



스포츠동아와 청춘스포츠가 1929(19~29세) 세대 객원기자들과 함께 만드는 젊은이 페이지 'YOUNG' 섹션을 운영합니다. 'YOUNG' 객원기자들은 뜨거운 젊음의 열정과 도전정신을 스포츠를 위해 활활 태우며 살아가는 '스포츠 덕후'들입니다. 마니아를 넘어선 스포츠에 대한 관심과 사랑, 전문가 못지않은 풍부한 지식과 정보력, 그리고 특목 튀는 아이디어와 발랄한 문체로 스포츠의 읽는 재미를 선사할 것입니다.

열러라! 스포츠 Job

GYM TRUCK 박경훈 대표

“찾아가는 트럭 운동센터 창업은 역시 차별성이죠”



박경훈 대표

청년 실업률이 증가하는 가운데 '창업' 아이템에도 관심이 쏠리고 있다. 스포츠 취업 시장도 사정은 마찬가지로 창업의 바람이 점점 더 강하게 불고 있다. 스포츠 시장 안에서 새로이 우뚝 성장하고 있는 GYM TRUCK의 박경훈 대표를 만나 '스포츠 시장 내의 창업'에 관해 물었다.

- GYM TRUCK이란 기업은 어떤 기업인가.
“트럭 안의 체육관, 즉 이동형 피트니스 센터입니다. 트럭 안의 공간을 나만의 헬스장으로 만들어 '내가 찾아가서 운동하는 게 아닌, 불러서 운동하는 구조'입니다. 온디맨드(On-Demand) 서비스의 일종이라고 보시면 될 것 같습니다.”
- GYM TRUCK을 창업하게 된 계기는 무엇인지.
“해외출장 중 한 산업단지에서 근무하고 있었는데, 트럭 한 대를 두고 직장인들이 줄을 서 있었습니 다. 알아보니 다들 잠깐이라도 트럭 옆에 설치된 TRX 운동을 하려는 것이었습니다. 그 모습을 보고 '작은 공간 안의 운동'이란 콘셉트를 생각해 봤고 점점 더 아이디어를 발전시켜나 갔습니다. 이후 한국에 돌아와 같이 근무할 팀원들을 꾸려나가면서 온라인 서비스를 준비하고, 오프라인으로 트럭 개조를 허가받는 등 약 1년 동안 준비 과정을 거쳐 지금의 GYM TRUCK을 만들었습니다.”

- 스포츠 창업에 대해서 어떻게 생각하시는지.
“스포츠 산업은 무궁무진한 기회가 있는 것 같습니다. 스포츠가 예전에는 정소를 대면서 운동하게 해주는 1차, 2차 산업에 머물렀던 지금은 그렇지 않죠. 스포츠와 관련된 파생 상품도 발생하고 있고 우리나라 IT 환경을 고려하면 점점 더 많은 영향력의 범위를 확대해나갈 것으로 생각합니다. 한마디로 정의하자면, 스포츠는 무궁무진한 기회의 에너지라고 할 수 있습니다.”
- 창업을 희망하는 분들에게 조언해주신다면.
“사람들은 좋아하는 것과 잘할 수 있는 것을 혼동할 때가 있죠. 예를 들어 '내가 어렸을 적부터 축구를 좋아하고 축구에 대해서 잘 아니까 축구와 관련된 창업도 잘 할 수 있지 않을까'라고 생각하기 쉽습니다. 하지만 축구를 좋아하는 것과 축구와 관련된 사업을 잘하는 건 다른 문제입니다. 자신을 객관적으로 바라보고 주변 사람들에게 많은 조언을 듣는 게 중요하합니다. 창업은 혼자 만들어야 하는 게 아니라 주변 사람들과 같이 만들어야 하는 것입니다. 아이디어를 발전시키는 와중에 같이 즐겁게 일할 수 있는 팀원을 잘 꾸리는 게 매우 중요합니다.”

- 스포츠 시장만의 특성은 어떤 것일까요.
“이 시장의 가장 큰 특징은 보수적인 관점이 존재하는 시장이란 점입니다. 즉, 스포츠 시장 자체의 힘은 아직 부족한 게 사실이기 때문에 대기업의 투자를 받는 프레임은 깨부수겠다는 건 쉽지 않습니다. 그보다 신규 창업자들은 새롭고 색다른 기술을 개발하거나 그 기술에 편승하고 활용할 줄 알아야 합니다. 소비자들의 입장에서 다른 기업들과 미세하게라도 차별성이 있다는 느낌이 들도록 창의적인 아이템 개발에도 노력을 기울여야 합니다. 꼭 공급자가 아닌 소비자의 관점에서 만족을 시켜야 합니다. 선례가 될 수 있는 기업으로 국내엔 골프존, 외국으로 독일의 윌트볼이 있습니다.”

