

Sport Industry

SI 포커스

KSPPO 한국스포츠정책과학원
국민체육진흥공단

내 농구산업 경영현황 분석: 생활스포츠산업 실태조사를 중심으로

김민수(한국스포츠정책과학원)

- I 들어가는 말
- II 농구산업의 규모와 성장 추이
- III 농구산업의 분석: 경영실태
- IV 농구산업의 경쟁력 확보 방안
- V 경영현황 분석에 따른 시사점

요 약

본 연구의 목적은 국내 농구산업체의 전반적인 경영현황을 분석하고 관련 산업 간 비교를 통해 국내 농구산업육성을 위한 정책지원 방향성 제시이다. 이를 위해 다음과 같은 분석과정을 수행하였다. 첫째, 매출액 발생액 등 농구산업의 전반적인 현황 파악을 바탕으로 국내 농구산업의 규모와 성장성을 확인하였다. 또한, 산업 규모측면에서 국내 스포츠산업과 농구산업을 비교하여 농구산업이 차지하는 비중을 업종별로 비교하였다. 둘째, 농구산업 업종별 경영실태를 바탕으로 산업 성장 및 수익성, 농구산업 경쟁력 확보 방안, 정부·지자체에 대한 정책적 지원요소에 대해 살펴보았다. 셋째, 농구산업 현안과 정책적 지원 방향성 논의를 통해 향후 국내 농구산업 활성화를 위한 주요 시사점을 다루었다.

이번 분석에서는 농구산업의 공급현황 파악을 위해 2018년 한국스포츠정책과학원에서 발행한 「2018년 생활스포츠산업 실태조사: 농구」 결과보고서를 기반으로 하였다. 해당 조사는 국내 1인 이상 농구산업체의 수익 및 인력구조, 정부에 대한 정책적 요구사항 등을 망라하였다. 아울러 통계청 「한국표준산업분류」의 스포츠산업 특수분류(스포츠 시설업, 스포츠 용품업, 스포츠 서비스업)를 근간으로 국내 스포츠산업 대표결과와 비교하였다. 분석기간은 2018년을 기준으로 역산한 최근 3개년으로 설정하였다.

주요 분석내용과 결과는 다음과 같다. 첫째, 농구산업의 매출액 규모, 사업체 규모에 따른 경영실적을 검토한 결과, 국내 농구산업의 전체 매출액은 전년도에 비해 소폭 감소하였으나 영업이익률 등 수익성 측면에서는 국내 중소기업 전체에 비해 월등한 것으로 나타났다. 둘째, 사업체의 규모가 클수록 매출액 규모 역시 증가하였으나 규모의 경제는 실현되지 못한 것으로 나타났다. 셋째, 업종별로 농구산업과 스포츠산업 전체를 비교한 결과 스포츠산업은 전반적으로 매출액을 기준으로 하는 경영성과가 향상되고 있지만, 농구산업의 경우에는 오히려 경영성과가 하락하는 추세가 감지되었다. 넷째, 농구산업이 대외 경쟁력을 갖추기 위해 주목해야 할 분야는 홍보 및 마케팅 강화와 관련 부처의 정책 지원이 부각되었다. 아울러 국내 농구산업체가 공통적으로 인식하는 경영촉진 저해 요인으로는 정부 지원 미흡과 운영자금 부족 등이 대두되었다. 이러한 현상은 영세한 업체들이 다수 분포하는 산업적 특성에 기인한다고 예상할 수 있다. 이러한 응답현황 등을 종합할 때 영세성 완화와 운영활동 자금유통 등 현장 수용 중심적인 정책적 지원방안을 수립하고 농구산업 현장에 대한 수용 가능성을 제고할 필요가 있다.

I. 들어가는 말

문화체육관광부의 2019 국민생활체육참여 실태조사 결과보고서에 따르면, 주1회 이상 규칙적 생활체육 참여율은 66.6%로 2012년 기준 43.4%에서 23.2%p 증가하였고, 주2회 이상 생활체육 참여율도 2012년 기준 35.0%에서 2019년 기준 52.2%로 17.2%p 증가한 것으로 나타나 국민들의 생활체육과 건강에 대한 관심이 증가하고 있다. 대중이 선호하는 스포츠 종목은 실로 다양하나 구기 종목 중에서 농구는 축구, 야구, 배구와 함께 가장 인기 있는 종목 중 하나라고 할 수 있다. 1990년대 농구대잔치의 폭발적인 인기를 바탕으로 1997년에 출범한 남자프로농구(KBL)는 한동안 높은 인기를 누렸으며 2018년 5월 국내 최초 3대3 농구 프로리그 '코리아 3x3 프리미어리그'가 출범하면서 많은 사랑을 받고 있다. 또한 최근 「우리동네 예체능」, 「핸섬타이거즈」 등 연예인들이 출연하는 TV의 농구 생활체육 프로그램 방영으로 인하여 농구에 대한 관심이 다시 증가하고 있다. 문화체육관광부가 발행하는 「2017 체육백서」에 따르면 농구 클럽 수가 2,344개에 회원수가 87,272명으로 나타나 타 종목 대비 참여인구가 굉장히 많은 편이다.

