 이러한 접근은 단순히 소비자를 제공하는 가치의 향유자가 아닌 가치의 공동 창출자(Value co-creators)로 인식해야 한다는 의미이기도 하다.

다시 말해 스포츠 팬으로 대변될 수 있는 스포츠 소비자의 존재는 단순 스포츠 산업의 이해관계자들에게 재정적 풍요로움을 제공하는 단순한 의미가 아닌, 산업화된 스포츠의 지속가능성을 담보하는 더욱 큰 존재로서 인식해야 한다는 의미로 재해석할 수 있다.



### 변화된 스포츠 소비자를 위한 스포츠 마케팅

언급한 바와 같이 우리는 스포츠 소비자에게 제공되는 가치의 극대화를 추구하는 스포츠 마케팅 시대의 한가운데를 걷고 있다. 세대의 변화에 따라 경험적 가치를 중시하는 스포츠 소비 성향의 변화를 비롯하여, 소셜미디어와 OTT 등의 소비 활성화 같은 변화의 소용돌이 속에서 스포츠 소비자의 의미와 역할은 재해석되어야 하고 더불어 스포츠 마케팅 또한 더욱 진화되어야 한다. 지금의 소비자는 과거와 완전히 달라진 소비 환경 속에 스포츠 산업에 새로운 가치를 요구하기도 하고 때로는 스포츠 산업과 함께 새로운 가치를 창조해 나가고 있다. 결국 스포츠 소비자에 대한 더욱 깊은 이해와 그들과의 적극적 협력은 지금까지 성공적인 스포츠 산업화의 밑바탕이 되어 온 스포츠 마케팅이 다음 단계로 진화할 수 있는 성공의 열쇠가 될 것이다.

글을 쓴 이준성은 스포츠경영을 전공했으며 현재 연세대학교 스포츠응용산업학과 교수로 재직 중이다. 마케팅의 관점에서 소비자 행동과 심리를 연구하고 있다.





# 경기장 너머의 혁신? 디지털 미디어의 힘으로 재조명되는 스포츠 마케팅의 미래

스포츠 산업에서 마케팅 전략은 끊임없이 진화하고 있다. 특히 다양한 미디어 플랫폼 시대가 도래하면서 OTT 서비스와 SNS가 스포츠 마케팅의 핵심 도구로 자리 잡게 되었다. 이러한 변화는 상업적 시청 환경과 팬들의 스포츠 소비 방식에 혁신적인 변화를 가져왔으며, 이에 따라 스포츠 구단은 보다 전략적인 마케팅 접근이 필요하게 되었다.

글. 김민정

## 경기장 밖에서의 전쟁, 스포츠 마케팅의 세분화된 전략

스포츠 마케팅은 팬 참여를 적극적으로 유도하여 스포츠 팬덤을 강화하기 위한 전략적 접근이 필수적이다. 이를 위해 스포츠 마케터들은 타깃 스포츠 팬의 니즈(Needs)를 파악하여 이들의 경험을 가치 있게 증진시키는 것을 우선적인 목표로 한다. 이를 위한 핵심요소 하나는 시장 세분화이다. 시장 세분화란 비슷한 성향을 가진 소비자 그룹을 나누고, 이 중 마케팅 전략을 집중적으로 기울일 하나의 표적시장을 선별하는 것이다. 주로 지리적, 인구통계학적, 심리적, 그리고 행동기반적인 네 가지 접근을 기준으로 시장을 세분화한다.

예를 들어, 토트넘 핫스퍼(Tottenham Hotspur) FC는 손흥민 선수의 뛰어난 기량을 바탕으로 한국 시장뿐 아니라 아시아 시장을 지리적 접근으로 세분화된 마케팅 전략을 펼쳤다. 구단은 인스타그램이나 틱톡과 같은 SNS 플랫폼을 활용하여 손흥민 선수의 경기 하이라이트, 훈련 비하인드 장면, 개인 인터뷰 등을 제공함으로써 경기장 밖에서 팬들과 적극적으로 소통한다. 이와 같은 디지털 기반의 접근 방식은 단순히 조회수를 높이는 것을 넘어, 팬들이 자신의 팀과 선수에 대해 좀 더 친밀감을 높이는 마케팅 전략으로 이해된다. 이는 결국 토트넘 핫스퍼의 굿즈 판매 증대, 경기 티켓 수요 증가, 그리고 구단의 브랜드 가치 향상으로 이어진다. 손흥민 선수의 사례는 세분화된 스포츠 마케팅 시장 전략이 디지털 미디어 플랫폼을 통해 스포츠 팬 베이스를 확장하는 데 중요하게 작용하는 것을 보여 준다.

## 디지털 전환의 승리자, 스포츠 시청의 새로운 지평을 여는 혁신적 전략

스포츠 산업의 상업적 시청 환경은 디지털 혁신과 시장 세분화 전략의 구현에 따라 다양하게 변화하고 있다. 이 변화는 팬들의 시청 패턴에 직접적인 영향을 끼치기 때문에 스포츠마케팅 전문가들은 다양한 미디어 채널을 구축하여 팬들과의 소통을 넓히기 위한 기회로 삼고 있다. 한국프로축구 K리그는 'Kick'이라는 K리그 공식 커뮤니케이션 앱을 출시하여 팬들이 선수들과 소통하고 구단 소식을 실시간 확인할 수 있게 했을 뿐만 아니라, 개개인의 팬 활동을 통해 응원하는 구단의 랭킹을 높이는 새로운 커뮤니티를 제공하였다. 또한 팬 참여 이벤트, 경품 추첨 등을 온라인으로 진행하여 팬들의 참여를 유도하고 스포츠 팬덤을 보다 강화할 수 있는 전략을 펼치고 있다. 미국프로야구 메이저리그(MLB)는 이례적으로 공식 한글 인스타그램 계정(mlb.korea)을 추가 개설하여 김하성과 이정후 선수는 물론 메이저리그 선수들의 경기 모습과 경기 이외의 다양한 모습을 한글로 보여 주면서 한국 팬들에게 뜨거운 인기를 얻고 있다. 또한 경기 장면을 신속히 메이저리그 공식 SNS에 업로드하여 팬들이 경기를 놓쳤을 경우에도 하이라이



©spursofficial

©Kick-리그 공식 앱



트를 쉽게 접할 수 있도록 하여 구단과 팬의 유대관계를 강화시켰다. 미국프로농구(NBA)는 디지털 미디어 변화의 선봉에 있으며 팬들의 니즈를 만족시키기 위해 맞춤형 OTT 서비스인 'NBA League Pass'를 제공하였다. 이는 팬들이 좋아하는 팀의 경기를 시간과 장소에 구애받지 않고 시청할 수 있도록 하였고, VR기술을 도입하여 마치 경기장에 있는 듯한 몰입도 높은 시청 경험을 제공하였다. 이러한 전략적 마케팅 접근은 특히 해외 팬들에게 큰 의미가 있으며, 시차와 지리적 거리의 장벽을 허물 수 있게 해 준 마케팅 사례라 볼 수 있다. 또한 디지털 미디어 플랫폼은 선수들과 관련된 상품 판매, 광고, 스폰서십 기회를 높이는 데 중요한 역할을 하면서 팀과 선수 모두에게 수익 창출의 기회를 제공하였다. 결론적으로, 디지털 미디어는 스포츠를 이용한 마케팅 전략에서 빼놓을 수 없는 요소로 자리 잡고 있으며 스포츠 시청의 새로운 지평을 여는 혁신적인 전략으로 선수와 팀의 상업적 가치를 향상시키는 데 크게 기여하고 있다.

## 감정의 승부, 데이터 주도의 맞춤형 스포츠 마케팅 전략

글을 쓴 김민정은 미국 맥퍼슨대학교 스포츠경영 교수로 재직 중이며, 스포츠 마케팅, 스포츠 미디어 소비 행동, 스포츠 소비자행동 등을 연구하고 있다. 숙명여자대학교 체육교육학과를 졸업 후 미국 시라큐스대학교에서 스포츠경영 석사를, 미국 뉴멕시코대학교에서 스포츠행정 박사 학위를 취득했다.

스포츠 마케팅은 끊임없이 변화하는 사회문화적 트렌드에 민감하게 반응하며, 팬들의 참여와 관심을 이끌어 내는 전략적인 수단이기도 하다. OTT와 SNS를 적극 활용하여 팬들과의 교류를 풍부하게 하는 동시에 개인에게 맞춤형 서비스를 제공해 전통적인 마케팅 방식에서 벗어나 더욱 적극적인 참여와 경험을 차별화된 방식으로 제공하면서 팬들의 마음을 사로잡는 데 필수적인 도구가 되었다. 예를 들면, MLB는 Twitch(미국온라인 생중계 방송서비스)를 통해 팬 Q&A 세션을 제공하면서 젊은 스포츠 팬들이 직접 소통하고 참여할 수 있는 플랫폼 '인터랙티브 콘텐츠'를 제공한다. ESPN+(미국 최대 규모의 스포츠 전문 미디어)는 '팬텀 카메라' 기능으로 경기의 결정적 순간을 초고속 영상으로 촬영하여 경기를 더욱 세밀하고 몰입감 있게 전달하는 '강화된 시각적 경험'을 제공한다. 아디다스의 '인스타그램 스토리 챌린지'는 팬들이 자신의 운동 모습을 공유하는 모습을 해시태그로 공유하게 함으로써 직접적인 참여를 유도하는 '사회적 상호작용 촉진'을 장려했다.

디지털 미디어에 의한 소비 변화들은 스포츠 마케팅이 단순히 상품을 판매하는 것을 넘어, 팬들과의 지속적인 상호작용을 통해 감정적인 유대를 강화하고, 구단의 이미지와 가치를 높이는 전략적 수단으로 발전하고 있음을 보여 준다. 즉, 다양한 디지털 미디어 플랫폼은 이 모든 과정에서 중추적인 역할을 하며, 스포츠 마케팅의 미래를 형성하는 중요한 도구가 되고 있다.



# 마케팅에 기여하는

이제 스포츠 소비자들은 단순한 수용자가 아니다. 이들은 적극적인 참여자로서 구단과 기업의 의사 결정 시스템에 관여한다. 현대에 팬들의 적극적인 의견 개입이 어떻게 마케팅 효과에 영향을 미치는지 알아보고, 앞으로 나아갈 방향에 대하여 전망해 보자.

글. 안진우

‘변화를 민첩하게 포착하고 언제나 변화할 태세를 갖추라(Be sensitive to change, be ready to transform.)’

- 필립 코틀러

## 시대에 따라 변화하는 스포츠 마케팅

현재, ‘마케팅’이란 단어는 매우 친숙한 용어로 우리 주변에서 어렵지 않게 사용되고 있다. 그러나 시대가 변화함에 따라 마케팅의 방법도 변화되어 왔는데, 과거의 마케팅은 기업이 소비자들의 니즈(Needs)와 원츠(Wants)에 맞춰 제품이나 서비스를 제공함으로써 판매(Sales)를 촉진하는 데 초점을 맞췄다면<sup>1)</sup>, 현대의 마케팅은 단순히 소비자의 선호를 파악하는 것을 넘어 그들의 참여를 유도함으로써 기업의 성공 가능성을 높이는 데 초점을 맞추고 있다<sup>2)</sup>. 현대 마케팅의 아버지라 불리는 필립 코틀러는 시대가 변화함에 따라 기업의 마케팅도 이에 맞춰 발전해야 된다고 말했다. 스포츠 시장에서의 마케팅도 마찬가지다. 과거와 달리 스포츠 소비자, 팬들은 이제 단순 수용자가 아니라 적극적으로 구단, 기업의 의사 결정 시스템에 참여하며 마케팅에 기여하는 역할을 하고 있다. 이러한 마케팅 전략은 고객 임파워먼트(Customer Empowerment)라는 개념으로 마케팅 학문 분야에서 중요하게 다뤄져 왔는데, 임파워먼트(Empowerment)는 ‘주다’라는 의미의 ‘em’과 ‘권력’을 뜻하는 ‘power’가 결합된 용어로, 서비스 생산 과정에서 소비자에게 직접적인 권한을 부여함으로써 서비스에 대한 가치를 높일 수 있음에 의미가 크다.

1) King, R. L. (1965)  
2) Fuchs, C., & Schreier, M. (2011)  
3) Forbes. (2023, February 24)

©Seattle Sounders FC



## 스포츠 소비자의 마케팅 기여 사례 1

- 구단 자문 위원으로 활동한 시애틀 사운더스 FC의 팬

미국의 4대 프로 스포츠는 미식축구(NFL), 야구(MLB), 농구(NBA), 하키(NHL)로 칭할 수 있는데, 축구(MLS) 또한 이에 못지않게 팬들의 주목을 받고 있다. 지난 8년 동안 MLS의 관중 수는 지속적으로 상승했고, 2026년 북중미 월드컵을 개최함에 따라 팬들의 유입과 관심은 계속될 것으로 전망되고 있다<sup>3)</sup>. 이러한 리그의 가파른 성장 속에서 성공적인 마케팅을 실행했다고 평가되는 구단은 단연 시애틀 사운더스 FC이다. 사운더스 FC는 리그에 출범한 2009년부터 2016년까지 8년 연속 가장 높은 관중수를 기록할 만큼 팬들의 관심이 대단했다. 그러한 사운더스 FC의 성공 배경에는 단연 구단의 적극적인 팬 임파워먼트 전략이 있다. 구단은 시즌 티켓을 소지한 모든 사운더스 FC 팬들에게 구단 자문 위원(Alliance Council)의 권한을 주며 다방면으로 활동할 수 있게 하였다. 4년마다 단장을 선출할 수 있는 권한 제공뿐만 아니라 구단의 굵직한 결정에도 참여할 수 있게 했으며, 경기 중 제공되는 이벤트를 직접 선택하고, 나아가 구단의 스폰서십 파트너사 결정에도 의견을 낼 수 있게 하였다. 이렇게 직접적인 참여를 유도하는 과정에서 구단에 대한 충성도를 높이고, 구단을 비롯해 제품을 소유하고자 하는 팬들의 심리적 욕구 또한 충족시킴으로써 자연스럽게 마케팅 효과를 극대화했다. 사운더스 FC의 팬 대표는 구단의 모든 결정에 팬들의 의견이 어떠한 형태로든 포함되어 왔다고 말했으며, 이러한 소통이 구단이 하나의 브랜드로서 자리 잡게 한 핵심 요소라고 덧붙였다. 이것은 ‘We are all Sounders(우리는 모두 사운더스다)’라는 구단의 모토를 잘 녹인 성공적인 마케팅이라 볼 수 있다.

# 적극적인 소비자, 팬

## 스포츠 소비자의 마케팅 기여 사례 2

- 밀레니엄 세대의 의견을 반영한 LIV골프

스포츠는 단순한 콘텐츠를 넘어 하나의 문화로 자리매김한 지 오래다. 특히, PGA투어는 오랜 전통과 견고한 팬층으로 프로골프계에서 막강한 영향력을 유지해 왔다. 하지만 절대 대적할 수 없을 것이라는 PGA투어에 새로운 도전장을 내민 LIV골프가 출범하며 큰 이슈로 대두되고 있다. LIV골프는 사우디 국부펀드 자본의 힘을 바탕으로 유명 PGA투어 선수들을 영입하며 주목 받았는데, 이를 넘어 본래 익숙하던 골프 대회와는 완전히 다른 운영 방식으로 팬들의 관심을 끌었다. 전통적인 골프 대회에서는 선수들이 샷을 할 때 갤러리들이 매우 조용히 관람해야 하고 샷이 끝나야만 환호할 수 있었다. 갤러리들의 이러한 관람은 기존의 대회 운영 방식 때문이었을까, 아니면 그들이 정말 원하는 관람 방식이었을까? LIV골프는 이 점을 파고들어 ‘Golf, But Louder(골프, 그러나 더 크게)’라는 슬로건을 내세우며 선수들이 샷을 하는 순간에도 팬들이 대회장에서 함께 음악을 듣고 마음껏 응원할 수 있게끔 하였다. LIV골프 관계자는 이러한 대회 운영이 즐거운 엔터테인먼트를 추구하는 밀레니엄 세대의 의견을 적극 반영한 마케팅이라 하였다. 이와 비슷한 사례인 라이더컵(Ryder Cup)은 선수들이 직접 갤러리들의 호응을 유도하며 팬들과 함께 즐기는 대표적인 이벤트로 자리매김하였으며, 평균 시청자의 나이가 35세 이하로, 2023년에는 영국 스카이 스포츠(Sky Sports)에서 가장 높은 시청률을 기록하기도 했다. 뿌리 깊게 자리 잡힌 문화와 전통을 바꾼다는 것은 매우 어렵고, LIV골프에 대한 존재 또한 여전히 뜨거운 찬반 논란이 있다. 하지만, 팬들과 함께 즐기는 이러한 대회는 팬들 자체적으로 마케팅이 되고, 빠르게 변화하고 있는 스포츠 관람 시장에서 다양한 팬층을 확보할 수 있는 획기적인 마케팅의 패러다임이라 볼 수 있다.



