

Sport Industry

# SI포커스

**KISS** 한국스포츠정책과학원  
Korea Institute of Sport Science

## 국내 요가 산업 경쟁력 분석: 실태조사를 중심으로

김 지 영(University of Texas at Austin)

- I 들어가는 말 : 요가산업의 산업적 가치
- II 분석의 출발점 : 요가 산업경쟁력 확보
- III 국내 요가 산업 경쟁력 강화 방안
- IV 경영현황 분석에 따른 시사점

## 요 약

본 연구의 목적은 국내 요가산업의 주요 경영현황을 분석하고 전체 스포츠산업과 유사 업종 간 비교를 통해 향후 정책지원 방향성을 제시하는데 있다. 본 연구의 목표를 달성하고자 요가 사업체들의 대외경쟁력 평가와 향후 전망을 검토하고, 향후 산업 경쟁력 강화 방안을 제시하였다. 분석에 사용된 자료는 한국스포츠정책과학원에서 발행한 「2017년 생활스포츠산업 실태조사-요가」을 바탕으로 하였다.

분석에 사용된 자료는 한국표본산업분류의 「산업특수분류」 중 「스포츠산업 특수분류 V3.0」을 적용하였다. 대외 경쟁력 확보 방안으로는 관련 정책부처 지원과 전문인력 양성, 홍보 및 마케팅 강화 등을 검토하였으며, 산업 발전 저해 요인으로는 제도 및 규제 과다와 정부 지원 미흡, 자금부족, 전문인력 부족 등을 다뤘다. 정부지원 필요 부문에서는 자금지원 확대, 전문인력 양성 지원, 각종 국제 대회 유치 등이었다. 마지막으로 향후 매출 증대 방안을 위해 홍보 및 마케팅 강화, 내수시장 확대, 전문인력 채용 등을 살펴봤다.

요가산업의 스포츠 산업 내 경쟁력 강화를 분석한 결과 다음과 같은 시사점을 도출되었다. 우선, 단기전망 대비 장기전망을 긍정적으로 평가하고 있었으며, 장기전망은 스포츠 교육기관에서 가장 긍정적으로 평가하고 있었다. 앞서 논의한 바와 같이 워라벨을 중시하는 젊은 세대들의 요가 참여도가 높아짐에 따라 교육 서비스의 확대에 대한 기대감이 반영되었다고 분석된다. 향후 전망에 따라 지속적인 성장을 유도하기 위해서는 정부 지원이 필요하며, 정책적으로는 전문 인력을 체계적으로 양성하고 관리할 수 있는 제도 마련이 기대된다. 또한 사업체 규모와 업종별로 세분화된 자금지원 정책은 물론 요가산업의 지속적이고 안정적인 확대를 위한 구체적이고 적용 가능한 홍보 및 마케팅 방안을 제시할 필요가 있다.

## I. 들어가는 말 : 요가산업의 산업적 가치

스트레스가 일상화되면서 정신건강 관리에 공을 들이는 사람들이 크게 늘어나고 있다. 아직 국내에서는 정신과 치료 및 상담에 거부감을 느끼는 사람이 많다보니 대안수단으로 필라테스나 요가를 통한 명상 등 생활 속에서 스트레스를 해소하려는 ‘애슬레저’ 열풍이 불고 있다. 애슬레저는 ‘애슬레틱(athletic)’과 ‘레저(leisure)’의 합성어로 운동을 통해 스트레스를 풀고 동시에 휴식을 즐기는 것을 일컫는다. 2010년대에 들어 전 세계는 키포크, 휘게, 미니멀라이프 등 물질만능주의에 브레이크를 걸며 ‘슬로우라이프’ 트렌드가 확산되었다. 국내에서도 2018년 주 52시간 근무제가 시행되면서 한국 소비자들의 저녁이 변하기 시작했다. 회사에서 밤늦게까지 일을 하며 번아웃 됐던 일상이, 퇴근 후 소소한 행복을 누리는 “저녁이 있는 삶”으로 변해갔다. 이와 함께 일과 삶의 균형을 뜻하는 ‘워라밸(work-life-balance)’을 중요시 하는 젊은 직장인 세대를 위한 새로운 상품들이 등장했다. 직장이 밀집되어 있는 서울 시내 백화점 문화센터는 ‘워라밸’을 중시하는 직장인 대상의 강좌를 새롭게 오픈했다. 바디밸런스, 발레, 필라테스, 요가 등 ‘워라밸’을 지켜줄 아카데미 프로그램들이 퇴근 시간 이후인 6시 이후에 집중 배치됐다. 현대백화점이 전국 15개 점포 문화센터의 2018년 여름학기 강좌를 신청한 고객을 분석한 결과 2030 직장인 비중이 전년 대비(13.1%) 두 배 늘어난 수치를(25.7%) 기록했다. 한국경제신문은 2014년 기준 국내 요가 관련 시장 규모는 1조원, 요가를 즐기는 사람은 200만 명이라고 발표했다. 이후 국내 요가 인구는 급격히 성장해 2019년 기준 국내 요가 인구는 300만 명에 달하는 것으로 추산된다.

