

Sport Industry

SI포커스

KSPPO 한국스포츠정책과학원
국민체육진흥공단

왜 서비스인가?: 스포츠 서비스산업 현황 분석과 아젠다

신 성 연(한국스포츠정책과학원)

- I 스포츠 경제의 서비스화
- II 스포츠 서비스산업의 정량적 현황
- III 스포츠 서비스산업의 정성적 현황
- IV 결론 및 스포츠 서비스산업 활성화를 위한 아젠다

요 약

본 연구의 목적은 성장 초기단계에 있는 국내 스포츠 서비스산업의 현황을 확인하고 이를 바탕으로 스포츠 서비스산업의 지속적인 성장에 고려되어야 할 아젠다를 제시하는 것이다. 이를 위해 첫째, 국가의 경제성장에 따른 산업구조의 변화의 맥락에서 스포츠산업의 서비스화 현상을 살펴보았다. 둘째, 스포츠 서비스산업에 대한 정량적 분석을 통해 스포츠 서비스업의 매출액 규모, 종사자 수, 사업체 수, 지역별 사업체 수 등을 스포츠 시설업 및 용품업과 비교하여 스포츠 서비스업의 정량적 현황을 확인하였다. 셋째, 거시적 관점에서 스포츠 서비스산업의 내부 요인과 외부 환경에 대한 분석 자료를 바탕으로 국내 스포츠 서비스산업의 강점과 약점, 기회요인과 위협요인을 확인하였다. 넷째, 이상의 현황분석 결과를 바탕으로 스포츠 서비스산업의 지속적인 성장을 위해 필요한 아젠다를 제시하였다.

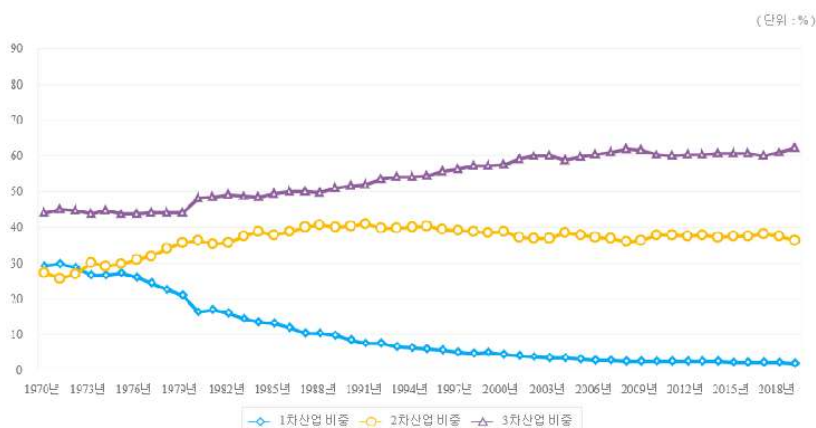
본 연구에서 스포츠 서비스산업의 현황을 확인하기 위해 활용된 정량적 자료는 2019년 문화체육관광부에서 발행한 「2018년 스포츠산업실태조사」의 결과보고서를 통해 수집되었다. 스포츠 서비스업과 타 업종 간의 현황 비교 과정에서는 통계청에서 제시하는 「한국표준산업분류」의 특수분류인 스포츠산업 분류체계를 적용하여 ‘스포츠 시설업’, ‘스포츠 용품업’, ‘스포츠 서비스업’으로 분류하였다. 그리고 정성적 자료는 2019년 한국스포츠정책과학원에서 발행한 「스포츠 서비스산업의 유형 및 지원방안 연구」의 결과보고서를 활용하였다.

주요 분석내용과 결과는 다음과 같다. 첫째, 스포츠 서비스산업은 한국 경제의 고도화로 인한 경제의 서비스화와 맥락을 같이 하고 있으며, 국내 스포츠 서비스산업의 구조 역시 시설업이나 용품업 중심에서 서비스업으로 그 중심 이동이 발생하여 향후 서비스분야의 비중이 더욱 높아질 것으로 전망된다. 둘째, 매출액 규모, 종사자 수, 사업체 수를 기준으로 하는 정성적 현황 분석을 통해 스포츠 서비스업은 시설업이나 용품업과 비교해 상대적인 성장 가능성이 높은 것으로 확인되었다. 셋째, 스포츠 서비스산업에 SWOT분석을 바탕으로 하는 정성적 현황 분석은 국내 스포츠 서비스산업의 활성화를 위해 고려되어야 할 강점과 약점요인 그리고 외부 환경의 기회와 위협요인을 확인하였다. 넷째, 스포츠 서비스산업의 지속적인 성장을 위해서 스포츠 서비스산업 이해관계자들의 논의가 필요한 아젠다가 제시되었다.