©Nickelodeon

## 스포츠, 팬, 미래

최근 NFL은 유명 애니메이션 채널인 니켈로디언(Nickelodeon)과 협업하며 경기 중인 화면에 스폰서십 캐릭터를 AR로 입혀 미식축구에 관심 없는 연령층의 어린이와 경기를 시청하고자 하는 부모 모두 만족시킬 수 있는 서비스를 선보였다. 2021년 처음 선보인 이 서비스는 200만 명의 시청자를 끌어들이 소비자의 의견을 적극 반영한 혁신적인 마케팅으로 평가된다. NBA 또한 새로운 시도를 하였다. NBA는 팬들이 어떠한 방식으로든 그들이 소비하는 서비스에 직접 참여하고 싶어 한다는 니즈를 바탕으로, 시청자가 본인의 신체를 스캔하여 경기 중인 선수의 이미지와 대체해 직접 경기를 뛰는 것 같은 서비스를 NBA 올스타 주간에 선보였다. 이렇게 팬들의 의견을 반영한 마케팅은 기술의 진화와 함께 더욱더 빛을 볼 것이다. 현재도 그렇지만 앞으로도 팬들은 마케팅에서 적극적으로 소통해야 되는 주체임에 틀림없다. 앞서 언급한 고객 임파워먼트는 스포츠 구단, 기업이 시장에서 실패할 확률을 낮춰 주는 마케팅 방법 중 하나일 것이며, 나아가 팬들의 의견을 바탕으로 한 혁신적인 서비스를 제공하는 것이 미래의 스포츠 시장에서 성공할 수 있는 키(Key)라 전망한다.

글을 쓴 안진우는 미국 유타 테크 대학교의 레크리에이션&스포츠 매니지먼트학과 교수로 재직 중이며, 스포츠 테크놀로지, 스포츠 마케팅, 스포츠 소비자행동 등을 연구하고 있다. 인디애나대학교 경제학과를 졸업했으며, 서울대학교 글로벌 스포츠 매니지먼트 석사, 플로리다대학교에서 스포츠 경영 박사 학위를 취득했다.



# 미국에서 온 조니 씨 산이 있는 곳에 길이 있다 등산은 내 인생

어렵지만 뿌듯하고, 험난하지만 짜릿한 등산.  
여기 등산의 매력에 푹 빠져 있는 이가 있다.  
어릴 적부터 자연과 함께하는 일상 속에서 행복을 느꼈다는 그는  
지금도 자연 속을 거닐며 나만의 특별한 추억을 쌓고 있다.

글. 임산하 사진. 김도형 영상. 강원석



QR코드를 스캔하면  
영상을 보실 수 있습니다



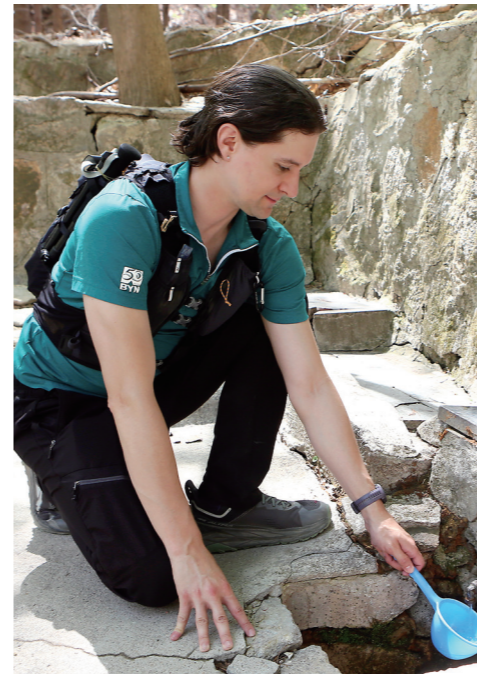
## 건강한 즐거움을 주는 등산의 매력

이정표가 있지만 그 길이 어떤 모습으로 다가올지 모르고, 얼마큼의 시간이 걸린다고 하지만 그것이 나에게도 똑같이 적용될지 알 수 없기에, 등산은 어렵다. ‘해발’과 ‘길이’라는 수치만으로 산을 파악할 수는 없다. 언제나 가장 자연적인 모습으로 서 있는 산은 인공에 익숙한 우리에게 낯선 고난을 주는데, 그럼에도 진실한 한 가지는 땀 흘리는 만큼 정상에 가까워진다는 사실이다. 그래서 ‘등산’에는 단순히 산을 오른다는 의미를 넘어, ‘승려가 수도를 위하여 산에 들어가 머무름’이라는 뜻을 담고 있는지도 모른다. 등산은 수련을 하는 일과 닮았다. 그러니 어렵지 않다면, 그것은 등산이 아닌 썸이다.

“어떤 것도 쉬운 일은 없어요. 산에 오르는 등산이 힘든 것은 당연한 일이지요. 그러나 힘들지만 재미있다는 것이 등산의 매력이라 생각해요. 어려운 길을 넘어섰을 때 얻는 성취감이 기쁨을 주잖아요. 그래서 저는 항상 더 큰 산을 오르기 위해 노력합니다.”

고향인 미국을 떠나 2011년 한국에 온 조니(Johnny) 씨가 차분한 목소리로 등산의 매력을 이야기한다. 경기도 성남, 동탄, 서울 강남을 거쳐 지금은 경기도 고양시에 터를 잡았다는 그는 서울의 산을 거의 다 올랐을 정도로 산행에 진심이다.

“저에게 등산은 힐링이에요. 제 고향은 시골인데, 어릴 때부터 숲이나 산에서 놀면 마음의 평화가 느껴졌어요. 자연스럽게 자연을 사랑하게 되었죠. 게다가 등산은 운동도 되는 동시에 건강한 공기를 마시며 마음까지 치료할 수 있는 활동이에요.”



특히 그는 CIK(Climbing in Korea)에도 참여하고 있다. CIK는 국내 거주하는 외국인과 한국인이 함께하는 하이킹 모임이다. 일반적으로 등산을 하지만 그 외 패러글라이딩, 캠핑, 카약 등 다른 활동도 하는데, 이곳에서 그는 건강한 재미를 누리는 중이다.

“몇 년 전에 아내의 사촌이 ‘밋업(Meetup)’이라는 앱에서 CIK를 발견했고, 저에게 같이 등산을 하지 않겠냐고 제안했어요. 저는 재밌을 것 같아서 그러자고 했죠. 그 때 함께 첫 산행으로 경기도 하남시에 있는 검단산에 올랐어요. 거기도 한강이 흐르고 있는데, 그 위를 지나는 팔당댐과 팔당대교를 보면서 감탄했던 기억이 나요.”

그런데 산을 다니면 다닐수록 그는 속상한 게 생긴다고. 그것은 바로 쓰레기 때문. 쓰레기는 자연을 사랑하고 아끼는 그를 괴롭히는 존재다. 그래서 더더욱 스스로 행동하려 하는 그다. 환경을 오염시키는 행동에 대해 “하지 마세요!”라고 단호하게 말하고 싶다는 그는 플로깅 활동도 하고 있다.

“자연과 함께하는 삶이 익숙하다 보니 자연스럽게 환경 보호에도 관심을 갖게 되었어요. 등산을 할 때 쓰레기가 보이면 꼭 주워요. 물론 쓰레기를 버리지 않는 게 가장 중요하지만, 다들 관심 있게 주변을 봐주시면 좋겠어요.”

“어떤 것도 쉬운 일은 없어요. 산에 오르는 등산이 힘든 것은 당연한 일이지요. 그러나 힘들지만 재미있다는 것이 등산의 매력이라 생각해요. 어려운 길을 넘어섰을 때 얻는 성취감이 기쁨을 주잖아요. 그래서 저는 항상 더 큰 산을 오르기 위해 노력합니다”







## 자타공인 북한산 전문가

등산을 사랑하는 그와 오늘 함께 오른 곳은 북한산 형제봉. 정릉탐방지원센터에서 시작하는 코스로 왕복 약 3.5km이니 등산 전문가는 왕복 1시간 정도면 충분하다. 그런데 이 길은 북한산에 환한 조니 씨에게도 처음이라한다. 물론 형제봉에 오른 적은 있지만, 이전에는 평창동 쪽에서 올랐다고.

“한적한 길을 좋아하는 편이에요. 형제봉으로 가는 길은 등산객이 많지 않아서 느긋하게 등산을 했던 기억이 나요. 그런 데다 형제봉 봉우리에 오르면 서울이 널찍하게 보여서 멋진 풍경까지 볼 수 있거든요. 조용한 매력 있어서 추천해요.”

북한산은 행정 구역상으로는 서울시 성북구에 속하지만, 서울의 강북권은 물론 동쪽으로는 경기도 의정부시와 양주시, 서쪽으로는 경기도 고양시까지 닿아 있다. 그만큼 산세가 넓어 구석구석 다양한 코스를 품고 있다. 그중에서도 조니 씨가 특별히 추천하는 코스는 어디일까?

“백운대는 익히 들어서 익숙하실 테니, 저는 13성문 중주코스를 추천하고 싶어요. 원래 16성문인데 3개는 터만 남아 있다고 해요. 옛 성문을 지날 때면 마음이 괜히 경건해지고, 또 역사를 배우는 즐거움이 있더라고요. 이 코스를 완주한다는 목표로 산행하시면 훨씬 더 큰 성취감을 얻을 수 있을 것이라고 생각해요.”

역사의 현장 속에 들어가는 재미를 아는 그는 산속의 절에도 관심이 많다고 한다. 북한산에도 절이 많은데, 그에게 가장 인상적이었던 절은 문수사였다고.

“문수사는 문수봉에 있는 절인데 여기는 문수동굴이 있어요. 절이 동굴과 이어져 있어서 얼마나 멋있는지 몰라요. 그야말로 천혜의 자연과 하나 된 법당이죠. 직접 보면서 그 매력을 실제로 느껴 보시길 바랍니다.”

등산로뿐만 아니라 산자락으로 나 있는 산책로까지 섭렵한 조니 씨. 이제는 북한산 전문가라고 해도 과언이 아니지만, 그럼에도 그는 등산 앞에 자만하지 않는다. 조니 씨가 챙겨 온 가방만으로도 등산을 대하는 그의 마음가짐이 고스란히 증명된다.

“물, 간식, 방수재킷, 모자, 손수건 등은 항상 잊지 않고 챙겨요. 이 중에서도 가장 중요한 건 응급키트예요. 언제 어떤 일이 생길지 모르기 때문에 연고, 반창고, 붕대 등을 꼭 지참해야 해요. 응급 상황이 생기지 않도록 조심하는 것도 중요하지만, 대비해 두는 것도 필요하죠.”

목표를 위해 달려가는 중주!

## 북한산 13성문

삼국시대 격전지였던 북한산에는 북한산성이 있다. 백제 개루왕 5년(132)에 세운 것으로 오랜 세월 도성을 지켜 왔는데, 조선 시대에는 숙종 37년(1711)에 토성을 석성으로 고쳐 지으면서 오늘날의 모습으로 남게 되었다. 외부의 침입을 막기 위해 축성한 북한산성의 13개의 성문에서는 고스란히 당대의 삶을 느낄 수 있다. 우리가 살아가는 터전 아래 어떤 역사가 지나왔는지를 생각하며, 의미 있는 중주를 해 보자.



서울스�포츠 2024 MAY + JUN

서울에서 이런 풍광을!

## 천혜의 절, 문수사

북한산 문수봉 아래에 자리한 문수사는 1109년에 탄연(坦然) 스님이 창건하였다. 이곳의 암굴에서 수도하던 중 전각을 지어 문수암이라고 하고 동굴은 문수굴이라고 했다고 전해진다. 주위의 기암괴석과 어우러져 멋진 풍광을 자랑한다. 인위로는 흉내 낼 수 없는 자연의 아름다움을 오롯이 감상할 수 있다.





## 도전 속에서 찾아낸 나만의 추억

조니 씨의 앞으로 목표는 '블랙야크 100대 명산'을 모두 다 가는 것이다. '명산100'이라고도 불리는 목록 안에는 우리나라를 대표하는 산이 가득하다. 물론 서울의 산은 거의 다 등산했으니 이제 전국으로 눈을 돌릴 때다.

“다음 주말에 '블랙야크 트레일 런 50K 2024 제주'에 참가할 예정이에요. 이 기회에 한라산에도 오를 계획입니다. 백록담을 실제로 볼 생각을 하니 정말 설레요. 물론 날씨가 좋아야 한다고 하지만 조금 굶더라도 그것마저 자연의 일이니 괜찮아요.”

등산에 대한 열정도, 자연에 대한 애정도 남다른 그에게는 산행에서 벌어지는 모든 일들이 으레 일어날 수 있는 일이다. 그러니 트레일 러닝에도 두려움이 있을 리 만무하다.

“트레일 러닝을 정말 좋아해요. 무엇을 보게 될지 알 수 없다는 게 흥미로워요. 바위를 오르거나 개울을 따라 달려야 할 수도 있지요. 그렇게 자연을 제대로 느끼는 일이 즐거워요.”

물론 시작부터 트레일 러닝을 할 수는 없는 법. 만일 등산도 즐기고, 트레일 러닝에서도 기쁨을 얻고 싶다면, 그는 차근차근 시작해 보라고 말한다.

“서울에는 다양한 걷기 코스가 마련되어 있어요. 처음에는 서울둘레길, 안산자락길 등부터 걸으며 시작해 보세요. 그리고 작은 산을 경험한 후에 더 큰 산을 오를 수 있어요. 유명한 산은 대체로 높고 험준한데, 무작정 시작하는 것만큼 위험한 것은 없습니다. 목표를 설정하는 것은 좋지만 급하게 하는 것은 안 돼요.”

또 한 곳, 그가 추천하는 코스가 있다. 바로 창릉천에서 한강까지의 러닝 코스. 창릉천은 조니 씨의 집과도 가까워 자주 찾는데, 도심과 닿아 있지만 녹음을 한가득 누릴 수 있는 곳이라서 그는 이 길을 남다른 공간으로 꼽는다.

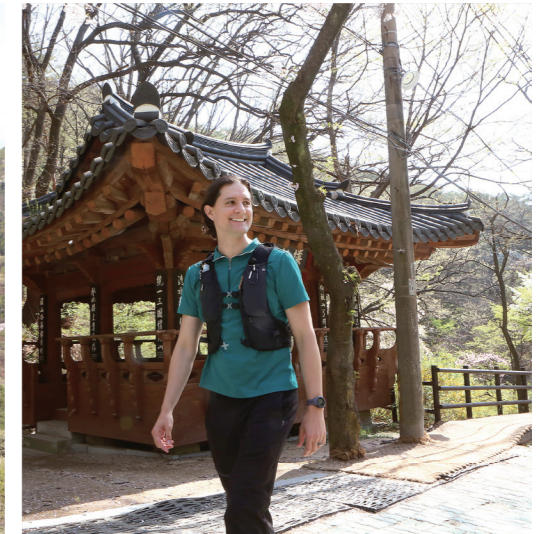
“창릉천과 닿아 있는 구파발역 주변도 좋아해요. 이 동네만의 상쾌하고 시원한 느낌이 있거든요. 그리고 제가 통닭을 좋아하는데, '꼬레랑옛날통닭'이라는 곳도 저만의 맛집이라서 소개하고 싶어요.”

맛있는 음식 먹는 걸 좋아한다는 그는 등산 후에는 특히 감자탕을 찾는다고. 그만의 맛집은 어디인지 몰랐지만, 서울에는 워낙 감자탕 맛집이 많아서 딱 한 곳을 소개하기는 어렵단다.