요가 산업 성장의 최대 수혜자로 꼽히는 애슬레저 의류 시장은 요가 산업 성장과 함께 절정기를 맞이하고 있다. 산업통상자원부에 따르면 국내 애슬레저 시장 규모는 2010년 5000억 원에서 2018년 2조원 규모로 증가했으며, 한국패션산업연구원은 2020년 국내 애슬레저 시장 규모가 3조원에 육박할 것으로 전망하였다. “콘도 회원권을 소유하고 여행과 운동을 좋아하는 32세 전문직 여성. 33세나 31세는 안됨”이라며 자사의 타겟층을 명확하게 못 박은 캐나다의 요가복 브랜드 룰루레몬은 운동복의 샤넬이라고 불린다. 2013년 세계 스포츠용품 시장에서 매출 순위 11위였던 룰루레몬은 2018년 세계 5위 브랜드로 도약했다. 2018년 11월 기준 전 세계 요가인구는 약 3억 명인 것으로 추산되며 2019년부터 2023년까지 글로벌 요가의류 시장은 연평균 6%이상 성장할 것으로 전망된다. 전 세계 시장에 룰루레몬이 있다면 국내 시장에는 ‘룰루레몬보다 못할 것 없는’ ‘안

다르'가 급성장세를 보이고 있다. 요가 강사였던 안다르 신애련 대표는 '요가복은 왜 다 불편하고 예쁘지 않을까?'라는 질문으로 시작해 2018년 매출 400억 대박을 터뜨렸다. 너무 비싼게 흠이었던 롤루레몬 덕분에 거둔 성과로 롤루레몬 보다 못할 것 없는 요가복을 보다 합리적인 가격에 판매하기 위해 고군분투했다. 그 결과 한국 여성 체형에 꼭 맞는 요가복을 개발했고 2019년 기준 전국 20여 곳의 주요 백화점과 쇼핑몰 등에 오프라인 매장을 운영하고 있다. 이마트도 요가 열풍에 편승하여 '대중적인 요가복'으로 요가 시장 공략에 나섰다. 이마트는 패션 자체상표(PB) 데이즈를 통해 '합리적인 가격에 좋은 품질의 제품을 내놓는다'는 기존 컨셉트에 맞춰 2019년 3월 요가복 22종을 출시했다.

요가 열풍은 관광산업에도 영향을 끼쳤다. 내 몸을 위해 건강한 음식을 먹고, 명상이나 요가를 배우고, 공기 좋은 자연 속을 거니는 '웰니스 관광'이 각광을 받기 시작했다. 문화체육관광부와 한국관광공사도 이런 관광트렌드에 주목하고 웰니스 관광지를 선정하여 육성하고 해외시장까지 홍보하는데 힘쓰고 있다. 한국관광공사는 공식 홈페이지를 통해 전국 41개의 웰니스 관광지를 추천하고 있다. 충북 제천 숲 속에 자리한 포레스트 리솜은 해발고도 490~690m 고지대에 위치한 자연친화적 힐링 리조트로 아쿠아플로팅요가, 요가명상 등 요가와 관련된 프로그램을 제공하며 전 연령을 아우르는 관광객들에게 어필하고 있다. 충주시 노은면에 자리한 명상치유센터 '깊은 산속 옹달샘'에서도 자연을 접하고, 몸과 마음을 치유하는 프로그램을 운영하고 있다. 자연 속에서 심과 회복의 공간으로 사용하고자 하는 현대인들에게 산책, 명상, 요가와 같은 프로그램과 함께 건강한 식재료로 구성된 '사람 살리는 식단'을 제공하여 삶에 지친 현대인들에게 인기를 끌고 있다.

요가를 집에서 즐기는 '홈트족(族)' 역시 늘어나고 있다. 홈트는 '홈 트레이닝'의 준말로 스마트폰이나 PC로 영상물을 보며 집에서 혼자 하는 운동을 뜻한다. 특별한 장비가 없어도 쉽게 따라할 수 있고 시간과 공간의 제약을 받지 않아 바쁜 직장인 사이에서 더욱 인기다. 홈트 열풍은 유튜브 등을 통해 확산되고 있다. 유튜브는 초보자를 비롯하여 상급자까지 모두를 만족시킬 수 있는 다양한 '홈트' 콘텐츠로 넘쳐나고 있다. 요가 콘텐츠는 모닝 공복 요가, 하체 부기 제로 요가, 퇴근 후 스트레스 힐링 요가, 과식 후 칼로리 버닝 요가, 정신이 맑아지는 요가 등 세분화하여 제공되고 있다.

