국내 e스포츠 시장, 천억원 규모로 성장

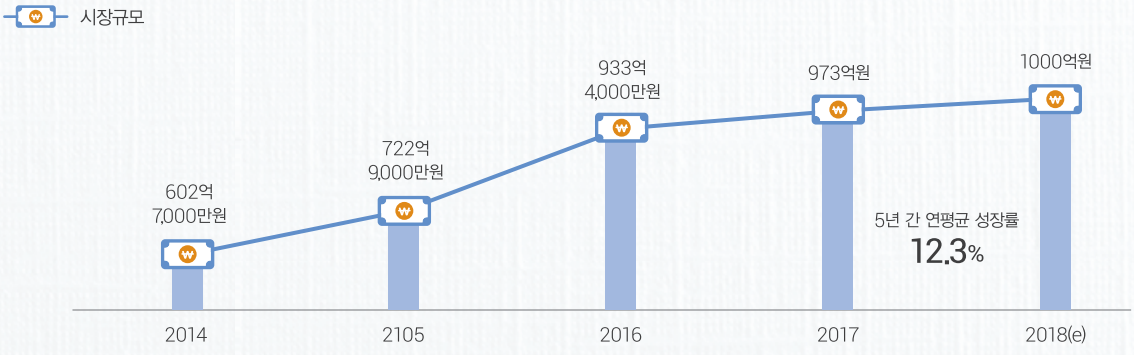
기업들 대회 후원, 게임단 운영 등 다양한 형태로 e스포츠 활용

e스포츠의 종주국인 한국 시장이 지속적으로 성장세를 이어갈 것으로 기대를 모으고 있다. 국내 기업들도 다양한 형태로 e스포츠 산업에 적극적으로 진출하는 것으로 나타났다.

메조미디어가 발표한 '2019 e스포츠 디지털 마케팅 트렌드' 자료에 따르면, 2014년만 해도 602억원에 불과했던 e스포츠 산업이 연평균 12.3% 성장률을 보이며 2018년 1,000억원 규모가 됐으며 올해도 그 성장세를 이어갈 것으로 전망했다. 정부에서도 e스포츠 전용 경기장 운영에 나서고 있으며, 대전, 광주, 부산은 e스포츠 상설 경기장 구축에 선정됐고, 경기도는 판교를 중심으로 경기장 건립 예정이라고 밝혔다. e스포츠 산업에 기업들의 투자는 스폰서 후원, 게임단 운영, 파트너십 체결, 팝업스토어 오픈 등의 형태로 기업들의 진출이 활발하게 이루어지고 있다. 삼성전자와 기아자동차는 e스포츠 대회의 공식 스폰서로 활동하고 있으며, 펩시는 '로켓리그'를 후원하고 대회 종료 후에도 후원 내역을 홍보할 수 있는 디지털 캠페인과 연계해 관련 콘텐츠를 생산하고 자발적인 바이럴을 유도해 브랜드 선호도가 460% 이상 증가했다고 밝혔다. 이 외에도 CJ, SKT, KT, 한화생명, BBQ 등은 프로 게임단을 운영하고 있다. 현대백화점은 연내에 e스포츠 팝업 스토어를 정식 오픈할 예정이다.

메조미디어는 e스포츠 시장의 트렌드로 ▶5G 시대 통신사의 킬러 콘텐츠로 주목 ▶인플루언서를 활용한 게임 마케팅 활발 ▶VR게임의 e스포츠화 ▶AR/VR 중계 강화를 통한 현장감 넘치는 중계 환경으로 꼽았다. 다양한 기술과 연계해 더 생생하고 박진감 넘치는 중계 환경을 갖추고 실감형 콘텐츠와 함께 예전보다 수준 높은 방송이 산업의 성장에 기여할 것이라고 내다봤다.

e스포츠는 컴퓨터 및 네트워크, 기타 영상 장비를 이용해 승부를 겨루는 스포츠로 지적 능력 및 신체적 능력이 필요한 경기다. 대회 또는 리그와 같은 현장 참여, 전파를 통해 전달되는 중계의 관전, 그리고 이와 관계되는 커뮤니티 활동 등의 사이버 문화활동 전반도 속한다. KAA

이순임 lee.soonim@gmail.com

〈표〉 국내 e스포츠 산업 규모 추이 (단위 : 원)