

# 스포츠로 수익 창출하는 스포츠 마케터

## 일과 취미 일체화할 수 있어 행복한 직업

“스포츠 마케터가 되려면 일단 스포츠를 사랑해야 하고 사람 만나는 일을 즐기면 더 좋다. 화려한 말재간보다는 선수의 입장을 가장 먼저 생각하는 진실한 마음이 묻어내면 충분하다. 그러면 거짓말처럼 좋은 결과가 나올 것이다.”

‘스포츠 에이전트’라는 직업이 국내에 알려진 데에는 한 할리우드 영화의 힘이 컸다. 1996년에 개봉한 톰 크루즈 주연의 ‘제리 맥과이어’는 선수의 가치를 두고 구단과 흥정을 벌여 높은 몸값을 받아 내는 스포츠 에이전트의 세계를 그렸다. 영화가 흥행에 성공하며 스포츠산업에 대한 새로운 인식이 퍼졌지만 그때까지만 해도 국내에서는 스포츠 에이전트가 활약할 만한 환경이 아니었다.

2002년 무렵이 돼서야 명함에 스포츠 에이전트라고 새긴 사람들이 생겨나기 시작했다. 김평기(42) 스포티즌 부사장이 그중 한 명이다. 사람들은 이제 그를 가리켜 스포츠 마케

터라고 부른다. 스포츠를 통해 수익을 창출하는 모든 일을 다루는 직업군을 가리키는 용어다. 쉽게 말해 스포츠 마케터가 전체집합이고 스포츠 에이전트는 부분집합이라고 할 수 있다. 김 부사장이 일을 시작할 때만 해도 직업 자체가 워낙 생소하다 보니 사기꾼 소리를 듣기도 했지만 이제는 스포티즌과 같은 스포츠 마케팅 전문 기업이 30여 곳이나 생겼다. 요즘에는 거의 모든 대기업에서 스포츠 마케팅 부서를 운용할 정도로 인식도 많이 달라졌다.

잘 나가는 대기업에서 근무하던 김 부사장은 유학을 준비하다 우연한 계기로 스포츠 마케터의 길로 들어섰다. 박봉에 일 배울 데도 없어 힘들었지만 스포츠에 대한 열정 덕분에 버틸 수 있었다. 10년간 쉽 없이 달린 결과 이제는 보수도 대기업 부럽지 않다.

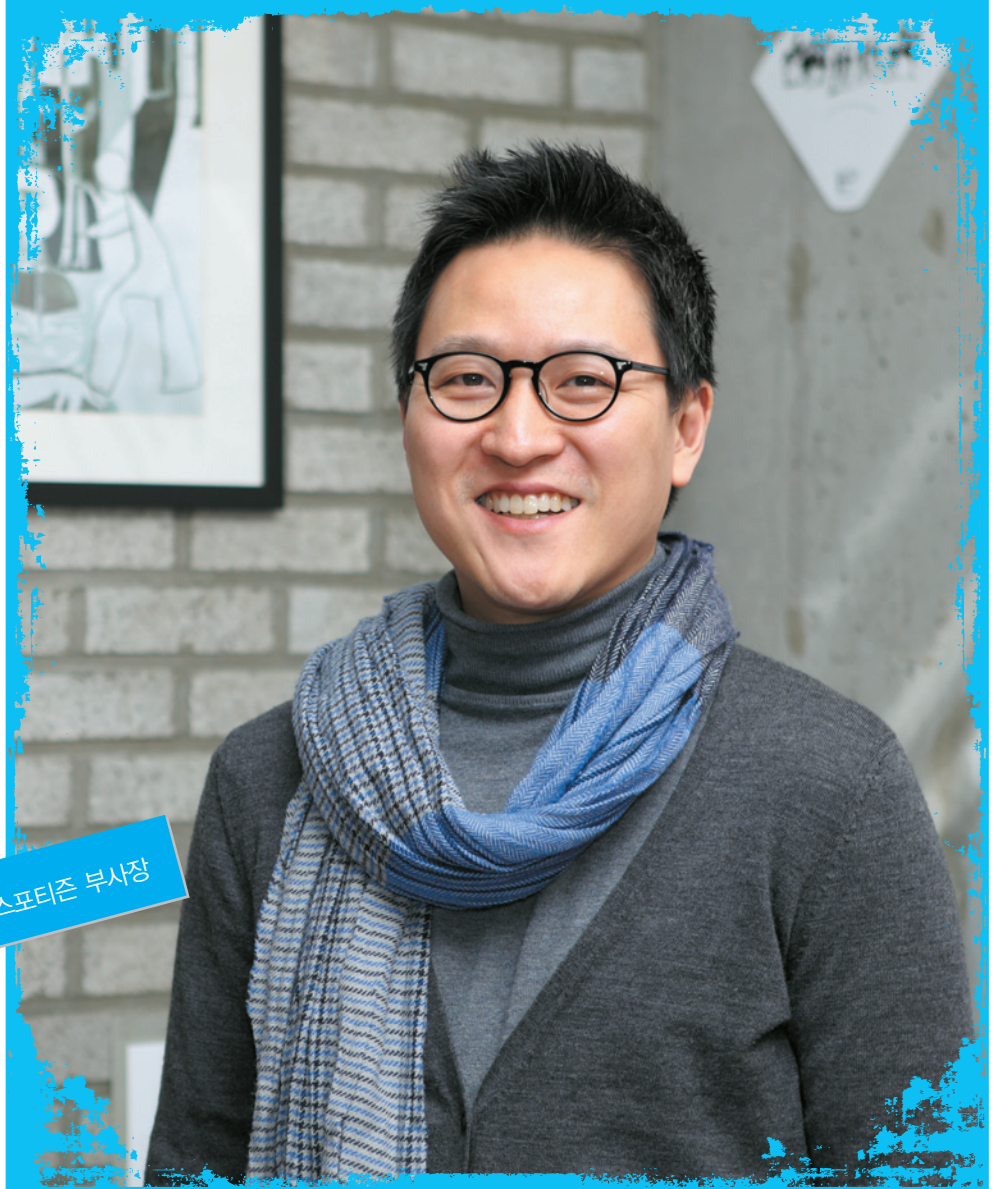
일과 취미를 일체화할 수 있다는 게 스포츠 마케터의 가장 큰 매력이다. 업무시간에 스포츠신문이나 경기를 봐도 일이니까 뭐라는 사람이 없다. 좋아하는 선수들과 매일 어울릴 수도 있다. 그렇다고 스트레스가 없는 것은 아니다. ‘상어는 결코 잠들지 않는다’는 업계의 격언처럼 관리하는 선수를 둘러싼 모든 것에 신경을 바짝 곤두세워야 한다. 방심은 곧 실패로 직결되기 때문이다. 다음은 김 부사장과와의 일문일답.