I. 스포츠 경제의 서비스화

“잘 만든 영화 한 편은 자동차 4만대 수출보다 더 큰 경제적 효과를 창출한다.” 1990 년대에 할리우드 영화 산업이 지닌 높은 부가가치를 표현하는 대표적인 비유다. 제조업 을 기반으로 수출을 통해 경제성장을 이루어나가던 한국의 입장에서는 쉽게 받아들이기 어려운 표현이었다. 하지만 1990년대 이후 국내 인건비 상승으로 인해 상대적으로 노동 자원 활용이 유리한 중국과 베트남, 인도네시아를 비롯한 동남아시아로 기업들이 생산 공장을 대거 이전하였다. 그리고 경쟁력을 가진 노동력을 바탕으로 급속하게 빨라지는 중국의 생산성 향상 속도와 공격적인 세계시장 진출 전략은 국내 제조업을 위협하는 요 인이 되었다. 이후 동남아시아의 통화 위기가 유발한 1997 아시아 금융 위기(1997 Asia Financial Crisis)로 인해 한국은 IMF 구제금융 요청과 함께 국가부도위기를 겪게 되었 다. 이로 인해 외환환경에 대한 의존도가 높은 제조·수출 중심의 국내 경제는 흔들릴 수 밖에 없었고 산업구조의 변화는 불가피한 선택이 될 수밖에 없었다.

1990년대 이후 탈제조업 현상은 서비스산업의 성장으로 이어졌고 <그림 1>에 나타난 것과 같이 현재까지 서비스산업을 포함하는 3차 산업의 비중은 지속적으로 증가하는 반 면 제조업으로 대표되는 2차 산업의 비중은 점진적으로 줄어들고 있다. 이 같은 탈제조업 또는 경제의 서비스화 현상은 특정 국가의 경제 발전 단계가 고도화 될수록 높게 나 타나고 있다. 특히, 세계은행에서 발표한 자료에 의하면, 전체 산업 중 서비스 분야의 성 장은 경제성장의 완숙단계에 도달한 선진국 보다는 경제성장이 지속적으로 진행되고 있 는 개발도상국에서 더욱 활발하게 이루어지고 있다(World Bank, 2018).



<그림 1> 국내 산업구조 변화(1970-2019)(자료: 한국은행)

2020년 현재 한국의 산업구조를 살펴보면, 서비스산업의 비중은 62%로 전년도와 비교해 2%p 상승한 수치이다. 반면, 제조업의 경우에는 비중이 36%로 전년도 37%와 비교해 상대적으로 감소하였다. 이 같은 현황은 한국의 경제 역시 고도화의 단계에 접어들었음을 시사하며 국내 산업의 구조 역시 제조업 중심에서 서비스업으로 그 중심 이동이 발생하여 앞으로 서비스분야의 비중이 더욱 높아질 것으로 전망된다.

경제성장에 의한 산업의 서비스화는 스포츠산업분야에서도 나타나기 시작했다. 2019 스포츠산업 실태조사 결과를 바탕으로 스포츠산업의 성장 현황을 살펴보면, 2018년 전체 매출규모에서 스포츠 시설업은 매출액 규모의 비중이 25.4%(약 19조 8천억 원)로 전년 23.5%대비 1.9%p 증가하였고, 스포츠 용품업의 경우에는 전년 45.5%대비 1.5%p 감소한 44.0%(약 34조 3천억 원)로 확인되었다. 스포츠 서비스업의 경우에는 전년 31.0%대비 0.5%p 감소한 30.5%(약 23조 8천억 원)로 나타났다.

스포츠산업 분야 고용과 관련된 종사자 수를 살펴보면, <그림 2>에 나타난 것과 같이 서비스업의 경우 2018년 기준 약 11만 1천명으로 스포츠산업 전체 종사자 수의 25.5%를 차지하고 있다. 이는 전년 대비 약 0.4%p 증가한 것으로 스포츠 용품업의 비중이 31.3%(약 13만 6천명)로 전년 대비 1.7%p 감소한 것과는 대조적이다. 스포츠 서비스업 사업체 수의 비중은 26.7%로 최근 3개년 동안 점진적인 증가 추이를 나타내고 있다. 이는 스포츠 산업 내에서도 서비스를 중심으로 하는 스포츠경제의 서비스화가 진행되고 있음을 시사한다.



<그림 2> 스포츠산업 종사자 수 현황(자료: 2019스포츠산업실태조사 결과보고서)

최근 정부에서도 수출 부진과 성장률 둔화 등의 요인으로 인해 저조한 성장세를 나타내는 국내 경제 상황을 끌어올리기 위해 내수 확대와 일자리 창출, 성장 동력의 확충이라는 비전과 목표를 설정하고 이를 달성하기 위한 서비스산업 혁신 전략*을 수립하였다. 서비스산업은 다른 산업군과 비교해 상대적인 부가가치가 높고 일자리 창출 효과가 크기 때문에 적극적인 지원을 통해 기존 제조업 중심의 둔화한 경제성장을 중심으로 견인해 나가겠다는 정부의 정책 방향이다. 스포츠산업 분야도 경제의 서비스화 맥락에서 스포츠와 관련된 서비스업에 대한 지원을 바탕으로 스포츠 서비스산업은 물론 스포츠산업 전체의 성장을 도모할 수 있을 것으로 예상된다. 본 연구에서는 국내 스포츠 서비스산업의 현황을 파악하여 이를 바탕으로 스포츠 서비스산업의 지속적인 성장을 위해 필요한 논의를 제시하고자 한다.

II. 스포츠 서비스산업의 정량적 현황**

스포츠 서비스산업의 정량적인 현황을 확인하기 위해 정부승인통계인 '2018 스포츠산업실태조사 결과보고서'를 활용하였다. 주요 분석 내용은 스포츠산업실태조사 결과 중 스포츠 서비스업 분야의 '사업체 수', '매출액', '종사자 수', '지역별 사업체 수, 종사자 수, 매출액' 항목들이다.