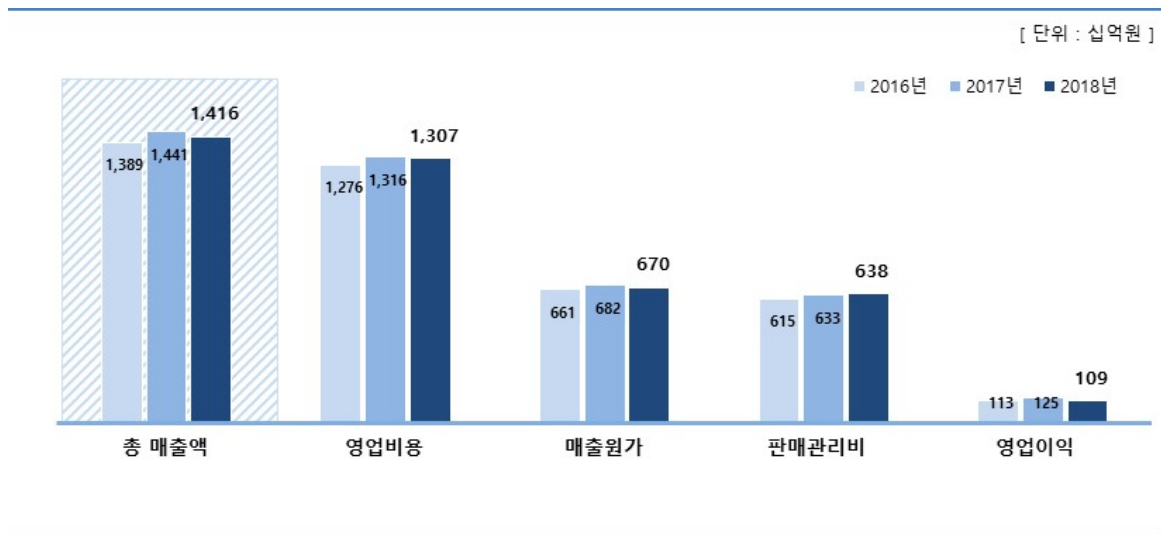
생활체육 저변확대는 스포츠산업 관점에서 중요한 의미를 가진다. 참여인구의 증대는 필연적으로 관련 종목의 용품 및 서비스 소비를 촉진하는 역할을 하며 연관 산업을 확대하는 역할을 하기도 한다. 프로농구, 3x3 농구리그 및 생활체육으로서의 농구가 활성화되면서 농구와 관련된 다양한 콘텐츠가 SNS를 통해서 생성되고 있으며 「터치플레이」, 「빨린러브」 등 구독자 수가 10만 명이 넘는 유튜브 채널도 만들어지고 있다. 생활체육 저변을 갖춘 농구산업은 스포츠산업이라는 측면에서 현재 상황과 성장 가능성을 짚어볼 필요성이 있다. 다만, 최근까지 국내 농구산업을 대상으로 주요 현안분석을 통해 육성방향성 도출을 실행한 사례는 부족한 실정이다.

문화체육관광부는 스포츠산업의 국가적 중요성에 입각하여 승인통계로써 매년 「스포츠산업 실태조사」를 실시하고 있으나 업종별 분석을 기본으로 하므로 야구, 축구, 농구 등 종목별 산업 규모와 업종 현황을 파악하는 데 한계에 직면할 수 있다. 이를 보완하고자 종목별 스포츠산업 현황을 파악하기 위해 2019년 「5대 종목 생활스포츠산업 실태조사: 농구」가 실시되었다. 따라서 본 글은 실태조사 결과를 바탕으로 업종별 매출액 등 영업현황, 규모 및 현장 정책 수요 등을 종합적으로 파악한 후 장래 농구산업의 성장과 발전을 위한 정책 추진 시사점을 논의하고자 한다.

II. 농구산업의 규모와 성장 추이

1. 농구산업의 규모

농구 종목의 총 매출액은 2018년 기준 약 1조 4,160억 원 수준으로 2017년 대비 약간 감소한 것으로 나타났다. 그리고 총 매출의 구성은 영업비용이 약 1조 3,070억 원, 영업이익이 약 1,090억 원으로 확인되었다.



<그림 1> 연도별 농구산업 전체 경영실적

총매출액의 변동을 하위 구성항목별로 살펴보면 <그림 1>에 제시된 것과 같이, 2018년을 기준으로 2017년과 비교해 약간 감소하였으며, 영업비용과 영업이익 역시 전년 대비 소폭 감소한 것으로 나타났다. 그리고 영업비용을 구성하고 있는 하위항목의 경우 판매관리비는 2018년 기준 전년도와 비교해 소폭 상승하여 1,090억 원을 기록하였고, 매출원가는 2018년 기준 전년도보다 소폭 감소한 6,700억 원으로 나타났다.

농구산업 내 기업의 경영실적을 재무적 관점에서 살펴보면 <표 1>에 나타난 것과 같이 2018년 기준 기업별 매출액의 평균은 약 2억 4,850만 원으로 확인되었다. 그리고 평균 영업비용은 2억 2,940만 원, 평균 영업이익은 1,900만 원으로 나타났으며, 평균 매출원가는 1억 1,750만 원, 평균 판매관리비는 1억 1,190만 원으로 확인되었다.

<표 1> 연도별 농구산업체 개별 평균 경영실적사업실적

(단위 : 백만 원)

구 분	총 매출액	영업비용			영업이익	연구비용
		매출원가	판매관리비			
2016년	243.8	223.9	116.0	107.8	19.9	0.2
2017년	252.9	230.8	119.7	111.1	22.0	0.2
2018년	248.5	229.4	117.5	111.9	19.0	0.2

2. 사업체 규모에 따른 경영실적

농구산업 내의 사업체 규모와 경영실적 간의 관계를 살펴보기 위해 먼저 사업체의 규모를 인원수를 기준으로 1~4인, 5~9인, 10인 이상 총 세 가지 유형으로 분류하였다. 그리고 분석 기간은 최근 3개년인 2016년에서 2018년까지로 설정하여 두 변인 간의 관계를 살펴보았다. 사업체별 규모에 따른 평균 매출액은 <표 2>에 제시된 것과 같이 2018년 기준 1~4인 규모 업체가 9,210만 원, 5~9인 규모 업체가 3억 9,750만 원, 10인 이상 규모 업체가 21억 8,750만 원으로 나타났다. 또한, 업체별 평균 매출액의 규모는 전년도인 2017년과 비교하여 1~4인과 5~9인은 소폭 감소하였으며, 10인 이상은 소폭 증가한 것으로 확인되었다.

