

프로축구를 일상의 콘텐츠로

[프로축구 발전 방안 - 관중 증대에 중점을 두고]

목차

1. 30대 유부남, 그의 축덕 일지 -3P
2. 34년의 축덕여정, 축구는 그에게 콘텐츠였다 - 4P
3. 프로축구의 콘텐츠화, 어떻게 이룰 수 있을까? - 5~8P
 - 프로축구, 청소년과 놀이·게임으로 만나다
 - 프로축구, 어른들과 여행·먹거리로 만나다
 - 프로축구, 팬들의 참여로 깊이 있게 만나다
4. 콘텐츠 커뮤니케이션으로 5천만과 만나다 - 9P

34세 유부남 박종익, 그의 축덕일지



저는 차두리 은퇴 경기를 직관한 후 아내에게 프로포즈했습니다.

모든 축구 국가대표 경기의 본방 사수는 물론
국가대표 해외파 공격수 경기는 본방을 꼭 봅니다.
여러 개의 모니터에 나눠서 시청할 정도로 팬입니다.

출퇴근 시간에는 네이버 해외축구, 국내 축구란의
탭 기사를 다 읽고 본방을 못 본 해외 유명팀들의
하이라이트까지 다 봐야 작성이 풀립니다.

주말에 쉴 때는 FIFA 16이라는 게임을 합니다.
계정 레벨이 54일 정도로 6년째이 게임의 팬입니다.
늘 한국 선수가 있는 팀으로 진행해 한국 선수를 팀에 모읍니다.

페이스북에서는 대한 축구 협회와 오늘의 해외 축구, 손흥민, 이승우 선수의 페이스북 팬입니다.

언젠가 아내와 여행을 겸해 분데스리가, 라리가, EPL 직관하는 것이 꿈입니다.

전형적인 축덕인 저는 왜 프로 축구의 팬은 아닐까요?
과거의 통계를 찾기보다 스스로 의미 있는 답을 찾아보겠습니다.

34년의 축덕여정, 축구는 그에게 콘텐츠였다



돌아보면 축구는 늘, 저에게 스포츠이기 이전에 재미난 **콘텐츠**였습니다
프로축구도 콘텐츠로 일상에 다가가면 분명 활성화될 수 있습니다

유년시절의 축구

- ◆ 초등학교 때 학교에서 준공짜표로 성남 일화 화물산 현대의 경기 관람. 김병지의 신들린 선봉이 기억나고, 나머지는 지루하고 엉덩이가 아팠던 기억이 전부
- ◆ 축구왕 숯돌이, 주라기 월드컵을 보며 축구 선수를 동경했었다
- ◆ 반대표로 축구 대회에 나갔었다. 수비수였는데 준비 과정이 꽤 재미 있었다
- ◆ 점심시간 피방과 후는 늘 축구가 대세였고, 축구 좋아하는 친구가 인기가 많았었다

청소년시절의 축구

- ◆ 학원에 과외에 시간을 맞추기 힘들어서 축구 같은 단체 종목은 체육시간이나 점심시간에 가끔 했다. 확실히 빈도는 줄었다. 대신 소수 인원이 하기 쉬운 농구가 대세였다. 농구 잘하는 친구가 인기의 중심이었다
- ◆ 위닝 알레본의 옹편이었다. 위닝 때문에 플레이스테이션을 조른 끝에 구매했고, 정말 신나게 했던 추억이 크다
- ◆ 프로 축구는 관심이 없었지만 게임에 리그도 있어 도려 리그를 더 잘 알게 되었다

요즘의 축구

- ◆ 휴가를 내서라도 보는 국가대표팀 경기, 그 짜릿함
- ◆ 생애 첫 국가대표 경기 직관, 웅장한 경기장, VIP로 관람했다니 제공해준 진짜 VIP 서비스, 그 환상적인 경험
- ◆ 매일 토요일, 일요일 저녁을 불태우게 하는 EPL, 분데스리가의 멋진 경기들
- ◆ 매일 출퇴근 시간 나를 즐겁게 하는 해외 축구, 국내 축구 기사들
- ◆ 6년째 즐기는 EAFFA 게임

프로축구의 콘텐츠화, 어떻게 이룰 수 있을까?