## 서울 곳곳을 풍성하게 즐기자!

### 서울둘레길

서울둘레길은 말 그대로 서울을 둘러 걸으며 곳곳을 빼곡하게 누릴 수 있는 길이다. 총 157km에 달하며, 자연은 물론 문화와 역사까지 느낄 수 있어 매력적이다. 최근에는 '서울둘레길 2.0'이라는 이름으로 둘레길 주변 의미 있는 공간과의 연계성을 강화했고, 인근 지하철역과의 접근성을 확장해 더욱 알찬 재미가 가득하다.



“미국인이어서 그런지 식사에 감자를 넣어 먹는 걸 좋아해요. 그리고 감자탕의 매콤한 국물이 주는 에너지가 짜릿해요. 힘든 산행을 마친 뒤 먹는 감자탕만큼 맛있는 것도 없는 것 같아요.”

스스로 경험하며 쌓아 온 추억들은 그에게 특별한 기억으로 자리 잡았다. 단순히 주변을 둘러보는 것을 넘어 자연이라는 세계로 직접 걸어 들어간 그는 누구보다 일상을 더 빼곡하게 누리고 있는지도 모른다.



## 조니 씨를 따라



### 안산자락길

“전국 최초의 순환형 무장애 자락길이라고 해요. 그래서 보행약자들도 즐길 수 있죠. 도심 속에서 자연을 한껏 누릴 수 있는데다 멋진 풍경도 감상할 수 있어 추천해요.”

## 서울을 건강하게 즐기자!



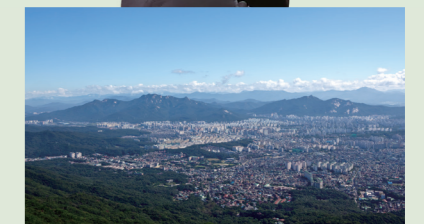
### 서울둘레길

“서울의 매력을 꼼꼼히 느끼는 데는 역시 서울둘레길만한 게 없어요. 문화, 역사, 자연까지 모두 모여 있으니 건강도 챙기고 알찬 시간도 보낼 수 있을 거예요.”



### 북한산 13성문과 문수사

“북한산에는 드넓은 산세를 따라 알찬 재미가 가득해요. 여러 등산로와 산책로가 마련되어 있어서 자주 찾는데, 13성문과 문수사에서 특별한 추억을 쌓아 보세요.”



### 불암산 수락산 종주

“종주 산행은 하늘과 맞닿은 듯한 기분을 느낄 수 있어서 재밌어요. 불암산과 수락산 종주 코스도 많이 추천하는데, 직접 산행해 보시며 왜 추천하는지를 느껴보시길 바라요.”





따사로운 햇볕이 우리 주위를 감싸니 절로 몸이 가뭇해지는 요즘. 그야말로 '운동하기 딱 좋은 날씨'에, 지금 이 시간을 놓칠세라 서울광장도 시민들과 함께 '운동 모드'에 돌입한다.

'2024 운동하는 서울광장'이 다시 돌아오는 것! 지난해 10월 매주 목요일 시범으로 운영했던 '2023 운동하는 서울광장'이 더 알차고, 더 풍성하게 시민들을 만나러 온다.

클.임산하

# 왕가니까 왕신난다! 다시 돌아온 '운동하는 서울광장'



건강한 서울  
활성화

## 도심 속 광장에서 즐기는 운동

운동의 중요성을 모르는 이는 없을 터. 그러나 해야 하는 걸 알지만 하지 못할 때 스스로 느끼는 부담감은 우리를 불편하게 한다. 그렇기에 때로 운동은 조금 어려운 존재인데, 이러한 마음을 가볍게 날려 주는 서울시의 프로그램이 있으니, 바로 '운동하는 서울광장'이다. 운동하는 서울광장은 서울시 대표 랜드마크인 서울광장에서 시민들이 일상의 피로함과 무료함을 달래고, 건강한 복지를 지향하기 위해 추진하는 사업이다.

특히 시민 누구나 평등하게 참여할 수 있는 환경을 조성하고, 운동에 대한 진입장벽이 높은 계층들이 이 장벽을 쉽게 허무는 데 그 목적을 둔다. 그래서 주기적으로 참여 가능한 운동 프로그램을 제공하고, 시민들의 관심을 이끄는 트렌디한 운동 프로그램으로 기획·구성되어 있다는 게 특징. 게다가 서울광장을 열린 운동 공간으로 조성해서 시민들의 접근성을 높였는데, 서울광장을 도심 속에서 스포츠와 여가, 힐링을 누릴 수 있는 공간으로 탈바꿈하여 '쉽표'의 광장으로 만든 것 또한 운동하는 서울광장의 매력 요소이다.

## 완성도와 만족도를 모두 갖췄던 2023 운동하는 서울광장

'2024 운동하는 서울광장'에 대한 기대감은 지난해 운영한 '2023 운동하는 서울광장'의 시민 만족도에 기반한다. 지난해에는 트렌디하고도 유익한 운동을 배울 수 있도록 바레, 줌바, 방송댄스 등을 운영했는데, 각 100명에서 300명까지의 인원이 참여했을 정도로 인기가 높았다.

바레는 필라테스와 발레를 접목한 운동으로 평소 쉽게 접할 수 있는 운동이 아니기에 새로운 운동을 시도해 보고자 하는 참가자들의 관심을 높이기 위해 구성되었다. 근력과 유연성을 모두 향상시키는 효과가 있어서 참가자들의 만족도가 상당했다. 또한 줌바는 라틴계 춤과 에어로빅을 결합한 운동으로, 참가자들이 쉽고 재미있게 따라할 수 있는 프로그램으로 구성됐다. 성별과 나이에 관계없이 누구나 즐겁게 참여했으며, 활발한 분위기로 도심 속 생활체육의 가능성을 보여 주었다. 끝으로 방송댄스는 세계적 인기를 누리고 있는 K-팝을 활용해 내국인뿐만 아니라 외국인도 참여하는 프로그램으로 운영해 SNS에서 가장 인기 있는 챌린지 및 노래를 선정해서 진행했다. 이는 K-팝과 생활체육 콘텐츠의 접목으로 국내외에 서울시를 알리는 기회로도 발전했다.

이 모든 프로그램은 무료로 참여할 수 있어 시민들의 반응이 뜨거웠으며, 참가자 대상 설문조사 결과에도 매우 만족한다는 평가가 많았다. 그러니 '2024 운동하는 서울광장'에 기대가 모이는 것은 당연하다.



**무엇을 상상하던 그 이상으로,  
2024 운동하는 서울광장**

지난해 '2023 운동하는 서울광장'이 10월에만 운영했던 아쉬움을 달래고자, 올해는 5월부터 11월(7, 8월 휴한기 제외)까지로 확대한다. 그리고 매주 목요일에 진행했던 구성은 그대로 살려 '목요일 하루 운동'이라는 뜻의 '목하운'이라는 캐치프레이즈를 도입해 매주 목요일은 서울광장에서 운동하는 날임을 시민들이 알 수 있도록 한다. 여기에 '누구나!', '아무 준비 없이!' 참여할 수 있는 콘텐츠로 구성하고, 현장 접수 시스템을 구축해 키오스크를 배치하는 것도 달라지는 점이다.

월별로 주요 테마가 메인무대에서 진행되고, 해당 월 외에는 체험부스에서 테마를 경험할 수 있다. 그러므로 마치 '도장 깨기'를 하듯 목표를 이루어 나가도 좋고, 나와 맞는 특정 테마에 집중해도 좋다.

**테마에 따라 알차게 즐기는 운동!**

건강한 서울



**다이어트,  
다이어터에게 운동 습관을!**

다이어터(다이어트를 하는 사람)들이 재밌고 의미 있게 운동할 수 있도록 체중 감량과 건강 증진을 위한 동기 부여 프로그램을 운영한다. 특히 '2023 운동하는 서울광장'에서 큰 인기를 끌었던 줌바에 더해 트레이닝과 다이어트 필수 운동을 배울 수 있다.

**줌바**

유산소와 근력 운동이 한 번에 되는 줌바. 신나는 음악과 함께 운동의 재미를 경험하는 프로그램으로 구성한다.

**트레이닝**

45분 동안 진행되는 지속 가능한 트레이닝. 유산소 운동, 근력 운동, 회복 운동까지 3가지 운동을 체계적으로 경험한다.

**다이어터 루틴**

운동 습관을 만드는 데 빠질 수 없는 운동들. 고강도의 맨몸 운동부터 필수 유산소 운동까지 다양한 프로그램을 즐길 수 있다.



**뷰티,  
몸과 마음을 아름답게!**

내면과 외면을 가꾸는 프로그램을 통해 서울광장이 참가자에게 아름다움과 건강을 선사하는 공간으로 변모한다. 얼굴 근육은 물론 틀어진 체형도 관리할 수 있도록 도움을 준다.

**페이스 요가**

피부 관리와 얼굴 근육을 풀어 주는 요가 프로그램. 손과 소도구를 활용해 혼자서도 손쉽게 따라할 수 있도록 한다.

**스트레칭 테라피**

같은 자세로 오래 앉아서 일하는 현대인의 경직된 몸을 풀어 준다. 근육 이완은 물론 틀어진 체형을 바로잡아 주는 데 으뜸이다.

**먼슬리 뷰티니스**

운동 전후 외면과 내면을 가꾸는 뷰티헬스 체험으로, 최신 트렌드를 반영해 몸을 가꾸고 또 건강하게 만드는 체험을 구성한다.



**취미,  
이제는 운동이 나의 취향으로!**

MZ세대의 선호도가 높은 취미 운동을 지속 발굴하고, 프로그램 참여 영역을 확대한다. 생활체육 선호도가 높은 필라테스, 몸과 마음의 균형을 맞추는 밸런스 요가 등 트렌드에 적합한 운동을 배울 수 있다.

**웰라테스**

건강한 아름다움을 경험하는 웰니스 필라테스. 필라테스를 매트, 짐볼 등의 소도구별로 프로그램을 구성한다.

**리추얼 밸런스**

몸의 중심을 찾고 내면의 목소리를 들을 수 있도록 한다. 밸런스 요가를 통해 일상의 틈에서 비일상적인 경험을 준다.

**4색 스포츠 스쿨**

4가지 유형의 뉴스포츠 프로그램으로 참가자의 스포츠 진입장벽을 낮추고, 누구나 다양한 스포츠를 즐기는 기회를 마련한다.



**목하운 어워즈,  
체력 측정으로 완성하는 챌린지!**

운동하는 서울광장으로 한층 더 건강해진 시민들이 증진된 체력을 측정하는 챌린지 콘테스트를 진행한다. 상체·하체·코어 3가지로 구성해 체력을 기록하고 리워드를 지급한다.



**헬스케어,  
심신을 풀어 주고 일상에 활력을!**

서울광장이 '에너지 충전소'가 되어, 이곳을 찾는 누구나 스스로 몸과 마음을 다독이는 값진 시간을 보낼 수 있다. 명상 요가는 물론 다양한 헬스케어 프로그램을 운영한다.

**짐스틱 클리닉**

유연성 훈련 및 근력 강화에 효과적인 짐스틱을 활용해 재활부터 트레이닝까지 단계별 짐스틱케어 제공한다.

**치유광장**

싱잉볼을 활용한 명상, 몸의 움직임과 호흡을 확인하는 요가 프로그램을 통해 퇴근 후 지친 몸과 마음을 치유하는 힐링 프로그램을 구성한다.

**핏타민 라운지**

참가자 맞춤형 헬스케어 프로그램. 운동 전후 상해와 통증을 관리하고, 자신의 체형을 분석해 신체의 균형을 맞추는 프로그램을 운영한다.



**목하운 콘테스트**

누구나 운동 부위별 기록 측정을 할 수 있다. 스스로 자신의 성장을 확인하며, 운동에 대한 동기도 되새기는 시간을 갖는다.



※단, '2024 운동하는 서울광장' 프로그램 및 일정은 상황에 따라 변경될 수 있으니 공식 홈페이지를 참고하여 주시기 바랍니다.



탁구를 시작한 지는 오래되지 않았지만 그 열의만큼은 누구보다 단단한 서울주니어탁구클럽 학생들. 오늘은 특별하게 서효영 선수가 학생들을 찾았다. 씩씩하게 탁구를 마주하는 학생들의 눈빛에 서효영 선수가 엄지를 치켜세운다.

글. 임산하 사진. 황지현 영상. 이덕재

서효영 선수와 함께!

## 열정을 주고받으며 쌓은 탁구를 향한 애정



QR코드를 스캔하면 영상을 보실 수 있습니다.

# Table Tennis influencer

인플루언서의 함께

서울스포츠 2024 MAY + JUN



### 오늘의 탁구 선생님 '서효영 탁구 크리에이터'

전 탁구 국가대표 선수이자 탁구 해설위원으로 활동하고 있다. 유튜브 채널 '효영핑퐁'을 운영하며 탁구를 좋아하는 이들을 위한 맞춤형 콘텐츠를 전한다. 그는 탁구를 잘하는 팀은 '우선 탁구공과 친해지는 것'이라고 말한다. 라켓을 이용해 탁구공을 튀기는 감각을 제대로 익혀야 하는 것. 더불어 2024 생활체육 서울시민리그에 출전할 시민들에게 '갈고닦은 기량을 뽐내며 멋진 추억을 쌓길 바랍니다'라며 다정한 응원도 건네는 그다.



### 체육관을 가득 채우는 학생들의 열정

지름 약 40mm, 무게 약 2.7g, 탁구공은 고사리손으로도 다룰 수 있을 만큼 작고 가볍다. 하지만 탁구대를 오가는 위력은 결코 만만치 않다. 이는 단순히 라켓을 쥔 힘에서 나오기보다 공을 다루는 분명한 계산에서 비롯되는데, 모순적이게도 그것은 탁구공이 어디로 튈지 모른다는 데서 기인한다. 너무 가벼워서 전략적인 공격이 필요하고, 너무 날아서 빠른 순발력이 필요하다. 그래서 만만한 스포츠가 아니다. 물론 세상에 쉬운 스포츠가 어디 있겠느냐는 그렇기에 탁구는 배울수록 재밌는 스포츠다. 여기, 탁구공 소리로 가득 찬 육군사관학교 체육관에서 열심히 탁구를 배우는 '서울주니어탁구클럽'의 학생들이 이를 증명한다. 친구 따라, 부모님의 제안으로, 혹은 정말 탁구가 좋아서 등등 서울주니어탁구클럽에 가입한 이유는 다양하고 배



운 기간도 모두 다르지만, 학생들은 한마음으로 말한다. “탁구는 정말 재밌어요. 그래서 계속 알아 가면서 더 잘 치고 싶어요”라고. 서울주니어탁구클럽은 서울특별시체육회에서 주최하는 초등학교 대상 탁구 프로그램으로 전문선수 출신의 강사가 수업을 진행한다. 탁구에 대한 학생들의 애정은 강사들에게도 소문이 자자한데, 오늘은 이들의 열정을 더욱 불태워 줄 손님이 등장했다. 그는 바로 전 탁구선수이자 지금은 크리에이터이자 해설위원으로 활동하고 있는 서효영 선수. 서울주니어탁구클럽 학생들의 일일 선생님을 자처한 서효영 선수는 “학생들이 재밌게 운동을 하고 있다고 들었어요. 가능하다면 작은 도움을 주며, 오늘 이 시간을 함께 신나게 즐겨 볼까 합니다”라며 기대감을 내비친다. 마찬가지로 그와의 만남에 한가득 설렘을 품고 온 학생들. 그 마음이 서효영 선수를 향한 질문 세례로 드러난다.



“내가 하고 있는 게 맞나? 하면서 자문을 할 때가 많아요. 이렇게 막힐 때는 결과보다 과정에 집중을 해요. 안 되는 것에 매몰되기보다는 어떻게 하면 잘 될까 하면서 방법을 바꾸거나 다시 노력을 해 보는 것이죠. 풀어가는 과정 속에서 속상한 마음을 떨치기도 했어요.”