요가는 오프라인은 물론 온라인상에서도 인기를 끌며 다양한 연령대와 계층을 사로잡고 있다. 요가의 대상에 따라 실버 요가, 어린이 요가, 청소년 요가, 임산부 요가 등이 있고, 직장요가, 거실요가, 플라잉 요가, 핫요가, 빈야사 요가, 만뜨라 요가, 안따라가 요가, 힐링요가, 워킹요가 등 그 프로그램에 따라 다양한 이름이 붙는다. 앞으로도 요가의 인기는 지속될 것으로 보이며 이에 따라 스포츠 산업에서 요가가 차지하는 비중도 점차

늘어날 것으로 전망된다. 이에 요가 사업체의 대외 경쟁력 현황을 살펴봄으로써 요가산업 대외 경쟁력 확보 방안을 도출하고 정부지원 등 효과성과 효율성이 높은 정책적 지원 방향을 제시하고자 한다. 이를 위해 본 연구에서는 한국스포츠정책과학원에서 발간한 「2018 생활스포츠산업 실태조사(요가)」의 결과보고서를 참고하였다.

## II. 요가 산업경쟁력 확보

### 1. 요가 사업체 대외경쟁력 현황

국제 경쟁제품 대비 사업체의 경쟁력 평가에서는 전체 경쟁력 수준을 48.9점 수준으로 평가한 가운데, 기술(59.2점), 품질(58.0점), 인적자원(51.0점)의 대외경쟁력을 높은 수준으로 평가함. 정부 지원은 21.5점으로 타 부문 대비 크게 낮은 수준으로 나타났다.



그림 1. 요가 사업체 대외경쟁력 평가

사업체 규모별로 보면, 모든 규모의 사업체에서 기술 부문의 대외 경쟁력 수준을 가장 높게 평가하였으며, 사업체의 규모가 클수록 모든 부문의 경쟁력을 높게 평가하고 있다.

표 1. 사업체 규모별 대외경쟁력 평가(100점 만점 기준)

(단위 : 점)

구분	전체경쟁력	기술	품질	인적자원	가격	생산기반	홍보 마케팅	정부 지원
전체	48.9	59.2	58.0	51.0	45.8	39.3	38.2	21.5
1~4인	48.0	58.2	56.7	50.2	44.5	38.4	37.3	20.0
5~9인	54.3	66.6	66.4	54.4	53.2	43.0	42.2	31.3
10인 이상	72.4	77.0	76.9	77.0	76.3	68.2	65.7	48.6

업종 중분류 기준으로는 스포츠 교육기관의 대외 경쟁력 평가가 타 업종 대비 낮은 수준이며, 운동 및 경기용품 유통 및 임대업의 대외 경쟁력이 타 업종 대비 높은 수준으로 나타났다.

표 2. 업종별 대외경쟁력 평가(100점 만점 기준) - 중분류

(단위 : 점)

구 분		전체 경쟁력	기술	품질	인적 자원	가격	생산 기반	홍보 마케팅	정부 지원
전 체		48.9	59.2	58.0	51.0	45.8	39.3	38.2	21.5
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	52.3	61.0	60.6	53.5	49.1	44.7	41.8	31.1
스포츠 용품업	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	62.5	59.7	62.5	59.7	62.5	52.8	52.8	47.2
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	25.0	50.0	25.0
	스포츠 교육기관	48.7	59.2	57.9	50.9	45.6	39.0	38.0	21.0

## 2. 사업체 향후 전망

향후 산업 전망에 대해서는 단기전망은 45.1점으로 다소 부정적으로 평가된 가운데, 장기전망은 55.1점으로 긍정적으로 평가하는 것으로 나타났다.