어린이와 청소년에게는 **놀이**와 성인들에게는 **여행**과
프로축구의 교집합을 찾아 그들에게 **문화 콘텐츠**의 하나인
일상의 프로축구로 다가가는 방법을 제안합니다



프로축구, 청소년과 놀이와 게임을 통해 만나다

안타깝게도 요즘 어린이들과 청소년의 일상에서 **축구의 자리는 좁습니다**
 그들이 **쉽게 즐기는 만화, 게임, 캐주얼 스포츠**로 다가 가면 어떨까요?

구분	타겟	세부 콘텐츠	기대효과	실현 방법
애니메이션	초등학생	'나는 축구선수다'. 전북FC의 유소년에서 시작해 K리그 대표선수, 그리고 해외진출을 하고 대한민국 대표로 2026년 월드컵 우승까지 하는 가상의 선수의 일대기를 다룬 TV애니메이션 기획 및 제작	K리그를 조금 더 친숙하게 느끼고, 멋진 선수가 되고 싶다는 꿈과 희망을 가질 수 있음	현대자동차가 어린이 애니메이션에 관심을 갖는 만큼 실현 가능
용품 제공	청소년 전체	'작은 축구 프로젝트'. 지역구단이 축구팀을 보유한 초중고에 적은 인원도 즐길 수 있는 실내·외 풋살 골대와 풋살용 공인구 제공. 풋살경기를 즐길 수 있는 룰과 함께 지역구단의 스쿨 어택 또한 병행	적은 인원으로도 쉽게 즐길 수 있는 풋살을 이용, 축구를 조금 더 친숙하게 느끼게 하고, 이를 지역구단이 지원함으로써 유착관계 형성	풋살 골대가 훨씬 작은 만큼 적은 예산으로도 높은 효과 기대
게임대회	청소년 전체	'ON K-LEAGUE'. 온게임넷과 같은 게임방송사와 연계, 지역연고 팀을 대표하는 피파게이머(ex: 전북대표는 전북FC를 플레이하며 자신 출신지역 팀을 선택)를 선발하여 게임 K리그를 진행. K리그의 모델처럼 승강제를 진행하여 실제 K리그와 다른 볼거리를 생성	게임을 통해 알게 된 콘텐츠는 일상에도 영향을 미침. 게임을 통해 친숙해진 K리그는 향후 실제 팬으로도 이어질 수 있음	룰 편향으로 지친 게임방송 콘텐츠에 새로운 활력을 불러 넣을 수 있기에 가능성이 있다고 판단됨
축구행정교육	청소년 전체	'두드림 K'. 청소년들이 마땅히 즐길 거리가 없어진 요즘, 축구구단과 시도교육청이 연계하여 예비 축구행정가 과정, 예비 축구에이전트 과정 등의 교육과정을 구단에 개설하여 지역 학부모와 학생들에게 새로운 콘텐츠를 제공	축구구단의 사회적 책임의 실현으로 여겨 축구구단에 대한 긍정적 이미지 형성	협의 과정이 복잡하나 예산 문제만 해결된다면 좋은 방법

프로축구, 어른들과 여행·먹거리로 만나다

K리그는 해외축구와는 달리 우리 **가까이**에 있습니다
그장점을 크게 살릴 수 있는 **여행과 먹거리**를 통해 만나면 어떨까요?