## 알찬 질문이 오가는 진지한 시간

“선수님은 탁구의 매력이 무엇이라고 생각하시나요?” 또랑또랑한 목소리로 묻는 김찬열 학생. 그의 물음에 서효영 선수는 “여름철에는 시원하게, 겨울철에는 따뜻하게 운동을 할 수 있다는 게 아닐까요? 실내 스포츠라서 날씨의 영향을 덜 받기에 접근성이 좋고, 또 그래서 생활 스포츠로도 손색이 없지요”라고 답한다. 이어 “찬열 학생은 어떻게 생각하나요?”라는 서효영 선수의 물음에 그는 잠깐의 망설임도 없이 “양현철 감독님

께 배우는 게 매력이에요!”라고 답한다. 양현철 감독은 현재 서울주니어탁구클럽을 이끌고 있다. 김찬열 학생의 근사한 대답에 한바탕 웃음이 퍼진다. 그 사이 “몇 살이세요?”, “몇 월생이신지 궁금해요”라는 나름 사적인(?) 질문도 등장한다. 여기에 “유튜브는 어떻게 하면 잘할 수 있어요?”라는 트렌디한 질문도 빠질 수 없다. 서효영 선수는 “저는 탁구라는 무기를 가지고 크리에이터로서 활동하고 있는데, 여러분들도 각자의 무기가 무엇인지 고민하며 접근하면 돼요”라고 차분히 답한다.

여러 질문 틈으로 날카로운 물음이 꽃핀다. “경기에 질 때는 어떤 기분이 드시나요?” 이윤호 학생의 말에 서효영 선수도 예리한 질문이라며 미소를 띤다. “여러분도 알다시피 저는 시민들과 만나 길거리 탁구를 하고 있는데, 사실 질 때도 많아요. 처음엔 속상하고 아쉬웠죠. 그런데 점차 면적이 생기더라고요. 이제는 멋있게 지는 법을 알았어요. 상대의 실력을 인정하고, 박수를 보내는 일이 바로 그것이에요.” 앞으로 탁구를 배우며 승리 못지않게 많은 패배를 겪어야 할 학생들에게 서효영 선수의 답변은 뚜렷한 길잡이가 되어 줄 것이다.

마지막 질문은 김민주 학생이 장식한다. “지치고 힘들 때는 어떻게 하면 탁구를 잘 칠 수 있나요?” 대미에 걸맞은 질문에 또 한 번 입이 벌어지는 서효영 선수다. “내가 하고 있는 게 맞나? 하면서 자문을 할 때가 많아요. 이렇게 막힐 때는 결과보다 과정에 집중을 해요. 안 되는 것에 매몰되기보다는 어떻게 하면

잘 될까 하면서 방법을 바꾸거나 다시 노력을 해 보는 것이죠. 풀어가는 과정 속에서 속상한 마음을 떨치기도 했어요.” 탁구에 진심을 다한 서효영 선수의 진지한 답변에, 그가 탁구만을 바라보며 매진해 온 시간이 느껴지는 듯하다. 이는 서울주니어탁구클럽의 학생들에게도 고스란히 전해지지 않을까. 열정을 공유하는 이들에게는 그들만의 공감대가 있기 때문이다.

## 용기 있게 마주한 서효영 선수와의 탁구 랠리

이제 서효영 선수와 학생들이 탁구를 칠 시간. 탁구대를 사이에 두고 서효영 선수 앞에 선 학생은 4명. 선수를 만난다는 생각에 용기를 낸 학생들이지만 막상 그 앞에 마주하니 얼굴에 긴장한 기색이 역력하다. 하지만 인사를 나눈 뒤 랠리를 시작하자, 점점 학생들은 탁구공에 몰두하며 남다른 집중력을 보인다. 각자의 개성과 장점이 돋보여 서효영 선수도 칭찬과 조언을 아끼지 않는다.

“서브가 좋네요. 다만 라켓이 내려가 있어요. 살짝 들어서 쳐 볼까요?”, “힘이 강한 건 장점이지만 어깨를 풀고 살짝만 힘을 빼 보세요. 그러면서 공 위를 맞추는 거예요.” 탁구를 배운 지 1년 조금 넘었다는 4명의 학생들은 신기하게도 서효영 선수의 피드백을 정확히 듣고 자세를 고친다. 그의 조언을 새겨듣는

모습에 학생들이 얼마만큼 탁구에 진심인지 느껴질 정도다. 서효영 선수와의 랠리를 마친 학생들이 감사 인사를 건네고 자리로 돌아가는데, 제법 어른스러움이 묻어난다. 가장 먼저 서효영 선수와 탁구를 쳤던 김민준 학생은 “떨렸지만 재미있었어요. 그리고 아직 탁구에 대해 잘 알지 못해서 더 열심히 배우고 싶어요. 아직 결정하지 못했지만 제 꿈에는 탁구선수가 있거든요. 다른 하나는 게임 유튜버예요”라며 꿈을 밝힌다. 그의 옆에 서 있던 김준우 학생도 탁구선수가 꿈이라고 말한다. 그러더니 “탁구공에 회전이 잘 안 들어가는데 이를 터득해야겠어요”라며 서효영 선수와 탁구를 쳤던 시간을 반추하는 것도 잊지 않는다. 학생들과의 랠리가 끝난 뒤 서효영 선수는 친구들과 탁구를 치는 학생들을 보며 자세를 잡아 주기로 한다. 공을 끝까지 보도록, 공이 라켓의 가운데에 닿도록, 탁구대에서 조금만 떨어지도록. 학생들 각자에게 다정한 도움을 주던 그는 힘찬 격려도 잊지 않는다. “예쁜 자세로, 예쁜 얼굴로 탁구를 배우는 모습을 보면서 오히려 제가 더 값진 마음을 전해 받았네요. 이대로 성장해서 멋진 탁구선수가 되길 바랍니다. 저도 응원하겠습니다!” 그저 탁구가 좋다는 서울주니어탁구클럽의 학생들. 앞으로 이들이 얼마나 더 멋진 성장을 하게 될지 기대가 된다. 발전의 과정은 힘들지만 학생들에게는 이를 받아들일 준비가 되어 있다. 그러니 성취가 뒤따를 것은 분명할 수밖에.





서울시청 직장운동경기부 남자자전거팀과 만난 시민들

# 함께 페달을 밟으며 도심 한가운데를 달리다

자전거를 사랑해서, 자전거 없는 삶은 상상할 수 없다는 시민들이  
서울시청 직장운동경기부 남자자전거팀(이하 서울시청 남자자전거팀)과 만났다.  
서울시청 남자자전거팀은 시민들의 일일 선생님이자,  
함께 자전거를 타는 동료로 오늘을 함께했다.

글 임산하 사진 황지현

공유로 만나다 우리



서울스�포츠 2024 MAY + JUN





### 선수와의 따뜻한 만남

이제라도 만나 우리

무언가를 좋아하는 사람에게는 그 진심이 엿보이는 순간이 있다. 눈빛에는 설렘이 담겨 있고, 입가에는 기쁨이 어려 있어 때로 감추려 해도 감춰지지 않는다. 숨길 수 없는 마음이란 얼마나 순수한 것인지를 오늘 만난 시민들에게서 배운다. 옥진주 씨, 정은성 씨, 유소영 씨, 조민정 씨까지 자전거의 매력에 매료된 이들은 오래전 동호회를 함께 하면서 알게 되었고 이제는 개인적으로 만나며 자전거의 즐거움을 공유하는 단단한 사이가 되었다고 한다.

“자전거 하나만 있으면 출퇴근도 할 수 있는 데다, 취미를 즐기며 건강도 챙길 수 있으니 그만큼 좋은 스포츠가 어디 있을까요?” 어느덧 자전거를 탄 지 13년 차가 된 정은성 씨가 자전거의 장점을 이야기한다. 그의 말에 맞장구를 치며 조민정 씨도 한마디 덧붙인다. “자전거는 운동을 하면서 여행하는 기분도 느낄 수 있어요. 풍경이 지나는 순간순간을 오롯이 감각할 수 있기 때문이죠.” 자전거를 타면 마치 풍경 속에 들어간 것처럼 그 안의 일부가 된다. 더불어 내가 몸을 움직이며, 땀 흘리고 있다는 느낌은 그 시간을 더욱 생생히 경험하게 한다.

그렇다면 오늘은 이들에게 어떤 시간이 될까. 이들 4명이 모인 데는 이유가 있다. 바로 서울시청 남자자전거팀 선수들과의 만남이 예정되어 있었기 때문. 지난한 일상 속 언제나 한줄기 빛과 같았을 자전거를 선수들과 함께 탄다니, 얼굴에는 기대감이

가득하다. 이는 선수들도 마찬가지다.

“사실 우리나라에 자전거를 타시는 동호인 분들이 많은데, 이분들에게는 외국 선수들이 더 많이 알려져 있는 것도 사실이에요. 그러니 이렇게 자전거를 사랑하는 분들과 함께 만나면서 국내 자전거 선수들도 알리고, 또 저희도 함께 자극을 받을 수 있으니 정말 좋은 기회라 생각해요.” 그래서 전훈민 선수는 선수와 시민의 만남을 적극적으로 반긴다고 한다. 그의 곁에서 다른 선수들도 고개를 끄덕이며 공감을 표한다.



### 깊은 몰입 속에 얻어 온 해답들

오늘 함께 자전거로 달릴 코스는 반포한강공원에서부터 남산 서울타워까지다. 약 7.5km로 서울에서 자전거를 즐기는 이들에게 익히 알려진 길인데, 유명한 데는 이유가 있는 법. 도심 한가운데에서 업힐을 제대로 만끽할 수 있는 데다, 개인 차량이 다니지 않는 길이어서 안전면에서도 탁월하기 때문이다.

출발에 앞서 옥진주 씨가 업힐 코스를 잘 타는 법에 대해 묻는다. 그의 질문에 정승화 선수는 “가장 필요한 건 인내심입니다”라며 현자와 같은 답을 내놓는다. “물론 체중 관리도 중요하고, 꾸준한 연습도 필요하죠. 저희는 업힐 구간을 반복하며 인터벌 훈련도 하는데, 그 바탕이 되는 것이 결국은 인내심이더라고요.”

익숙한 길이 쉬운 길을 담보하진 않는다. 그러나 꾸준한 노력은 스스로를 믿게 하는 힘이 되고, 어떤 길이든 도전할 수 있는 역량을 쌓게 한다. 이는 선수뿐 아니라 모두에게 닿는 삶의 진실이다. 물론 노력이 빛을 보기 위해서는 올바른 라이딩도 필요하다. 때마침 정은성 씨가 페달링 방법에 대해 질문한다. 그의 물음에 장연호 선수가 본인의 생각을 차분히 전한다. “세계적인 선수들도 각자의 방식을 가지고 있기에, 페달링에는 정답이 없다고 생각해요. 오랫동안 타 왔고, 그로 인한 부상이 없었다면 그 방법이 맞을 거예요.” 귀 기울여 듣던 정은성 씨가 한 가지를 더 묻는다. “혹시 좌우 비대칭이 느껴지기도 하시나요? 동작을 대칭으로 하면 발 느낌이 다르고, 발 느낌을 대칭으로 하면 무릎이 한쪽 프레임에 치는 경우가 있어서요.”

“사실 아무리 신발을 똑같이 맞춰서 탄다고 해도 평소 발목 각도나 골반의 틀어짐에 따라 다르게 느낄 수밖에 없어요. 피터에게 피팅을 받아도, 본인의 느낌에 따라 미세한 조정을 해야 하는 것은 자연스러운 일입니다.” 선수들의 답변에는 오랜 시간 한 가지에 몰두했고, 깊이 고민했던 흔적이 느껴진다.

이제, 출발이다. 마치 약속한 듯 재빠르게 열을 지은 이들에게 조호성 감독은 “조심히, 또 안전하게 다녀오십시오”라며 따뜻한 당부를 전한다. 야경의 일부가 되어 도심의 품으로 힘차게 달려가는 이들의 뒷모습에 들뜬 마음이 역력해 보인다.



서울스포츠 2024 MAY + JUN



## 선수들의 모습에 절로 나오는 감탄

단 30분도 지나지 않은 시간, 남산서울타워가 올려다보이는 남산공원 안내센터로 모습을 드러내는 이들. 중간중간 사진 촬영도 했다는데, 이렇게 일찍 도착하다니 놀라울 따름이다. 선수들은 물론 참가자들의 능력도 다시 보이는 순간이다. 하지만 아는 만큼 보인다고, 자전거에 잔뼈가 굵은 참가자들은 “역시 선수분들은 대단하다는 걸 느꼈어요”라며 입을 모은다. 덧붙여 옥진주 씨는 감탄이 절로 나왔다고 말한다. “어떻게 이렇게 몸놀림이 가벼울 수 있는지, 놀라웠어요. 페달링도 정말 부드럽더라고요.”

그의 말에 최재웅 선수가 “매일 같이 훈련하시면 돼요”라며 짐짓 농담을 던진다. 한바탕 웃음이 지나간 자리에 그가 덧붙인다. “페달링을 하는 사람은 본인이지만, 그것을 가장 가까이에서 보는 사람은 팀원이예요. 저희는 저희끼리 코칭을 해 주기도 하고, 의견을 공유하며 스스로 방법을 찾아 가기도 해요.” 그래서 자전거를 타는 중에도 거울이 보일 때면 모두 다 한 번씩 쳐다보고 간다. 그렇게 계속해서 발전해 가는 선수들이다.

“정말 다들 똑같은 댄싱(Dancing; 일어서서 밟는 라이딩 스킵)이 나와서 신기했어요. 저희들 자세는 모두 제각각인데, 결국은 얼마큼 연습하느냐에 따라 달라지는 거였네요.” 유소영 씨도 다시금 깨달음을 얻는다.



자전거를 타면 잡념이 사라져서, 일상의 스트레스에서 벗어날 수 있어요. 저도 그렇게 사이클의 길로 접어들었지요. 이렇게 매력 넘치는 자전거가 많은 분들에게 닿으면 좋겠습니다.



## 생생한 조언을 통해 더 나아질 내일

오늘 처음 만났지만 자전거를 타며 낭만적인 야경 속을 함께 달렸기 때문일까, 어느덧 친해진 듯 보이는 이들의 대화가 계속 이어진다. 참가자의 자세를 눈여겨봤던 선수들이 자세를 고쳐 주기도 하고, 클릿(Clear; 신발과 고정되는 페달)의 위치를 조정해 보는 것을 제안하기도 한다.

그리고 곧 다가올 여름철에는 물을 많이 마실 것도 당부하는 이들도 있다. 옷에 물을 뿌리는 것도 방법인데, 가장 중요한 건 ‘열적응’이다. 무리해서도 안 되고, 자신의 속도를 유지하며 몸이 과열되지 않도록 해야 하는 것. 여기에 김성범 선수가 한 가지 팁을 더한다. “여름철에는 안장을 높이고, 겨울철에는 안장을 낮추는 것도 계절에 따른 신체 변화에 적응하는 방법입니다.”

어디서도 들을 수 없는 생생한 조언을 들은 오늘의 참가자들. 너무나도 의미 있는 시간이었다는 이들 곁에서 선수들도 소감을 이야기한다. “사실 남산을 처음 와 봤어요. 서울 시내가 한

눈에 보여서 정말 예쁘더라고요. 난도가 높은 편이어서 자전거를 타는 즐거움도 있었고요. 다음에 또 기회가 된다면 이곳에 와야겠다고 생각했습니다. 좋은 코스를 소개해 주셔서 감사합니다.” 함께 특별한 경험을 하게 된 김은민 선수가 고마움을 전한다.

끝으로 이재하 선수는 사이클을 즐기는 이들이 더 많아지기를 바란다 말한다. “자전거를 타면 잡념이 사라져서, 일상의 스트레스에서 벗어날 수 있어요. 저도 그렇게 사이클의 길로 접어들었지요. 이렇게 매력 넘치는 자전거가 많은 분들에게 닿으면 좋겠습니다.”

늘 더 나아가기 위해 힘든 훈련을 이겨 내며 앞으로 달려가는 서울시청 남자자전거팀. 수도 서울의 팀이라는 자부심으로 최선을 다하는 선수들이 있기에 앞으로 자전거의 명성이 높아질 것은 분명해 보인다. 자전거를 사랑하는 참가자들의 열의에서도 이미 증명된 셈이 아니겠는가.