1. 사업체 수 현황

2017년 기준 스포츠산업을 영위하고 있는 사업체수는 <표 1>에 제시된 것과 같이 101,207개로 나타났으며, 전년도 대비 5,820개의 사업체가 증가한 것으로 확인되었다. 먼저, 업종별로는 대분류 기준 전년도인 2016년과 비교를 해보면 시설업과 서비스업에서 사업체 수가 증가한 것으로 나타났다. 시설업의 경우 전년도 대비 사업체의 수가 4,139개(12.1%) 증가하였고, 서비스업의 경우에는 1,695개(6.7%)의 사업체가 신규로 발생하였음을 알 수 있다.

스포츠산업 내에서 업종별 비중은 시설업이 37.9%로 가장 높은 비중을 차지하며, 그 다음은 스포츠 용품업이 35.4%, 스포츠 서비스업이 26.7% 순으로 확인되었다. 2015년부

* 정부는 '19.6.26(수) 홍남기 부총리 주재로 ?제 18차 경제활력대책회의를 개최하여 '서비스산업 혁신 전략'을 발표

** 2019년 한국스포츠정책과학원에서 수행된 '스포츠 서비스업의 유형 및 지원방안 연구' 결과 보고서를 바탕으로 재작성 되었음

터 2017년까지 사업체 수의 연평균 증가율(CAGR)은 시설업이 5.5%, 서비스업이 5.3%로 동등한 수준으로 확인되었으며 용품업은 1.8%로 나타나 해당 기간 동안 시설업과 서비스업 사업체의 수가 용품업과 비교해 상대적으로 크게 증가하고 있음을 알 수 있다.

<표 1> 2015~17년 업종별 사업체 수

구분	2015년		2016년		2017년		증감률 (2016년 대비)	'15~'17 연평균 증가율
	사업체수 (개)	비중 (%)	사업체수 (개)	비중 (%)	사업체수 (개)	비중 (%)		
시설업	34,450	36.9	34,224	35.9	38,363	37.9	12.1%	5.5%
용품업	34,559	37.0	35,859	37.6	35,845	35.4	0.0%	1.8%
서비스업	24,341	26.1	25,304	26.5	26,999	26.7	6.7%	5.3%
합계 (평균)	93,350	100.0	95,387	100.0	101,207	100.0	(6.1%)	(4.1%)

2. 매출액 규모 현황

2017년 기준 스포츠산업 전체 매출액은 <표 2>에 나타난 것과 같이 74조 696십억 원으로 전년인 2016년 대비 2.9% 증가하였다. 업종별로는 서비스업의 매출이 23조 141십억 원으로 전년도와 비교해 5.9%로 가장 큰 증가폭을 나타내었다. 체육진흥투표권을 제외할 경우 전년대비 서비스업 매출 증가폭은 8.5%로 시설업의 2.0%와 용품업의 1.4%와 비교해 매우 높게 나타남을 알 수 있다.

업종별 매출액 비중은 용품업이 전체의 절반 수준인 45.5%로 매우 높게 나타났고, 그 다음으로 서비스업이 31.0%, 시설업 23.5%의 순으로 나타났다. 2015년부터 2017년까지 체육진흥투표권을 제외한 매출액의 연평균 증가율은 서비스업이 8.5%로 가장 높게 나타났으며, 시설업은 4.0%, 용품업은 2.1%로 확인되었다. 따라서 서비스업은 매출액을 기준으로 설정하였을 때 시설업이나 용품업과 비교해 업종의 양적인 성장속도가 매우 빠르다고 볼 수 있다.

<표 2> 2015~17년 업종별 매출액 규모

구분	2015년		2016년		2017년		증감률 (2016년 대비)	'15~'17 연평균 증가율	
	매출액 (십억 원)	비중 (%)	매출액 (십억 원)	비중 (%)	매출액 (십억 원)	비중 (%)			
시설업	16,216	23.7	17,201	23.7	17,544	23.5	2.0%	4.0%	
용품업	32,617	47.7	33,547	46.2	34,011	45.5	1.4%	2.1%	
서비스업	체육진흥 투표권 포함	19,516	28.6	21,859	30.1	23,141	31.0	5.9%	8.9%
	체육진흥 투표권 제외	16,312	-	17,684	-	19,190	-	8.5%	8.5%
합계	체육진흥 투표권 포함	68,350	100.0	72,608	100.0	74,696	100.0	2.9%	4.5%
	체육진흥 투표권 제외	65,145	-	68,432	-	70,745	-	3.4%	4.2%

3. 종사자 수 현황

스포츠산업에 종사하고 있는 종사자의 수는 <표 3>에 나타난 것과 같이 2017년 기준 42만 4천여 명으로 전년도인 2016년과 비교해 2만 6천여 명이 늘어나 6.3%의 증가율을 나타내었다. 업종별로 살펴보면, 모든 업종에서 전년도 대비 종사자의 수가 증가하였고, 서비스업에서의 증가 폭이 11.4%로 가장 크게 나타나 시설업이나 용품업과 비교해 가장 많은 종사자의 수가 신규로 유입된 것을 알 수 있다.