<표 2> 사업체 규모별 경영실적 현황(평균)

(단위 : 백만 원)

구 분	구 분	총계	영업비용			영업이익	연구비용
			매출원가	판매관리비			
2016년	1~4인	94.5	81.1	43.9	37.2	13.4	0.0
	5~9인	415.2	375.4	191.5	183.9	39.8	0.5
	10인 이상	2,042.9	1,967.1	998.8	968.3	75.8	3.1
2017년	1~4인	96.2	82.7	43.9	38.8	13.6	0.0
	5~9인	412.5	373.9	191.9	182.1	38.6	0.5
	10인 이상	2,176.4	2,064.7	1,060.5	1,004.2	111.7	3.1
2018년	1~4인	92.1	79.2	42.1	37.1	12.9	0.0
	5~9인	397.5	358.4	177.9	180.5	39.0	0.5
	10인 이상	2,187.5	2,117.1	1,072.3	1,044.7	70.5	3.1

Ⅲ. 농구산업의 분석: 경영실태

1. 스포츠산업 전체와 농구산업의 비교: 성장성과 수익성

농구산업의 전반적인 경영실태에 대한 객관적인 판단을 위해 농구산업의 성장성과 수익성을 스포츠산업 전체와 비교분석을 하였다. 스포츠산업의 전체 업종별 매출액은 「2019 스포츠산업 실태조사」 결과보고서에 제시된 자료를 활용하였으며, 2017년 대비 2018년의 재무적 경영성과를 기준으로 하였다.

주요 분석내용을 살펴보면 첫째, 농구산업과 스포츠산업 전체의 업종별 매출액 비교분석 결과 <표 3>에 나타난 것과 같이 스포츠산업 전체의 업종별 매출은 모두 증가하였다. 반면, 농구산업의 업종별 매출의 증가는 업종에 따라 차이가 나타났는데 스포츠 시설업은 0.5% 증가, 스포츠 용품업은 -2.6% 감소하였고, 스포츠 서비스업은 0.8% 증가하였다. 한편, 매출액의 비중을 살펴보면 농구산업은 스포츠 용품업이 74.5%로 스포츠 시설업의 3.5%와 스포츠 서비스업의 22.0%와 비교해 높게 나타났다. 그리고 스포츠산업 전체의 매출 비중과 비교해 상대적으로 스포츠 용품업이 차지하는 비중이 큰 것을 알 수 있다.

<표 3> 업종별 매출액 증감률 비교

(단위 : 백만 원, 십억 원, %)

구분	2016년		2017년		2018년		매출액 증감률 (2017년 대비)	
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중		
스포츠 시설업	농구	49,233	3.5	49,268	3.4	49,530	3.5	0.5
	스포츠산업	17,201	23.7	17,544	23.5	19,849	25.4	13.1
스포츠 용품업	농구	1,039,078	74.8	1,082,424	75.1	1,054,613	74.5	-2.6
	스포츠산업	33,547	46.2	34,011	45.5	34,371	44.0	1.1
스포츠 서비스업	농구	301,045	21.7	309,313	21.5	311,860	22.0	0.8
	스포츠산업	21,859	30.1	23,141	31.0	23,847	30.5	3.1

둘째, 스포츠산업 전체와 농구산업의 매출액 영업이익률 비교분석을 하였다. 분석결과 업종별로 영업이익률에 대한 차이가 발생하는 것으로 나타났다. 영업이익률의 가장 현저한 차이가 나타난 업종은 스포츠 시설업으로 <표 4>에 제시된 것과 같이 스포츠산업 전체의 영업이익률은 2018년 기준 9.1%이지만 농구산업의 경우에는 2.6%로 낮은 영업이익률을 기록하였다.

<표 4> 업종별 영업이익률 비교

(단위 : 백만 원, 십억 원, %)

구분	매출액		영업비용		영업이익		영업이익률		
	2017년	2018년	2017년	2018년	2017년	2018년	2017년	2018년	
스포츠 시설업	농구산업	49,268	49,530	47,848	48,220	1,420	1,310	2.9	2.6
	스포츠산업	17,544	19,849	16,046	18,041	1,498	1,808	8.5	9.1
스포츠 용품업	농구산업	1,082,424	1,054,613	975,803	964,837	106,621	89,775	9.9	8.5
	스포츠산업	34,011	34,371	30,913	31,246	3,098	3,125	9.1	9.1
스포츠 서비스업	농구산업	309,313	311,860	291,933	294,425	17,380	17,435	5.6	5.6
	스포츠산업	19,190	19,383	17,655	17,734	1,535	1,649	8.0	8.5

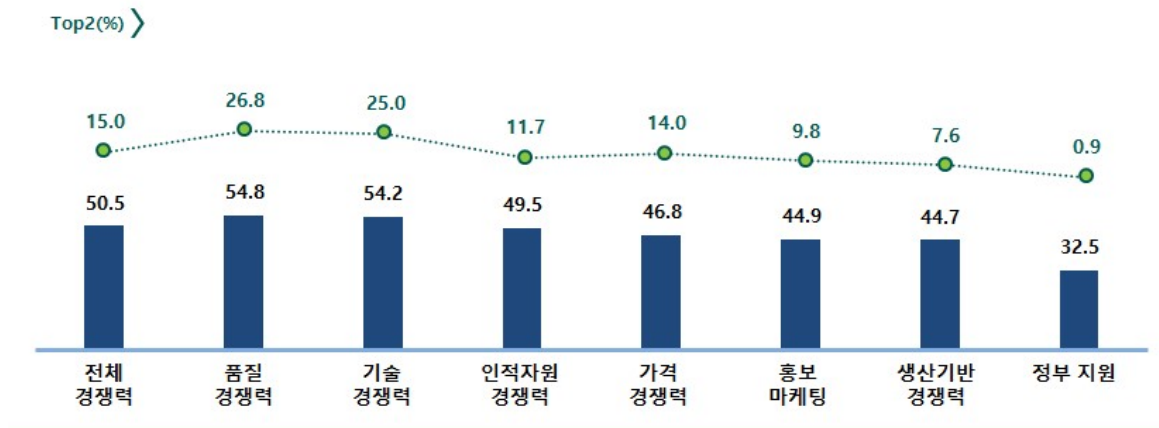
그리고 스포츠 서비스업의 경우 2018년도 기준 스포츠산업 전체의 영업이익률이 8.5%를 기록하였고 농구산업은 5.6%를 기록하여 차이가 있는 것을 알 수 있다. 스포츠 용품업의 경우에는 영업이익률이 스포츠산업 전체가 9.1%, 농구산업이 8.5%로 소폭의 차이가 있는 것으로 나타났다. 따라서 농구산업은 스포츠산업 전체와 비교해 시설업의 영업이익률이 가장 낮다고 볼 수 있다.