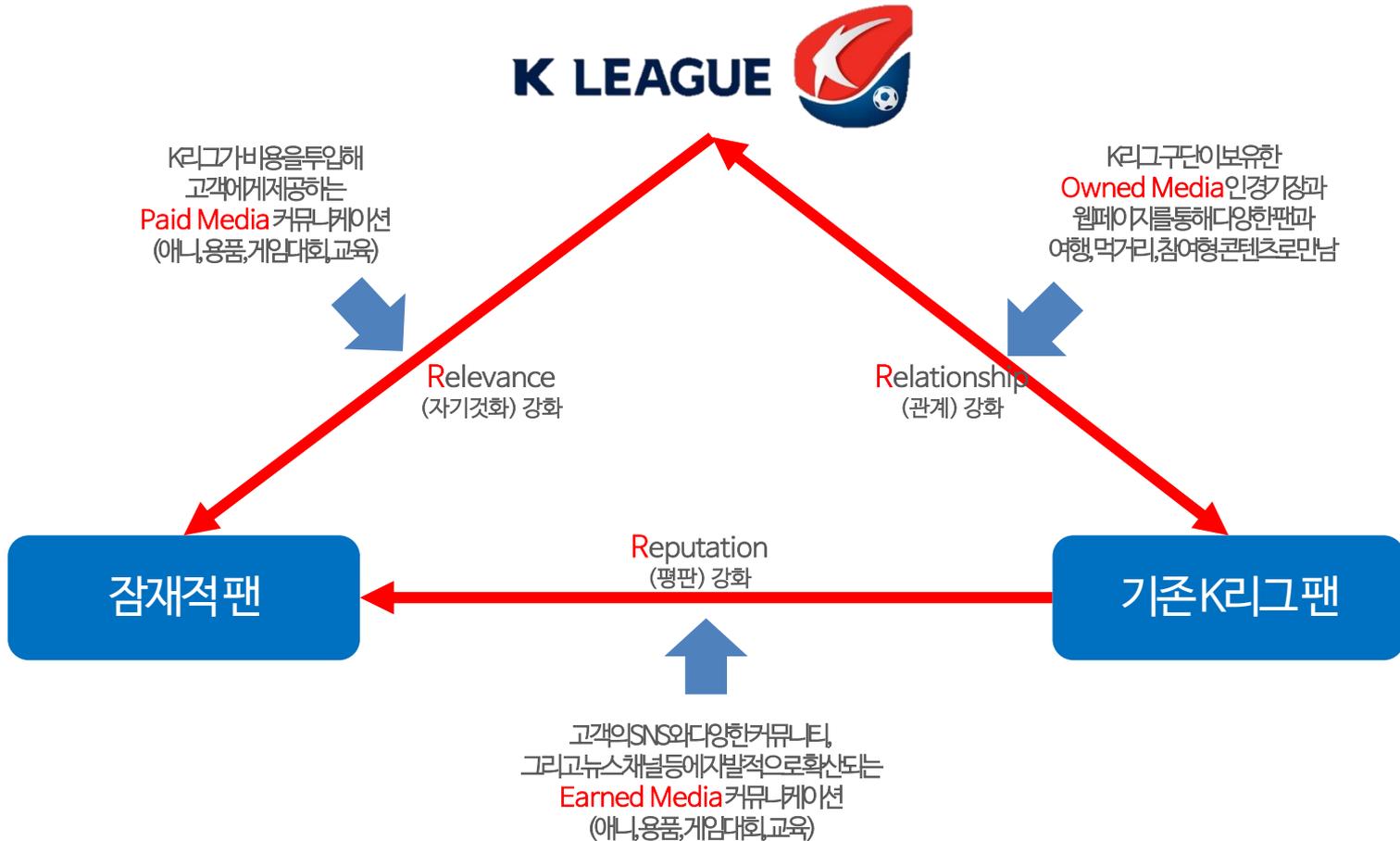
구분	타겟	세부 콘텐츠	기대효과	실현 가능성
경품 행사	키덜트족	홈경기에 홈구단의 스타선수의 버블헤드를 만들어 선착순 100명에게 증정하는 행사 진행. 이는 30대 키덜트들의 수집욕을 자극하여 더 많은 팬을 경기장으로 끌어모을 수 있음	보는 K리그에서, 모으고 즐기는 K리그로 경험의 확장	비용 문제와 초상권 문제만 해결되면 얼마든 가능
맛집 연계	전 연령 여행매니아	홈경기에 지역의 맛집과 연계한 지역구단만의 특별한 메뉴(예: 포항 스틸러스, 과매기/울산 현대, 고래고기 등)를 한정판매	지역 상인의 매출 증대 및 지역에 대한 확실한 브랜딩 효과 획득	지역상인과의 협업만 된다면 GOOD
여행 프로그램	20대 초중반 여행 매니아	‘축구의 내일로’ 프로그램. 열차여행 프로그램인 내일로와 연계하여 K리그 클래식 구단이 있는 여행지에 방문하면 방문스탬프를 찍어주고, 방문스탬프를 다 찍으면 추첨을 통해 프로축구와 관련된 경품 제공	여행과 연계해 자연스럽게 경기장을 방문할 수 있도록 함으로써 K리그와 조금 더 친숙해지는 계기 제공	타당성이 있는 만큼 얼마든 가능
구단 투어	청소년 전체	해외 유수의 구단들은 자체 구단 투어 프로그램을 운영하여 구단의 역사, 구단의 클럽하우스와 락커룸 관람, 연습 과정 관람 등의 투어 프로그램 제공. 우리 K리그도 전북FC와 같이 내실을 갖춘 구단과 연계하여 지역 여행 프로그램과 연계하여 구단 투어 진행	발전된 구단은 구단을 자랑할 수 있고, 아직 미비한 구단은 준비할 계기를 제공하는 등 구단 내실화 독려	아직 구단의 클럽하우스를 제대로 갖춘 구단이 많지 않은 만큼 우수 구단 위주로 진행
지역 치킨 매장 연계	전 연령 치킨 매니아	축구를 집에서 보는 사람들이 치킨을 자주 시켜 먹는다는 점에서 착안하여 ‘K리그 난닭’이라는 메뉴를 개발. 이 메뉴를 시키면 K리그 유스에 투자된다는 취지와 함께 K리그와 관련된 경품을 제공	일상에서 멀게만 느껴졌던 K리그와 더 친숙해지고, 닭도 먹고 우리 리그도 살린다는 생각에 K리그에 대한 관심 증대	판매 진작을 위한 일이라면 관심 가질 브랜드 많을 듯

