

2015 한국광고학회 추계연차학술대회 특별세미나

레저스포츠 산업의 광고규제 완화와 사회적 책임 강화를 통한 산업 활성화 방안

일시: 2015년 10월 23일(금) 장소: 일산 킨텍스 제2전시장 307-1호

주최. KAS 한국광고학회
Korea Advertising Society

후원. LetsRun PARK
렛츠런파크

제 1 주제 발표

말(Horse)산업 활성화 방안과 경마TV광고 5

발표: 윤천석 (중부대), 이은정 (대한승마협회), 진용주 (계명대)

토론: 염성원 (평택대)

박종구 (KOBACO)

말(Horse)산업 활성화 방안과 경마TV광고

아주대학교 경영학과 윤천석 교수

대한승마협회 이은정 심판위원

계명대학교 광고홍보학과 진용주 교수

1. 서론

승마와 경마는 인간과 동물이 함께 호흡하는 유일한 스포츠이다. 스포츠 전문가들은 국민소득 1만불 시대에 테니스가 대중스포츠로 활성화되고, 국민소득 2만불 시대에 골프가 대중스포츠로 활성화 되며, 국민소득 3만불 시대에 승마가 대중스포츠로 활성화된다고 주장하고 있다. 이제 곧 국민소득 3만불 시대를 맞이하는 대한민국에서 승마와 경마는 국민행복증진에 기여할 것으로 예상된다. 또한 말 산업은 관광산업이외에 굴뚝이 없는 서비스 산업이며, 부가가치가 높은 산업이다. 이러한 차원에서 정부차원에서는 말 산업에 대한 전반적인 시스템 강화와 전문 인력을 양성을 위한 적극적 지원이 필요하다. 이는 말 동호인의 저변확대로 이어져 궁극적으로 말산업의 발전에 기여할 것이다.

말 산업은 고부가가치의 선진국형 산업으로 경제적 가치를 국제적으로 인정받고 있으나 우리나라에서는 경마에 대한 부정적인 인식으로 인해 경마는 물론 말 산업이 국내에서 사회적 경제적 잠재력을 충분히 인정받지 못하고 있다. 우리나라의 경우, 말 산업의 역사 자체가 경마의 역사일 만큼, 말 산업과 경마가 서로 밀접한 관계에 있는 상황이다. 이러한 연유로 말 산업은 경마이고, 경마는 곧 도박이라는 직접적이고 부정적인 이미지가 강하게 인식되어 있어서, 말 산업과 경마의 건전한 발전에 걸림돌이 되고 있다. 경마 선진국들 역시 경주마 생산과 경마산업을 중심으로 말 산업이 형성되고 있는 점을 감안한다면, 국내 말 산업의 진흥을 위하여 시급한 과제는 사행산업으로 인식되고 있는 경마의 현재 이미지를 건전한 레저스포츠로 재포지셔닝(repositioning)하는 것이다(이영수, 권순국, 2014).

정부는 2011년 말 산업육성법을 제정하여 말 산업의 진흥을 위해 적극적으로 나서고 있다. 정부는 매 5년마다 말 산업의 진척상황을 점검하고, 신규계획을 세우며 단기간 내에 국내 말 산업을 미국, 일본과 같은 선진국 수준으로 끌어올리겠다는 목표이다. 이와는 대조적으로 2007년 출범한 사행산업 통합감독위원회는 경마를 대표적인 사행산업으로 규정하고 각종 규제를 강화하고 있어, 경마와 말 산업 발전에 역행한다는 주장이 승마인과 경마인들 사이에 공감을 얻고 있다. 방송광고 역시 국내 방송광고 심의규정 42조 2항에 따라 경마가 사행산업으로 분류되어 방송을 통한 광고가 금지되고 있다. 이는 경마광고에 대해 규제가 없는 미국, 유럽국가와 일본 등과 대비되고 있다(한상필, 유구현, 정차숙, 2008).

경마산업의 시행주체로서 공기업인 한국마사회가 총 수익의 70%를 농축산기금 조성 등 다른 공기업과 비교할 수 없는 막대한 금액의 사회 공헌활동을 위해 출연하고 있음에도 불구하고 국민에게 가장 효율적인 홍보수단인 지상파 TV광고를 이용하지 못하게 하여, 결과적으로 경마에 대한 부정적인 이미지를 바꿀 수 있는 기회를 박탈당하고 있는 것이다. 기존의 말 산업 특히 경마에 대한 부정적인 인식을 불식시키기 위해서 홍보 전략을 세분화하고 홍보 시스템을 중장기적 관점에서 체계적 과학적으로 수립 및 보완하는 노력이 필요하다. 무엇보다 유럽과 미국, 일본처럼 말산업의 핵심인 경마가 도박이 아닌 스포츠라는 인식부터 우선 점차적으로 개선해야 한다(김문영, 2010).

2. 문헌연구

1) 국내 말(Horse)산업 현황

말 산업은 다른 농축산 분야와 달리 상품의 생산, 육성, 유통, 판매 및 소비의 전 과정에서 모두 수익 창출이 가능한 고부가가치 선진국 비즈니스로 각광을 받고 있다. 말 산업 후발 주자인 우리나라는 2011년 세계 어느 나라에도 없는 말 산업 육성법안을 제정하여 선진국 독무대인 말 산업 경쟁에 본격적으로 뛰어들었다. 농림수산식품부 말 사업연구소의 2014년 국내 말 산업 실태보고서에 따르면 지난해 국내 말 산업 규모가 3조2천9십4억 원으로 전년대비 2.2%(695억 원) 증가했다고 밝혔다. 보고서는 또 말 산업사업체 수가 2013년에 비해 9.6% 증가한 1,999개소, 이 가운데 말을 보유한 사업체 수는 전년 대비 12.4% 증가한 1,808개소로 국내 말 산업이 말 산업육성법 제정 후 실질적인 성과가 있음을 보여주고 있다. 말 사육 두수는 5.5% 증가한 25,819두, 말 산업종사자 수는 지난해에 4.4% 증가하여 16,091명으로 일자리 창출에서도 긍정적인 평가를 받고 있다. 특히 승마 시설수가 2013년 보다 19.3% 증가한 395개소를 기록하여 최근에 불고 있는 승마에 대한 사회의식의 변화를 입증하고 있다.

<표 1> 2014년 국내 말 산업 현황

구 분		'14년 조사결과 (A)	'13년 조사결과 (B)	증(△)감 (A-B)	증감률 (A/B)
말 산 업 사 업 체 수	말 보유 사업체	1,808개소 (개인 590명)	1,608개소 (개인 319명)	200개소	12.4%
	말 미보유 사업체	191개소	216개소	△25개소	△11.6%
	소 계	1,999개소	1,824개소	175개소	9.6%
말 사육두수		25,819두 당나귀·노새·얼룩말 두수는 245두로 별도 파악됨	24,467두 당나귀·노새 두수는 161두로 별도 파악됨	1,352두	5.5%
승마시설 수		395개소	331개소	64개소	19.3%
승 마 인 구 수	정기 승마인구	40,596명	38,867명	1,729명	4.4%
	체험 승마인구	771,076명	739,449명	31,627명	4.3%
말 산업 종사자수		16,091명	15,411명	680명	4.4%
말 산업규모		3조 2,094억 원 (‘13년 말 기준)	3조 1,399억 원 (‘12년 말 기준)	695억 원	2.2%

(출처: 농수산식품부 2014, 말 산업 실태조사)

말 산업은 축산업, 농업, 스포츠, 레저, 게임, 유통업, 관광, 오락이 관련되는 종합복합 산업으로 국내외 관광객 유치에 가능한 고부가가치 산업으로 인정받고 있다. 이러한 말 산업은 창조성을 경제의 핵심테마로 생각하는 현 정부의 정책에도 부합하여 국내 말 산업은 공식적으로 840년의 경마 역사를 가진 영국과 350년 역사를 가진 미국의 말 산업 선진국을

벤치마킹하여 빠른 시일 내에 국제경쟁력을 가진 주요 산업으로 도약하고자 노력하고 있다.

국내 말 산업에서 경마가 차지하는 비중은 절대적이다. 말 산업 실태조사에서 부가가치총액을 보면 생산부분 6백3억 원(2.5%), 마주부분 1,117억 원(4.6%), 경마부분 2조1천6백억 원(88.5%), 승마부분 380억 원(1.6%), 기타 말 관련업 695억 원(2.8%)으로 경마부분이 전체의 88.5%로 압도적인 비중을 차지하고 있다. 이는 경마가 활성화되어야 연관 말 산업이 발전할 수 있다는 사실을 보여준다. 미국, 영국, 호주 그리고 일본과 같은 선진국역시 경마를 위한 우수한 경주마 생산이 말산업의 출발점이다(김문영, 2010).