### Q 스포츠 마케터란 어떤 직업인가?

A 스포츠 마케터란 스포츠를 통해 수익을 창출하는 모든 일을 다루는 직업군을 뜻한다. 그중에 스포츠 에이전트도 포함된다. 쉽게 말해 마케터가 전체집합이고 에이전트는 부분집합인 셈이다. 영화 ‘제리 맥과이어’를 봤다면 알겠지만 에이전트의 목적은 선수가 몸값을 최대한 올려 받도록 도와



김평기 스포티즌 부사장은 최근 여자 테니스의 기대주 양정원 선수와 매니지먼트 계약을 맺었다. 1년 이상 꾸준히 연락을 주고받다가 이심전심으로 서로가 동시에 계약을 제안했다. 사진제공\_ 스포티즌



김평기 스포티즌 부사장

사진: 김영대 기자

주는 것이다. 언론 매체를 통한 홍보는 기본이고 선수의 옷 맵시나 말씨까지도 꼼꼼히 관리하고 구단과의 연봉 협상에서도 주도적 역할을 담당한다. 스포츠 마케팅산업이 발전하면서 선수 개인의 차원을 넘어 스포츠를 통한 기업과 제품 홍보, 여타 문화산업과의 연계 등도 이뤄지고 있다. 따라서 스포츠 에이전트 외에도 언론 홍보 담당과 인터넷이나 소셜 네트워크 서비스(SNS) 등을 활용하는 대중 홍보 담당이 따로 있으며 프로야구 등 경기와 연계한 행사 기획 전문가도 등장했다. 또 이러한 모든 업무를 총괄하는 관리자도 필수

적이다. 스포츠 마케팅산업이 성장하려면 선수의 가치가 올라가야 하며 경기 자체와 관련 행사가 다양하고 흥미로워져 사람들이 많이 모여야 한다. 팬과 언론에 관련 소식을 잘 알리는 것도 중요하다. 이것이 스포츠 마케팅의 3대 임무라고 할 수 있다.

**Q 국내 스포츠 마케팅산업의 현황은?**

**A** 처음 이 일을 시작할 때만 해도 직업 자체가 워낙 생소하다 보니 사기꾼 소리를 듣기도 했다. 하지만 이제는 스포티



골프는 개인 운동이고 정신력이 승패를 좌우하므로 스포츠 에이전트가 꼭 필요하다. 변호사인 마크 맥코맥이 친분이 있던 아놀드 파머(사신의 법적인 문제와 스케줄 관리를 전담함으로써 골프에만 전념할 수 있도록 도운 것이 스포츠 에이전트의 효시다. EPA\_ 연합뉴스

즌과 같은 스포츠 마케팅 전문 기업이 30여 곳이나 된다. 요즘에는 거의 모든 대기업에서 스포츠 마케팅 부서를 운용하리만치 인식도 많이 달라졌다. 넓게 보자면 축구협회나 야구협회에서 관련 업무를 보는 사람들도 스포츠 마케터라고 할 수 있다. 그래서 시장 전망은 분명히 밝다고 말할 수 있지만 아직 갈 길이 멀다. 스포츠 마케팅이 태동한 미국은 스포츠 마케팅산업이 영화산업보다 규모가 크다. 아이들이 좋아하는 캐릭터 용품과 선수 카드만 해도 어마어마한 부가 가치를 창출하고 있다.