프로축구, 팬들의 참여로 깊이 있게 만나다

팬들이 직접 참여하는 K리그, 이를 통해 그들을 K리그의 전도사로 육성할 수 있습니다

구분	타겟	콘텐츠	기대효과	실현 가능성
팬 참여 아이디어 그룹	대학생	젊은이들이 사랑하는 프로그램 '무한도전'은 대학생 아이디어 그룹을 만들어 프로그램에 대한 아이디어를 구하고 있음. 우리도 프로축구 활성화에 대한 팬 참여 아이디어 그룹을 구성하여, 생생하게 살아있는 소비자 관점의 아이디어를 적용해야 할 때	팬들의 K리그에 대한 주인의식 증대	
팬 참여 프로그램	전 연령	지역구단의 일일 체험 직원이 되어 구단선수들의 생활을 체험해보는 프로그램. 그들이 어떤 생활을 하는지 체험하고, 그 과정을 영상으로 제작하여 협회의 페이스북을 통해 노출	자신이 구단의 일원이 되었다는 소속감과 함께 리그에 대한 애정 또한 강화	
해시태그 이벤트	전 연령	경기장을 방문한 팬들이 페이스북이나 인스타그램에 #K리그#응원하는 팀명을 태그해서 올리면, 협회의 홈페이지에서 확인할 수 있고, 이들 중 추첨을 통해 K리그와 관련된 경품을 주는 이벤트 진행(관련 레퍼런스: http://campaign.descente.co.kr/mylocker/pc/event-start.html)	셀피문화가 갈수록 커지는 지금의 문화에 구단 방문의 추억이 기록이 되도록 하여 자발적 홍보효과 획득	협회와 구단의 의지만 있다면 얼마든지 가능
페이스북 콘텐츠	전 연령	K리그와 관련된 다양한 스토리가 담긴 콘텐츠로 소통. K리그 팀 중 가장 평균연령이 어린 팀, 지역 출신 선수가 가장 많은 팀, 평균 득점이 많은 팀 등 팀의 이야기와 역사를 발견할 수 있는 콘텐츠를 퀴즈형태나 인포그래픽 형태로 콘텐츠를 게재하여 리그와 관련된 이야기거리 제공	팬들의 관심은 물론 기사로도 재활용 될 수 있어 K리그에 대한 다양한 이슈 형성 가능	

프로축구라는 콘텐츠로 5천만과 만나다



축구행정가
과정을 통해
축덕에서
K리그 덕후로
진화하겠습니다

감사합니다