업종별 종사자 수의 비중을 확인해보면, 시설업에 17만 8천여 명이 종사하고 있는 것으로 나타났다. 이는 스포츠산업 전체 종사자 수의 41.9%로 시설업에 가장 많은 종사자들이 활동하고 있다는 것을 의미한다. 그 다음으로 스포츠 용품업이 33.0%, 스포츠 서비스업이 25.1% 순인 것으로 나타났다. 한편, 2015년부터 2017년까지 업종별 종사자 수의 연평균 증가율은 서비스업이 8.5%로 가장 높게 나타났고, 그 뒤로 시설업 7.9%, 스포츠 용품업이 4.2% 순으로 확인되었다.

<표 3> 2015~17년 업종별 종사자 수

구분	2015년		2016년		2017년		증감률 (2016년 대비)	15~17 연평균 증가율
	종사자수 (천명)	비중 (%)	종사자수 (천명)	비중 (%)	종사자수 (천명)	비중 (%)		
시설업	161	42.1	166	41.7	178	41.9	7.2%	5.15%
용품업	130	33.9	137	34.4	140	33.0	2.2%	3.77%
서비스업	92	24.0	95	23.9	106	25.1	11.6%	7.34%
합계	383	100.0	398	100.0	424	100.0	6.5%	5.22%

4. 지역별 사업체 수, 종사자 수, 매출액 규모

2017년 기준 지역별 스포츠산업 관련 사업체수를 살펴보면, <표 4>에 제시된 것과 같이 경기도가 23,553개로 가장 많고, 서울특별시 19,820개, 부산광역시 7,127개 순으로 나타났다. 서울과 경기지역을 포함하는 수도권지역이 43,373개로 전체의 42.9%를 차지하여 대부분의 스포츠산업과 관련된 기업들이 수도권지역에 집중되어 있다는 것을 알 수 있다.

<표 4> 지역별 사업체 수, 매출액, 종사자 수

지역	사업체 수 (개)	매출액(십억 원)			종사자수(백 명)		
		스포츠 시설업	스포츠 용품업	스포츠 서비스업	스포츠 시설업	스포츠 용품업	스포츠 서비스업
서울특별시	19,820	2,045	15,876	12,777(8,827)	364	433	377
부산광역시	7,127	1,211	3,640	776	99	128	52
대구광역시	5,107	252	879	297	57	55	37
인천광역시	4,869	650	1,173	659	74	72	39
광주광역시	3,002	224	551	360	35	25	22
대전광역시	3,025	315	409	734	39	24	26
울산광역시	2,357	205	315	71	32	19	15
세종특별자치시	303	37	16	7	5	2	2
경기도	23,553	6,296	6,208	4,950	455	312	280
강원도	4,049	1,501	578	120	167	43	26
충청북도	3,259	552	570	116	50	28	17
충청남도	3,903	386	554	442	54	35	21
전라북도	3,700	355	528	109	52	34	25
전라남도	3,564	852	332	95	68	35	23
경상북도	5,253	775	739	163	100	53	28
경상남도	6,736	949	1,423	756	92	82	48
제주특별자치도	1,580	940	222	708	34	17	24
합계	101,207	17,545	34,013	23,141(19,190)	1,776	1,396	1,063

※ 괄호()안의 숫자는 체육진흥투표권 제외 매출액 현황임

지역별 서비스업의 매출액을 살펴보면, 서울특별시가 12조 777십억 원으로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 경기도가 4조 950십억 원 순으로 확인되었다. 이를 통해 서울과 경기도지역을 포함하는 수도권지역의 매출 규모가 17조 727십억 원으로 전체 서비스업 전체 매출의 76.6%를 차지하고 있음을 알 수 있다. 지역별 업종에 따른 매출규모분포에서 눈에겨볼 만한 것은 서울특별시의 경우 시설업의 매출규모는 2조 45십억 원으로 업종

전체 매출의 6.7%를 차지하고 있고, 서비스의 경우에는 매출규모가 12조 777십억 원으로 업종 전체 매출의 41.6%를 차지하고 있다. 반면, 경기도의 경우에는 시설업의 매출규모는 6조 296십억 원으로 업종 전체 매출의 36.1%, 서비스업의 경우에는 업종 전체 매출의 28.4%를 차지하여 서울특별시와 경기도 간에는 서비스업 매출의 상대적인 비중 차이가 존재한다는 것을 알 수 있다.

지역별 업종에 따른 종사자수를 살펴보면, 서비스업의 경우 서울특별시가 377백 명으로 가장 많은 인원이 종사하고 있고, 그 다음으로 경기도가 280백 명의 인원이 종사하는 것으로 나타났다. 서울과 경기도지역을 포함하는 수도권 지역의 서비스업 종사자 수는 657백 명으로 서비스업 전체 종사자의 61.9%를 차지하고 있음을 알 수 있다.

스포츠 서비스산업의 실태조사 자료를 분석한 결과, 서비스업 사업체 수의 연평균 증가율은 5.3%로 스포츠산업 평균인 4.1%보다 높게 나타나 서비스 업체의 수가 다른 업종과 비교해 상대적으로 높은 수치로 증가하고 있음을 알 수 있다. 매출액 역시 서비스업의 경우 체육진흥투표권을 제외한 연평균 증가율이 8.5%로 스포츠산업 평균인 4.9%를 크게 상회하고 있어 시설이나 용품업과 비교해 높은 성장 추이를 나타내고 있는 업종이라고 판단할 수 있다. 종사자 수 역시 연평균 증가율 측면에서 시설업이나 용품업보다 높은 8.5%를 기록하였는데, 이 같은 추이가 유지된다면 스포츠산업 내에서 서비스업종과 관련한 부분에서의 일자리가 앞으로도 지속적으로 증가할 수 있음을 의미한다. 한편, 지역별 업종에 따른 매출규모와 종사자 수를 기준으로 보면 서비스업 매출의 대부분이 서울특별시와 경기도를 포함하는 수도권지역에서 발생하고 있고 종사자의 수 역시 수도권지역에 집중되어 있음을 알 수 있다.