**Q 어떤 계기로 스포츠 마케터가 됐나?**

**A** 전에는 현대해상 해외업무부에서 근무했다. 당시에는 첫 직장을 몇 년 다니다 외국에 나가 경영학 석사학위(MBA)를 취득한 후 몸값을 올려 다른 회사로 이직하는 게 유행이었다. 나 역시 7년간 근무한 후 MBA를 준비했다. 초등학교 시절 축구 선수로 뛰던 적도 있고 평소에 스포츠에 관심이 많

아 MBA 대신 스포츠 마케팅을 공부할 생각도 있었다. 그러다 아는 분의 요청으로 스포티즌에 입사했다. 잠깐 일하다 유학 가려고 했는데 어느새 10년이 돼 버렸다.(웃음) 내가 1세대라 선배도, 일 배울 데도 없어 초반에는 많이 힘들었다. 일반인은 물론이고 선수들조차 이해가 부족했다. 그나마 어려서는 꿈이 운동선수였고 30대 이후에는 운동을 사업과 연결하려는 꿈이 확고했기에 버틸 수 있었다.

**Q 스포츠 마케터로서 누릴 수 있는 행복이 있다면?**

**A** 어느 정도 규모가 있는 기업에서 오래 일하다 보면 '나'라는 존재가 없어지는 느낌이 드는 사람이 많을 것이다. 나 역시 그랬다. 매일매일 같은 일, 의미 없는 보고서 작성과 회의의 연속, 출근시간은 칼 같이 지켜야 하지만 퇴근시간은 기약 없는 날들. 한마디로 자기 만족감이 없었다. 그래서 좋아하는 경기를 보거나 스포츠신문을 탐독하는 게 고작이었다. 일과 취미가 분리된 것이다. 스포츠 마케터의 최대 매력은 일과 취미를 일체화할 수 있다는 점이다. 업무시간에 스포츠신문이나

경기를 봐도 일이니까 아무도 뭐라는 사람이 없다. 또 TV에서나 보던 선수들을 매일같이 만나 어울릴 수도 있다. 단, 스포츠를 진정으로 좋아하는 열정이 없다면 스포츠 마케터는 오래 할 수 없는 직업이다.

**Q 돈은 많이 벌었는지?**

**A** 초반에는 후회도 많이 했다. 너무 힘들었고 월급도 예전 직장동료들과 비교해 턱없이 적었다. 그래도 좋아하는 일이라 열정을 갖고 꾸준히 10년간 달렸고 국내 스포츠 마케팅 산업이 커감에 따라 연봉도 점차 올라갔다. 이제는 대기업 다니는 친구들과 비슷하거나 더 많다. 열정을 불태울 수 있는 일을 하다 보면 언젠가는 높은 성과를 낼 기회가 오고 돈은 자연스럽게 따라오는 게 아닌가 싶다.

**Q 특별한 스트레스는 없나?**

**A** 미국의 유명 스포츠 마케터 드류 로젠하우스가 쓴 <상어

는 결코 잠들지 않는다(A shark never sleeps)>>라는 책이 있다. 책 제목이 바로 스포츠 마케팅업계의 격언이기도 하다. 호흡하기 위해 죽을 때까지 헤엄쳐야 하는 운명의 상어처럼 에이전트 역시 항상 부지런을 떨어야 한다. 내가 관리하는 선수가 행여나 다른 마음을 먹지 않을까, 스캔들을 일으키지나 않을까 늘 노심초사한다. 선수가 기업의 후원이라도 받게 되면 그날부터 기업과 협회, 언론 등 선수를 둘러싼 모든 것에 신경을 바짝 곤두세워야 한다. 예전에 뼈아픈 실수를 저지른 적이 있다. 1년 반가량이나 한 선수에게 공을 들어서 드디어 계약을 결정지었다. 이를 후에 만나 도장을 찍기로 하고 여유 있게 지방 출장을 다녀왔더니 그 사이에 다른 에이전트가 낚아채 버렸다. 경력이 5년쯤 쌓이면서 방심한 게 탈이었다. 알고 보면 이 세계도 냉혹하다.