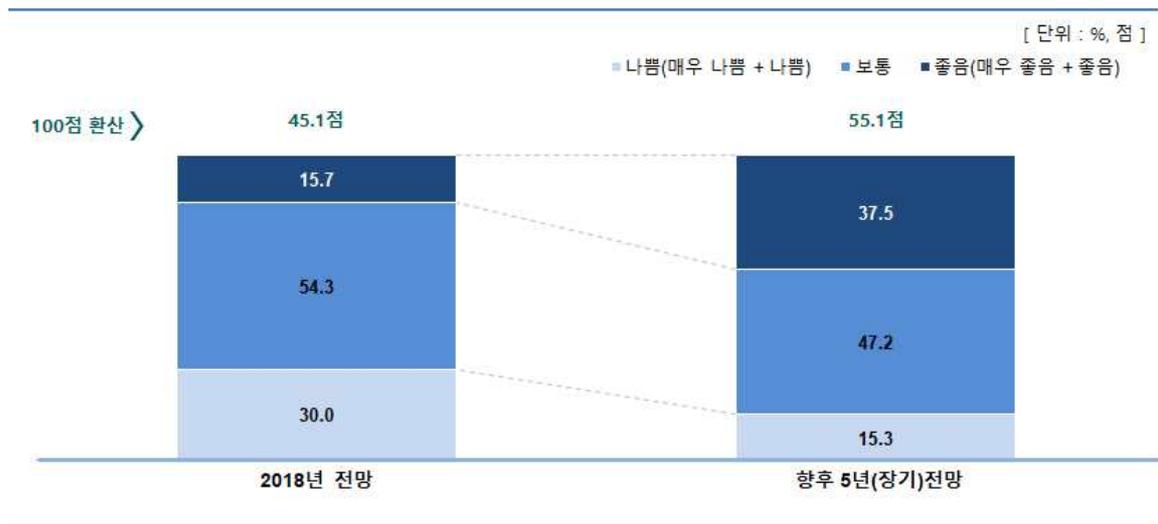


그림 2. 사업체 향후 전망

사업체 규모에 따라서는 규모가 클수록 2018년 단기전망에 대해서 높게 평가하는 경향을 보였으며, 모든 규모에서 장기전망을 단기전망 대비 긍정적으로 평가하였다. 10인 이상의 사업체에서는 단기/장기 전망 모두 좋아질 것으로 평가하고 있었다.

표 3. 사업체 규모별 향후 전망

(단위 : %, 점)

구 분	나쁨 %		보통 %		좋음 %		100점 평균	
	2018년	향후 5년	2018년	향후 5년	2018년	향후 5년	2018년	향후 5년
전 체	30.0	15.3	54.3	47.2	15.7	37.5	45.1	55.1
1~4인	31.9	16.1	52.9	48.1	15.2	35.8	44.5	54.5
5~9인	16.4	9.8	63.9	36.5	19.7	53.7	49.2	60.2
10인 이상	3.6	0.0	75.4	67.2	21.0	32.8	54.4	58.2

업종 대분류 기준으로 보면 스포츠 시설업과 스포츠 서비스업은 단기대비 장기전망을 긍정적으로 평가하였으며, 스포츠 용품업은 단기와 장기 전망 모두 44.4점으로 부정적일 것으로 평가하였다. 업종 중분류 기준으로 보면 단기전망은 스포츠키 경기 서비스업이 가장 높게 평가하였으며, 스포츠시설 운영업이 가장 낮게 평가하였다. 장기전망은 스포츠 교육기관이 가장 높게 평가하고 있었다.

표 4. 업종별 향후 전망 - 중분류

(단위 : %, 점)

구 분	나쁨 %		보통 %		좋음 %		100점 평균		
	2018년	향후 5년	2018년	향후 5년	2018년	향후 5년	2018년	향후 5년	
전 체	30.0	15.3	54.3	47.2	15.7	37.5	45.1	55.1	
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	33.5	20.0	48.0	44.3	18.6	35.7	43.8	52.4
스포츠 용품업	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	27.8	27.8	50.0	50.0	22.2	22.2	44.4	44.4
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0
	스포츠 교육기관	29.9	15.1	54.5	47.2	15.6	37.7	45.1	55.3

### Ⅲ. 국내 요가 산업 경쟁력 강화 방안

#### 1. 대외 경쟁력 확보 방안

대외 경쟁력을 확보하기 위한 방안으로는 홍보 및 마케팅 강화가 30.6%로 가장 높고, 관련 정책부처 지원(26.8%), 전문인력 양성(24.8%) 등의 순으로 나타났다.