2) 말(Horse)산업과 홍보의 역할

정부의 특별법 제정 등 최근 적극적인 말 산업 지원에도 불구하고 우리나라의 말 산업은 곧 경마라는 인식이 국민들 사이에 고착되고 있어서, 사행산업이라는 부정적인 이미지로 인식되어 있다(이영수, 권순국, 2014; 김문영, 2010). 경마 시행주체인 한국마사회는 공기업으로 경마사업 이익금의 70%를 축산발전기금과 농어촌복지사업으로 출연하고 있지만, 공기업 대상 공익성에 대한 설문조사에서 한국마사회는 매우 낮은 평가를 받고 있다(박기묵, 2011). 이는 단순한 기부로는 기존 이미지개선이 불가능하며 새로운 형태의 사회공헌방법이 필요하고 효과적인 홍보 전략이 동반되어야 함을 말해주고 있다. 국내 경마가 스포츠의 왕(King of sports)으로 불리며 인기스포츠로 자리잡고 있는 영국과 현격히 대비되며 아시아권에서도 경마가 건전한 레저스포츠로 인식되는 일본과 홍콩과는 매우 다른 양상이다. 승마 역시 비싼 이용료로 인해 극소수 층이 선호하는 귀족 스포츠로 인식되어있어 국내 말 산업 진흥을 위해 경마와 승마에 대한 기존 이미지 제고와 올바른 홍보가 무엇보다 중요한 시점에 이르렀다(유슬기 외, 2015).

국내에서 말 산업이 일찍이 경제적 활로를 찾지 못하고 경마가 부정적인 이미지로 낙인이 찍힌 데는 과거 경마에 대한 언론의 부정적인 보도에서 이유를 찾을 수 있다. 국내 한 언론사의 기사 분석결과 경마뉴스의 경우, 도박과 같은 사회적인 보도(31.7%)가 가장 많은 것으로 나타났다(김보경, 조광익; 2013). 한국경마의 시행단체인 한국마사회는 공기업으로 설립 이래 지난 수 십년 동안 농축산업 분야에 다양한 형태의 사회적 기여를 해왔음에도 불구하고 언론의 일방적인 부정적인 보도로 인해 긍정적인 이미지를 구축에 실패하였다. 경마 더 나아가 말 산업의 발전을 위하여 한국마사회가 기존에 펼쳐온 사회공헌에 대한 국민의 이해와 더불어 마사회의 경마에 대한 적극적인 이미지개선 및 홍보노력이 필요하다(유슬기 외, 2015).

3) 말(Horse)산업과 경마(horse riding)

국내 말 산업은 경마와 함께 발전했기 때문에 국내경마의 역사가 곧 말 산업의 역사이다. 따라서 국내의 말 산업은 언론의 보도를 통해 도박으로 각인된 경마의 이미지 때문에 지속적으로 사행산업으로 인식되어왔다. 경마에 대한 부정적인 이미지 때문에 한국은 방송광고 불허를 비롯해 인터넷 발권금지와 구매상한제, 장외규제, 베틱규제, 총량규제 등 경마규제가 역사상 유례없이 까다로운 나라로 분류되어있다. 한국마사회 보고서에 따르면 경마산업 규제지수가 300점으로 세계 1위를 차지한 한국은 2위인 프랑스(40점)보다 월등히 규제를 많이 받는 것으로 나타났다. 전 세계에서 경마를 실시하고 있는 나라 약 120개국 가운데, 사행산업으로 분류된 우리나라 경마가 정부로부터 각종 규제를 가장 많이 받고 있는 것으로 나타났다(김문영, 2010; 이영수, 권순국, 2014).

2011년 말 산업육성법안 제정 이후, 말 산업 전반에 대해서는 승마장증가 등 가시적인 성과가 나타나고 있으나, 경마시장의 전체 매출액은 2008년 이후 감소하고 있는 것으로 나타나고 있다. 이러한 경마인기 감소추세는 일시적이 아니며, 외국에서도 발생하는 공통 현상으로 미국의 명문 델마(Del Mar) 경마장의 경우, 2000년까지 10년간 경마장 방문객 수가 14% 감소한 것으로 나타났다(Foster & Hoyt, 2012). 이에 따라 한국마사회는 경마가 사행산업 지정에 따른 각종 규제를 받는 상황에서 경마의 마권판매에 따른 직접매출증가에 한계를 인정하고 테마파크와 같은 말 관련 부대사업, 각종 이벤트 활성화, 경주마 수출 등 부대사업의 확대를 사업방향을 수정하고 있는 중이다(유슬기 외, 2015).

우리나라 경마가 모델로 삼고 있는 일본경마의 경우, 연 시장규모 30조로 경마 종주국 영국과 세계 경마를 주도하는 미국을 제치고 세계1위를 기록하고 있는데, 이는 무엇보다 경마를 도박과 사행심을 조장하는 레저스포츠가 아닌 말과 기수가 하나가 되어 감동의 레이스를 펼친다는 스토리를 중시하는 일본경마협회의 홍보와 언론의 중립적인 보도가 크게 기여한 것이다(김문영, 2010). 일본의 경우, 수상이 직접 경마장을 방문하여 경마를 관전하는 등 축제문화가 정착되어있고, 영국의 경우 수상보다는 경주에 출전하는 말의 마주가 되고 싶다는 처칠수상의 말이 회자될 정도로 경마가 국민적인 레저 스포츠로 자리잡고 있다. 이상과 같이 기존 문헌연구들을 통해 국내 말 산업의 현황과 문제점, 국내 경마산업의 실태와 개선점 등을 참고하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 연구문제 1: 국내 말(Horse)산업의 말(Horse)산업의 성장전망은 어떠한가?
- 연구문제 2: 국내 말(Horse)산업에 대한 홍보활동 인지도와 홍보효과는 어떠한가?
- 연구문제 3: 국내 말(Horse)산업에서 경마에 대한 인식과 경마TV광고에 대한 업계 관계자들의 태도는 어떠한가?
- 연구문제 4: 국내 말(Horse)산업이 일자리 창출과 국민행복증진에 미치는 효과는 어떠한가?
- 연구문제 5: 국내 말(Horse)산업 육성을 위한 정부차원의 역할과 인력양성방안은 어떠한 것이 있는가?

3. 연구방법

국내 말(Horse)산업에 대한 선행연구가 부족한 상황에서, 본 연구에서는 국내 말(Horse)산업에 대한 전문가들의 인식을 질적 연구방법으로 접근해야 현상을 보다 정확하게 이해할 수 있을 것으로 판단하였다. 본 연구에서는 질적 연구방법의 하나인 초점집단면접(FGI: Focus Group Interview)방법을 적용하여 연구를 수행했다.

사전에 준비한 질문내용은 국내 말(Horse)산업에 대한 전문가의 인식은 어떠한지, 국내 말(Horse)산업의 성장전망, 국내 말(Horse)산업의 활성화를 위한 경마TV광고에 대한 태도와 효과, 국내 말(Horse)산업의 일자리창출과 국민행복 증진을 위한 정부차원의 역할 등에 집중되었다.

1) 연구대상 및 조사방법

본 연구에서는 국내 말(Horse)산업의 성장전망과 활성화를 위한 홍보차원의 경마TV광고에 대한 태도를 살펴보고자, 말 산업과 관련된 전문가를 핵심집단으로 선정하고 그들로부터

자료를 수집하였다. 각 집단의 특성에 따라 말(Horse)산업 환경이나 전망을 바라보는 관점이 다를 수 있어서 조사대상 그룹은 크게 3개 그룹으로 선정하였다. 본 연구에서는 말(Horse)산업 관련 전문가를 마주(owner of horse), 승마코치, 승마선수, 승마협회, 말(Horse)산업과 관련된 대학교 해당학과(마산업학과) 재학생들을 대상으로 온라인 설문을 실시하였다.

본 연구를 위해 총 15명의 온라인 심층면접 응답대상자를 섭외하였고, 15명중에서 6명은 업무출장 및 긴급한 업무로 설문응답에 대한 포기의사를 밝혔고, 9명이 설문에 응답하여 다시 이메일을 회신하였다. 설문응답자를 분류한 결과, 마주와 승마코치 3명, 승마관련 학과 재학생 3명, 승마선수 3명이었다. 설문응답자의 현업 근속년수 구분에서 전체 응답자의 평균 근속년수는 10.2년이고, 마주와 승마코치 그룹응답자 평균은 10.3년, 승마관련 대학생 그룹응답자 평균은 4년이며, 승마선수 응답자 평균은 13년이었다. 최종적으로 선정된 설문응답자 9명에 대한 상세한 프로파일은 <표 2>에 제시하였다.