### Q 유망주를 찾는 나만의 비법이 있다면?

A 두 가지가 있다. 첫 번째는 언론 기사를 따라가는 것이다. 언론의 눈이 거의 정확한 편이라 실수할 확률은 적지만 대신 경쟁이 치열하다. 두 번째는 자신의 육감을 믿는 것이다. 경기장을 부지런히 다니며 느낌이 오는 선수를 찾는 것이다. 나는 후자를 즐긴다. 물론 틀린 적도 있지만 확률이 높은 편이다. 일단 선수와 접촉한 후에는 인간적 신뢰를 쌓는데 주력한다. 주말이면 가족 모임도 갖고 평일에는 경기장과 훈련장을 찾는다. 때로는 고민을 상담해 주는 형이나 오빠가 되기도 한다. 사실 선수들이 운동하느라 친구도 적고 마땅히 마음을 터놓을 상대가 없는 경우가 많다. 에이전트만큼 그 선수의 미래에 대해 정확히 조언해 줄 사람도 드물다. 최근 여자 테니스의 기대주 양정원(16) 선수와 계약을 맺었다. 여자 테니스가 인기 스포츠는 아니지만 여자 골프와 여자 축구처럼 곧 뜰 종목이라고 생각해 유망주를 찾다가 알게 됐고 직접 만난 후에 확신을 가졌다. 1년 이상 꾸준히 연락을 주고받다가 이심전심으로 서로가 동시에 계약을 제안했다. 양 선수의 활약을 지켜봐 달라.

### Q 스포츠 마케팅이 가장 활성화된 종목은?


A 골프의 시장 규모가 제일 크고 규제도 덜한 편이다. 사실 변호사인 마크 맥코맥이 친분이 있던 아놀드 파머의 법적 문제와 스케줄 관리를 전담함으로써 골프에만 전념할 수 있도록 도운 것이 스포츠 에이전트의 효시다. 맥코맥은 오늘날 거대 스포츠 마케팅기업인 IMG의 창업주다. 골프는

개인 운동이고 정신력이 승패를 좌우하므로 에이전트가 꼭 필요하다. 또 선수 생명이 길고 모자와 신발, 의상, 골프채 등 다양한 업체와 후원 계약을 맺을 수 있어 상품 가치도 높다. 우리나라의 최고 인기 스포츠는 단연 축구와 야구다. 그러나 이 종목들은 연봉 협상 등에서 에이전트 참석을 금하고 있어 거의 매년 선수협의회와 구단, 협회가 충돌하고 있다. 선진국에서는 이런 제한이 진작 풀려 에이전트가 원활한 협상을 돕고 있다. 하지만 시장 규모가 커지면 자연스럽게 해결될 문제라고 본다.

### Q 기억에 남는 선수가 있다면?

A 에이전트로서 처음 계약한 골프의 김대섭 선수다. 아마추어 신분으로 한국오픈을 두 번이나 우승하며 '한국의 타이거 우즈'로 불릴 정도로 촉망받는 유망주였지만 사회생활이 서툴렀다. 어린 나이에 이 사람 저 사람에게 휘둘리다 악의적 소문이 퍼지는 바람에 후원 계약조차 못 맺어 경제적, 심적으로 어려운 처지에 있을 때 나를 만났다. 나도 초짜였고 회사도 초기라 영세했지만 진심을 담아 설득했고 며칠 안 돼 내게 후원 계약을 백지 위임했다. 1년 가까이 계약을 따내지 못했지만 끝까지 믿고 맡겨 줬고 결국 재기에 성공했다. 지금도 형, 동생 하는 가까운 사이다.

### Q 스포츠 마케터가 되려면 어떻게 해야 하나?

A 일단 스포츠를 사랑해야 하고 사람 만나는 일을 즐기면 더 좋다. 책을 많이 읽어 다방면의 지식을 갖출 필요도 있다. 외국어 능력은 갖추면 금상첨화이지만 그보다는 말하는 능력이 우선이다. 그렇다고 화려한 말재간을 구사해야 하고 어려운 용어를 줄줄 꿰고 있을 필요는 없다. 선수의 입장을 가장 먼저 생각하는 진실한 마음이 묻어나면 충분하다. 그러면 거짓말처럼 좋은 결과가 나올 것이다. 준비기간을 너무 길게 잡을 필요도 없다. 우선 인턴 과정을 체험하기를 권유한다. 스포츠 마케터도 분야가 다양해졌기에 부딪치고 경험해 봐야 목표가 생긴다. 스포티즌에서는 창립 이래 현재까지 38기의 인턴 과정을 운영하고 있다. 입사 경쟁률이 30~40대 1에 이를 정도로 치열하다. 학생들은 실무를 경험할 수 있어 좋고 회사 입장에서는 요즘 젊은이들의 생각과 유행을 파악할 수 있어 도움이 된다. 일부는 정식 직원으로 뽑혀 꿈을 펼쳐 나가고 있다. 

김영대 기자 Lonafree@yna.co.kr