김지현 대학생 명예기자 jinyunsports@gmail.com

세계 최강 장애인 배드민턴 “金 4개 따올게요”

20일 울산서 세계선수권대회 개막

44개국 450여명 선수단...역대 최대 규모 WH1·WH2 세계랭킹 1·2위가 한국 선수 “장애인 선수들도 함께 뛰는걸 알아주길”

배드민턴은 대표적인 생활 스포츠다. 주말과 평일 오후에 근처 체육관을 방문하면 삼삼오오 동호인들이 모여 배드민턴을 치는 모습을 쉽게 발견할 수 있다. 지난 7월 남산 스포츠의 스포서링크 조사 결과에 따르면 배드민턴은 한국인들의 관심있는 스포츠 7위에 위치해 있다. 특히 15~29세에서는 축구, 야구, e-스포츠에 이어 4위에 올라 한국인들의 배드민턴 사랑을 엿볼 수 있었다.

배드민턴 붐의 중심에는 항상 배드민턴 대표팀이 있었다. 박주봉(현 일본대표팀 감독)부터 이용대(요넥스배드민턴단)까지 배드민턴 대표팀을 이끈 스타들은 화려한 플레이로 TV를 지켜보던 팬들로 하여금 라켓을 잡게 만들었다.

비장애인 배드민턴처럼 장애인 배드민턴도 대표팀을 중심으로 장애인 동호인 활성화에 초점을 맞추고 있다. 그 첫 단추가 바로 오는 20일부터 26일까지 울산에서 개최되는 '2017 울산 세계장애인배드민턴선수권대회'다.

이번 대회는 역대 최대 규모로 개최된다. 세계배드민턴연맹(BWF) 63개 가맹국 중 44개 국가에서 총 450여명의 선수단이 참가한다. 2020 도쿄 패럴림픽 정식 종목 채택 이후 첫 번째로 열리는 대회인 만큼 각 국가들 역시 최정예 선수들을 파견해 본격적인 올림픽 준비에 나섰



20일 울산 세계장애인배드민턴선수권에서 휠체어 WH1 종목에 참가하는 대표팀 선수들.

사진제공 | 허보람

다. 대한민국 장애인 배드민턴 대표팀의 실력은 세계 정상권에 속한다. 장애 등급에 따라 WH 1과 WH2로 나뉘는 휠체어 배드민턴 종목의 경우 세계 랭킹 1·2위가 한국 선수일 정도로 높은 실력을 보유하고 있다. 동남아 선수들이 강세를 보이는 스탠딩 종목의 경우도 매년 4강권에 드는 경쟁력을 보여주고 있다.

특히 올 3월, 18년간 장애인 배드민턴 대회를 운영해온 요넥스 코리아가 대한장애인배드민턴협회의 공식 후원사가 되면서 장애인 대표팀은 체계적인 지원 속에 도쿄 패럴림픽 첫 메달 도전에 탄력을 받게 되었다.

10여 년째 장애인 배드민턴단의 수장을 맡고 있는 김요정 감독은 “이번 대회에서 대표팀은 총 4개의 금메달을 노리고 있다. 소집 훈련과 태극오른, US오픈을 거치며 선수들의 기량이 많이 성장했다. 국내에서 열리는 만큼 선수들이 좋은 기량을 보여줬으면 좋겠다”고 말했다.

대표팀이 가장 기대를 갖고 있는 선수는 휠체어 WH1 종목에 출전하는 김정준 선수다. 복식과 단식에 모두 출전하는 김정준 선수는 대표팀 선수 중 메달 획득 가능성이 가장 높은 선수다. 김정준 선수는 “나라를 대표해서 나가는 만큼 최선을 다해 목표를 달성할 수 있도록 노력하겠다”며 각오를 밝혔다.

대표팀 선수들은 하나 같이 이번 대회를 통해 장애인 배드민턴에 대한 관심이 높아지길 기대했다. 스탠딩 종목에 참여하는 심정환 선수는 “일반 동호인 분들에게는 장애인 배드민턴이란 종목이 생소하고 어색하시겠지만, 비장애인 선수들만큼 장애인 배드민턴 선수들이 열심히 땀 흘리고 준비하고 있다는 걸 알아주셨으면 좋겠다”며 배드민턴 동호인들의 관심을 부탁했다.