2. 농구산업의 경쟁력 확인

앞서 스포츠산업 전체와 농구산업과의 비교를 통해 스포츠산업 내에서 농구산업의 상대적인 경영실태를 확인해보았다. 국내 농구산업 분야 기업들이 한국 시장을 뛰어넘어 해외로 진출하기 위해서는 국내 기업들이 가진 역량에 대한 점검이 이루어질 필요가 있다. 국외 농구산업 분야 기업들과 경쟁하기 위한 국내 기업들의 역량 평가를 살펴보면 <그림 2>에 나타난 것과 같이 해외 경쟁제품 대비 사업체의 경쟁력 평가에서는 전체 경쟁력 수준을 50.5점 수준으로 평가한 가운데, 품질(54.8점), 기술(54.2점)분야의 경쟁력 수준이 해외제품 대비 높은 편이라고 평가하였다. 반면 정부지원은 35.2점으로 타 부문 대비 다소 낮은 수준을 보이는 것으로 확인되었다.

<그림 2> 농구산업체 대외 경쟁력 평가 결과

[단위 : %, 점]



사업체 규모별로 보면, 5~9인 사업체에서 기술경쟁력 수준을 가장 높게 평가하였으며, 1~4인 이상 규모와 10인 이상 사업체에서는 품질경쟁력 수준을 가장 높게 평가하였다<표 5>.

<표 5> 사업체 규모별 대외 경쟁력 평가(100점 만점 기준)

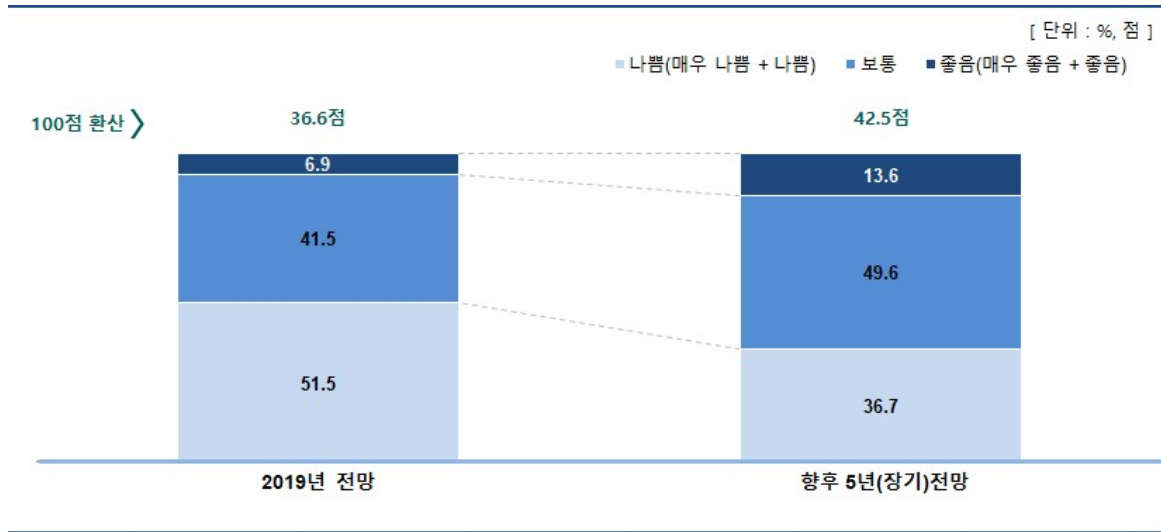
(단위 : 점)

구분	전체 경쟁력	품질	기술	인적자원	가격	홍보 마케팅	생산기반	정부 지원
전체	50.5	54.8	54.2	49.5	46.8	44.9	44.7	32.5
1~4인	49.4	53.4	52.7	48.1	45.9	43.2	43.3	31.8
5~9인	58.7	64.5	65.4	58.8	52.8	56.1	54.6	34.4
10인 이상	51.8	56.8	55.6	52.7	49.1	48.6	47.9	38.7

3. 농구산업의 향후 전망

농구산업의 향후 전망에 대해서는 100점 환산점수를 기준으로 보았을 때 <그림 3>과 같이 단기적으로는 36.6점, 장기적으로는 42.5점으로 나타났다. 단기전망의 경우에는 나쁨이 37.0%, 보통이 48.2%, 좋음이 14.8%로 확인되었고, 장기 전망의 경우에는 나쁨이 36.7%, 보통이 49.6%, 좋음이 13.6%로 확인되었다. 향후 산업 전망에 대해서는 단기전망과 단기 전망이 다소 좋지 않았으나, 장기적으로는 좋아 질 것이라는 의견이 조금씩 높아진 것으로 확인되었다(올해 전망 좋음 6.9%, 향후 전망 좋음 13.6%).

<그림 3> 사업체 향후 전망



농구사업체 규모에 따라서는 모든 규모에서 단기 전망이 좋지 않을 것이라고 응답하였으며, 단기 대비 장기전망은 다소 개선될 것으로 예측하는 것으로 나타났다. 또한 10인 이상 사업체에서는 장기전망이 50.7점으로 다소 긍정적으로 나타났다.