Ⅲ. 스포츠 서비스산업의 정성적 현황*

국내 스포츠 서비스산업의 현황을 파악하고 지속적인 산업 활성화를 위한 아젠다를 도출하기 위해서는 사회·경제·문화적 환경을 고려하는 다양한 관점에서의 현황 분석이 요구된다. 이를 위해 스포츠 서비스산업 내 이해관계자들이 각자의 경영목적에 부합하는 요소들을 살펴볼 수 있도록 거시적인 관점에서 현황 분석을 실시한 자료를 제시하고자 한

* 2019년 한국스포츠정책과학원에서 수행된 '스포츠 서비스업의 유형 및 지원방안 연구' 결과 보고서를 바탕으로 재작성 되었음

다. 스포츠 서비스산업에 대한 SWOT분석을 통해 내부요인의 강점 및 약점, 외부요인의 기회와 위협을 도출한 자료를 살펴보면 <표 5>와 같다.

<표 5> 스포츠 서비스산업 SWOT 분석 결과

요인		요인 특성	세부 내용
내부	강점 (Strength)	① 높은 성장가능성 ② 광범위한 파급효과 ③ 고부가가치 창출	① 스포츠산업 내 타 업종 대비 높은 성장률 ② 시설·용품업과의 접목을 통한 새로운 가치 제공 ③ 자원 투입 대비 높은 성과 창출
	약점 (Weakness)	① 낮은 기업 경쟁력 ② 불균형한 시장 성장 ③ 학교스포츠 역할	① 스포츠산업 관련 기업 대부분이 영세 극복 어려움 ② 상대적 관람 스포츠(이벤트) 시장의 작은 크기 ③ 미국·일본 등 대비 학교스포츠의 산업적 가치 저하
외부	기회 (Opportunity)	① 정부의 정책적 지원 강화 ② 융·복합 기술의 발전 ③ 국민 여가시간 및 비용 증가	① 서비스산업 육성·지원을 위한 정부의 강한 의지 ② 서비스 아이디어 현실 구현 가능성 증가 ③ 스포츠 서비스에 대한 수요 진작
	위협 (Threat)	① 국외 서비스의 국내시장 침투 ② 자연·환경 변화의 영향력 ③ 서비스 전문교육 기관 부족	① 해외 스포츠 및 미디어 콘텐츠의 시장 확대 ② 미세먼지 등 환경적 요인의 서비스 공급 저해 ③ 서비스 업종별 특화된 전문인력 확보 어려움

스포츠 서비스산업 SWOT분석을 통해 도출된 요인들 중 주요 요인들을 살펴보면, 첫째, 강점 요인에서 ‘스포츠 서비스산업 분야의 높은 성장가능성’을 주목할 만하다. 스포츠산업 내에서 서비스업은 시설업이나 용품업과 비교해 상대적으로 높은 성장률을 보이고 있다. 2018년 스포츠산업실태조사를 통해 확인된 매출액 규모를 근거로 살펴보면, 스포츠산업 전체 매출 약 75조 원 중 시설업의 매출액 규모 비중은 23.5%로 전년 23.7% 대비 0.2%p 감소하였고, 용품업의 경우에도 전년 46.2% 대비 0.7%p 감소하였다. 하지만 서비스업의 경우에는 전년 30.1% 대비 0.9%p 증가하여 2017년 기준 스포츠산업 세부산업 중 유일하게 최근 3년 동안 전체 매출액 비중이 증가하고 있는 업종임을 알 수 있다.

2015년부터 2017년까지의 매출액 연평균증가율 역시 시설업(4.0%)이나 용품업(2.1%)과 비교해 서비스업(8.9%)이 상대적으로 높은 수치를 나타내고 있다. 그리고 스포츠베팅업을 제외하면 2012년에서 2017년까지 최근 5년 동안의 매출액 연평균 증가율은 스포츠 서비스업(24.9%)이 시설업(7.9%)과 용품업(4.5%)을 크게 상회하여 높은 타 업종과 비교해 매우 높은 성장률을 기록하고 있다. 이 같은 추세를 고려한다면 스포츠 서비스산업에

대한 지원은 다른 업종들과 비교해 상대적으로 더욱 큰 경제적·사회적 효과를 창출할 수 있을 것이라는 전망을 가능하게 한다.