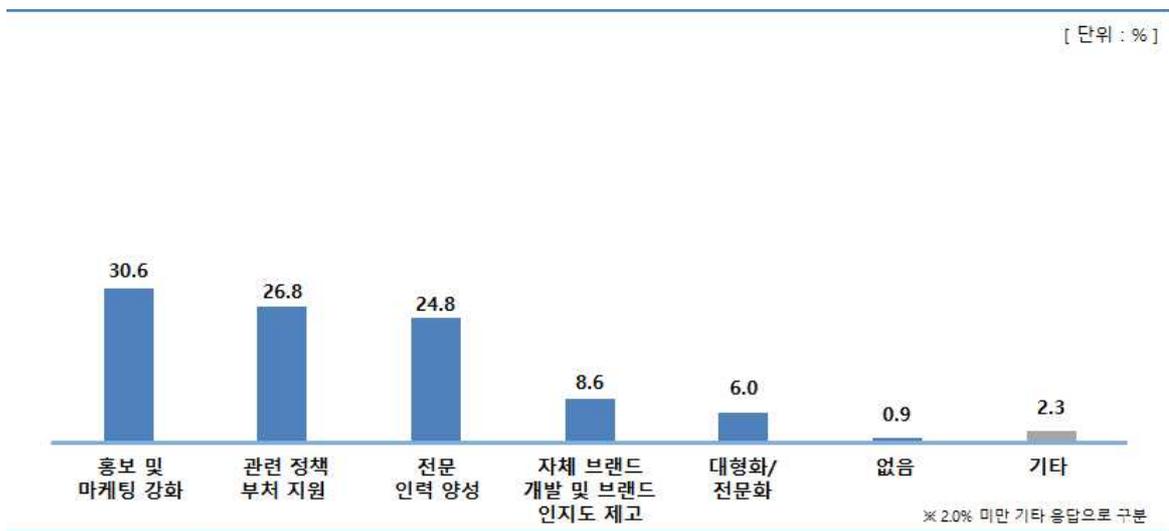


그림 3. 대외 경쟁력 확보 방안

모든 규모의 사업체에서 홍보 및 마케팅 강화가 가장 높게 나타났으며, 특히 10인 이상의 사업체에서는 홍보 및 마케팅 강화가 71.5%로 가장 높게 나타났다.

표 5. 사업체 규모별 대외 경쟁력 확보 방안

(단위 : %)

구분	홍보 및 마케팅 강화	관련 정책부처 지원	전문인력 양성	자체 브랜드 개발 및 브랜드 인지도 제고	대형화/전문화	국산 제품 품질 제고	산/학/연 협력 강화	없음	기타
전체	30.6	26.8	24.8	8.6	6.0	1.0	0.5	0.9	0.7
1~4인	28.5	26.1	27.2	9.0	5.9	1.1	0.6	0.8	1.4
5~9인	43.8	36.1	7.2	5.2	5.4	0.8	0.0	1.5	0.0
10인 이상	71.5	0.0	0.0	6.8	21.6	0.0	0.0	0.0	0.0

모든 대분류 업종에서 대외 경쟁력 확보 방안으로 홍보 및 마케팅 강화가 가장 높게 나타남. 관련 정책부처 지원에 대해서는 스포츠 서비스업이 타 업종 대비 높게 나타났으며, 자체브랜드 개발 및 브랜드 인지도 제고에 대해서는 스포츠 용품업이 타 업종 대비 높게 수준임 모든 중분류 업종에서도 역시 홍보 및 마케팅 강화가 가장 높게 나타났다.

표 6. 업종별 대외 경쟁력 확보 방안 - 중분류

(단위 : %)

구분	홍보 및 마케팅 강화	관련 정책부처 지원	전문인력 양성	자체 브랜드 개발 및 브랜드 인지도 제고	대형화/전문화	국산제품 품질 제고	산/학/연 협력 강화	없음	기타	
전체	30.6	26.8	24.8	8.6	6.0	1.0	0.5	0.9	0.7	
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	47.0	18.8	20.0	5.0	4.6	1.1	2.3	1.1	0.0
스포츠 용품업	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	33.3	16.7	22.2	27.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	스포츠 교육기관	29.9	27.1	25.1	8.7	6.1	1.0	0.5	0.9	0.7

## 2. 산업 발전 저해 요인

요가 종목의 발전을 저해하는 요인으로는 자금부족이 28.5%로 가장 높고, 사업체 규모 영세성(17.2%), 제도 및 규제 과다(15.8%) 등의 순으로 나타났다.

[ 단위 : % ]

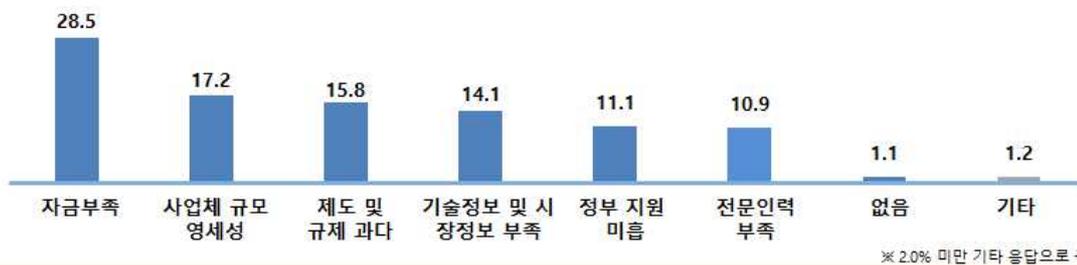


그림 4. 산업 발전 저해 요인

사업체 규모와 상관없이 산업 발전 저해 요인으로 자금부족을 뽑았으며, 특히 5~9인 사업체에서 자금부족이 46.5%로 가장 높게 나타났다.

표 7. 사업체 규모별 산업 발전 저해 요인

(단위 : %)

구 분	자금부족	사업체 규모 영세성	제도 및 규제 과다	기술정보 시장정보 부족	정부지원 미흡	전문인력 부족	외국업체의 시장잠식	없음	기타
전 체	28.5	17.2	15.8	14.1	11.1	10.9	0.3	1.1	0.9
1~4인	26.4	18.3	15.4	14.1	11.9	11.9	0.3	0.8	1.0
5~9인	46.5	9.8	19.1	14.7	4.6	3.7	0.0	1.5	0.0
10인 이상	37.0	0.0	18.0	12.6	11.7	0.0	3.2	17.4	0.0

업종 중분류 기준으로는 스포츠시설 운영업과 스포츠 교육기관에서는 자금부족이 가장 높게 나타났으며, 운동 및 경기용품 유통 및 임대업과 스포츠경기 서비스업은 사업체 규모 영세성 응답이 가장 높게 나타났다.