<표 2> 설문응답자 프로파일

영역별	직업	기호	근속년수 (년)	연령별	성별	학력
마주(owner)와 코치	마주	O1	6	40대	여	대졸
	승마코치	O2	10	50대	여	대졸
	관리자(단장)	O3	25	50대	남	대학원졸
승마선수	승마선수	P1	7	20대	남	대재
	승마선수	P2	15	30대	남	대학원졸
	승마선수	P3	17	30대	여	대졸
관련학과 학생 (마산업학과)	대학생	S1	4	20대	여	대재
	대학생	S2	4	20대	남	대재
	대학생	S3	4	20대	남	대재

2) 초점집단면접조사(FGI)의 질문 내용

전문가가 어떤 분야에서 가지고 있는 전문적인 지식은 전문가 인터뷰에서 도출되는 가장 중요한 정보이다(Creswell, 2004). 전문가의 견해는 연구 결과의 타당성을 높이는 주요 정보이므로 그들의 높은 수준의 이해와 관점을 이끌어내는 것이 매우 중요하다. 따라서 본 연구는 문헌연구를 통해 가이드라인을 설정하였으며, 이에 따라 질문의 내용을 구성하였다.

앞서 연구문제를 바탕으로, 총 다섯 파트로 나누어 질문을 진행하였다. 첫 번째, 국내 말(Horse)산업에 대한 정의, 이해도와 말(Horse)산업에 대한 성장전망을 기술해줄 것을 요구하였다. 두 번째로는, 국내 말(Horse)산업과 관련된 홍보활동에 대한 인지도부와 홍보효과를 파악하고자 하였다. 세 번째로는 국내 말(Horse)에서 경마(Horse racing)에 대한 인식과 경마관련 TV광고에 대한 태도를 살펴보고자 하였다. 네 번째로는 국내 말(Horse)산업이 일자리창출과 국민행복에 미치는 효과를 파악하기 위하여 질문하였다. 마지막으로 국내 말(Horse)산업의 육성을 위하여 정부차원의 필요한 역할과 관련 인력을 양성하기 위한 방안을 기술해 줄 것을 요구하였다.

4. 연구결과

1) 국내 말(Horse)산업의 성장전망

“성장전망이 크다고 생각한다. 개인적으로 말 산업과 관련된 홍보나 기타 관련 자료들을 많이 접하지는 못하였고, 말 산업 성장전망이 아직은 한계가 있다고 느낀다. 하지만, 말 산업 특구지역을 정하여 체계적으로 세분화시켜서 말 산업을 성장시킬 수 있는 여러 가지 방법이 있을 것으로 생각한다. 만약 예를 들어, 제주시가 말 산업 번창을 위하여 여러 가지 연구지원비와 여건을 아낌없이 투자한다면, 제주지역에서 말 산업의 성장확률이 월등히 다른 지역보다는 우세하다고 판단된다. 그러나 앞서 말했듯이 반드시 지역적 세분화는 꼭 필요하다고 생각한다.(O1)”

“성장전망이 크다고 생각한다. 승마 인구는 꾸준히 늘고 있으며, 몇 년 전부터 말 산업에 대한 법규를 제정하고 관련 자격증 제도를 만들어 유자격 지도사를 배출하고 있고, 말 산업 특구를 지정하여 말 산업 육성에 관심과 지원이 이루어지고 있기 때문이다.(O2)”

“성장전망이 크다고 생각한다. 몇 년 전부터 국내에서도 미디어를 통해 승마와 관련된 콘텐츠를 접하고 있다. 과거에는 말(horse)이라고 하면 경마(horse racing)정도 밖에 생각하지 않았지만, 이번에 개최되었던 인천 아시안게임에서 국내선수가 메달을 획득한 것과 드라마나 예능프로그램에서의 승마 또는 말과 관련된 이슈들이 빈번해진 것을 보면 현재는 고급 스포츠 또는 취미활동으로 각광받고 있는 듯하다. 미디어의 역할이 컸다고 본다. 그래서 점진적으로는 전망이 밝은 산업이 될 수 있다고 본다.(P1)”

(2) 말(Horse)산업의 홍보활동에 대한 인지도 및 홍보효과 평가

“말 산업을 앞으로 세분화하여 홍보하고 시스템을 보장시키는 작업을 장기적으로 지속한다면 한국도 우리나라만의 말 관련 산업이 번창할 수 있을 가능성이 높다고 판단된다. 찾아가는 승마교실을 통해 초등학생과 학부모들의 승마에 대한 관심은 많아지고 있는 듯 하지만 아직까지 다른 방과 후 수업에 비해 비용부담이 크고, 대부분의 승마장이 시외 외곽에 위치하고 있어 접근성이 떨어진다.(O1)”

“말 산업 홍보내용을 기초로 전망하면 콘텐츠가 다양하지 않다는 느낌을 받아서 **홍보활동의 효과는 크지 않다고 생각한다.** 홍보활동을 체계적으로 하지 않는 이상 홍보효과의 성과는 미미하다고 본다. 최소한 승마나 말 산업에 크게 관심을 가지지 않아도 일반인들에게 홍보가 노출이 되어야 꾸준히 승마인구를 증대시킬 수 있겠다고 생각한다.(O2)”

“국내에서는 말과 관련한 콘텐츠가 경마에 치중되어 있어서, 경마하면 사행성 도박이라는 이미지가 컸다. 아마도 경마이외에는 산업적으로 투자가 들어가는 요소가 없었기 때문이고 그에 따른 승마나, 말 산업에 관한 국민적 이해나 정서가 없어서 그런 듯하다. 광고나 미디어가 이미지 쇄신에 적극 활용된다면 그에 따른 **말 산업 활성화에 효과가 매우 클 것으로 판단한다.** 그러한 투자로 인해 전반적으로 골고루 발전할 수 있다고 생각한다. 홍보라는 간접 접촉을 통해 대중에게 궁금증이 유발되고, 부정적인 이미지를 자연스럽게 해소해 나갈 수 있는 좋은 기회라고 생각한다.(P1)”

(3) 말(Horse)산업에서 경마에 대한 인식과 및 경마관련 TV광고에 대한 태도

“영국은 시간을 투자하여 말 산업을 세분화시켰고, 그중의 하나가 경마산업이다. 해외에서 열리는 경마를 보면 대다수의 사람들에게 경마는 스포츠라는 인식을 더 많이 가지고 게임을 즐기는 반면, 우리나라에선 경마경기를 일종의 도박으로 즐기는 사람들이 대부분이기 때문에 우선적으로 경마경기 자체의 인식을 도박이 아닌 스포츠라는 인식부터 우선적으로 개선해야 한다고 본다.(O1)”

“경마산업에 대한 광고는 국민 정서상 맞지 않는다고 생각한다. 경마산업 광고보다는 힐링 센터나 찾아가는 승마 교실 등을 통한 홍보를 좀 더 진행해야 한다고 생각한다. 현재 국내 정치사정과 경제상황으로 살펴보면, 말 산업이 일자리 창출과 국민행복 증진에 주는 효과는 미미하다고 판단이 된다. 향후 산업이 기초적으로 튼튼히 발전이 된다면 그 기여도는 약간 기대해 볼 수 있겠으나 현재나 가까운 미래는 아니다.(O2)”

“경마=도박이고, 승마=귀족이라는 부정적 인식이 아직 접해보지 못한 대중에게는 다소 거리감을 조성하고 있어서, 대중에게 쉽게 접할 수 있는 광고를 통해 자연스럽게 소통(이해)하는 것이 필요하다고 생각한다.(P1)”

(4) 말(Horse)산업이 일자리창출과 국민행복증진에 미치는 효과

“말 산업 관련학과 및 직업교육을 통하여 인재를 배출하고 이들에 대한 취업도 이루어지기 때문에 효과는 있다고 생각합니다. 분명 말 산업이 커지면 일자리창출이 될 것이고, 이는 곧 행복감 상승과 연계되어진다고 판단이 되지만, 아직 자리를 완전히 잡지 못한 산업에서 이렇다 할 판단이 들지 않아 보통 시범사업을 통해 업계에 전파하는 것 같다.(O2)”

“승마선수 양성이 미흡한 이유 중 가장 큰 것은 승마선수로써 일자리창출이 어렵다는 것이다. 프로야구나 기타 프로선수 활약이 가능한 종목처럼 승마선수를 육성하고 변화발전할 수 있다면, 자연히 승마인구의 저변확대가 가능하게 되며, 이에 따른 말 산업 발전도 가능할 것으로 생각한다. 소년체전에 승마종목을 채택하게 하여 지방의 초, 중학교에 승마시설을 지원하여 활성화 한다면 인력창출은 물론 말 산업 육성도 가능할 것으로 생각한다.(P1)”

“말이란 동물은 소, 돼지와 같이 사람 손이 많이 가는 동물이다. 말이 점점 늘어남으로서, 결국에는 일자리도 늘어날 것이다.(S3)”

(5) 말(Horse)산업 육성을 위한 정부차원의 역할과 인력양성 방안

“말 훈련지도자 배출에 대하여는 말 훈련지도자 프로그램을 만들어 승용마가 될 수 있는 말인지 아닌지 구분할 수 있는 교육을 받을 수 있는 기간이 있었으면 좋겠다.