재활의 목적에서 이제는 삶의 새로운 목표가 된 장애인 배드민턴. 울산에서 국내 장애인 배드민턴 활성화의 싹이 틔어 올라갈지 관심이 모아진다. 허보람 객원기자 hughandong@naver.com

‘중국화 논란’ 꼬집는 아우구스투의 브라질 대표 선발

(베이징 귀안)

청춘 in CHINA

축구센스·활동량에 피지컬까지 완벽 브라질 대표팀 밸런스에 딱 맞는 선수 한국대표팀도 냉정한 선수 선발 필요



중국에서도 좋은 기량을 유지하며 브라질 대표팀에 발탁되고 있는 아우구스투. 사진제공 | 베이징 귀안

본체정정(本體淸淨)이란 말이 있다. 연꽃은 어떤 곳에 있어도 푸르고 맑은 줄기와 잎을 유지한다는 뜻이다. 축구에도 이런 선수들이 있다. 어느 리그, 어느 팀에서 뛰든 실력을 유지하는 선수들이다. 그곳이 비록 중국리그라도 말이다.

티테 감독이 이끄는 브라질 대표팀은 최근 11월 친선경기 2연전에서 나설 25명의 선수 명단을 발표했다. 네이마르(파리 생제르맹), 가브리엘 제수스(맨체스터 시티) 등 선수 면면이 화려하다. 그런데 명단에서 한 선수가 유독 돋보인다. 유럽 빅 리그가 아닌, 중국 슈퍼리그 베이징 귀안에서 뛰고 있는 헤나투 아우구스투다. 그는 전임 동가 감독 시절부터 현재 티테 감독 체제에서까지 꾸준히 명단에 이름

을 올리고 있다.

2005년 브라질 플라멩구에서 프로 커리어를 시작한 아우구스투는 독일 레버쿠젠에서 4시즌 간 활약했다. 이후 브라질 코린치안스로 소속팀을 옮겼다. 그는 일정이 빽빽하기로 유명한 브라질리그를 전 경기 출전하는 등 완벽한 체력을 보여줬다. 2015년엔 팀의 리그 우승을 이끌며 Bola de Ouro(브라질리그 최우수 선수상)를 수상했다. 이런 활약을 지켜보던 베이징은 2016년 겨울 이적시장에서 800만 유로(104억원)의 이적료로 영입했다. 그는 첫 시즌부터 팀의 에이스로 거듭났다. 두 번째 시즌인 올해도 컵 대회 포함 27경기서 4득점했다. 베이징은 최근 그와 2021년까지 재계약했다.

아우구스투는 지난 4일 장춘 아타이와의 시즌 마지막 경기서도 선발 출전해 풀타임을 소화했다. 이날 그는 코너킥과 각종 프리킥을 전담하는 뿐만 아니라 넓은 시야와 허를 찌르는 패스로 팀의 중심을 잡았다. 그라운드 곳곳에서 공을 잡는 등 활동량도 좋았다. 무엇보다 186cm, 90kg의 신체에서 나오는 몸싸움이 탁월했다. 베이징 현지 팬 류신룡은 이날 경기를 보며 “그가 압박을 쉽게 풀고 볼을 잘 간수하기 때문에 상대 수비의 공간이 자주 열린

다. 공격수들이 끝난 더 놓아준다면 지금의 순위(9위)보다는 높았을 것”이라고 했다.

이날 아우구스투는 브라질 대표팀에 계속 차출되는 이유를 증명했다. 축구센스와 활동량, 그리고 피지컬까지 모두 갖춘 선수는 브라질에 흔치 않다. 그는 대표팀의 밸런스를 위해서도 꼭 필요하다. 그와 짝을 이루는 중원자원은 파울리뉴, 디에고, 쿠티뉴 등 주로 공격형이기 때문이다. 더욱이 그의 희생적인 플레이는 다른 선수들에게 더 많은 기회를 주기도 한다.