# 핫돌핫돌서울 유아스포츠단을 만나다

## 인생 첫 스포츠클라이밍에 내민 야무진 도전장!

‘인생 1회차’ 어린이들이 스포츠클라이밍을 주저 없이 도전했다.  
용감하게 의지를 불태운 어린이들에게  
오늘은 스스로에게도 벅찬 순간으로 다가왔을 것이다.  
그렇게 ‘인생 2회차’로의 성장 기회가 되었을 테다.

글. 임산하 사진. 황지현

몸치면 한다

### 목소리에서 느껴지는 어린이들의 설렘

아는 길은 편하다. 미지의 다음이 없기에, 지레 걱정할 필요도 없다. 하지만 안정은 발전을 주지 않는다. 많은 이가 스포츠클라이밍에 도전하는 이유도 여기에 있지 않을까. 중력을 거슬러 오를이 나의 몸으로 올라야 하기에, 도전 정신을 키우고 새로운 나를 발견하게 하므로. 그래서 스포츠클라이밍은 어려운 운동으로 꼽히는데, 오늘 이 스포츠클라이밍에 도전장을 내민 어린이들이 있다. 바로 중랑구 이화어린이집의 7살 친구들. 용마폭포공원 실내 클라이밍장을 방문한 어린이들은 벌써부터 들뜬 기색이 역력하다. 신발을 갈아 신고 매트 위에 웅기종기 모여 서로 즐겁게 이야기를 나누면서도 인공암벽에 시선을 뺏기는 중이다. 아이들의 마음을 알아줬는지, 오늘 수업을 진행할 백승용 선생님이 빠르게 수업을 시작한다. 첫 시간이기엔 먼저 “클라이밍이 무엇일까요?” 하고 묻는 선생님. 그 물음에 어린이들은 주저 없이 대답을 한다. “질벽 타기요!”, “올라가는 거요!” 모두 정답이다. 여기에 백승용 선생님이 간단한 설명을 덧붙인다. “올라갔다가 안전하게 내려오는 것이지요. 그렇다면 클라이밍을 잘하기 위해서 우리가 해야 하는 건 무얼까요?” 이때 또 한쪽에서 들리는 시원한 답변! “준비 운동이요!” 어떤 물

음이든 명랑하게 답하는 모습에 직접 스포츠클라이밍을 할 때에는 어떤 집중력을 보일지 기대된다.

“하나, 둘, 셋, 넷, 다섯, 여섯, 일곱, 여덟~” 다 함께 숫자를 세며 어깨부터 무릎까지 몸을 푸는 어린이들. 그 다음으로 앞구르기과 달리기를 하는데, 이 순간에도 웃음이 끊이지 않는다. 백승용 선생님은 “특히 아이들은 유연한 데다 근육이 굳어 있지 않기 때문에 좀 더 재밌게 몸을 풀기에 앞구르기만 한 게 없어요”라며 아이들의 눈높이에 맞춘 수업에도 적극적이다. 그 덕에 운동을 놀이로 즐기는 어린이들의 이마에는 송골송골 땀방울이 맺히기 시작한다.

서울스포츠 2024 MAY + JUN





이들은 성장하며 타인을 마주하고, 서로를 이해하며, 또 공감하려 한다. 때로는 가족을 떠올리고, 때로는 친구를 떠올리기도 하는데, 이 시간이 모여 아이는 점차 커 간다. 이렇게 매 순간 자라는 아이들에게 정서 발달 못지않게 중요한 것이 신체 발달이다. 백승용 선생님은 “건강한 신체에 건강한 정신이 깃든다고 하잖아요. 어린이들에게도 예외는 아니죠. 운동을 통한 균형적인 신체 발달은 너무나도 중요합니다. 단순히 키가 크는 성장을 넘어 근육이 발달하고 자연스레 건강해지면서 동시에 정서도 발달하죠.” 정서와 신체는 서로 영향을 주고받는 것이기에 양분할 수도 없고, 양분을 해서도 안 된다.

그래서 서울시는 유아들이 다양한 체육활동을 경험하며 건강하게 성장할 수 있도록 ‘햇돌햇돌서울 유아스포츠단’을 운영하고 있다. 오늘 스포츠클라이밍에 참여한 이화어린이집도 이를 통해 시작한 것. 공공 또는 민간 체육시설과 어린이집이 상호 협력할 수 있도록 중랑구청이 연결하며, 클라이밍, 매트운동, 풋살, 수영, 탁구 등 다양한 종목을 경험할 수 있다. 게다가 매주 1~2회 이상 정기적으로 운동을 하기 때문에 건강 증진에 탁월한 효과를 준다. 특히 지난해에는 서울시체육회 ‘스포츠과학센터’에서 ‘햇돌햇돌서울 유아스포츠단’에 참가한 유아들의 체력을 측정했고, 참여 전후를 비교해 과학적으로 진단한 결과 근력·순발력·민첩성·평형성 등 4개 분야 모두 능력이 향상된 것을 확인했다. 중랑구는 햇돌햇돌서울 유아스포츠단 공모사업에 2년 연속 선정되었으며, 23년에는 3개 어린이집이 참여했지만 24년에는 9개 어린이집이 참여하여 보다 더 많은 유아들에게 생활체육활동 경험의 기회를 제공하고 있다. 오늘 만난 이화어린이집의 선생님도 아이들의 즐거운 신체 활동을 위해 이를

신청하게 됐다고 말했다. “게다가 클라이밍이라는 새로운 운동을 해 볼 수 있어서 아이들이 더욱 기대감을 갖겠다고 생각했어요. 성장 발달에도 도움이 될 것 같아 저 역시 기쁘네요.”

### 웃음과 열정이 함께 터지는 순간

선생님의 설명에 따라 용감하게 홀드를 잡으며 스포츠클라이밍에 첫발을 떤 어린이들. 자신의 키보다 높은 곳에 닿았다 내려온 소감이 궁금해서 물었더니, 한 아이는 “저 끝까지 더 올라가고 싶어요! 자신 있어요!”라며 힘차게 말한다. 물론 처음 하는 스포츠클라이밍에 “손이 힘들었어요”라며 손을 펴 보이는 아이도 있다. 고사리손으로 얼마나 힘을 주었던 건지 손바닥이 빨개졌을 정도인데, 새삼 대견하다. 그럼에도 물러서지 않고 해냈다는 것은 스스로에게도 벽찬 순간이 아니었을까. “높이 올라가 보니 세상이 넓어 보여서 좋았어요.”, “처음엔 어

려웠는데, 해냈어요! 재밌어요!”, “친구들이랑 어린이집 밖으로 나와서 재밌어요. 클라이밍도 더 열심히 하고 싶어요.”, “앞으로 더 잘할 수 있을 것 같아요!” 주저함 없이 씩씩하게 스포츠클라이밍을 도전한 어린이들은 오늘 흘린 땀만큼 한 뼘 더 성장했을 것이다.

여러 차례 인공암벽을 오른 어린이들에게 새로운 홀드가 나타났다. 그것은 달 모양의 홀드! 이를 마주한 어린이들은 “이상한 이빨처럼 생겼어요”라며 웃어 보이기도 하고, “저도 잡고 보고 싶어요”라며 도전 의식을 불태우기도 한다. 이것이 바로 운동의 매력 아닐까. 밝은 웃음과 뜨거운 열정이 함께 터진다는 것. 달 모양의 홀드를 잡고 내려온 한 아이가 “저는 기울어진 데까지도 가 보고 싶어요”라고 의지를 다지는데, 그 단단함에 실현이 머지않아 보인다.

수업을 마친 어린이들은 매트 아래로 내려오자마자 물을 찾는다. 땀 흘린 뒤 마시는 물은 얼마나 달콤할까. 지금의 물 한 모금은 어린이들에게 오래도록 기억될 것이다.

“건강한 신체에 건강한 정신이 깃든다고 하잖아요. 어린이들에게도 예외는 아니죠. 운동을 통한 균형적인 신체 발달은 너무나도 중요합니다. 단순히 키가 크는 성장을 넘어 근육이 발달하고 자연스레 건강해지면서 동시에 정서도 발달하죠.”

백승용 선생님



### 운동은 어린이의 신체와 정서 발달에 필수

스포츠클라이밍을 시작하기 위한 준비는 끝났다. 이제 홀드를 잡으며 오를 일만 남았다. 다만 오늘은 처음이기 때문에 욕심을 내지 않고 서너 걸음을 오른 뒤에 멈춰 있다 내려오기로 한다. 백승용 선생님의 말을 빌리자면 잠깐 “개구리 자세”를 하는 것. “개구리 자세”라는 말에 어린이들은 또 웃음이 터진다. 이곳 실내 클라이밍장 한쪽 벽은 파란색, 빨간색, 노란색 등 홀드 색상이 구별되어 있는데, 어린이들은 각자 원하는 색 앞에 선다. 노란색에 자리를 잡은 아이에게 왜 이곳을 선택했는지 물었더니 “엄마가 좋아해서요!”라며 쾌활하게 답한다. 옆에 앉은 아이는 “좋아하는 친구를 따라왔어요”라고 말한다. 어린







©태권도진흥재단

### UFC 진출 올림픽 동메달리스트 “아름다운 태권도원”

태권도는 시범 종목까지 포함하면 어느덧 하계올림픽 역사가 36년째다. 한국은 중주국으로 위상을 제고하기 위해 2014년 전북특별자치도 무주군에 태권도원을 개장했다.

올해로 개원 10주년을 맞이한 무주 태권도원은 231.4만㎡(약 70만 평) 면적에 각종 영상 콘텐츠 촬영 장소로 쓰일 만큼 좋은 시설뿐 아니라 백운산을 등지고 주변에 금강 남대천이 흐르는 경치 덕분에 관광지로 명성이 높다.

2012 런던 올림픽 동메달리스트 로벨리스 데스파이네(쿠바)는 2017 월드챔피언십 참가를 위해 태권도원을 방문했다. 세계 최대 종합격투기 단체 UFC 선수가 되어 올해 3월 필자와 가진 화상 인터뷰를 통해 태권도원에 대한 칭찬을 아끼지 않았다. 무주 세계선수권 개인 성적은 16강 탈락으로 기대를 밑돌았지만, 데스파이네는 “정말 멋지고 아름다웠다. 인프라 수준이 굉장히 높았다”라며 태권도원을 긍정적으로 추억했다.

태권도는 올림픽 입상이 42개국, 세계선수권 메달 수상이 76개국임에서 알 수 있듯 날로 글로벌 체육 종목이 되고 있다. 각종 국제대회 개최 및 전지훈련 유치 등 이미 태권도원은 한국을 대표하는 훌륭한 스포츠관광 거점이다. 태권도진흥재단에 따르면 코로나19 팬데믹 기간(2020~2022년)을 제외한 2014~2023년 태권도원 외국인 방문객은 연평균 1만 7,000명 이상이다. 한편 ‘스포츠관광 활성화 원년의 해’를 맞아 해외여행객 방문 비중을 늘리기 위해서는 접근성 향상이 중요하다. 한국관광공사는 무안국제공항 무비자 단체입국, 중국 여객선-전북 군산항 연계를 통한 태권도원 방문 체험을 추진한다. 여름철 덕유산 도보여행, 겨울철 무주리조트 등 주변 시설·자원과 패키지 상품도 만든다.



©문화체육관광부

2024 스포츠관광 활성화 원년의 해

## 외국 스타도 반한 시설, K-스포츠관광 활성화 기대

2024년은 ‘스포츠관광 활성화 원년의 해’다. 3월 12일 문화체육관광부(이하 문체부), 한국관광공사, 서울올림픽기념국민체육진흥공단, 태권도진흥재단, 한국e스포츠협회가 업무협약을 맺었다. 문체부는 ‘제4차 스포츠산업 진흥 중장기 계획’을 공개했다. “스포츠관광 융·복합 시장을 창출하겠다”라며 태권도, e스포츠, 자전거, 동계스포츠를 중심으로 스포츠관광 상품을 개발하겠다고 밝혔다.

글 강대호

### e스포츠 배우러 한국팀 2군에 온 유럽 톱스타

인기 게임 리그 오브 레전드(LoL)는 상업적인 규모에서 e스포츠 최대다. 한국이 지난해 중국 항저우아시안게임 금메달을 획득한 정식 종목이기도 하다.

한국 LCK, 북미 LCS, 유럽 LEC, 중국 LPL이 리그 오브 레전드 4대 리그로 묶인다. 최고 권위 국제대회 월드챔피언십(월드컵)에서 LCK의 결승 진출 14차례(우승8·준우승6)는 다른 무대를 모두 합한 12번(우승5·준우승7)보다 많다. 레클레스(본명 마르틴 라르손·스웨덴)는 LEC에서 시즌 MVP 4회 및 1차례 플레이오프 MVP를 수상한 유럽 최고 LoL 프로게이머다. 작년 12월 한국 게임단 T1 아카데미에 입단했다.

T1은 한국 이동통신사업 1위 ‘SK텔레콤’과 미국 미디어그룹 ‘컴캐스트’의 합작 회사다. 역대 최고 프로게이머 페이커(본명 이상혁)를 앞세워 롤드컵 최다 우승에 빛나는 LoL, 나아가 e스포츠 최고 명문으로 손꼽힌다. 레클레스 같은 국제적인 선수가 아카데미(육성팀)와 다년 계약을 맺고 이번 시즌 LCK 챌린저스(2부리그)에서 플레이하는 것에서 한국 e스포츠 위상을 알 수 있다. 개인의 도전 정신뿐 아니라 레클레스가 가까이 숙소에서 훈련할 수 있는 환경이 T1 아카데미에 이미 만들어져 있기에 가능한 영입이었다.

한국관광공사와 한국e스포츠협회는 2020 롤드컵 우승팀 ‘디플러스 KIA’와 협력하여 팬미팅과 원포인트 레슨을 포함한 해외여행객 유치 프로그램을 운영한다고 밝혔다. 디플러스 KIA는 미국 LA에서 열린 제7회 ‘더 게임 어워드’ 올해의 e스포츠 선수상을 받은 쇼메이커(본명 허수) 같은 LoL 스타를 보유하고 있다. 2022 여름, 2023 봄·여름, 2024 봄 대회까지 LCK 4연속 우승을 달성한 젠지와 페이커의 T1, 두 게임단은 도보로 200m도 안 되는 거리에 있다. 한국 LoL 2대 강팀이 있는 서울시 강남구 논현동을 e스포츠 관광지로 개발할 가치는 충분하다.

한국관광공사와 한국e스포츠협회는 각종 대회 개최, 전시 공간, 연수프로그램 등 기존 자원을 활용하여 참가 선수 및 관중, 게임 마니아, 행정가 지망생 등 다양한 해외 수요를 더 적극적으로 받아들일 계획도 세우고 있다.

### 축복받은 동계스포츠시설과 세계 최대 자전거경기장

한국은 1999년 아시안게임, 2018년 올림픽, 2024년 청소년올



©서울올림픽기념국민체육진흥공단 경륜경정총괄본부

림픽까지 3대 겨울 종합경기대회를 모두 개최한 유일한 나라다. 3차례 행사를 모두 치른 강원도를 중심으로 운영 능력이 계승됐다.

동계올림픽, 동계청소년올림픽, 동계아시안게임 개최국을 모두 합해도 14개가 전부다. 동계스포츠를 전문적으로 할 수 있는 기후 조건과 시설을 갖춘 나라가 그리 많지 않다.

올림픽 유산 계승·발전을 위해 문체부, 강원도, 평창군이 주최하고 2018평창기념재단이 주관한 ‘동계스포츠 저개발국 및 개발도상국 선수 육성 사업’은 4년 만에 청소년올림픽 출전선수 25명을 배출할 정도로 좋은 성과를 냈다.

청소년올림픽은 끝났지만, 동계스포츠 육성 사업은 확대 발전할 필요가 있다. 선진국 의무를 다한다는 명분과 관광 활성화, 겨울 체육 시설 유지보수 등 기대 효과가 있기 때문이다.

경기도 광명스피돔은 총면적 7만 6,000㎡(약 2만 3,000평) 및 1만 863석의 세계 최대 실내 경륜장으로 3만 명까지 수용할 수 있다. 한국관광공사가 선정한 ‘대한민국 구석구석 여행지’ 중 하나다.

국제사이클연맹(UCI) 표준규격 경주장, 체력 증진 및 라이딩 능력 향상을 위한 자전거 롤러 체험관, 일반서푼 아니라 TV로 볼 수 있는 관전소, 여럿이 함께 볼 수 있는 가족실 등으로 세심하게 분류한 관람석 등이 눈에 띈다.