둘째, 약점 요인 중에서는 ‘국내 스포츠 서비스기업의 경쟁력’이 보완되어야 할 부분이다. 2018년 스포츠산업실태조사 결과, 스포츠산업 육성 발전 장애요인 중 가장 큰 비중을 차지하는 것이 ‘사업체 규모의 영세성(23.8%)’과 ‘자금부족(21.9%)’으로 나타났다. 그리고 국내 스포츠기업의 대부분은 규모가 영세한 소기업의 형태로 경영활동을 영위하고 있다. 1~4인의 인력으로 운영되는 기업의 비중이 88.2%이고, 5~9인 기업이 7.7%의 비중을 차지하고 있다. 20인 이상의 규모를 가진 기업은 1.8%에 불과한데 이 같은 현황을 통해 스포츠기업 95.9%가 10인 미만의 영세기업임을 알 수 있다. 이 같은 실태는 스포츠 서비스산업이 높은 성장가능성을 지니고 있음에도 불구하고 투입 가능한 재무적·인적 자원의 부족이라는 치명적인 약점을 가지고 있음을 의미한다. 따라서 스포츠 서비스산업 성장을 위해서는 기업의 영세성에서 비롯되는 경쟁력 약화라는 약점을 극복하기 위한 정부와 민간 등 다각적인 방면에서의 지원 대책이 필요하다.

셋째, 기회 요인에서는 ‘융·복합 기술 발전을 기반으로 하는 새로운 서비스 창출 가능성’이 스포츠 서비스산업의 성장을 촉진할 것으로 예상된다. 다양한 분야에서 새롭게 등장하는 기술은 스포츠에도 접목되어 스포츠산업 발전의 밑거름이 되고 있다. 특히, 융·복합 기술은 스포츠와 결합하여 과학적이고 체계적인 경기력 관리를 가능토록 하고 의료분야와의 결합을 통해 삶의 질을 향상시킴과 동시에 경제적·사회적 맥락에서 스포츠 서비스산업을 성장시키는 새로운 동력이 될 것으로 전망된다. AI와 로봇 기술의 융합은 야구와 축구 등 산업화가 고도로 진행되고 있는 스포츠 종목에서 선수들의 경기력 향상이나 심판판정 보조 도구로 활용되고 있다. 그리고 최근 상용화가 가속화 되고 있는 5G를 비롯하여 빅데이터, VR·AR·MR 등의 기술 발전은 스포츠산업 분야에서 다양한 서비스 공급자가 시장에 등장하도록 할 것으로 기대된다.

넷째, 위협 요인 중에서는 ‘자연·환경의 변화가 유발하는 스포츠산업 생태계 변화’에 대한 대응방안 마련이 시급한 것으로 확인되었다. 자연환경의 급격한 변화는 스포츠 서비스산업에 상당한 영향을 미치고 있다. 예를 들어, 미세먼지의 증가는 실외 스포츠 경기에 참여하는 선수들의 경기력 수준 저하와 관중들의 건강, 생활스포츠 참여자들의 스포츠 소비활동에도 큰 변화를 유발하고 있다. 2000년대 들어 급격하게 진행되고 있는 지구온난화는 스포츠 산업적 관점에서도 경제활동에 부정적인 영향을 미치고 있다. 골프, 스키와 같이 직접적으로 자연환경을 활용하는 수준이 높은 분야뿐만 아니라 축구, 크리켓 등

과 같은 다양한 서비스업에도 경제활동을 저해하는 요인으로 작용되고 있다. 기후환경의 변화가 스포츠산업에 미치는 영향력과 사례들은 <표 6>과 같다.

<표 6> 기후환경의 변화가 스포츠산업에 미치는 영향력

분 야	스포츠산업에 미치는 영향력	사 례
골프	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 영국의 골프코스 중 약20%가 글래스고(Grasgow) 지역에 위치해있음 ▶ 지구온난화로 인한 강수량 및 태풍발생 빈도 증가는 골프장 영업일수 단축을 유발함 ▶ 해수면 상승으로 인한 골프장 지반 유실 발생 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 2016/17시즌의 골프장 영업일수는 2006/07시즌 대비 약 20%감소 ▶ 북해(North Sea)지역 위치 일부 골프장에서 해안지역 약5~10m 지반 유실로 티잉 그라운드(Teeing Ground) 이동
축구	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 지구온난화로 인해 발생하는 열대성 저기압, 폭풍 등으로 인해 EPL포함 축구경기 취소 속출 ▶ 영국 정부의 디지털 문화 미디어 스포츠부(Sport England)는 2015-16시즌 홍수로 피해를 입은 EPL 구단들에게 £750,000을 지원 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 영국 및 아일랜드의 열대성 저기압 폭풍(Storm Desmon)는 EPL 구단들은 경기장 개보수 비용으로 £200,000 지출
동계 스포츠	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 알프스 지역의 평균기온은 120년 동안 2°C 상승하여 글로벌 평균의 2배에 달함. 이는 눈을 포함한 15~25%의 강수량 감소, 10~50%의 적설량 감소를 유발 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 알프스를 중심으로 하는 유럽의 향후 스키장 영업일수는 1930~2010년 기간 대비 5~15% 단축될 것으로 예상

자료: 스포츠 서비스산업의 유형 및 지원방안 연구(한국스포츠정책과학원, 2019) 재구성

IV. 결론 및 스포츠 서비스산업 활성화를 위한 아젠다

스포츠 서비스산업은 4차 산업 기술로 대표되는 융·복합, 빅데이터, 사물인터넷, VR, AR 등을 기반으로 성장속도가 빨라지고 있다. 궁극적으로 특정 산업의 성장 초기에는 개념적인 핵심서비스를 가시적인 형태 또는 소비자의 편익으로 구현할 수 있는 기술의 상대적인 중요성이 높지만 산업이 성장할수록 초기 기술의 역할은 감소하게 된다. 따라서 스포츠 서비스업의 지속적인 성장을 통해 경제성장과 일자리 창출효과를 높이기 위해서는 스포츠 서비스산업의 서비스 이용자이자 소비자인 국민들의 스포츠에 대한 지속적 관여도(Enduring Involvement)를 높이기 위한 전략적 방안의 마련이 뒷받침 되어야 할 것으로 판단된다. 스포츠 서비스산업 활성화를 위해 논의가 필요한 사안은 다음과 같다.