표 8. 업종별 산업 발전 저해 요인 - 중분류

(단위 : %)

구 분	자금부족	사업체 규모 영세성	제도 및 규제 과다	기술정보 시장정보 부족	정부지원 미흡	전문인력 부족	외국업체의 시장잠식	없음	기타	
전 체	28.5	17.2	15.8	14.1	11.1	10.9	0.3	1.1	0.9	
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	23.6	17.7	16.5	15.6	12.0	7.3	1.1	6.2	0.0
스포츠 용품업	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	11.1	38.9	16.7	11.1	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	스포츠 교육기관	28.8	17.0	15.8	14.1	11.1	11.1	0.2	0.9	1.0

### 3. 정부지원 필요 부문

정부 및 지자체의 지원이 우선적으로 필요한 부문으로는 자금지원 확대 응답이 52.3%로 절반 이상으로 나타났고, 전문인력 양성지원(14.4%), 연구개발 및 기술 지원(13.8%), 스포츠산업 통합정보망 구축(10.6%)등의 순으로 나타났다.

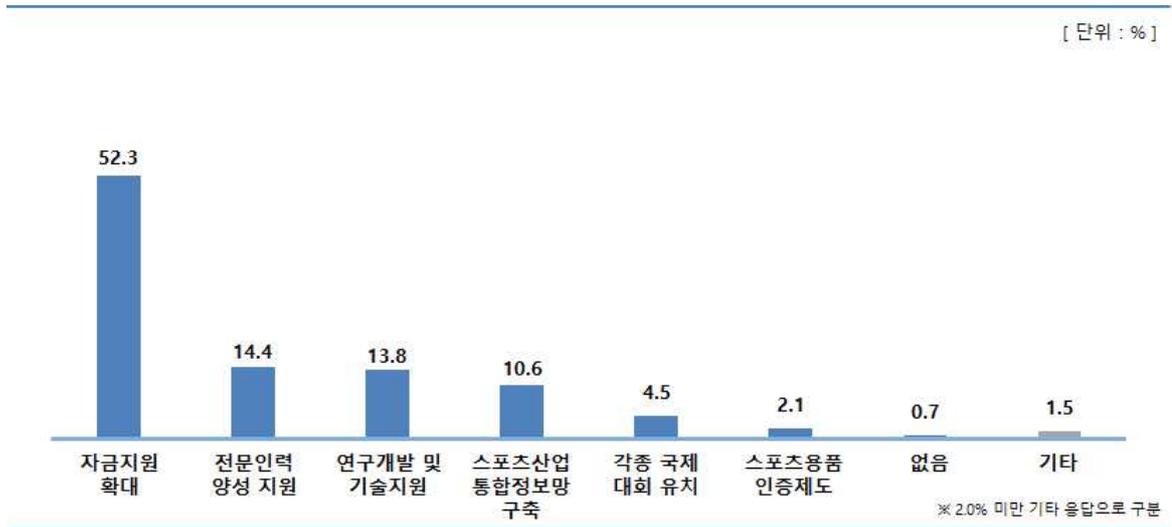


그림 5. 정부지원 필요 부문

사업체 규모에 따라서는 모든 규모에서 자금지원 확대 응답이 절반 이상으로 나타났으며, 10인 이상 규모에서는 연구개발 및 기술지원이 타 집단 대비 상대적으로 높은 수준으로 나타났다.

표 9. 사업체 규모별 정부지원 필요 부문

(단위 : %)

구분	자금지원 확대	전문인력 양성 지원	연구개발 및 기술지원	스포츠산업 통합정보망 구축	각종 국제 대회 유치	스포츠용품 인증제도	국제교류 및 해외시장진출지원	없음	기타
전체	52.3	14.4	13.8	10.6	4.5	2.1	0.2	0.7	1.3
1~4인	51.6	15.4	14.1	11.2	3.7	2.0	0.0	0.5	1.4
5~9인	57.7	7.5	10.5	6.2	12.2	2.1	2.3	0.8	0.8
10인 이상	57.7	0.0	18.9	3.6	3.6	3.2	0.0	12.9	0.0

업종 중분류 기준으로는 대부분의 업종에서는 자금지원 확대가 가장 높게 나타났으며, 운동 및 경기용품 유통 및 임대업은 연구개발 및 기술지원이 가장 높게 나타났다.