<표 6> 사업체 규모별 향후 전망

(단위 : %, 점)

구분	나쁨 %		보통 %		좋음 %		100점 평균	
	2019년	향후 5년	2019년	향후 5년	2019년	향후 5년	2019년	향후 5년
전체	37.0	27.4	48.2	43.7	14.8	28.8	43.1	49.7
1~4인	40.2	29.8	48.2	44.7	11.5	25.5	41.0	48.1
5~9인	20.2	14.8	50.3	39.1	29.5	46.1	53.8	57.9
10인 이상	17.6	13.6	43.8	37.5	38.6	48.9	55.3	59.2

농구산업 내 업종별(스포츠산업 특수분류 대분류 기준)로 향후 전망을 살펴보면 <표 7>에 제시된 것과 같이, 스포츠 용품업의 경우 타 업종 대비 단기와 장기전망 모두 좋지 않을 것이라고 응답하였고, 스포츠 시설업은 단기전망은 다소 부정적이나, 장기 전망은 긍정적으로 평가하였다.

<표 7> 업종별 향후 전망

(단위 : %, 점)

구 분	나쁨 %		보통 %		좋음 %		100점 평균	
	2019년	향후 5년	2019년	향후 5년	2019년	향후 5년	2019년	향후 5년
전 체	51.5	36.7	41.5	49.6	6.9	13.6	36.6	42.5
스포츠 시설업	19.8	12.9	61.5	62.2	18.7	24.9	49.5	52.6
스포츠 용품업	56.4	39.9	37.2	47.2	6.4	12.9	34.8	41.5
스포츠 서비스업	29.3	23.2	63.4	61.6	7.4	15.1	44.1	46.5

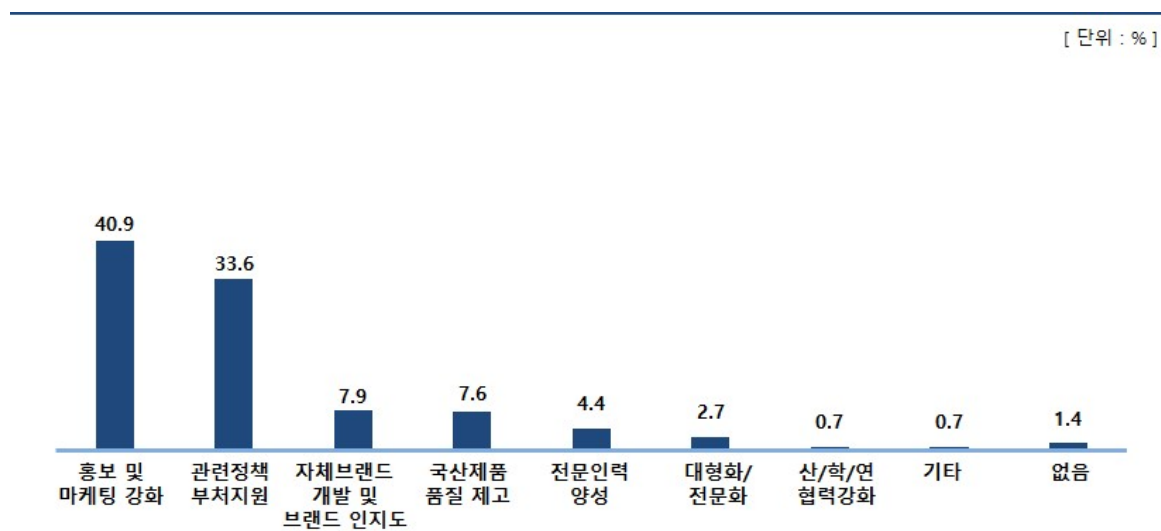
IV. 농구산업 경쟁력 확보 방안

1. 농구산업의 대외 경쟁력 강화 방안

농구산업의 대외 경쟁력을 강화하려는 방안으로는 <그림 4>에 제시된 것과 같이 홍보 및 마케팅 강화 (40.9%)와 관련 정책부처 지원(33.6%)이 주로 꼽혔으며, 이어서 자체 브랜드 개발 및 브랜드 인지도 (7.9%), 국산제품 품질 제고(7.6%) 등의 순으로 나타났다.

<그림 4> 대외 경쟁력 확보 방안

[단위 : %]



사업체 규모별에 따른 경쟁력 확보 방안을 살펴보면 <표 8>에 제시된 것과 같이, 1~4인과 10인 이상 사업체는 홍보 및 마케팅 강화가 가장 높게 나타났으며, 5~9인 사업체는 관련 정책부처 지원이 35.7%로

가장 높게 나타났다.

<표 8> 사업체 규모별 대외 경쟁력 확보 방안

(단위 : %)

구 분	홍보 및 마케팅 강화	관련 정책부처 지원	자체 브랜드 개발 및 브랜드 인지도 제고	국산제품 품질 제고	전문인력 양성	대형화/전문화	산/학/연 협력강화	기타	없음
전 체	40.9	33.6	7.9	7.6	4.4	2.7	0.7	0.7	1.4
1~4인	42.6	33.7	7.2	6.3	4.7	3.0	0.6	0.6	1.2
5~9인	32.7	35.7	11.8	13.6	2.3	1.1	0.2	2.0	0.6
10인 이상	31.5	28.8	11.0	16.0	4.1	0.2	3.7	0.0	4.6

업종별로 경쟁력 확보 방안을 살펴보면 <표 9>에 제시된 것과 같이, 스포츠 시설업과 용품업은 홍보 및 마케팅 강화가 가장 높게 나타났으며, 스포츠 서비스업은 관련정책 부처지원이 가장 높게 나타났다.