1. 융·복합 및 신기술 기반 고성장 업종에 대한 집중적 지원

국내 경제 환경은 제조업을 중심으로 수출부진과 성장률 둔화 등의 어려움에 직면해있는 반면 서비스산업은 잠재적으로 높은 부가가치를 가지고 있다. 국내 서비스산업의 취업유발계수(15.2)*는 제조업(8.0)의 약 두 배에 달하며, 부가가치유발계수(0.875) 역시 건설업(0.804)이나 제조업(0.642) 등 타 산업과 비교해 상대적으로 높은 수치를 나타내고 있다. 정부에서도 국내경제 활성화를 위한 새로운 동력으로서의 서비스산업을 활성화하기 위해 기획재정부 등 관계부처 합동으로 2019년 6월 26일 제 18차 경제활력대책회의를 개최하고 서비스산업 혁신 전략 추진계획안을 마련하였다.

스포츠산업분야 역시 서비스업은 스포츠 시설업이나 용품업과 비교해 매우 높은 성장률을 나타내고 있다. 2012년부터 2017년까지 최근 5개년 동안의 기업 업종별 매출액을 기준으로 살펴보면, 배팅업을 제외한 스포츠 서비스업의 연평균 성장률(CAGR)은 24.9%로 스포츠 시설업의 7.9%와 스포츠 용품업의 4.5%와 비교해 매우 높은 수치를 기록하고 있음을 알 수 있다(국민체육진흥공단, 2019). 이처럼 성장기단계에 있는 스포츠 서비스업에 대한 정책적 지원은 향후 서비스가 견인하는 스포츠산업 전반의 성장을 기대할 수 있을 것으로 예상된다. 스포츠 서비스업 지원 정책을 수립함에 있어 정부 투입자원의 한계성과 정책적 효율성 등을 고려하면 상대적으로 자원의 투입대비 경제·사회적 효과 창출 규모가 클 것으로 예상되는 서비스업종에 대한 집중적인 지원정책의 수립이 필요하다.

2. 자연환경 변화에 대한 선제적 대응 방안 확보

스포츠 서비스는 그 특성상 직접적인 참여나 간접적인 관람에 있어 자연환경의 영향을 많이 받을 수밖에 없다. 특히, 축구, 야구 등과 같이 야외에서 실시되는 스포츠경기업의 경우에는 폭염, 강풍, 황사와 같은 환경적 요인에 따라 경기의 연기나 취소를 실시하게 되고 이는 자연스럽게 기업의 매출감소로 이어지게 된다. 한국야구연맹(KBO)과 한국프로축구연맹은 미세먼지농도의 수준이 높은 경우에는 선수들과 관람객들의 건강과 안전을 위해 경기를 취소하도록 하는 규정을 마련하고 있다. 최근에는 미세먼지의 발생빈도가 증가하면서 미세먼지 경보발령 수준에 경기 취소를 검토하도록 하고 있다.

평균기온 상승 역시 스포츠 서비스산업에 큰 영향을 미치는 요인이다. 평균기온 상승에 직접적인 영향을 받을 수밖에 없는 대표적인 사례가 스키 관련 서비스업이다. 국내에서

* 한국은행 경제통계시스템(Bank of Korea Economic Statistics System) 자료

가장 규모가 큰 용평리조트가 위치한 강원도의 대관령 기상 관측지점에서 측정된 기상청 자료를 바탕으로 용평리조트의 영업일수와 기온변화의 관계 분석 자료를 살펴보면, 1972년 이후 2019년 현재까지 점진적으로 연평균 기온이 증가하고 있음을 알 수 있다. 그리고 스키장 운영기간인 11월에서 3월의 시즌 평균 기온 역시 지속적으로 높아지고 있는 것으로 확인되었다. 스키장 운영기간인 11월에서 3월 동안의 최심적설량 평균값의 변화를 살펴보면 점진적으로 감소하는 것을 알 수 있다. 평균기온과 적설량은 부(-)의 상관관계를 가지고 있는 것으로 판단할 수 있기 때문에 기온의 상승으로 인해 적설량이 감소한다는 추론이 가능하다. 그리고 스키와 관련된 서비스업 역시 이 같은 환경의 변화에 의해 영향을 받을 수밖에 없다.