시설은 잘 갖춰진 만큼 이번에 업무협약을 맺은 서울올림픽기념국민체육진흥공단과 한국관광공사가 머리를 맞대면 효과적인 스포츠관광 상품을 내놓을 수 있을 것이다.

글을 쓴 강대호는 매일경제 스포츠 뉴스 포털 MK스포츠 기자로, 여러 분야의 스포츠 기사를 쓰고 있다.





# 기후 위기 대응에

지속 가능한 올림픽을 만드는 것은 이제 우리 모두의 몫이 되었다. '기후 행동을 위한 스포츠'를 목표로 하는 전 세계인의 자발적 움직임이 필요하다.

글 서정화

## 지속 가능한 올림픽을 위한 노력

2024 파리 올림픽이 100일도 채 남지 않았다. 이번 파리 올림픽의 목표 중 하나는 지속 가능한 올림픽을 만드는 것이다. 파리 올림픽에 사용될 경기장은 95%가 기존 건물을 활용하거나 임시로 설치하는 구조물로 구성될 것이라고 올림픽조직위원회는 밝혔다. 그중 새로 지어야만 하는 건물 역시 파리의 공공 건물 건설의 새로운 지향점을 내세우고 있다. 올해 4월 3일에 개소한 2024 파리 올림픽 아쿠아틱 센터는 50%는 나무로 50%는 기존 재활용품들을 사용해서 지어졌다. 여기에 건물 지붕에 태양광 패널 5,000㎡를 설치해 건물 전체에 필요한 전기 생산을 모두 태양광 패널을 통해 자체적으로 공급할 수 있다고 한다. 또한 공사현장에서 버려진 나무들을 건물 안에 필요한 인테리어나 가구로 변신시켰고, 관중석 역시 페플라스틱을 활용하여 재탄생시켰다. 올림픽과 같은 전 세계적인 메가 스포츠 이벤트에서 환경 문제에 앞장서고 있는 것은 단지 이번 올림픽만이 아니다.



# 앞장서는 스포츠

기후 행동을 위한 스포츠 기구가 출범한 지 3년이 지난 지금, 서명한 모든 개인 및 단체는 2030년까지 배출량을 절반으로 줄이고 2040년까지 탄소 배출 제로를 달성하겠다는 구체적인 기후 목표를 달성할 것을 약속해야 한다. 이 같은 개인과 단체의 약속을 모아 스포츠가 기후 행동에 앞장서는 산업으로 자리매김하는 것을 목표로 한다. 스포츠는 더 안전한 미래를 보장하기 위해 탄소 배출량을 획기적이고 빠르게 줄여야 한다는 과학적 합의에 부응할 수 있다. 2030년 목표에 초점을 맞추되, 유엔기후변화협약은 서명국들과 협력하여 2040년까지 순 배출 제로를 달성하기 위한 최선의 행동 방침을 결정할 것이며, 항상 신뢰할 수 있는 모범 사례 지침에 따라 행동해야 할 것이다.

## 기후 변화에 자발적으로 행동하는 스포츠 팬들

UN과 IOC(국제올림픽위원회)뿐만 아니라, 유럽 스포츠 사회에서는 스포츠를 기후 변화 행동의 시작으로 활용하려는 시민들의 자발적 움직임이 포착되고 있다. 한 예로 축구 팬들의 플레지볼(Pledgeball)이라는 단체를 들 수 있다. 플레지볼의 그린풋볼 위크엔드(Green Football Weekend) 이니셔티브는 축구 팬들이 탄소 배출 제로의 기여에 적극적으로 참여하도록 장려한다. 또한 스포츠 분야 내 접근성과 관련된 문제를 다루며 생태학적으로 효율적인 대안 솔루션을 제시하고 있다. 축구 팬을 동원하고 변화의 주체가 되도록 권한을 부여한다는 개념이 가장 중요하며, 기후 변화 범위 내의 사회적 불평등이 명시되어 이들 사이의 교차점을 강조한다. 개인적 변화에서 더 큰 체계적 변화로의 전환을 포함하여 탄소 배출 제로에 도달하기 위한 대중 참여 전략도 제안하고 있다.

플레지볼 사이트(Pledgeball.org)에 접속해 보면 어느 팀이 가장 탄소중립 사회 실현에 많이 기여했는지를 보여 주는 성적표도 공개하고 있다. 플레지볼은 지속가능성에 대한 입장을 취하기 위해 팬들을 모으고 있으며 팬들은 공기 질을 비롯하여 주변 환경을 개선할 조치를 취하겠다고 다짐함으로써 지지를 보여 줄 수 있다. 방법은 간단하다. 경기 당일 자정까지 탄소 배출량을 가장 많이 절약하겠다고 약속한 팬 그룹은 소속 클럽이 플레지볼 경기에서 우승하고 리그 순위가 오르는 것을 볼 수 있다. 서약을 하면, 이를 서클의 다른 팬에게 전달한다. 즉, 클럽을 지지하는 서약을 함으로써 클럽의 플레지볼 리그(Pledgeball League) 캠페인을 돕고 전 세계 팬들과 함께 '#ProtectWhereWePlay(우리가 플레이하는 곳을 보호하자)' 조치를 취하겠다고 약속하는 것이다. 국내에도 영국 프리미어리그에 관심을 갖고 지켜보는 축구팬들이 많기에, 팀도 응원하며 탄소 배출량 절약에도 앞장설 수 있어 다양한 파급효과를 기대해 볼 수 있지 않을까 싶다.

더 이상 기후위기에서 자유로운 산업 분야는 없다. 스포츠 역시 마찬가지다. 대규모 스포츠 산업, 스포츠 이벤트는 대개 환경을 파괴하고 기후 위기를 악화시키는 것으로 여겨졌으나, 이제는 그 틀에서 벗어나야 한다. 오히려 기후 위기 행동에 앞장서서 대응하는 역할을 수행해야 한다. 스포츠가 가진 힘으로 지구촌 문제를 해결해야 할 시기이자, 스포츠가 앞장서서 사람들의 생각과 행동을 변화시킬 때이다.

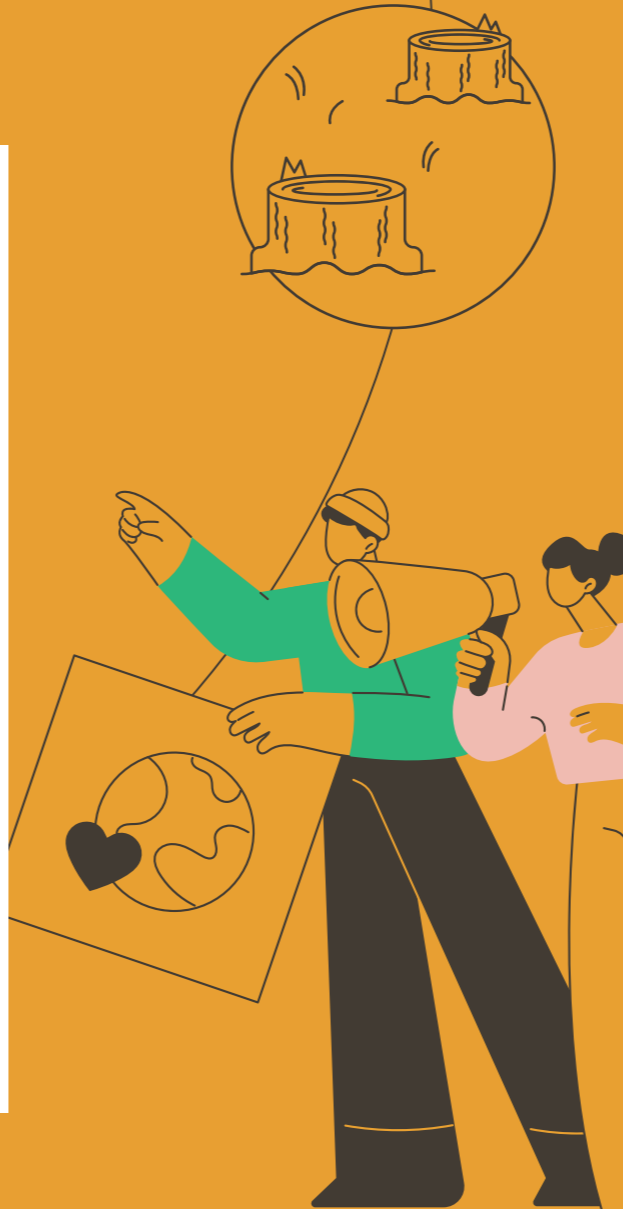
글을 쓴 서정화는 동계올림픽에 세 번 출전했으며, 캘리포니아에서 대학을 졸업하고 한국에서 법학 석사학위를 취득했다. 스포츠 인권, 환경과 동물권에 관심이 많다. 이름이 오리인 강아지를 키우고 있다.

## 기후 행동을 위한 스포츠의 목표

UN 기후변화(UN Climate Change)는 스포츠 단체들을 비롯하여 그 이해관계자들이 스포츠 차원에서 새로운 기후 행동에 동참하도록 장려하고 있다. 스포츠 단체와 지역사회는 파리에서 세계 지도자들이 합의한 저탄소 경제의 길로 나아가기 위해 일련의 원칙을 바탕으로 협력하여 '기후 행동을 위한 스포츠' 이니셔티브(계획, 방안)를 만들었다. UN의 이니셔티브는 글로벌 기후 변화 목표를 달성하는 데 스포츠 산업을 지원한다. 스포츠 단체들은 탄소 배출 제로(0)를 위해 행동전략에 함께하여 기후 리더십을 보여 주고, 기후 발자국에 대한 책임감을 갖고 이를 달성함으로써 스포츠 부문을 넘어서 전 세계인의 기후 행동을 장려해 글로벌 규모로 확대하는 데 도움이 될 것이다. 기후 행동을 위한 스포츠(Sports for Climate Action)는 다음 두 가지 중요한 목표를 향해 달려가는 중이다.

1. 글로벌 스포츠 커뮤니티가 파리 협정에 명시된 2도 이하 시나리오에 따라 온실가스 배출량 측정, 감축, 보고 등 검증된 기준에 따른 것을 약속하고 기후 변화에 대응하여 명확한 권적 목표를 달성한다.
2. 스포츠를 기후 행동을 위한 전 세계인의 연대와 단결을 위한 통합 도구로 활용한다.

기후 행동을 위한 스포츠 이니셔티브는 참가자들이 서로 배우며, 모범 사례와 교훈을 전파하고, 새로운 도구를 개발해, 상호 관심 분야에 대해 협력함으로써 일관되고 상호 지원적인 방식으로 기후 행동을 추구할 수 있는 포럼을 스포츠 조직에 제공한다. 이 같은 약속은 온실가스 배출을 줄이기 위한 전략과 즉각적이고 구체적인 행동, 그리고 설정된 목표에 대한 진행 상황을 투명하게 공개하는 것으로 뒷받침되어야 한다. 이미 서명한 기업들 중 상당수가 자체적으로 온실가스 배출량을 파악하고, 구체적인 탄소 배출 제로 목표를 설정하며, 전 세계적으로 1.5°C 목표를 홍보·지지하는 등의 과정을 시작했다.





# 체육인의 자긍심을 책임지는 강서구체육회

강서구의 체육인들에게 체육활동에 대한 다양한 편익과 서비스를 제공하고 있는 강서구체육회. 강서구체육회는 시대적 상황을 고려하면서도, 나아가 체육활동을 통해 미래세대가 지속 가능한 지역공동체를 이룰 수 있도록 오늘도 노력 중이다.

진행 황영찬 글 조서현 사진 황지현

## 진정한 체육인들이 모인 강서구체육회

강서구는 서울시 내 25개의 구 중에서 가용 면적이 가장 큰 곳으로, 추후 다양한 체육시설을 수용할 수 있는 곳이다. 그리고 이 지역이 가진 가능성에 더욱 힘을 실어 주는 존재가 있으니, 바로 강서구체육회다. 35개의 종목을 관리하고 510개의 클럽과 2만 2,000명의 정회원이 속한 강서구체육회는 건강한 에너지를 내뿜으며 지역에 체육의 즐거움을 전파하고 있다. 강서구체육회를 이끄는 이명재 회장은 그간 쌓아 온 체육 정책에 대한 전문성을 발휘하며 누구보다도 앞장서 강서구체육회의 활성화를 위해 달리고 있다.

함께하는 체육회



## 강서구체육회를 이끄는 이명재 회장을 만나다



**Q.** 강서구체육회는 서울시 구 체육회 최초로 동호인들에게 할인 혜택 회원증을 발급할 예정이라고 들었습니다. 해당 사업 소개를 부탁드립니다.

**A.** \_\_\_\_\_ 강서구체육회는 생활 체육 활성화와 강서구체육회 동호인 인프라 구축을 위해 할인 혜택을 받을 수 있는 회원증 발급을 시행하고 있습니다. 회원증을 발급받은 강서구체육회 소속 동호인은 강서구체육회와 업무 협약을 맺은 기관을 방문했을 때 직계가족까지 의료지원 등의 혜택을 받을 수 있습니다. 현재 정형외과, 치과, 검진센터와 같은 병원과 1급 정비 공업사, 타이어 판매점까지 업무 협약을 체결했으며 앞으로도 다양한 기관과 협약을 맺을 예정입니다.

**Q.** 강서구민뿐만 아니라 임직원 및 종목단체 대상으로도 여러 사업을 시행하고 있으신데요. 특히 가까운 시일 내 시행될 사업은 무엇인가요?

**A.** \_\_\_\_\_ 다가올 6월엔 강서구체육회와 안산시체육회의 국내교류전이 있습니다. 작년에는 안산시체육회의 초청을 받아 업무 협약과 동시에 국내교류전을 진행한 바 있는데요. 이번에는 저희가 안산시체육회를 초청하여 5가지 종목에 대해 친선목적인 교류전을 치르고자 합니다.

**Q.** 복지관, 경로당, 어린이집에도 다양한 체육 프로그램을 지원하고 있으시다고요. 이와 같은 프로그램이 꼭 필요한 이유가 있을까요?

**A.** \_\_\_\_\_ 체육은 무엇보다 복지적 차원에서 접근해야 된다고 생각합니다. 특히 고령화 사회로 접어들며 65세 이상 어르신들이 많아졌는데, 이분들께는 운동을 통해 얻는 육체적 건강뿐만 아니라 공동체를 형성하며 교류하는 사회적 건강까지 제공해야 한다고 생각합니다. 이제는 아프다고 하여 무조건 병원에 갈 것이 아니라, 행복한 노후를 위해서라도 체육 활동이 필수적입니다.



**Q.** 엘리트 체육과 생활 체육 사이에 발생하는 거리감을 두고 이를 어떻게 다뤄야 하는지에 대한 이야기가 오가고 있습니다. 회장님께서 이에 대해 어떻게 생각하시나요?

**A.** \_\_\_\_\_ 생활 체육은 'Sport for All', 말 그대로 연령, 성별, 인종, 종교, 계층에 상관없이 누구나 체육을 통해 즐거움을 찾는 것이 목적이고, 엘리트 체육은 직업인으로서 성취하는 것이 목적입니다. 이러한 엘리트 체육과 생활 체육의 차이를 인지하며 세부적으로는 구분하되, 장기적으로는 큰 걸음으로 아울러 함께 가는 것이 바람직하다고 봅니다.

**Q.** 강서구체육회의 앞으로의 목표가 궁금합니다.

**A.** \_\_\_\_\_ 강서구체육회는 현재 여러 목표를 가지고 있습니다. 먼저 서남물재생센터 체육공원 설치, 김포국제공항 주변 체육시설 건립이 있습니다. 또 건폐장 이전을 통한 한강 주변의 체육 및 여가 시설을 확충하는 것도 중요하게 생각합니다. 이 외에도 생활체육회관 건립, 생활 체육 지도자 처우 개선과 같은 문제에도 힘쓰고 싶습니다.



강서구체육회 강서구야구소프트볼협회 소속 야구클럽 토야

# 좋은 사람들과 함께하는 즐거운 야구 한 게임

글. 백미희 사진. 황지현

지난해 강서야구소프트볼협회의 '23강서리그' 전승 우승에 빛나는 우승팀 토야는 팀원을 뺐을 때 첫 번째 조건으로 인성을 꼽는다. 오랫동안 즐겁게 웃으면서 함께 어울려 야구를 하고 싶기 때문이다.