<표 9> 업종별 대외 경쟁력 확보 방안 - 대분류

(단위 : %)

구 분	홍보 및 마케팅 강화	관련 정책부처 지원	자체 브랜드 개발 및 브랜드 인지도 제고	국산제품 품질 제고	전문인력 양성	대형화/전문화	산/학/연 협력강화	기타	없음
전 체	40.9	33.6	7.9	7.6	4.4	2.7	0.7	0.7	1.4
스포츠 시설업	39.8	14.8	4.3	6.3	25.2	1.5	1.6	0.8	5.7
스포츠 용품업	42.8	32.1	9.2	8.9	2.5	2.8	0.3	0.4	1.0
스포츠 서비스업	29.3	49.2	0.4	0.0	10.7	2.4	2.9	2.6	2.4

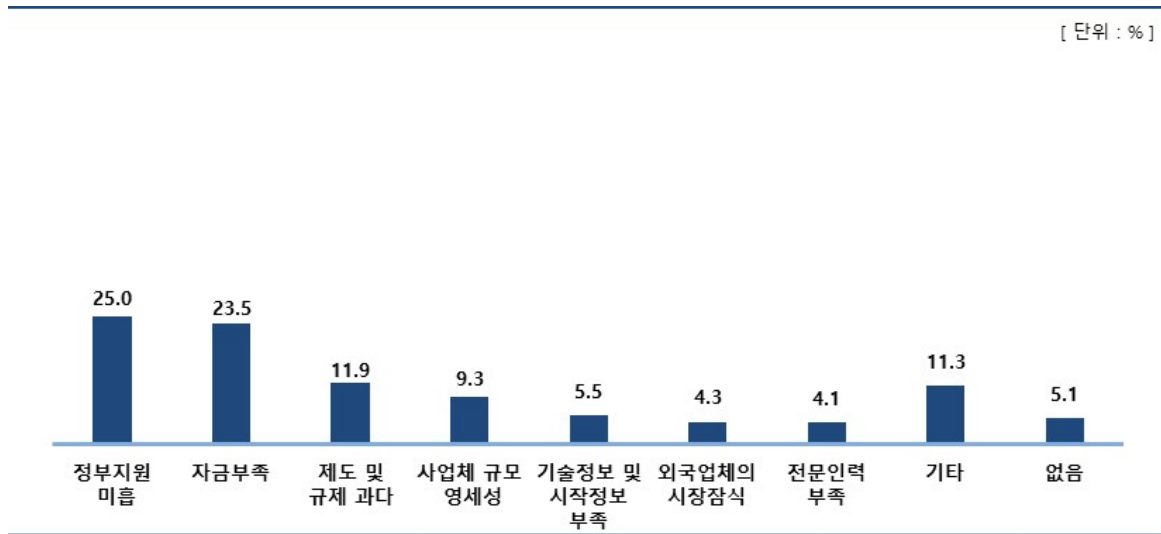
2. 농구산업의 발전 저해요인

농구 종목의 발전을 저해하는 요인으로는 정부지원 미흡(25.0%)과 자금부족(23.5%)이 주로 꼽혔으며, 이어서 제도 및 규제 과다(11.9%), 사업체 규모 영세성(9.3%) 등의 순으로 나타났다.

사업체 규모에 따른 농구산업 발전 저해요인을 살펴보면 <표 10>에 제시된 것과 같이, 1~4인 사업체는 자금부족(25.2%)이 가장 높게 나타났으며, 5인 이상 사업체는 정부지원 미흡이 가장 높게 나타났다.

<그림 5> 농구산업 발전 저해요인

[단위 : %]



<표 10> 사업체 규모별 산업 발전 저해요인

(단위 : %)

구 분	정부지원 미흡	자금부족	제도 및 규제 과다	사업체 규모 영세성	기술정보 및 시장정보 부족	외국업체의 시장잠식	전문인력 부족	기타	없음
전 체	25.0	23.5	11.9	9.3	5.5	4.3	4.1	11.3	5.1
1~4인	23.8	25.2	9.5	10.8	6.2	5.0	3.1	11.6	4.8
5~9인	36.5	13.8	32.8	1.3	0.0	0.7	4.5	6.7	3.9
10인 이상	20.6	17.3	7.7	2.5	5.8	1.9	18.1	14.9	11.1

업종별로 농구산업 발전 저해요인을 살펴보면 <표 11>에 제시된 것과 같이 스포츠 시설업에서는 전문인력 부족(35.2%)이 스포츠 용품업은 자금부족(25.8%)과 정부지원 미흡(25.6%)이, 스포츠 서비스업에서는 정부지원 미흡(26.7%)이 산업 발전을 저해하는 가장 큰 요인으로 나타났다.

<표 11> 사업체 규모별 산업 발전 저해요인

(단위 : %)

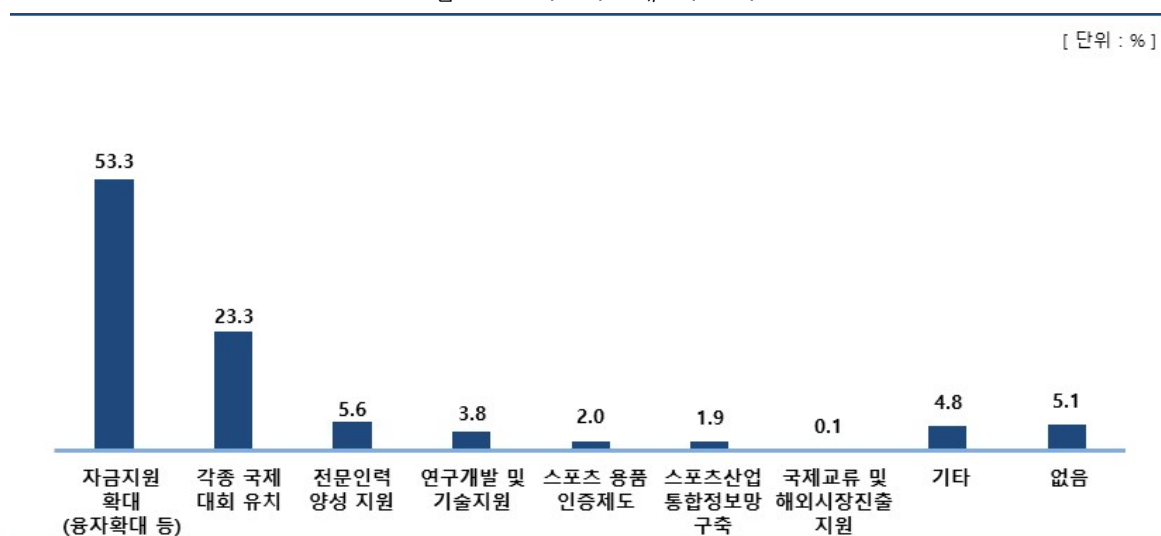
구분	정부지원 미흡	자금부족	제도 및 규제 과다	사업체 규모 영세성	기술정보 및 시장정보 부족	외국업체의 시장잡식	전문인력 부족	기타	없음
전체	22.5	19.9	10.4	8.2	7.6	5.5	5.4	12.4	8.1
스포츠 시설업	17.0	21.5	4.2	9.9	5.8	3.1	19.3	16.1	3.0
스포츠 용품업	22.6	21.1	9.8	8.9	8.4	6.2	2.9	10.5	9.6
스포츠 서비스업	24.0	12.6	16.1	4.0	3.4	2.6	14.1	9.6	1.7