표 10. 업종별 정부지원 필요 부문 - 중분류

(단위 : %)

구 분		자금지원 확대	전문인력 양성 지원	연구개발 및 기술지원	스포츠산업 통합정보망 구축	각종 국제대회 유치	스포츠용품 인증제도	국제교류 및 해외시장 진출지원	없음	기타
전 체		52.3	14.4	13.8	10.6	4.5	2.1	0.2	0.7	1.3
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	50.0	9.6	9.7	9.2	9.6	5.0	0.0	4.6	2.3
스포츠 용품업	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	27.8	11.1	33.3	0.0	0.0	27.8	0.0	0.0	0.0
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	스포츠 교육기관	52.5	14.6	13.9	10.7	4.4	1.8	0.2	0.6	1.3

#### 4. 향후 매출 증대 방안

사업체의 향후 매출 증대 방안으로는 홍보 및 마케팅 강화가 55.3%로 절반 이상을 차지하였으며, 내수시장 확대(18.9%), 전문 인력 채용(10.9%) 등의 순으로 나타났다.

[ 단위 : % ]

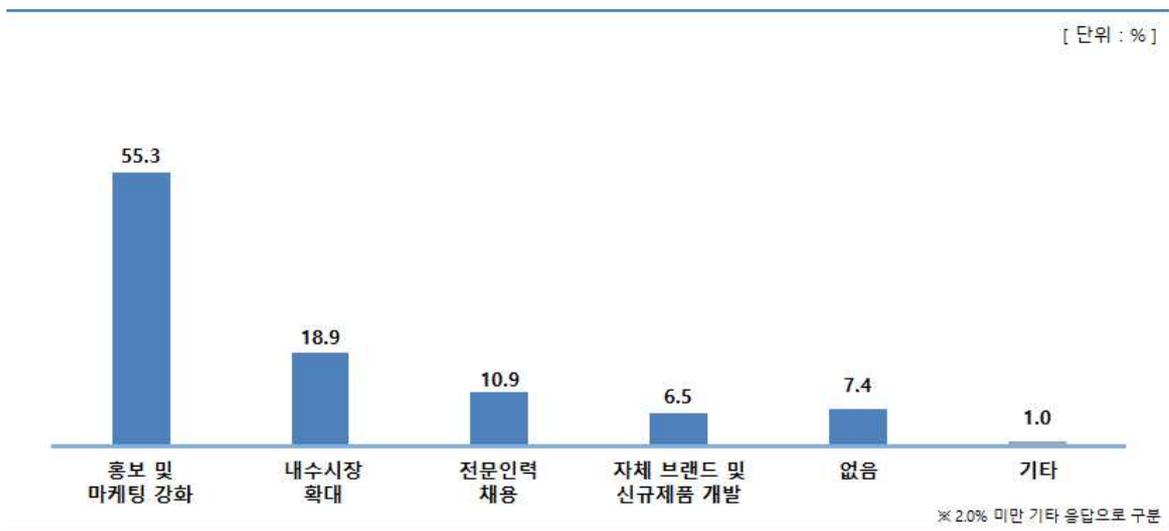


그림 6. 향후 매출 증대 방안

사업체 규모와 상관 없이 향후 매출 증대 방안으로 홍보 및 마케팅 강화 응답이 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 내수시장 확대 순으로 나타났다. 1~4인 사업체 규모에서는 전문인력 채용 응답이 타 규모 사업체 대비 높게 나타났다.

표 11. 사업체 규모별 향후 매출 증대 방안

(단위 : %)

구 분	홍보 및 마케팅 강화	내수시장 확대	전문인력 채용	자체 브랜드 및 신제품 개발	해외시장 진출 확대	없음	기타
<b>전 체</b>	<b>55.3</b>	<b>18.9</b>	<b>10.9</b>	<b>6.5</b>	<b>0.4</b>	<b>7.4</b>	<b>0.6</b>
스포츠 시설업	61.9	10.8	10.3	4.6	1.6	6.2	4.6
스포츠 용품업	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
스포츠 서비스업	55.0	19.1	10.9	6.6	0.3	7.5	0.5

모든 중분류 업종 또한 홍보 및 마케팅 강화가 가장 높게 나타났으며, 스포츠경기 서비스업에서 홍보 및 마케팅 강화가 100.0%로 특히 높게 나타났다. 운동 및 경기용품 유통 및 임대업에서는 내수시장 확대가 타 업종 대비 높은 수준을 보였다.