우리 동네 체육 대장



## 토요일마다 모여서 함께하는 우리들

‘토야’는 토요일야구클럽의 준말로 ‘토요일에 모여서 야구한다’는 의미를 담고 있다. 시작은 인터넷 카페인 강서·양천구 토요 캐치볼이었다. 토야의 창단 멤버이자, 감독과 총무를 맡고 있는 손창국 감독은 “팀 창단 전에는 구로구의 신정고 아래 축구장에서 캐치볼을 주고받곤 했어요”라고 당시를 추억한다. “당시에 모였던 사람들 모두 야구에 목마름이 있었어요. 야구클럽에 소속되어 있어도 실력이 조금 부족해서 기회를 얻지 못하는 경우가 많았죠. 원래는 캐치볼만 주고받다가 ‘진짜 경기’를 해 보고 싶다는 생각에 연습게임을 해 봤는데, 생각보다 꽤 잘하더라고요? 그래서 ‘본격적으로 팀을 만들어 보자’ 하고 뭉치면서 토요일야구클럽이 시작되었죠.”

그렇게 2008년, 토요일야구클럽이 창단됐다. 16년이라는 시간이 지난 만큼 그동안 여러 변화가 있었다. 많을 때는 50여 명까지 인원이 늘어났지만, 현재는 부상, 학업, 군대 등으로 빠진 인원을 제외하면 총 27명이 활동하고 있다.

## 즐겁고 안전한 플레이, 투명한 운영

무엇보다 안전한 플레이를 추구하는 토야. 사회인들이 모인 야구클럽이기 때문에 운동을 하다가 생업에 지장이 생기면 안 되기 때문이다.

“다들 생업이 있어서 성적보다는 다치는 일 없이 한 경기를 마치는 게 중요하다고 생각합니다. 사회인 야구 대부분의 부상은 슬라이딩이나 무리한 플레이에 의해 발생하거든요. 그래서 아웃카운트가 늘어나는 일이 있어도 슬라이딩은 금지하고 있습니다.”

부상 방지 측면에서 토야 멤버들이 이용하고 있는 개화야구장은 좋은 환경을 갖추고 있다. 실제 야구장 1/3 크기의 연습공간을 갖추고 있기 때문이다. “동호인들은 매일 운동하는 사람이 아니기 때문에 갑자기 크게 움직이면 다치기 쉽습니다. 그래서 스트레칭이 중요하죠. 항상 플레이 전에 연습공간에



서 충분히 몸을 풀고 들어갑니다. 또 개화야구장은 더 그아웃 시설이 좋아요. 추울 때는 히터가 나오고 더울 때는 에어컨을 켜면서 시원하게 있을 수 있죠. 주차공간도 넉넉하고 운영진들도 경기 운영과 시설 관리에 힘쓰는 모습이 보이는 등 여러모로 동호인 야구클럽에 최적화된 환경을 갖추고 있다고 생각합니다.”

토야에서는 팀원들이 스트레스를 받지 않고 재밌게 야구를 할 수 있도록 되도록 공평하게 플레이 기회를 제공하고 있다.

“주중에 참가·불참 투표를 하는데, 어느 날은 17명 정도 나오는 경우가 있어요. 이렇게 인원이 많으면 플레이 기회가 줄어들 수 있거든요. 실력 좋은 사람 위주로 기회가 돌아가는 식으로요. 그런 걸 방지하기 위해서 모든 선수가 한 타석에 오르고 수비 한 번이라도 할 수 있도록 최대한 배려하고 있습니다.”

손창국 감독은 즐거운 플레이를 위해 기본에 충실하지 않은 플레이를 제외하고는 따로 선수를 질책하지 않고 다독이는 편이다. 이 외에도 지키는 원칙 한 가지가 있다. 리그비나 운영비는 모두 1/N으로 걷고, 비용과 관련된 모든 사항은 10원 단위까지 투명하게 밴드에 올린다. 다들 팀의 주인이라고 생각하기 때문이다.

시골스포츠 2024 MAY + JUN



## 동호회를 뛰어넘어 ‘형, 동생’이 된 우리

토야 팀원들의 모자와 헬멧에는 HM3라는 문구가 적혀 있다. 오랫동안 함께 야구를 하다 작년에 불의의 사고로 슬픈 이별을 하게 된 팀 동료의 이니셜이다. 함께 직장생활을 한 동료이기도 했던 손창국 감독은 “팀원들 모두가 모자와 헬멧 위에 형 이름을 새기고 같이 뛰고 있으니 먼 곳에서도 지켜보고 함께해 달라”는 메시지를 남기기도 했다. 이처럼 토야 멤버들은 단순한 동호회 팀원 관계를 넘어서 서로에게 소중한 ‘형, 동생’이 된 지 오래다. 실제로 팀원들은 “토요일을 기다리는 설렘으로 주중의 업무 스트레스를 이겨 낸다”고 한다.

팀원들이 좋은 관계로 묶여 즐겁게 플레이한 덕분일까? 토야는 지난해 강서야구소프트볼협회 소속 62팀이 경합을 벌이는 ‘23강서리그’에서 전승 우승을 기록한 팀이기도 하다. 이뿐만 아니라 팀 창단 초반에는 머니투데이 대회에 우승했고 강동구청장배, 양천구청장배, 영등포구청장배 등 여러 대회에서 우승, 준우승 등 좋은 성적을 거뒀다. 하지만 최근에는 대회에 참가하지 않고 있다. 대회 참가보다는 ‘재밌고 안전하게 야구하자’는 팀의 취지에 모두가 공감하기 때문이다.

“팀원들이 대부분 가정을 이루다 보니 주말에 가족 행사들이 많아지고 있습니다. 현실적으로 야구만 할 수는 없는 상황이지요. 게다가 전국대회나 큰 대회를 뛰고 나면 팀에 후유증이 많이 생깁니다. 아무래도 실력 위주로 뛸 수밖에 없어서 팀원 중에는 경기 출전 기회를 못 얻는 경우도 생기거든요. 우승도 좋고 큰 대회를 치르는 것도 좋은데 미안한 일이 많이 생겨서 대회는 참가하지 않고 있습니다.”

손창국 감독은 좋은 실력을 갖춘 팀이 오래 유지될 수 있었던 이유를 팀원



**야구클럽 토야**

# 31

“16년의 역사를 자랑하는 야구클럽 토야입니다”

**손 창 국 감독**

매년 조금씩 팀원들이 바뀌고 있지만 토야는 초창기 멤버들이 지금까지 많이 활동하고 있습니다. 하나 자랑을 하자면 아버지와 아들이 함께 활동하는 멤버도 있어요. 처음 합류할 때는 아들이 어렸는데 이제 성인이 되어서 아버지와 함께 팀에서 뛰고 있는 거죠. 그 아들이 친구들까지 데려와서 21살 막내가 세 명이나 돼요. 토야의 평균 연령을 확 낮춰 주었죠.

들의 ‘인성’ 덕분이라고 설명한다.

“그동안 팀원을 공개적으로 모집하기보다는 주로 멤버들의 소개로 한두 명씩 소개를 받아 왔는데요. 처음 확인하는 것은 실력이 아니라 인성입니다. 실력이 조금 부족하더라도 사람들과 잘 어울릴 수 있는 사람이 들어와야 팀이 안정적으로 유지되는 것 같아요. 동호회가 ‘즐겁게 참여하고 싶은 곳’이 되면 실력은 자연스럽게 따라오는 것 같습니다.”

토야의 팀원들은 야구 동호회 활동을 고려하고 있는 이들에게 “망설이지 말라”고 이야기하고 싶다고 한다.

“야구가 진입장벽이 높은 것은 사실입니다. 단체 종목이다 보니 입문하기도 어렵고 실력이 급격히 늘지도 않죠. 하지만 기본기가 쌓이고 경력이 쌓이면 야구만큼 돈도 많이 안 들고 재밌게 오래 할 수 있는 운동도 없다고 생각해요. 나이가 들어도 충분히 할 수 있고요. 토야 팀원들도 ‘다치지 말고 환갑까지 야구하자’고 얘기하곤 하거든요. 관심 있으신 분들은 강서리그나 토야의 문을 두드려 주세요.”

**야구클럽 토야**

# 7

“팀원과 가족에게 항상 감사해요”

**박 형 배 회원**

지금까지 여러 팀에서 뛰어 봤는데, 토야의 팀원들이 가장 성격이 좋은 것 같아요. 팀원들 직업도 다양해서 살면서 필요한 여러 조건을 얻을 수 있어요. 개인적으로 작년에 강서야구소프트볼협회 MVP를 수상해서 가장 기억에 남아요. 함께 열심히 경기해 준 팀원은 물론이고 주말에 야구를 할 수 있게 배려해 준 아내에게도 감사의 메시지를 남기고 싶어요.

**야구클럽 토야**

# 21

“야구의 묘미는 역전과 재역전이죠”

**임 상 옥 회원**

야구는 역전과 재역전의 짜릿한 묘미가 있는 스포츠예요. 게다가 토야는 언제든지 역전을 할 수 있는 전력을 가진 팀입니다. 지고 있어도 이길 수 있을 것 같다는 느낌을 가지고 경기에 임해요. 그래서 회사 생활하는 주중에도 토요일만 기다리게 되는 것 같아요. 야구를 할 수 있는 주말의 이 시간이 사회생활을 버티게 하는 큰 원동력이 됩니다.







## 서울시민의 삶에 유도를 더욱 가까이 서울특별시유도회 이천우 회장

유도는 호쾌한 업어치기 한 판이 벌어지는 대련 말고도 예의, 존중, 기개와 같은 정신적 수련까지 가능한 매력이 넘치는 스포츠다. 그리고 서울특별시 유도회(이하 서울시유도회) 이천우 회장은 서울시민에게 이러한 유도의 매력을 알리고 나아가 대한민국의 유도 발전을 이루기 위해 노력 중이다.

진행: 황영찬 글: 조서현 사진: 황지현

현재 서울시유도회를 이끌며 생활 유도와 엘리트 유도의 저변 확대를 위해 힘쓰고 있는 이천우 회장은 유도 정신을 원동력 삼아 다양한 활동을 펼치고 있다. 한창 인터뷰를 진행하던 중 이천우 회장의 눈이 반짝였던 대목은 바로 '유도는 인생의 전부다'라고 밝힐 때였다. 그가 고수하고 있는 예로 시작하여 예로 끝난다는 '예시예중'의 원칙과 역경에도 포기하지 않는 강인한 정신력은 바로 그의 인생과 함께한 유도에 근간을 두고 있다.

**Q. 서울시유도회는 유도 저변을 확대하기 위해 다양한 사업을 펼치고 있습니다. 올해는 어떤 사업에 집중할 계획인가요?**

**A.** \_\_\_\_\_ 유도 저변을 확대하기 위해선 유도 인구의 증가가 필수입니다. 올해는 특히 구 유도회를 활성화해서 각 구민들이 유도를 체험하고 유도 꿈나무를 키울 수 있도록 노력하고자 합니다. 일단 초등학교에 유도팀 창단을 확장하고, 유도 동아리 교류가 가능하도록 대학 동아리부를 운영하고 있습니다. 현재도 고등학교와 협약을 맺어 인성 교육을 겸하는 유도 수업을 진행하고 있습니다. 무엇보다 초·중·고등학교 선수들이 대학 진학 후 안정적인 운동을 영위할 수 있도록 기업과 연계한 실업팀 창단을 계획하고 있습니다.

**Q. 이 외에도 국내외 유도 활성화의 장을 마련하기 위해 활발한 활동이 이어지고 있습니다. 특히 한국과 몽골의 국제교류와 삼일절 기념 유도대회가 눈에 띕니다.**

**A.** \_\_\_\_\_ 지난해에는 국제교류를 맺고 있는 몽골 울란바토르 체육회장과 임원 선수단, 서울특별시 선수단이 친선 게임을 진행했습니다. 전문체육선수들과 달리 다양한 경험이 적은 생활체육선수들이 국제 교류를 통해 유도에 대한 애정과 자부심을 느낄 수 있었던 기회였습니다. 또 유도인들의 축제라고도 말할 수 있는 삼일절 기념 유도대회도 21년째 이어오고 있는데요. 이번 대회에서는 서울특별시 소년체육대회 선발전도 함께 진행되었습니다. 이 대회에서 서울을 대표하는 선수들이 나오면 다가오는 5월 목포에서 열리는 전국소년체육대회에 출전해 전국에 모인 선수들과 기량을 겨룰 수 있게 됩니다.

**Q. 서울시유도회는 유독 유도인들의 끈끈한 우애가 돋보입니다. 다른 시도 유도회와 달리 서울시유도회의 특별한 점은 무엇인가요?**

**A.** \_\_\_\_\_ 서울시유도회는 가장 오래된 역사를 토대로 가장 많은 유도 원로선배님들이 활동하고 있어 유도 후배들이 큰 힘을 받고 있습니다. 매년 3~5일간 모서·모한 훈련을 실시하는 전통을 쌓아 가고 있기도 합니다. 그리고 서울시유도회는 어려운 시절이 왔을 때 임원들과 현장의 지도자들이 힘을 합쳐 위기에 대응합니다. 코로나19로 인한 거리두기 및 인원 제한으로 유도 지도자들의 생활 터전인 체육관과 학교운동부가 휘청였을 때, 서울시유도회는 17개 시도 중 가장 먼저 관내 100여 개의 체육관에 긴급 운영자금을 지급하고 방역을 실시했습니다.



**Q. 회장님께서 '2023 올해를 빛낸 한국인 대상'에서 체육발전공헌부문 대상을 수상하셨습니다. 이 자리를 빌려 축하 인사를 드립니다.**

**A.** \_\_\_\_\_ 고맙습니다. 저는 7년째 서울시유도회 회장을 연임 중인데, 서울시유도회 임원들은 한결같이 굿은일엔 먼저 나서고 좋은 일엔 자기 일처럼 축하하며 우애를 쌓고 배려하며 일하고 있습니다. 체육발전공헌부문 대상 수상은 저를 믿고 함께해 준 서울시유도회 임원들이 있었기에 가능했다고 봅니다. 그리고 서울시유도회 회원들이 보여준 열정과 신뢰 또한 큰 힘이 됐습니다.

**Q. 최근 서울특별시 회원종목단체(59개 종목) 회장단협의회 초대회장으로도 선출되었습니다. 서울시유도회 회장으로서, 또 회장단협의회 회장으로서 무엇을 목표하고 계신가요?**

**A.** \_\_\_\_\_ 서울시유도회 회장으로서 임기 안에 모든 자치구에 구 유도회를 만들겠다는 목표가 있습니다. 지금까지 25개 자치구 중 13개의 구 유도회를 창립했는데, 서울시유도회는 각 구 유도회를 적극적으로 지원할 계획입니다. 그리고 회원종목단체를 대표하는 회장의 입장에서 모든 회원종목이 서울특별시체육회 소속으로서 서로 상생할 수 있도록 지속적인 소통을 할 수 있도록 도모하고자 합니다. 민선체육회의 성공을 위해 단합된 서울시체육회를 만들어야 한다는 책임감은 막중하지만, 저를 믿고 초대회장으로 선임해 주신 강태선 회장님과 더불어 많은 종목단체 회장님께 감사하는 마음으로 최선을 다하고 싶습니다.



# 서울특별시체육회 뉴스



## 제1회 쉬엄쉬엄 한강 3종 축제 참가자 모집

서울특별시시는 오는 6월 1일과 6월 2일 이틀간 독석한강공원 일대에서 '제1회 쉬엄쉬엄 한강 3종 축제'를 개최합니다. 제1회 쉬엄쉬엄 한강 3종 축제는 한강에 들어가 수영하고, 자전거를 타며 정취를 느끼고, 강변을 달리며 2일 동안 쉬엄쉬엄 완주하는 시민체험형 축제입니다. 남녀노소 누구나 부담 없이 한강에서 운동을 즐겨보고 심을 느낄 수 있도록 '쉬엄쉬엄'이라는 주제로 기획되었으며, 한강의 매력을 총망라한 다채로운 프로그램들이 양일간 펼쳐질 예정입니다.

참가 신청은 4월 23일부터 '쉬엄쉬엄 한강 3종 축제' 검색 후 네이버 예약(<https://booking.naver.com/booking/12/bizes/1123517>)을 통해 신청하실 수 있습니다.