재활승마 지도자에 대하여는 제주도뿐만 아니라 재활승마 자격증을 소지하신 재활승마 치료자나 재활승마 지도자 자격증을 받을 수 있는 프로그램이 지역적으로 좀 더 많이 생겼으면 좋겠고 또한 재활승마를 받기를 원하는 분들을 위하여 재활할 수 있는 환경이 많이 만들어졌으면 좋겠다.(O1)”

“재활승마 관련하여 매년 지도사가 배출되고 있으며, 재활승마를 원하는 대상은 늘고 있으나 재활승마를 실시하는 곳은 한정되어 있고 비용과 장소에 따른 접근성도 떨어지고 있다. 재활승마를 일반승마와는 다르게 분류하여 비용지원을 받을 수 있도록 하여 재활승마 인구를 늘리고, 힐링센터를 증설하여 더 많은 재활승마 지도사들이 일할 곳을 만들어 주기를 바란다.(O2)”

“다양한 전문 인력육성이 우선이며, 또 보편화된 승마인구의 증가가 우선이라고 판단된다.

그러기 위해서는 공교육과 초등교육 때부터 말에 대한 이해와 친숙함을 길러 향후 전문 인력을 육성하는데 기여하고 승마인구를 증진시키기 위한 지자체의 협조가 필요하다. 정부는 교육적 시스템을 구축하는 것이 필요할 듯하다. 유소년 승마클럽, 교육과목에 승마관련 실습내용 전과 등이다. 마필산업이 활성화되려면 학교수업에 마필 레저수업을 더 많이 하면 좋겠다. 강사도 전직승마선수를 강사로 쓰는 것이 더 좋을 것 같다. 무료 체험승마를 더 많이 하게 된다면 사람들이 관심을 더 보일 것 같다.(P1)”

“승마장의 표준화와 다양화가 절실하다. 여전히 대한민국의 승마는 주먹구구식으로 표준화되지 못한 편차가 심한 모습의 교육과 운영방식을 유지하고 있다. 이를 방지하기 위해서는 승마훈련원 또는 농림부 차원에서 시행하는 승마인력개발과 시설오픈 및 유지 운영에 대한 적절한 교육방침이 필요하다 생각한다. 해외의 유명한 승마클럽을 벤치마킹하면 좋을 수 있지만, 자국민이 이용하고 싶은 승마장의 니즈(needs)를 먼저 파악하는 것이 선행되어야 한다고 생각한다. 아이들을 비롯하여 성인 그리고 노년에 맞는 다양한 승마장을 시작으로 단계별 교육과정을 빚내어 줄 수 있는 승마클럽, 엘리트와 선수 육성을 전담할 수 있는 차별화된 구성이 필요하다 생각한다.(O3)”

5. 결론 및 연구의 한계

1) 이론적 실무적 함의

첫째, 전문가 집단은 말(Horse)산업의 성장전망이 클 것으로 예측하였다. 특히 말 산업 특구지역을 지정하여 체계적으로 세분화시킨다면, 말 산업을 성장시킬 수 있는 여러 가지 방법이 있을 것으로 예상하였다. 승마 인구가 꾸준히 증가하고 있으며, 말 산업에 대한 법규제정과 관련 자격증 제도 실행하여 유자격 지도사를 배출하고 있기 때문이다. 국내선수가 국제스포츠경기에서 메달을 획득하였고, TV드라마나 예능프로그램 등 미디어에서 승마 또는 말과 관련된 이슈들이 빈번해진 것도 중요한 이유이다.

이러한 긍정적인 환경에서 더욱 말(Horse)산업을 활성화시키기 위해서는 경마용 마필을 생산한 후, 승마용으로의 전환하는 것이 필요하다. 승용마는 별도로 생산해야 한다. 즉, 경주용 마필은 경주용으로만 생산하고 사용해야 한다. 말산업의 2차 산업에 대한 구체적인 계획안을 마련한 후, 장려정책을 시행하는 것이 바람직하다. 마필 사육과 육성조련을 위한 인적 인프라 구성이 시급하다. 승마에는 말이라는 동물과 인간의 생체적인 움직임의 더한 운동 나아가 스포츠의 개념까지 함께 하고 있기 때문이다. 마필의 두수가 늘어나는 것에 대비하여 마필생산농가의 증대, 마필 조련사, 관리자 등 마필 생산에 필요한 인력들이 더 많이 필요하며, 이를 수용할 수 있는 시설들의 확보가 시급하다.

둘째, 전문가집단은 국내의 말 산업에 대한 홍보를 지역적으로 세분화하고 홍보시스템을 보장시키는 작업을 장기적으로 지속한다면 효과가 크게 나타날 것으로 예측하였다. 홍보활동을 체계적으로 하여, 최소한 승마나 말 산업에 크게 관심을 가지지 않는다 하더라도 일반인들에게 홍보가 노출이 되어야 꾸준히 승마인구를 증대시킬 수 있다. 특히 국내에서는 말과 관련한 콘텐츠가 경마에 치중되어 있어서, 경마하면 사행성 도박이라는 이미지가 컸다. 말 산업에 관한 국민적 이해나 정서가 없어서 그런 듯하다. 광고나 미디어가 이미지 쇄신에 적극 활용된다면, 부정적인 이미지를 자연스럽게 해소해 나갈 수 있으며, 그에 따른 말 산업 활성화에 효과가 매우 클 것이다. 홍보를 하게 되면 말 산업 박람회, 찾아가는 승마교실, 학생들 방과 후 수업이 많이 홍보가 된다. 말 산업박람회에서는 승마체험과 안장 홍보 말 영양제 홍보가 많이 된다. 말과 함께 한다고 하는 포괄적 개념과 다양한 상품의 해

석이 필요하다. 예를 들어, 전 국민 말 타기 운동을 함으로서, 승마선수 양성이 많이 이루어 질 것으로 생각한다.

셋째, 전문가집단의 의견으로서, 해외에서 열리는 경마를 보면 대다수의 사람들에게 경마는 스포츠라는 인식을 더 많이 가지고 게임을 즐기는 반면에, 우리나라에선 경마경기를 일종의 도박으로 즐기는 사람들이 대부분이기 때문에 우선적으로 경마경기 자체의 인식을 도박이 아닌 스포츠라는 인식부터 우선적으로 개선해야 한다는 것이다. 경마는 도박이고, 승마는 귀족이라는 부정적 인식이 아직 접해보지 못한 대중에게는 다소 거리감을 조성하고 있어서, 대중에게 쉽게 접할 수 있는 광고를 통해 자연스럽게 소통(이해)하는 것이 필요하다. 현재 시점에서 국민들 정서상 경마는 사행이라고 인식하고 있으며, 이를 불식시킬 계획이 시급하다. 또한 지금 국내에서는 경마가 대중화되어 있지 않지만, TV광고를 하게 된다면 처음에는 관심이 없다가도 계속하게 접하게 되면 궁금해지고, 관심을 가지면서 경마를 도박이 아닌 대중스포츠가 외국처럼 될 것 같다. 경마를 도박으로 이어가는 폐단을 끊기 위해서는 보다 직접적으로 일반 대중을 찾아 이해와 함께 하는 참여의 마당이 필요하다.

넷째, 전문가집단의 견해로서, 국내의 말 산업이 국민행복증진에 미치는 효과가 약간 있을 수 있다고 예측하였다. 예를 들어, 살아 있는 말과 같이 운동을 함으로써 집중력 강화와 통솔력이 생기며, 더불어 우리 몸이 잊고 있었던 나쁜 자세의 교정에도 도움이 된다. 말 산업이 커지면 일자리창출이 될 것이고, 이는 곧 행복감 상승과 연계되어진다. 프로야구처럼 프로선수의 활약이 가능한 종목처럼 승마선수를 육성하고 발전할 수 있다면, 자연히 승마인구의 저변확대도 가능하게 된다. 말 산업은 국내에서 많은 노력을 하고 있기 때문에, 향후에는 외국처럼 말 산업과 관련된 일자리창출 효과가 있을 것 같다. 말이란 동물은 소, 돼지와 같이 사람 손이 많이 가는 동물이다. 승마는 많은 인력이 필요한 산업이다. 그렇기 때문에 일자리 창출과 국민행복감이 높아진다.