최근 한국 대표팀에서 ‘중국화 논란’이 다시 점화되고 있다. 수비진을 이루는 슈퍼리그 소속 선수들의 기량과 소속 팀 출전시간 등이 도마 위에 올랐다. 기량이 떨어지는 선수를 선발하는 것은 분명 문제가 있다. 하지만 단순히 중국리그라는 이유로 선수들을 평가하며 비판 아닌 비난을 해선 안 된다. 대표팀의 특성에 맞는 선수라면 리그를 막론하고 냉정히 선발하는 게 옳다. 더럽고 척박한 땅에서도 꽃피고 아름답게 피어하는 연꽃처럼 선수들도 어디서든 충분히 제 기량을 유지를 할 수 있기 때문이다. 아우구스투가 이를 증명해냈다.

지현의 대학생 명예기자 jirrad92@gmail.com

K리그 아이돌 홍보대사 ‘실종사건’

바쁜 스케줄 ‘러블리즈’...아쉬운 활동 임명 아닌 위촉...홍보 활동 강요 못해 신인급 활용하는 J리그 벤치마킹 필요

혹시나 했는데 역시나였다. 2017 K리그 시즌이 끝나가지만 K리그 홍보대사인 아이돌 ‘러블리즈’는 K리그 전 구장 어디에도 모습을 드러내지 않았다. 활발한 활동을 보이는 박재정이나 J리그의 사례에 비해 K리그의 홍보대사 활용 방식은 아쉽기만 하다.

우선, 지난해에 이어 올해도 K리그 홍보대사로 활동하고 있는 박재정은 다양한 노력으로 K리그에 대한 관심을 불러오고 있다. 포털을 통해 ‘박재정의 축구여행’이라는 칼럼을 기고하며 K리그 흥행에 필요한 다양한 아이디어를 직접 내고 있다. 또한 K리그 전 구단의 흥경기를 방문하여 인증샷을 찍는 공약을 수행 중이다.

반면 러블리즈의 홍보대사 활동은 아쉽기만 하다. K리그 경기 도중 전광판을 통해 나오는 ‘경

가장 매너 캠페인’ 5편과 ‘러블리즈와 함께 알아보는 K리그 키워드’ 제작에 참여하는데 그쳤다. 10편의 영상마저도 경기장 상영 이외에 실질적인 활동은 부족하다. 오히려 지금은 종영했지만 ‘SBS 풋볼매거진 골!’이 SNS를 통해 펼쳤던 ‘풋볼매거진 라이브’가 시즌 동안 팬들의 관심을 끌었다. 이런 악순환은 2012년 홍보대사라는 타이틀이 생긴 이후 계속해서 반복되고 있다.

사실 홍보대사 임명은 처음부터 연맹이 ‘올인 상황’에서 시작할 수밖에 없다. K리그 홍보대사는 ‘임명’이 아닌 ‘위촉’ 형식으로 운영하고 있다. ‘어떤 일을 나에게 부탁한다’는 위촉의 뜻처럼 바쁜 스케줄의 아이들에게 홍보대사 역할은 그저 연맹이 ‘부탁’한 일이기 때문에 적극적인 활동을 기대하긴 사실상 어려운 상황이다.

이런 상황에서 J리그의 사례는 좋은 참고사례가 될 수 있다. 2010년부터 홍보대사 격인 ‘J리그 여성 매니저’를 운영하고 있는 J리그는 바쁜 스케줄의 유명 연예인 대신 인지도가 신인급인 연예인을 활용해 J1과 J2 리그의 50개 전 구



지난 2월 23일, K리그 미디어데이에서 홍보대사로 깜짝 위촉된 아이돌 러블리즈.

사진제공 | 흥진영

장을 한 시즌 동안 방문하고 있다. 단순히 경기장만 방문하는 것이 아닌 그 지역의 음식을 홍보하고 지역 미디어와 SNS 이벤트 참여, 개인 SNS를 활용한 홍보까지 활발한 활동을 펼치고 있다. 리그의 규모차이가 있어 단순 비교는 다르지만 홍보대사에 대한 활동 범위를 정했다면 K리그에서도 충분히 활용할 수 있는 사례다. 2012년부터 2017년까지 운영된 K리그 홍보

대사는 축구인부터, 아이돌, TV 애니메이션 캐릭터까지 다양한 형태로 운영되지만 실질적인 효과를 거둔 적은 없다. 그저 유명세만 고려하여 위촉한다고 저절로 K리그에 대한 애정심이 생기는 것은 아니다. ‘Talk about K League’라는 슬로건처럼 K리그 이야기를 많은 사람들에게 전할 수 있는 홍보대사가 탄생하길 희망해 본다. 흥진영 대학생 명예기자 richard1013@naver.com