3. 정부의 지원에 대한 수요

농구산업에 대한 정부 및 지자체의 지원이 우선적으로 필요한 부문으로는 자금지원 확대가 53.3%로 타 부문 대비 눈에 띄게 높게 나타났다. 다음으로 각종 국제대회 유치(23.3%), 전문인력 양성지원(5.6%), 연구개발 및 기술지원(3.8%) 등의 순임을 알 수 있다.

<그림 6> 정부 지원에 대한 수요

[단위 : %]



사업체 규모별로 정부 지원에 대한 수요를 살펴보면 <표 12>에 제시된 것과 같이 모든 규모에서 자금지원 확대가 가장 높게 나타났으며, 특히 1~9인 규모에서는 자금지원 확대가 10인 이상 대비 매우 높은 수준으로 나타났다.

<표 12> 사업체 규모별 정부 지원 필요 부문

(단위 : %)

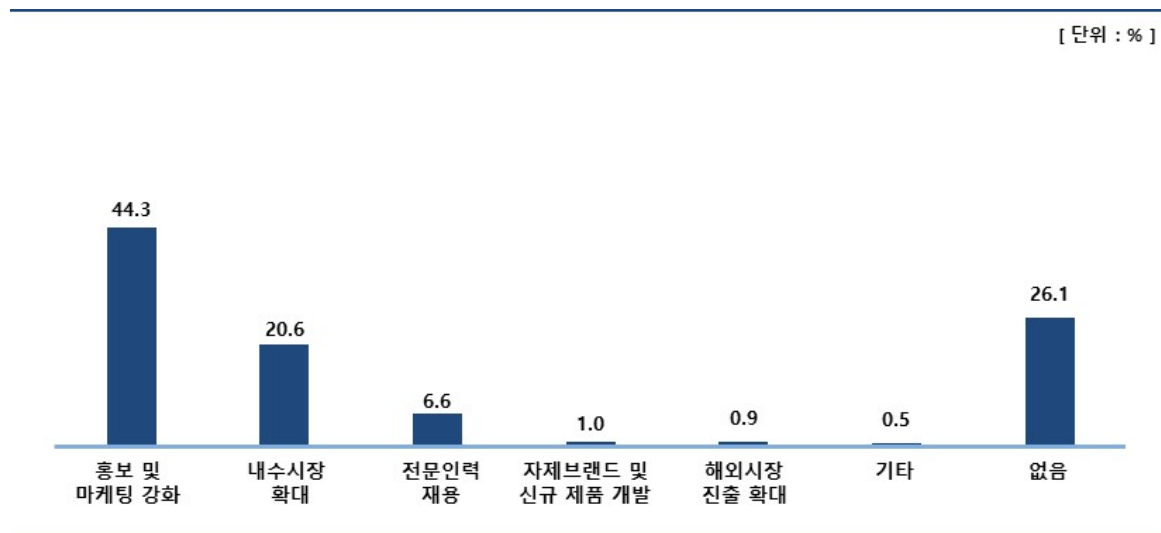
구분	자금지원 확대	각종 국제대회 유치	전문인력 양성지원	연구개발 및 기술지원	스포츠용품 인증제도 활성화	스포츠산업 통합정보망 구축	국제교류 및 해외시장 진출지원	기타	없음
전체	53.3	23.3	5.6	3.8	2.0	1.9	0.1	4.8	5.1
1~4인	54.7	22.2	5.4	4.2	2.0	1.6	0.0	4.9	5.0
5~9인	52.7	30.2	3.7	1.2	3.1	1.0	0.0	4.9	3.2
10인 이상	35.7	26.6	11.9	3.2	0.5	8.4	1.2	3.6	8.7

4. 향후 매출 증대방안

농구산업체의 향후 매출 증대방안으로는 <그림 7>에 제시된 것과 같이 홍보 및 마케팅 강화가 44.3%로 가장 높은 수준이며, 다음으로 내수시장 확대 20.6%, 전문인력 채용이 6.6%로 나타났다.

<그림 7> 향후 매출 증대방안

[단위 : %]



사업체 규모에 따라서는 <표 13>에 제시된 것과 같이 사업체 규모와 관계없이 모든 규모에서 홍보 및 마케팅 강화 응답이 가장 높게 나타났으며, 특히, 10인 이상 사업체에서 가장 높게 나타났다.

<표 13> 사업체 규모별 향후 매출 증대방안

(단위 : %)

구분	홍보 및 마케팅 강화	내수시장 확대	전문인력 채용	자체 브랜드 및 신규제품 개발	해외시장 진출 확대	기타	없음
전체	44.3	20.6	6.6	1.0	0.9	0.5	26.1
1~4인	42.2	20.8	6.4	0.4	0.6	0.6	29.0
5~9인	54.5	24.6	6.2	3.7	1.1	0.3	9.7
10인 이상	56.3	10.5	10.5	4.0	4.3	0.0	14.4

업종별로 살펴보면 <표 14>에 제시된 바와 같이 모든 업종에서 홍보 및 마케팅 강화가 가장 높게 나타났으며, 특히, 스포츠 서비스업의 65.2%가 홍보 및 마케팅 강화를 매출증대방안으로 계획 중이라고 응답하여 홍보 및 마케팅은 다른 요인과 비교해 상대적 중요도가 높은 것으로 확인되었다.