다섯째, 전문가집단의 견해로서, 말 산업의 육성을 위한 정부차원의 역할에서 다양한 전문 인력양성이 우선이며, 일반화된 승마인구를 증가시키는 것이 우선이라고 판단하였다. 그러기 위해서는 공교육과 초등교육 때부터 말에 대한 이해와 친숙함을 길러 향후 전문 인력을 육성하는데 기여하고, 승마인구를 증대시키기 위한 지자체의 협조와 교육적 시스템을 구축하는 것이 필요하다. 재활승마 지도자 자격증을 받을 수 있는 프로그램이 지역적으로 좀 더 많이 생겨야 한다. 대한민국의 승마는 주먹구구식으로 표준화되지 못한 편차가 심한 모습의 교육과 운영방식을 유지하고 있다. 아이들을 비롯하여 성인 그리고 노년에 맞는 다양한 승마장을 시작으로 단계별 교육과정을 채워줄 수 있는 승마클럽, 엘리트 선수육성을 전담할 수 있는 차별화된 교육시스템 구축이 필요하다. 아직 우리나라에 마필관리사가 부족하다. 승마단 창설과 전문 마필관리사 채용이 필요하다. 말을 다루는 직업이니 만큼 기존의 전문 인력을 바탕으로 체계화되고 엄격한 자격증 제도와 인력양성 프로그램을 정확하게 실시하여야 한다.

2) 연구의 한계점

본 연구는 말(Horse)산업 육성과 활성화를 위하여, 기존의 다양한 문헌연구를 기초로 설문문을 작성하고, 전문가집단에 대한 초점심층면접을 실시하였다. 이를 통하여 국내 말(Horse)산업의 성장전망, 국내에서 실행하고 있는 말 산업홍보효과 점검, 경마TV광고를 통한 홍보효과 점검, 그리고 정부차원의 역할과 인력양성방안을 제시하고자 하였다. 그러나 본 연구는 다음과 같은 몇 가지 한계점을 갖고 있어서, 본 자료를 해석하거나 객관화하고자

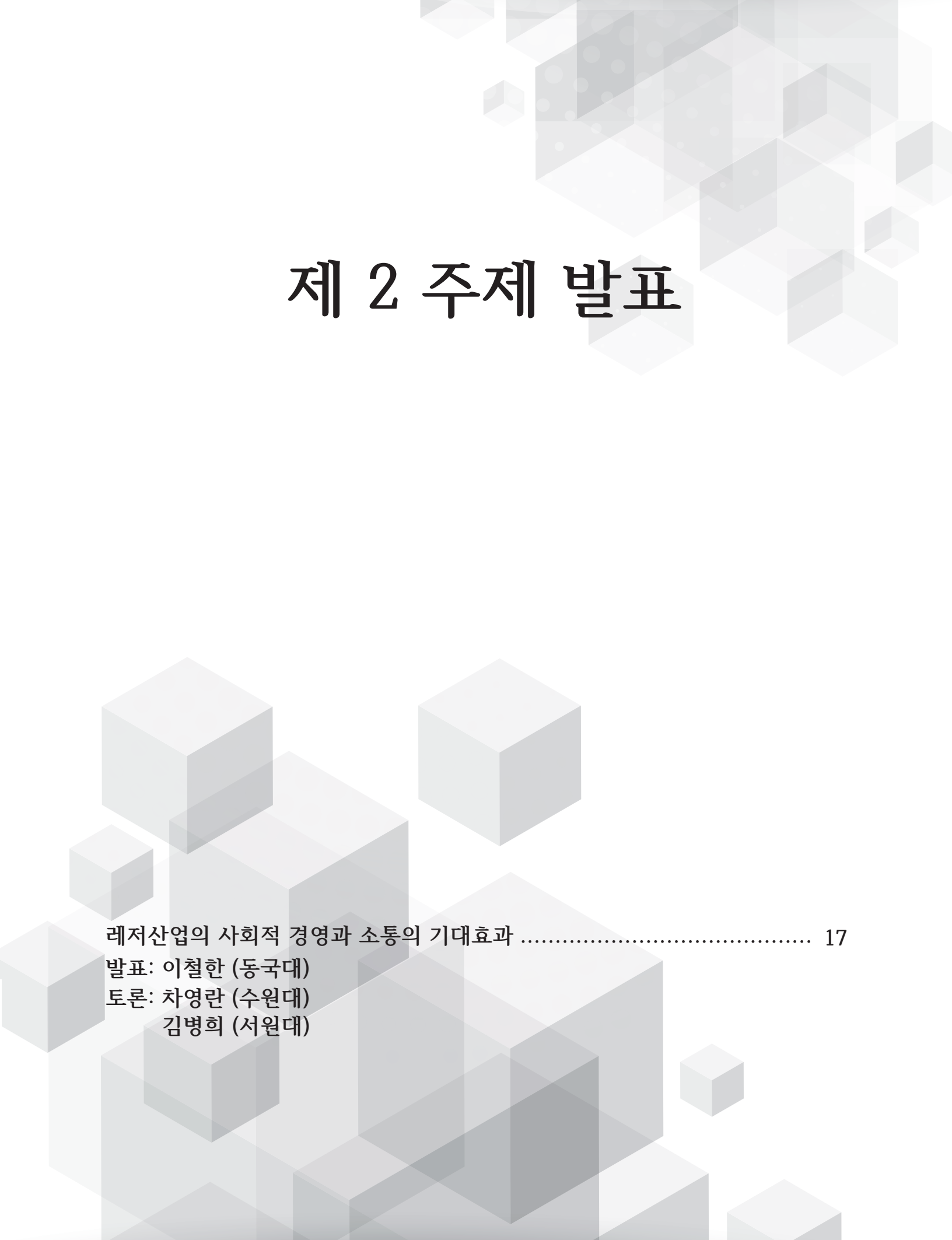
할 경우에 유의할 필요가 있다. 첫째, 본 연구를 위한 초점집단면접 인원이 9명으로 한정되어 보다 다양한 전문가 집단의 생각을 수렴하지 못한 상태에서 국내 말(Horse)산업 전망과 홍보효과를 분석하였다. 그리고 본 연구에 참여한 초점그룹집단 9명이 마주(owner of horse)와 승마코치, 승마선수, 대학의 말 산업관련 학과 재학생으로만 한정되어 있어, 경마와 말 사육차원의 의견을 반영하지 못한 한계를 갖고 있다.

둘째, 본 연구의 결론에서 제시한 말 산업 육성방안에 대한 정부차원의 역할 내용을 다시 정부기관과 공적기관에 추가 검증을 하여 정교화하지 못한 아쉬움이 있다. 따라서 추후의 연구에서는 좀 더 다양한 전문가 집단을 포함하고, 말 산업육성을 위한 시스템과 전략의 결정 직전에 추가 검증을 하여 2차 검증이 이루어진다면 보다 효과적인 활성화전략이 수립될 것으로 생각한다.

셋째, 전문가집단이 제안한 국내 말 산업육성방안 내용을 현장 실무자들을 대상으로 추가로 검증하지 못한 아쉬움이 있다. 추후의 연구에서는 말 산업에 종사하는 다양한 현장실무자들을 포함시켜서 다양한 의견을 수렴한다면 더욱 정교한 홍보방안과 육성방안, 그리고 인력육성방안을 확보할 수 있을 것으로 생각된다.