표 12. 업종별 향후 매출 증대 방안 - 중분류

(단위 : %)

구 분	홍보 및 마케팅 강화	내수시장 확대	전문인력 채용	자체 브랜드 및 신제품 개발	해외시장 진출 확대	없음	기타	
<b>전 체</b>	<b>55.3</b>	<b>18.9</b>	<b>10.9</b>	<b>6.5</b>	<b>0.4</b>	<b>7.4</b>	<b>0.6</b>	
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	61.9	10.8	10.3	4.6	1.6	6.2	4.6
스포츠 용품업	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	스포츠정보 서비스업	55.0	19.2	10.9	6.6	0.3	7.5	0.5

## IV. 경쟁력 분석에 따른 시사점

본 연구는 요가 산업 경쟁력 강화 가능성에 대해 도출하고자 산업내·외 경쟁력 현황과 전망을 바탕으로 구체적인 강화 방안에 대해 검토하였다.

요가 산업체의 경우 단기전망은 45.1점으로 다소 부정적으로 평가하였으나, 장기전망은 55.1점으로 비교적 긍정적으로 평가하고 있었다. 사업체 규모에 따라서는 규모가 클수록 단기전망에 대해 긍정적으로 평가하는 경향을 보였다. 특히 10인 이상의 사업체에서는 단기/장기 전망 모두 좋아질 것으로 기대하고 있었다. 업종 대분류 기준으로 보면 스포츠 시설업과 스포츠 서비스업은 단기보다는 장기적인 관점에서 긍정적으로 평가하는 경향을 보였다.

대외 경쟁력 확보를 위해 홍보 및 마케팅 강화가 가장 높게 요구되었고 뒤이어 관련 정책부처 지원, 전문인력 양성 등의 순으로 나타났다. 대외 경쟁력 확보 방안으로 모든 규모의 사업체에서 홍보 및 마케팅의 필요성을 1순위로 꼽았다. 따라서 실효성 있는 홍보 방안마련과 정부의 보다 적극적인 지원을 통해 기술력을 바탕으로 한 경쟁력 확보가 시급한 것으로 분석되었다.

요가 산업 발전을 저해하는 요인으로는 자금부족이 가장 높고, 사업체 규모 영세성, 제도 및 규제 과다 등의 순으로 나타났다. 사업체 규모와 상관없이 산업 발전 저해 요인으로 자금부족을 꼽았으며, 특히 5~9인 사업체에서 자금부족이 45.6%로 가장 높게 나타났다. 업종 중분류 기준으로 정부지원이 필요한 영역을 살펴봤을 때 자금지원 확대가 가장 높게 나타났으며 이어 전문인력 양성 지원, 연구개발 및 기술지원 순으로 조사되었다. 따라서 요가산업의 꾸준한 성장을 위해서는 정부차원의 자금지원을 보다 확대하고 체계적인 전문인력 양성을 위한 프로그램 마련이 필요한 것으로 분석되었다.

향후 요가 산업 매출을 높이기 위해서 홍보 및 마케팅 강화가 55.3%로 가장 높게 나타났다. 업종별로 살펴보았을 때 스포츠경기 서비스업에서 홍보 및 마케팅 강화에 대한 요구가 100%로 특히 높게 나타났다. 이는 요가 시장이 점차 확장됨에 따라 업계 경쟁이 치열해졌음을 반영한다고 볼 수 있다. 시장에 대한 철저한 이해와 분석을 바탕으로 요가 시장에서 함께 성장할 수 있는 다양한 홍보 및 마케팅 방안 제시가 필요하다.

요가산업의 스포츠 산업 내 경쟁력 강화를 분석한 결과 다음과 같은 시사점을 도출되었다. 우선, 단기전망 대비 장기전망을 긍정적으로 평가하고 있었으며, 장기전망은 스포츠 교육기관에서 가장 긍정적으로 평가하고 있었다. 앞서 논의한 바와 같이 워라밸을 중

시하는 젊은 세대들의 요가 참여도가 높아짐에 따라 교육 서비스의 확대에 대한 기대감이 반영되었다고 분석된다. 향후 전망에 따라 지속적인 성장을 유도하기 위해서는 정부 지원이 필요하며, 정책적으로는 전문 인력을 체계적으로 양성하고 관리할 수 있는 제도 마련이 기대된다. 또한 사업체 규모와 업종별로 세분화된 자금지원 정책은 물론 요가산업의 지속적이고 안정적인 확대를 위한 구체적이고 적용 가능한 홍보 및 마케팅 방안을 제시할 필요가 있다.

## Sport Industry SI 포커스

**발간목적:**

SI 포커스의 발간목적은 국내 스포츠산업 동향에 대한 부문별 심층 분석을 통하여 스포츠산업 부문별 지원전략 및 정책 시사점을 도출하는데 있다.

**발행처:** 한국스포츠정책과학원 스포츠산업연구실

정지명(스포츠산업연구실 실장/책임연구위원)

유의동(스포츠산업연구실, 수석연구위원)

김상훈(스포츠산업연구실, 선임연구위원)

김민수(스포츠산업연구실, 선임연구위원)

고경진(스포츠산업연구실, 연구위원)

신성연(스포츠산업연구실, 연구위원)

박선영(스포츠산업연구실, 연구위원)