## 체육인재 육성을 위한 서울특별시체육회-한국체육대학교 업무협약 체결

지난 3월 20일 서울특별시체육회(회장 강태선)와 한국체육대학교(총장 문원재)가 서울특별시 체육 활성화 및 경기력 향상을 위한 업무협약을 체결했습니다. 양 기관은 이번 업무협약을 통해 올림픽과 아시안게임 및 전국체육대회 등 각종 국내외 대회에 서울시 소속으로 참여하는 선수들의 경기력 향상을 위한 상호간 지원을 약속했습니다. 이를 위해 10월 개최되는 전국체육대회에 서울시 선수단의 경기력 향상을 위한 종목별 전지훈련 및 유망선수 전력 향상 지원과 서울시 체육인구 감소에 대비하기 위한 취약종목 구성팀 지원 등을 통해 서울시 초·중·고등학교 학생 선수들의 인재 육성도 추진할 계획입니다. 서울특별시체육회 강태선 회장은 "한국체육대학교와의 업무협약을 통해 안정적인 전문체육 육성 체계를 구축하고, 나아가 엘리트 스포츠 성장에 앞장서는 서울시가 될 것이다"라고 전했습니다.

## 2024 전국생활체육대축전 개최

전국 생활체육인들의 축제인 '2024 전국생활체육대축전'이 4월 25일부터 28일까지 나흘간 울산광역시 일원에서 열렸습니다. 올해 전국생활체육대축전에는 41개 종목, 전국 17개 시도의 2만여 명의 선수단과 관람객을 포함해 총 6만여 명이 참여해 흥겨운 축제의 자리를 빛냈습니다. 4월 26일 울산종합운동장에서 열린 개회식에는 치어리딩 공연, 드론쇼 및 가수 남진의 흥겨운 공연으로 구성돼 남녀노소가 즐길 수 있는 축제의 서막을 알렸습니다. 서울특별시체육회는 올해 전국생활체육대축전에 41개 전 종목에 걸쳐 약 1,400명의 선수단을 파견했습니다. 강태선 서울특별시체육회장은 대회 기간 동안 각 종목별 경기장을 찾아다니며 "생활체육 동호인들이 한 해 동안 갈고 닦은 실력을 겨루는 이번 대회에서 서울시 생활체육인들의 선전을 기원하며, 모두가 하나 되는 화합의 장이 되길 바란다"라고 말했습니다.



## 서울체육 발전을 위한 서울특별시체육회 임직원 워크숍 개최

서울특별시체육회(회장 강태선)는 지난 3월 22일과 23일 양일간 라르고빌리조트(인천 강화군)에서 2024 서울특별시체육회 임원 워크숍을 개최했습니다. 이번 워크숍은 서울시 체육 발전을 위해 서울특별시체육회 임원 30여 명이 한자리에 모여 체육회의 미션과 비전을 공유하고 임원들 간의 소통과 협력을 강화하기 위해 마련됐습니다. 첫째 날에는 급변하는 환경에 적응하기 위한 '급변하는 글로벌 시장의 이해와 K-Sports 브랜드 활성화 전략'이란 주제로 강의와 토론을 진행했습니다.

둘째 날에는 임원들간의 소통과 협력을 위해 마니산 참성단까지 양봉 6km 트레킹을 진행했습니다. 강태선 회장은 "서울특별시와 대한민국을 대표하는 체육단체로서의 위상을 강화하기 위한 정체성 확립과 중장기 경영전략을 마련하기 위해 워크숍을 개최했다"라며 "스포츠와 함께 행복한 시민의 도시 서울을 만들기 위해 스포츠 ESG 등을 통해 경영문화를 개선하고 시민 중심 스포츠 환경을 조성하겠다"라고 강조했습니다. 한편, 3월 29일에는 서울특별시체육회 사무처 직원 50여 명이 참가한 가운데 북한산 백운대를 등반한 후, 블랙야크 BAC센터를 방문해 직무능력 향상을 위한 강의를 청취하는 등 소통과 화합의 시간을 가졌습니다.



## 2024 서울하프마라톤 성료

2024 서울하프마라톤이 역대 최대 2만여 명이 참가한 가운데 지난 4월 28일 서울 광화문광장에서 개최되었습니다. 출발에 앞서 열린 개회식에서는 강태선 서울특별시체육회장, 오세훈 서울시장, 김현기 서울시의회 의장, 장미란 문화체육관광부 2차관 등이 참석해 참가자들에게 응원과 격려를 보냈습니다. 오세훈 서울시장은 "서울의 매력을 느끼며 안전하게 마라톤을 완주하길 바라며 오는 5월 여의나루역에 조성되는 러너스테이션과 6월 한강 변에서 개최되는 쉬엄쉬엄 한강 3종 축제에도 많은 관심을 가져 달라"라고 인사말을 전했습니다. 한편, 오세훈 서울시장은 10km 코스에 참가해 1시간7분23초의 기록으로 완주했습니다. 서울하프마라톤은 서울특별시, 서울특별시체육회, 조선일보 주최로 열리는 서울 대표 하프마라톤대회로 광화문광장을 출발해 마포대교, 여의도공원에서 마무리되는 10km 코스와 다시 양화대교를 건너 상암 월드컵공원 평화광장에 도착하는 하프코스로 진행되었습니다.



SSC & SSAD 뉴스

서울스포츠 2024 MAY + JUN



# 회원단체뉴스



## 강서구체육회, 관내 동호인들에게 할인혜택 회원증 발급

강서구체육회(회장 이명재)는 지난 4월 1일부터 강서구체육회 임직원 및 36개 회원종목단체 소속 동호인들이 의료 혜택을 받을 수 있는 회원증 발급을 시작했다고 밝혔습니다. 강서구체육회는 3월부터 서울필병원, BS코아이비인후과, 탑플랜치과, 정석치과, 서울서부지부 한국건강관리협회 등과 의료 할인 혜택 등을 위한 업무협약을 체결했으며, 업무협약이 가능한 기관을 지속적으로 발굴하여 강서구체육회 소속 동호인들에게 다양한 혜택을 제공할 계획이라 전했습니다.

회원증 발급비용은 3,000원이며 동호인이 소속된 단체(협회, 연맹 등)를 통해 신청할 수 있습니다. 회원증 발급은 상시 제공할 예정이며, 할인 혜택에 대한 자세한 내용은 강서구체육회 홈페이지(gangseosportal.or.kr)를 통해 확인하실 수 있습니다. 강서구체육회 이명재 회장은 "25개 자치구체육회 중 최초로 시행하는 회원증 발급 사업을 통해 스포츠를 즐기는 관내 동호인들의 건강과 즐거운 취미활동을 지속적으로 지원하고, 의료기관 할인 혜택 등 다양한 혜택을 누릴 수 있도록 확대 시행할 계획이다"라고 말했습니다.

SSC & SSAD 뉴스

## 서울특별시바둑협회, 제53회 전국소년체육대회 출전 서울시 대표 선발

서울특별시바둑협회(회장 장학재)는 '제41회 서울소년체육대회 겸 제53회 전국소년체육대회 대표 선발전'을 개최하여 5월 25일부터 5월 28일까지 전라남도 일원에서 열리는 '제53회 전국소년체육대회'에 서울시 대표로 출전할 선수 12명을 선발했습니다. 가장 치열했던 남자 초등부에서는 이서준 선수가 강적 김태윤 선수를 제치며 1위를 차지했습니다. 여자 초등부에서는 우하영 선수가 탁월한 기량으로 서울시 대표로 선발되었습니다. 남자 중등부에서는 동년배 선수 중 최강이라는 평가를 받는 변지호 선수가 3전 전승으로 1위에 올랐으며, 여자 중등부에서도 이현영 선수가 3전 전승으로 대표 선발되었습니다.



초등 남자부: 이서준, 김태윤, 박선우  
초등 여자부: 우하영, 송연제, 김규림



중등 남자부: 변지호, 김시후, 유현준  
중등 여자부: 이현영, 신다빈, 옥다은



## 서울특별시검도회, 전국생활체육대축전 남자 일반부 우승

4월 27일부터 28일까지 울산 전하체육센터에서 열린 2024 전국생활체육대축전 검도 경기에서 서울특별시가 남자 일반부 우승, 여자 일반부 준우승, 남자 15세 이하부에서 3위에 입상하며 종합 3위의 쾌거를 달성했습니다. 서울특별시검도회 박학훈 회장은 "생활체육 동호인들의 꿈의 무대에서 종합 3위의 성적을 거둔 서울시 선수단의 열정과 투혼에 존경과 감사를 표한다"면서 "앞으로도 생활체육 검도인들에 대한 지원을 아끼지 않겠다"고 밝혔습니다.

## 회원단체 행사

### 서울성동구체육회(02-465-7330)

제20회 성동구연맹회장기 자전거대회  
05.11.(토) 응봉역 자전거교육장

제5회 성동구협회장기 궁도대회  
05.11.(토) 샬롯이정

제26회 성동구청장기 태권도대회  
05.12.(일) 성동구민종합체육센터

제9회 성동구연맹회장기 풋살대회  
05.12.(일) 응봉축구장

제4회 성동구협회장기 무에타이대회  
05.25.(토) 왕십리광장

제1회 성동구협회장기 장거리수영대회  
05.26.(일) 성동구민종합체육센터

제6회 성동구협회장기 탁구대회  
05.26.(일) 금호스포츠센터

제5회 성동구연맹회장기 수영대회  
06.02.(일) 성동구민종합체육센터

제25회 성동구연맹회장기 산악대회  
06.08.(토) 미정

제18회 성동구협회장기 농구대회  
06.09.(일), 06.16.(일) 서울숲북문문화센터, 성동구민종합체육센터

제11회 성동구협회장기 골프대회  
6월 예정/ 미정

### 소프트테니스협회(02-490-2795)

2024 서울특별시장기 소프트테니스대회  
06.29.(토) 육군사관학교 테니스코트

2024 서울특별시 시니어, 신인부 생활체육 소프트테니스대회  
06.15.(토)~16.(일) 수락산스포츠타운 소프트테니스장

서울스포츠 2024 MAY + JUN



## 서울특별시장애인체육회 뉴스

### 제44회 장애인의 날 기념식 '올해의 장애인상' 황재연 수석부회장 대통령상 수상 영예

'제44회 장애인의 날 기념식'이 4월 18일 서울 여의도 63컨벤션센터 그랜드볼룸에서 '함께하는 길, 평등으로 향하는 길'이라는 슬로건 아래 개최됐습니다. 올해 기념식에서는 국민훈장 3명, 국민포장 4명, 대통령표창 5명, 국무총리 표창 6명 등 총 18명에게 정부포상이 수여됐습니다. 올해의 장애인상은 1996년 9월 우리나라가 제1회 루즈벨트 국제장애인상을 수상한 것을 계기로 1997년부터 장애인인권 향상 등 장애인 복지와 사회발전에 기여한 장애인에게 시상됩니다. '올해의 장애인상'은 황재연 서울특별시장애인체육회 수석부회장(서울특별시지체장애인협회 협회장), 김유경 (사)국제장애인문화교류협회 나눔챔버오케스트라 클라리넷 연주자, 박종민 전 마인드포스트 편집국장에게 돌아갔습니다. 황재연 수석부회장은 장애인 일자리 창출, 사회적 인식 개선과 건강 증진에 기여한 것은 물론 서울시 장애인 통(通) 거버넌스 의장을 역임하면서 장애인을 위한 복지정책에 대한 건의를 활발하게 진행해 서울시 장애인복지 증진에도 일익을 담당했습니다.

### 서울특별시장애인체육회, 민간(공공)기업 장애인선수단 활성화 선포식

서울특별시장애인체육회는 장애인의 날과 근로자의 날을 기념하여 장애인 실업팀 창단을 확대하고 장애인 선수의 고용을 촉진하고자 4월 30일(화) LW컨벤션센터 크리스탈홀에서 '민간(공공)기업 장애인선수단 활성화 선포식'을 개최했습니다. 선포식에는 서울특별시장애인체육회 황재연 수석부회장·정희영 부회장, 한국장애인고용공단 차정훈 고용촉진 이사, 서울특별시의회 이종환 문화체육관광위원회장이 참석했습니다. 또한, 공공기관의 장과 27개소 민간기업 대표이사들도 참석했습니다. 이번 행사에서는 ESG 경영의 일환으로 장애인선수단을 운영하고 있는 기업들에게 '약자와의 동행 실현'에 대한 서울특별시시장상과 서울특별시장애인체육회장상을 수여했습니다. 행사에 참석한 민간(공공)기업 대표자들은 '장애인 선수와 동행하는 매력기업' 서울 지도를 완성하며 '마음이 모이면 서울이 된다'는 서울 브랜드인 '서울마이소울'을 표현하는 퍼포먼스를 진행했습니다. 장애인선수단 창단은 장애인 일자리 창출과 기업의 사회적 책임 이행을 위한 방안으로 서울특별시장애인체육회가 한국장애인고용공단과 함께 고안해낸 '장애인선수단 창단 지원', '장애인 체육직무 활성화' 사업으로 민간(공공)기업에 장애인실업팀 창단을 추진 중입니다. 2017년 11명으로 시작된 프로젝트는 2024년 현재(누적인원) 46개 기업, 장애인 선수 393명 채용으로 이어지고 있습니다.

### '2024 동행서울 누리축제' 정희영 부회장 서울시장 표창 수상

제44회 장애인의 날을 맞아 4월 17일 여의도공원 문화의 마당에서 장애인과 비장애인이 함께 어울리는 다양한 행사로 채워진 '2024 동행서울 누리축제'가 개최됐습니다. (사)서울특별시지체장애인협회가 주최·주관하는 이번 행사에는 오세훈 서울시장(서울특별시장애인체육회장)을 포함해 장애인과 장애인복지관, 유관 단체, 사회적 기업 등 3,800명이 참석했습니다. 이날 오세훈 시장은 장애인 복지 증진에 기여한 시민·단체에 '2024년 서울시 복지상'과 '2024 동행서울 누리축제 표창'을 각각 수여했습니다. 서울특별시장애인체육회 정희영 부회장이 장애인복지 증진에 기여한 공로를 인정받아 '2024 동행서울 누리축제 표창'을 받았습니다.



# <서울스포츠>를 읽으면 선물이 따라올 여름!

## Quiz event!

<서울스포츠> 5+6월호만 읽으면 누구나 풀 수 있는 퀴즈가 준비되어 있습니다. 자신감을 갖고 풀어 주세요.

- 1) 다양한 미디어 플랫폼 시대가 도래하면서 OTT 서비스와 SNS가 이것의 핵심 도구로 자리잡게 되었습니다. 스포츠 구단 역시 보다 전략적으로 이것에 접근하는 것이 필요하게 됐습니다. 이것은 무엇일까요?  
① 스포츠 세일 ② 스포츠 정신 ③ 스포츠 마케팅 ④ 스포츠 중계
- 2) 서울의 대표 랜드마크인 서울광장에서 시민들과 함께 운동을 함으로써 시민들의 일상의 피로함과 무료함을 달래고, 건강한 복지를 지향하기 위한 서울시의 프로그램 이름은 <OOOO 서울광장>입니다. 빈칸에 들어갈 알맞은 말은 무엇일까요?  
① 운동하자 ② 시민들의 ③ 운동하는 ④ 2024
- 3) <서울스포츠>에는 다양한 스포츠와 그 스포츠를 즐기는 시민과 동호인들의 이야기를 소개하고 있습니다. 다음 중 5+6월호에 소개되지 않은 스포츠는 무엇일까요?  
① 탁구 ② 자전거 ③ 등산 ④ 수영

### 참여 방법

<서울스포츠> 웹진 이벤트 페이지를 통해 정답을 제출해 주세요.

### 참여 기간

6월 19일(수)까지

### 당첨 선물

추첨을 통해 10명에게 스타벅스 아메리카노 Tall 1잔을 드립니다.



웹진 바로가기



운동도 축제도 쉬엄쉬엄 신나게!



2024 제1회 **쉬엄쉬엄**  
**한강 3종 축제**



2024.6.1(토)~6.2(일) **장소** **뚝섬 한강공원**

쉬엄쉬엄 한강 3종 경기 | 쉬엄쉬엄 나이트 | 시민참여 체험존