참고문헌

- 김문영(2010). 글로벌산업으로써의 마필산업이 세계와 경쟁하기 위한 조건 - 한국 마필 산업의 글로벌 경쟁력 확보를 위한 요인에 관한 연구, *동서언론*, 11, 185-244.
- 김보경, 조광익(2013). 경마 및 승마에 대한 언론의 보도태도, *관광레저연구*, 25(4), 341-360.
- 박기묵(2011). 우리나라 공기업의 공익성과 재정건전성에 관한 연구, *한국행정논집*, 23(2), 509-529.
- 박찬황, 김기선(2008). 레저산업으로서의 21세기 경마 산업, *경영교육저널*, 13, 65-75.
- 유슬기, 장익훈, 강충한, 문정훈(2015). 한국마사회의 사회적 가치를 고려한 신규 수익 창출 방안, *한국체육학회지*, 54(1), 335-351.
- 이영수, 권순국(2014). 우리나라 말산업의 수출활성화 방안, *통상정보연구*, 16(2), 131-155.
- 이철한(2005). 베노이트의 이미지 회복 전략이론의 적용과 한계, *한국홍보학회 봄철 정기 학술대회 발표 논문*.
- 정상원, 송주현, 지용범(2000). 스포츠 홍보의 이론 및 개념적 접근과 실제적 효과의 탐색, *한국사회체육학회지*, 14, 935-951
- 한상국, 유구현, 정차숙(2008). KRA 한국 마사회 광고사례연구: '경마의 부정적 인식 해소'와 'KRA의 친근한 이미지 형성'의 성과와 과제, *광고학 연구*, 19(5), 341-355.
- Benoit, W. L.(1995). *Accounts, excuses, apologies: A theory of image restoration discourse*, Albany: State University of New York Press.
- Foster, G. & Hoyt, D.(2012). *Del Mar Racetrack, Reinventing the horse racing fan experience*, stanford Graduate School of Business, Stanford University.
- Mullin, B., Hardy, S., & Sutton, W.(2014). *Sport Marketing*, 4th edition, /champaign, IL, Human Kinetics.



제 2 주제 발표

레저산업의 사회적 경영과 소통의 기대효과 17

발표: 이철한 (동국대)

토론: 차영란 (수원대)

김병희 (서원대)

레저산업의 사회적 경영과 소통의 기대효과

동국대학교
광고홍보학과
이철한 부교수

사회적 (Corporate Social Responsibility) 경영

기업이 사회의 일원으로서 사회요청에 따라 행동하는 책임

기업에 대한 사회성과 공공성의 요구

지속가능한 발전

기업의 목적인 자본축적에만 있는 것이 아니라 인간을 존중

교육, 자선, 문화 등 기업이 공공의 이익을 적극적으로 추진하는

책임과 소극적으로 공익을 해치지 않을 책임

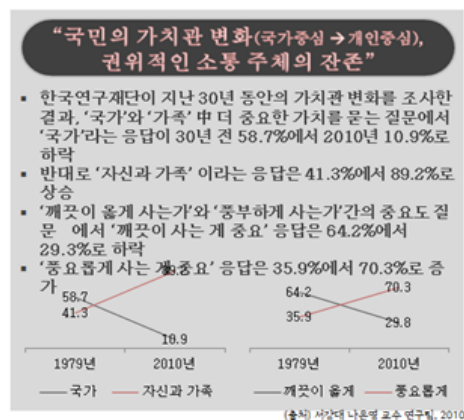
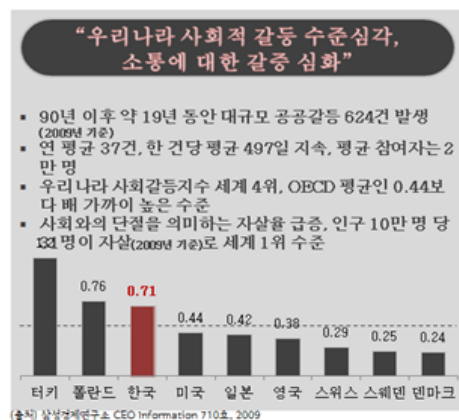
소통

- 상대방 혹은 상대 그룹과의 공유의식 (외교통상부)
- 다수의 이해관계자가 상호 의견수렴과 설득과정을 통해 공감대를 형성하여 정책의 실효성을 높이는 것 (삼성경제연구소)
- 정부기관 및 커뮤니케이션 과정에 참여하는 모든 이들간의 자유로운 교류와 협력을 통해 신뢰를 쌓아가는 과정 (정동훈)

소통

現 우리 사회에서 ‘소통’이 주목 받는 이유

현재 우리 사회에서 ‘소통’이 사회적 화두로서 주목받는 이유는 “사회적 갈등수준의 심각성에 대한 체감도 증진”과 “국민의 가치관 변화에 따르는 소통방식의 이질성”이 부각되고 있기 때문이다



마사회의 사회적 경영과 소통에 대한 기대

레저산업과 사행산업의 특징을 모두 가지고 있는 마사회

“말산업을 통한 사회의 어려움과 아픔을 치유”하는 마사회의 사회공헌 방향 제시와 사회에서 경마로 인한 우려에 대해서 소통하는 것이 지속가능한 기업활동의 원동력으로 작용함

사회적 기대와 관심에 비해서 마사회의 소통은 일부 주제에 대해서만 소통하고 있음

공중 분류

- 조직, 공중, 기능(목적)에 따라 분류할 수 있음.

조직 측면	공중 측면	기능(목적) 측면
기업 및 영리단체 PR	사원관계	쟁점관리
비영리단체 PR	지역사회 관계	마케팅 PR (MPR)
정부 PR	투자자 관계	정치컨설팅
시민단체 PR	언론 관계	기금조성 PR
병원 PR	소비자 관계	위기관리
군대 PR	정부 관계	

조직 소통의 기대효과

- 결국, “조직, 공중, 커뮤니케이션”이라는 세 가지 요소를 갖춘 활동.
- 조직이 공중과 장기적으로 우호적인 관계를 형성, 유지, 발전시키기 위해 펼치는 광범위한 커뮤니케이션 활동
- 사업의 지속가능성 증대
- 향후 예상되는 조직의 어려움에 대해서 적극적으로 커뮤니케이션하고 예측되는 반발에 대해서 조직의 비전에 공중의 의견을 반영함으로써 상호수혜적인 관계로 발전하게 됨
- 신뢰와 지지를 통해 조직의 사업활동 확대에 도움이 되고 위기시 일종의 완충재 역할을 하게 됨

마사회 설립목적

말 산업 육성으로 국가경제 발전

문화와 레저생활 향상

지역사회 경제발전

사회공헌사업 (농어촌 복지증진, 소외계층 자립)

경마사업 (경주시행 사업, 발매서비스 사업)

[표 1] 국내 불법사행산업 규모 추정치

(단위: 백만원)

구분	2008	2012
불법 온라인 도박	320,000,000	170,098,509
사설 스포츠 토토		7,610,250
불법사행성게임장	11,559,600	18,748,800
사설경마	2,688,480	9,924,968
사설경륜	104,422	
사설경정	388,800	
사설카지노	6,961,500	2,448,392
합계	53,702,802	55,830,919
불법 하우스도박	(미포함)	19,316,500
총합계	53,702,802	75,147,419

주: 금액은 백만 단위에서 버림한 값

자료: 사행산업통합감독위원회(2012), 2차 불법도박 실태조사

[표2] 국내 사행산업통합감독위원회 개요

구분	내용
설립목적	사행산업으로 인한 부작용 최소화화 및 불법사행산업에 대한 감시를 통하여 사행산업이 건전한 여가 및 레저 산업으로 발전해 나가도록 함으로써 국민의 복지증진에 이바지함을 목적으로 함
설립연도	2007년
소속	국무총리
설립근거	사행산업통합감독위원회법
관할분야	카지노, 경마, 경정, 경륜, 복권, 체육진흥투표권, 소싸움경기
위원 인원	위원장 1인을 포함하여 15인으로 구성
조직	<pre> graph TD A[사행산업통합감독위원회 위원장] --> B[사무처장] B --> C[기획총괄과] B --> D[예방치유과] B --> E[감독지도과] B --> F[조사홍보과] B --> G[불법사행산업 감시신고센터] </pre>
기능	사행산업의 통합적인 관리·감독 및 건전화와 불법사행산업 근절을 위한 종합계획의 수립·시행 사행산업 업종간의 통합 또는 개별 사행산업 업종의 영업장의 수, 매출액 규모 등에 관한 총량의 적용 또는 조정이 필요한 경우로서 사행산업 관련 기관·단체 또는 개별 업체 등의 요청에 의한 협의·조정 또는 권고 과도한 사행심 유발 방지를 위하여 사행산업 사업자에 대한 현장실태 확인과 지도·감독 불법사행산업의 감시 사행산업 및 불법사행산업으로 인한 중독 및 도박 문제의 예방과 치유 등 사회적 부작용 해소를 위한 대책의 수립·시행 중독예방치유부담금의 관리·운용 사행산업을 건전한 레저산업으로 발전시키고 불법사행산업을 근절하는 데 필요한 조사·연구 및 평가 사행산업에 대한 사회적 인식전환과 과도한 사행행위 유발 방지를 위한 통합적인 교육 프로그램 개발과 홍보 청소년을 대상으로 한 도박 중독 예방 교육

자료: 사행산업통합감독위원회 홈페이지(www.ngcc.go.kr)