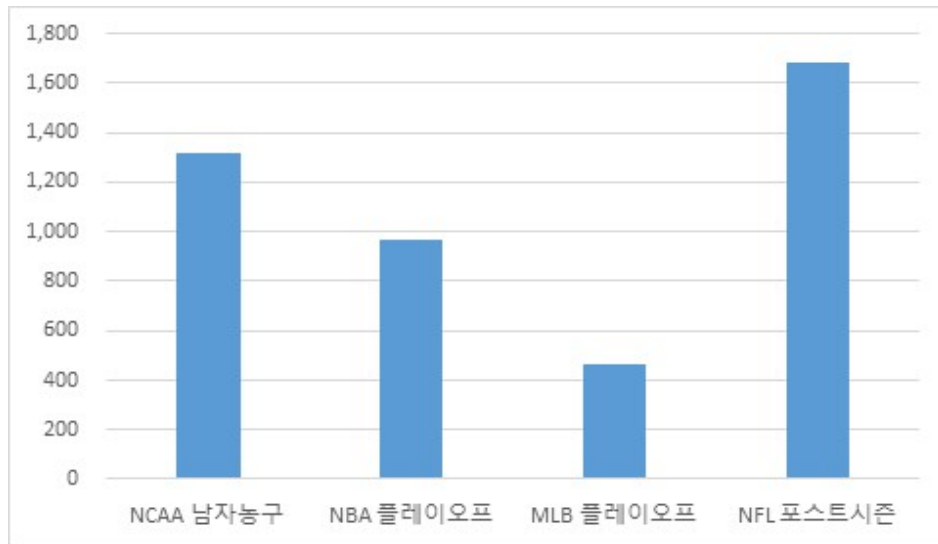
미세먼지의 증가와 기온 상승과 같은 환경변화가 일시적인 현상이라기보다는 장기화되고 있는 만큼 이를 극복하고 스포츠 서비스업의 지속적인 활성화를 위해서는 선제적인 대응방안의 마련이 요구된다. 스키장과 같이 자연환경에 대한 의존도가 높은 경우 비시즌에 스키 외 다양한 형태의 서비스를 제공할 수 있는 비즈니스 모델을 구축하기 위한 계획의 수립이 필요하다.

3. 학교스포츠 활성화를 통한 관람 스포츠 서비스산업 시장 확대 방안 확보

국내에서 참여스포츠와 비교해 상대적으로 관람스포츠 시장의 규모가 작은 점, 학교스포츠의 역할이 저조하다는 약점을 보완하고, 국외 스포츠 서비스의 국내시장 침투전략에 대응하기 위해서는 학교스포츠 활성화를 통한 관람 스포츠시장 확대가 고려될 수 있다. 미국의 NCAA와 일본의 전국 고등학교 야구선수권대회(고시엔)의 사례에서 알 수 있듯이 학교 스포츠리그도 프로스포츠리그 못지않은 인기를 누릴 수 있고 산업적인 측면에서도 경제적 가치가 있다. 그리고 학교 스포츠리그의 활성화는 스포츠 서비스업은 물론 용품업, 시설업, 미디어업, 마케팅업 등 연관된 업종으로도 광범위한 파급효과를 창출하고 있다.

미국 NCAA는 대중들로부터의 지속적인 관심을 토대로 대규모 스포츠 시장을 형성하여 경제활동이 활발하게 이루어지고 있다. 닐슨(Nielsen) 자료에 의하면, 2019년 NCAA 남자 농구 결승전(Texas Tech 對 Virginia)의 평균 시청자 수는 1,960만 명을 기록하였다. 그리고 iSpot.tv는 농구 토너먼트의 광고수익은 약 9억 3,300만 달러(약 1조 911억 원)이며 결승전 단 한경기의 광고수익은 전체 광고수익의 약 12%인 1억 1,400만 달러

(약 1,333억 원)에 달한다고 추정하였다. 2018년 NCAA 남자농구 디비전1 64강 토너먼트의 광고 수익은 NBA와 메이저리그 야구 플레이오프 보다 높은 것으로 확인되었다.



<그림 3> NCAA 남자농구와 미국 주요프로스포츠 수입 비교 (단위: 백만 달러)

미국 주요 스포츠경기와 비교해보면, <그림 3>에 제시된 것과 같이 NCAA 남자농구의 토너먼트 전국 TV광고 수익은 13억 2,000만 달러(약 1조 5,450억 원)로 NBA 플레이오프 TV광고 수익 9억 7,000만 달러(약 1조 1,353억 원)보다 높은 것으로 나타났고 MLB 플레이오프 TV광고 수익 4억 6,800만 달러(약 5,477억 원)에 비하면 3배가량 높은 수치이다. NFL포스트시즌 광고 수익 16억 8,000만 달러(약 1조 9,664억 원)보다는 적은 수치이지만 NFL연간 중계권료가 약 50억 달러로 NCAA 농구 보다 약 5배 정도 높기 때문에 수익성 차원에서는 NCAA농구가 훨씬 더 많은 이익을 발생시킨다고 볼 수 있다. 미국의 NCAA와 일본의 전국고등학교 야구 선수권 대회는 인터넷과 모바일 미디어 플랫폼을 통해 전 세계로 중계되고 있으며 스포츠 경기와 관련한 다양한 스토리를 창출하여 대중들의 관심을 집중시키고 있다. 학교스포츠 역시 스포츠 경기업 분야에서 큰 부분을 차지할 수 있으므로 학교스포츠 활성화전략을 수립하여 연관업종인 스포츠 에이전트업, 스포츠 마케팅업, 스포츠 미디어업, 스포츠 용품업, 스포츠관광업 등의 동반성장을 기대할 수 있을 것으로 기대된다.

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

김상훈(스포츠산업연구실 실장/책임연구위원)

유의동(스포츠산업연구실, 수석연구위원)

정지명(스포츠산업연구실, 책임연구위원)

김민수(스포츠산업연구실, 선임연구위원)

고경진(스포츠산업연구실, 선임연구위원)

신성연(스포츠산업연구실, 연구위원)