<표 14> 업종별 향후 매출 증대방안

(단위 : %)

구분	홍보 및 마케팅 강화	내수시장 확대	전문인력 채용	자체 브랜드 및 신규제품 개발	해외시장 진출 확대	기타	없음
전체	44.3	20.6	6.6	1.0	0.9	0.5	26.1
스포츠 시설업	42.2	13.8	9.5	4.3	0.0	1.9	28.2
스포츠 용품업	41.1	22.8	5.5	0.9	1.0	0.3	28.3
스포츠 서비스업	65.2	8.6	13.4	0.1	0.0	1.2	11.4

IV. 경영현황 분석에 따른 시사점

본 실태분석에서는 구기종목 중 야구, 축구, 배구와 더불어 많은 생활체육 인구를 보유하고 있는 농구산업을 대상으로 선정하여 업종별 주요 경영현황과 경쟁력, 발전 저해요인과 정책적 수요 등을 살펴보았다. 국내 스포츠산업의 지속성장과 발전 가능성에 대한 기대감에도 불구하고 종목별·업종별 통틀어 개선해야 할 과제가 논의되고 있는 현실에서 이번 분석에 따른 시사점을 다음과 같다.

첫째, 국내 농구산업의 최근 3년간(2016-2018년) 매출액과 영업이익을 살펴본 결과 2018년 기준 전년 대비 전년 대비 감소하였다. 매출액의 경우 감소폭이 크지 않았으나 영업이익은 2016년 수준에 못 미치는 것으로

나타났다. 이는 판매관리비 증가에서 찾아볼 수 있는 전년대비 매출액 감소에도 불구하고 판매관리비는 오히려 증가하여 영업이익에 영향을 주었다. 영업이익은 스포츠산업 재화 또는 서비스 공급에 따라 창출된 주요 이익으로 영업과 관련성이 없는 활동으로 인한 수익인 영업외 수익을 제외한 경우이다. 다시 말해 전년 대비 영업이익 감소는 농구산업체의 경상비 등 각종 운영비용 부담이 증가하고 있음을 방증한다. 한 가지 긍정적인 측면은 2018년 기준 매출액 대비 영업이익률이 7.7%(1,085억원)로 확인되어 「한국은행 경제통계시스템(ECOS)」에 공시된 2018년 국내 중소기업 전체 매출액 대비 영업이익률 3.45%보다 높아 운영 효율성은 양호한 실정이다. 즉, 농구산업의 경우 영업이익 강화와 산업체 내실을 강화할 수 있는 정책적 지원방안이 주효할 수 있다.

둘째, 인적 규모에 근거한 평균 매출액 규모는 대규모 사업체인 10인 이상 사업체에서 가장 크게 나타났다. 2018년의 경우 10인 이상 사업체의 영업이익률은 9인 이하 사업체에 비해 저조한 실정이다. 즉, 현재 국내 농구산업 규모의 확대가 비용절감 등 경영 효율성을 반드시 충족시키기에 있어 한계에 직면할 수 있다는 의미이다. 예상원인으로는 업종별로 접근할 수 있는데, 스포츠 용품업에서는 제품 생산과정에서의 효율성 부족, 스포츠 서비스업에서는 지도자 고용 등에 따른 인건비 증가 등으로 볼 수 있다. 스포츠 교육기관 중 하나인 농구교실의 경우 이를 타개하기 위해서는 산업육성 정책적 관점에서는 재화 및 서비스 공급 사업체를 대상으로 내부 생산 효율화를 지원할 수 있는 방안이 필요하다.

셋째, 국내 농구산업의 공급재는 자체적으로 높은 경쟁력 보유한 것으로 평가되고 있다. 특히 기술과 품질 부문이 두각을 나타내고 있으나 산업육성을 위한 정부지원 부문은 상대적으로 미흡한 수준으로 집계되었다. 하지만 조사된 바와 같이 해외 경쟁제품 대비 사업체의 경쟁력 평가에서 전체 경쟁력 수준을 50.5점으로 평가하였으나 매출액의 수출 비중은 0.04%미만으로 대부분이 내수시장에서 소비되고 있음을 볼 때 종사자들의 인식과 해외소비자들 혹은 해외바이어의 인식은 다를 수 있음을 보여준다. 따라서 제품 또는 서비스의 자체 경쟁력이 확보되었다면 해외 판로개척이나 대외 마케팅 활동 해외진출을 독려할 수 있는 전략수립이 요구되며 이를 가속화할 수 있는 정부의 경영 지원책 마련 등이 산업 지속성장을 위해 설득력을 갖을 수 있다.

넷째, 현장에서 요구하는 주요 정책적 지원은 자금지원 확대(53.3%)가 타 부문 대비 높은 수준이며 다음으로 각종 국제대회 유치(23.3%)가 산업 활성화를 위해 중요한 요소라는 입장이다. 소규모 영세성이 지속되고 있는 국내 스포츠산업 현황에 비추어 볼 때, 정책자금 확대요구는 보편적이며 영업활로 개척과 신규 사업 아이템 발굴을 지원할 수 있는 다양한 유형의 금융지원을 고려해 볼 수 있다. 또한, 농구와 같이 대중성과 국제적 인지도가 높은 구기종목의 경우 국제 규모의 주요 이벤트 개최 빈도가 높을수록 관련 제품 및 서비스에 대한 수요촉진을 기대하는 것으로 보인다. 이에, 참여 저변확대와 농구관련 산업재에 대한 소비자 수요촉진을 위해 연령별 국제 규모 농구대회 유치를 지속으로 발굴·추진할 필요성이 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, 책임연구위원)

김민수(스포츠산업연구실, 선임연구위원)

고경진(스포츠산업연구실, 연구위원)

신성연(스포츠산업연구실, 연구위원)

김태중(스포츠산업연구실, 초빙연구원)