사행산업통합감독위원회법 제5조(위원회의 기능)

[표3] 국내 사행산업 업종별 관련 법률

구분		내용
통합 관리·감독		사행산업통합감독위원회법
업종별	카지노	관광진흥법, 폐광지역개발 지원에 관한 특별법 등
	경마	한국마사회법
	경륜	경륜·경정법
	경정	
	복권	복권 및 복권기금법
	체육진흥투표권	국민체육진흥법
	소싸움경기	전통 소싸움경기에 관한 법률

[표4] 국내 온라인 도박 현황(2012)

구분	경마	복권	체육진흥투표권
허용시기	모바일: 2004 온라인: 2005	2001	2004
법적근거	없음	복권 및 복권기금법	국민체육진흥법
운영사이트	2009.7 폐지	www.ohmylotto.com www.lotto.co.kr www.angellotto.co.kr	www.betman.co.kr
운영주체	-	위탁운영 (엔젤로또(주), ㈜SG&G, ㈜다우기술)	위탁운영 (스포츠포토온라인㈜)
베팅종목	경마	전자복권 7종 (스피드키노, 메가빙고, 파워볼, 트리플렉, 트레저헌터, 더블잭 마이더스, 캐치미)	6개 종목 (축구, 농구, 야구, 골프, 씨름, 배구)
베팅액 제한		발행회차별 10만원	1회 구매한도 10만원
건전구매 프로그램	-	자가진단 TEST 복권구매한도 설정 휴식기간 설정	셀프진단평가 셀프구매계획 셀프휴식계획
매출액 (비중)	1,798억 원 (2.5%)	502억 원 (1.6%)	4,014억 원 (14.1%)

주) 경마 매출액은 2009년 기준임

자료: 사행산업통합감독위원회(2008), 사행산업 건전발전 종합계획

[표5] 국내 사행산업 장외발매소 사업장 현황(2012)

(단위: 개소, 천명, %)

구분		경마	경륜	경정
영업장 수	합계	30	21	17
입장객 수	전체	16,138	7,848	2,886
	본장	5,017	1,648	275
	장외발매시설 (비중)	11,151 (68.9)	6,200 (79.0)	2,611 (90.5)
매출액	전체	78,397	24,808	7,231
	본장	21,793	9,801	1,547
	장외발매시설 (비중)	56,604 (72.2)	15,007 (60.5)	5,684 (78.6)

자료: 사행산업통합감독위원회 (2013), 사행산업 관련 통계

[표6] 국내 사행산업 업종별 베팅액 제한

카지노	경마	경륜	경정	복권	체육진흥 투표권	소싸움경기
테이블게임 최대베팅액 30만원	한 게임당 10만원	1회 구매 한도 10만원	1회 구매 한도 10만원	1회 구매 한도 10만원	발행회차별 10만원	1회 구매 한도 10만원

주: 각 사행산업 관련 법률을 근거로 작성

마사회에 대한 비판 여론

- 마사회 영업이익이 줄어듦
- 마사회 근무 직원중 10명중 9명이 비정규직으로 고용 유발 효과 부족
- 경마사업 독점으로 안정적 수입창출에 비해서 사회에 기여하는 모습이 부족함
- 불법 사설 경마의 문제점
- 장외발매소(스크린 경기장) 30개소가 모두 학교 근처
- 축산업계 지원 쇠퇴

언론의 마사회 보도

- 용산 장외 발매소에 대한 지역사회의 부정적 정서 보도
- 용산 장외발매소 기습 개장
- 대전 장외발매소 확장 추진으로 주민반발
- 경마장 팍 찬 중독자들- 사행산업 매출 17조 3천억원
- 최근 10년간 경매 구매성향 건전화 추세
- 공공기관 고객만족도 최고등급
- 경마 시스템 수출

경마 관련 우호 단체

- 우연의 의한 카지노 등의 도박과 말의 상태 파악을 통해서 확률로서 접근할 수 있는 스포츠와 동일한 취급 받는 것에 대한 거부감
- 말 관련 정보의 부족
- 경마장 내 레저공간의 부족
- 사행사업관리위원회의 과도한 규제
- 고급 스포츠로서의 경마로 자리매김하지 못하고 있음
- 경마장의 시설, 운영이 국제적 수준에 비해 미흡한 점

마사회 소통 분야

- 장외발매소 관련 용산구 학생 장학금
- 사회공헌활동
- 장외 발매소의 복합 레저 공간화
- 지역사회와의 소통을 통한 경마산업 진흥

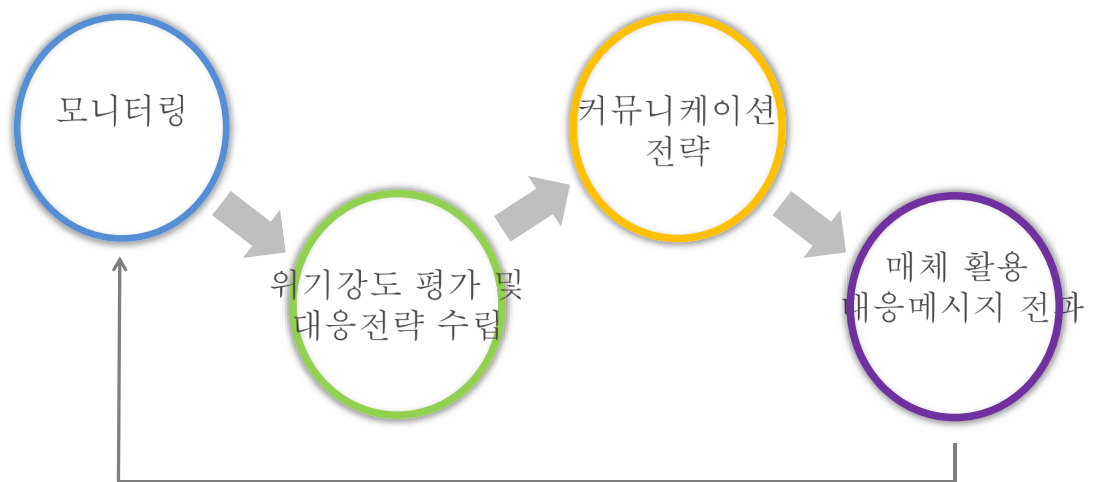
언론의 마사회 보도

- 용산 장외 발매소에 대한 지역사회의 부정적 정서 보도
- 용산 장외발매소 기습 개장
- 대전 장외발매소 확장 추진으로 주민반발
- 경마장 짝 찬 중독자들- 사행산업 매출 17조 3천억원
- 최근 10년간 경매 구매성향 건전화 추세
- 공공기관 고객만족도 최고등급
- 경마 시스템 수출

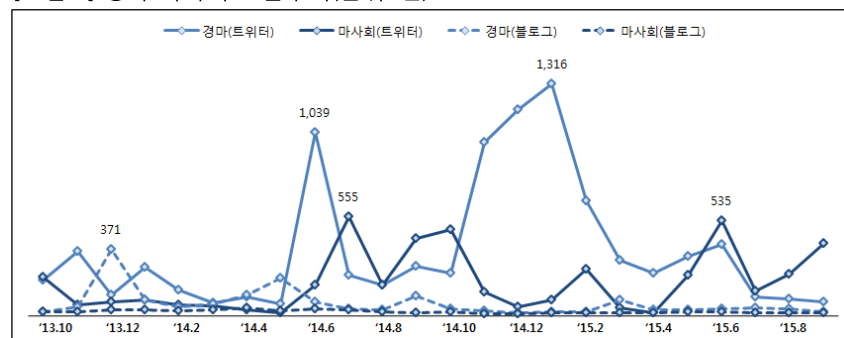
마사회 * 경마 SNS 여론 분석

- 최근 2년간의 SNS 를 통해서 마사회 관련 쟁점을 도출
- 가장 소통이 필요한 분야를 발견하여 이에 대한 쟁점관리 방안을 제시
- 전문가 인터뷰를 통해서 쟁점에 대한 해석과 대응방안 도출
- 마사회 소통 노력에 대한 양적, 질적 평가

마사회 이슈 관리



[그림 1] 경마/마사회 노출추이(단위: 건)



□ 경마 금/부정 내용

매체	구분	내용
트위터	긍정	- 긍정 논조 내용 없음
	부정	- 직원들에게 기본급 외에 수당 지급하고 자녀 학자금, 건강검진...경마 도박 사업이나 하는 마사회 꼭 있어야 하나? - 정부가 레저라고 우기는 화상경마장, 국민 80% '도박이다' 주민들...' 화상 경마 도박장 주민투표 방안 수용하라! 요구
블로그	긍정	- 한국경마 프랑스 수출...사행산업이 수출산업 '변신'
	부정	- 경마 도박장은 반생명의 자리, 아이들 앞에 두지 말라 - 대한민국이 도박공화국이 되는 것을 막아야 한다

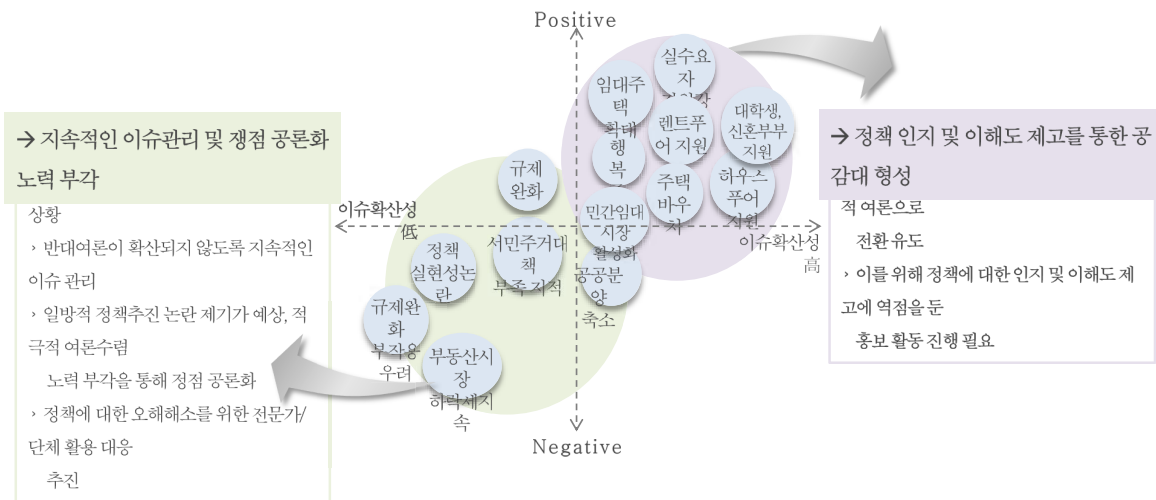
□ 마사회 금/부정 내용

매체	구분	내용
트위터	긍정	- 긍정 논조 내용 없음
	부정	- 마사회, 용산 화상경마장 경찰조사에 입 맞추기 의혹 - 도박돈을 벌자고 불법도 서슴치 않는 조폭공기업 마사회! 화상경마는 도박이다! - 시범 개장한 화상경마장 갈등..마사회 '강 건너 불구경'
블로그	긍정	- 경마실황 싱가포르 중계...국내 사행산업 수출 1호 - 한국마사회, 프랑스와 EU국가 등 세계 경마선진국으로 수출국가 점진적 확대
	부정	- 마사회, 말산업 육성 '글쎄'...경마사업에만 열 올려 - '신의 직장' 한국 마사회, 수익금 나눠먹기 '극심' - 청정 보령에 학교 옆 화상경마도박장이 웬 말 - '만원 이하 마권은 안팔아'... 한탕 권하는 마사회

분석매체 : 소셜메트릭스, 기간:2015 년도

No	경마	마사회
1	주소	한국
2	공원	화상
3	경마공원	경마
4	화상	용산
5	게임	도박
6	용산	학교앞
7	마사회	의원
8	부산	주민
9	학교앞	국민
10	서울	국정감사
11	사이트	입장료
12	카라	불법
13	온라인	뉴스
14	도박	현명관
15	에이스	공기업

타부처 위기/이슈 관리 사례 : 국토해양부



효과적인 정책 PR

- 효과적인 정책PR의 조건: PR 우수이론의 적용
 - 프로그램 차원
 1. 조사연구를 통해 전략적으로 기획 및 평가됨(전략적 관리)
 - 부서차원
 2. 의사결정 집단 내에서 PR의 지위 확보/최고경영진과 직접 보고 관계 형성
 3. 통합된 PR부서
 4. 타 기능과 분리된 독립적인 PR 부서
 5. PR 리더가 전략적 관리자 역할을 담당
 6. 쌍방향 균형모델의 사용
 7. 부서 차원의 전문적 PR지식의 수준 높음
 - 조직적 차원
 8. PR의 균형적인 커뮤니케이션 활동으로 이해 (세계관)
 9. 균형적인 내부(사원) 커뮤니케이션 체계
 10. 기계적/위계적 조직구조보다 유기적인 조직구조를 지님, 참여적 조직문화, 시민단체 등 외부압력이 존재 (우수성을 가능하게 하는 환경맥락)

전문가 인터뷰를 통한 쟁점 방안

경륜, 경정에 비해서 스포츠, 레저의 이미지가 취약한 점을 보완해야 함- 장외발매소를 복합 레저공간으로 변화하고 야외 경마장을 스포츠 경기장처럼 운영하는 방법을 찾아야 함

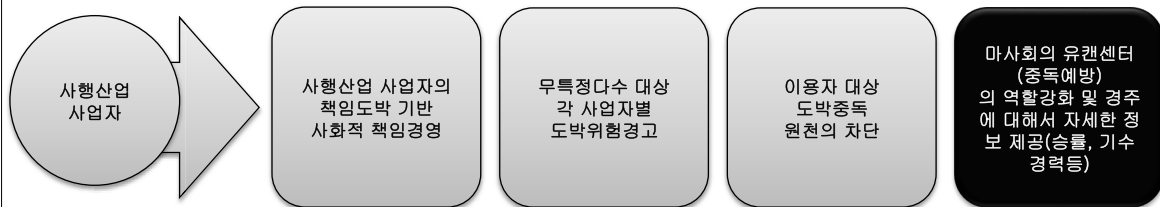
경마의 스포츠 및 국제 대회 성적향상 및 유치노력

경마의 베팅 위주의 소통이 아니라 말과 기수 등의 대결, 스포츠화, 스포츠 마케팅 방식의 도입

경마의 국제화

경마를 사행산업 중 책임 베팅의 모델을 도입함

『책임베팅 구현을 위한 소통모형』



맺는말

독점에 대한 방만경영에 대한 소통의 부재는 독점을 경쟁체제로 전환하여 개방할 가능성이 증가함

중독에 대해서 관련공중과 소통해서 마권금액이나 교차베팅, 베팅간격 조정, 레저 스포츠에 대한 전환노력을 통해서 과도한 규제 및 사업영역 축소를 최소화할 수 있음

사행산업에서 레저 스포츠로의 인식전환을 위해서는 책임경영과 사회공헌활동의 강화가 필요하며 이러한 인식전환은 관련 공중과의 적극적이고 개방적인 소통을 통해서 달성 가능함

설립 목적인 말 관련 산업의 기여를 통해서 농촌 지역 경제 활성화에 기여하고 관련공중에게 말 산업의 필요성 및 스포츠로서의 경마를 위해서 국제대회 유치 및 경기 수준의 향상, 시스템의 선진화가 필요함

도박의 이미지를 강화하지 않기 위해서는 고액발권이나 vip 위주의 영업에 대해서 자기 검열을 통해 일정부분 한계를 정하는 방식이 공중의 신뢰를 얻을 것으로 판단됨

7년간의 동행

태어날 때 저산소증으로 인해
몸을 가누는 것이 힘든 준민이
그런 준민이가 스스로 걸을 수 있도록
올해로 7년째 한국마사회가 힘을 보태고 있습니다
말 위에서 재활치료를 하는 힐링승마는
온몸의 근육을 자연스럽게 운동시켜주고
스스로 걷는 것 같은 움직임을 만들어줍니다
한 걸음 한 걸음 계속될 준민이의 행복을 위해
한국마사회는 오늘도 달리고 있습니다



7년 전 준민이의 첫번째 힐링승마

대한민국 대표 행복창조기업 한국마사회

말산업을 통해 사회의 어려움을 치유하고 즐거움과 행복을 만드는 일, 한국마사회가 가장 잘 하는 일입니다

- 한국마사회는 매년 약 3,000억의 국세와 1.1조원 이상의 지방세를 통해 국가발전과 국민복지에 기여하고 있습니다
- 연간 160억 원의 사회공헌 기부금을 조성하여 일자리창출, 인재양성, 취약계층 복지증진, 문화융성에 기여하고 있습니다
- 약 1,700억 원의 축산발전기금 조성을 통해 대한민국 축산업 발전에 기여하고 있습니다
- 전국 30개의 렛츠런CCC에서는 지역과의 상생을 위해 다양한 문화교육사업을 시행합니다

즐거움이 달린다~

LetsRun

