

Sport Industry

# SI 포커스



한국스포츠정책과학원  
국민체육진흥공단

## 국내 야구산업 경영현황 분석: 생활스포츠산업 실태조사 기반

신 성 연(한국스포츠정책과학원)

- I 야구산업의 현황
- II 야구산업의 규모와 성장추이
- III 야구산업의 분석: 경영실태
- IV 야구산업의 경쟁력 확보 방안
- V 경영현황 분석에 따른 시사점

## 요 약

본 연구의 목적은 국내 야구산업의 주요 경영현황을 분석하고 관련 산업 간 비교를 실시하여 국내 야구산업 육성을 위한 정책지원 방향의 토대가 되는 정보를 제공하는 것이다. 이를 위해 첫째, 야구산업의 전반적인 현황에 대한 파악을 통해 매출액의 규모 등에 대한 분석을 실시하여 야구산업의 규모와 성장추이를 확인하였다. 그리고 스포츠산업 전체와 야구산업을 비교하여 야구산업이 스포츠산업 내에서 가지는 역할을 업종별로 규명하였다. 둘째, 야구산업 경영실태를 바탕으로 기업들의 성장 및 수익성, 야구산업이 경쟁력을 확보하기 위해 필요한 방안, 정부 및 지자체의 지원 수요에 대해 살펴보았다. 셋째, 현황에 대한 분석결과를 토대로 주요 내용에 대한 논의와 정책적 지원 방향을 제시함으로써 야구산업을 활성화하기 위한 시사점을 도출하였다.

본 연구에서 야구산업 전반의 현황을 확인하기 위해 활용된 분석 자료는 2018년 한국 스포츠정책과학원에서 발행한 「2018년 생활스포츠산업 실태조사: 야구」의 결과보고서를 통해 수집되었다. 그리고 야구산업 및 스포츠산업 간의 업종별 비교 과정에서는 통계청에서 제시하는 「한국표준산업분류」의 특수분류인 스포츠산업 분류체계를 적용하여 ‘스포츠 시설업’, ‘스포츠 용품업’, ‘스포츠 서비스업’으로 분류하였다. 또한, 자료의 분석기준 연도는 2018년으로 설정하고 2016년부터 2018년까지 최근 3개년에 대한 분석을 진행하였다.

주요 분석내용과 결과는 다음과 같다. 첫째, 야구산업의 매출액 규모, 사업체 규모에 따른 경영실적 등에 대한 확인이 이루어졌으며, 야구산업의 매출액은 저년도와 비교해 소폭 감소한 것으로 확인되었다. 그리고 사업체의 규모가 커질수록 매출액의 규모 역시 증가하여 기업의 규모와 매출액 사이에는 정(Positive)적인 상관관계가 존재할 수 있음을 확인하였다. 둘째, 업종별로 야구산업과 스포츠산업 전체를 비교한 결과 스포츠산업은 전반적으로 매출액을 기준으로 하는 경영성과가 향상되고 있지만 야구산업의 경우에는 오히려 경영성과가 하락하는 경향이 있음을 확인하였다. 셋째, 야구산업이 대외경쟁력을 갖추기 위해서는 홍보 및 마케팅강화와 관련 부처의 정책적인 지원에 대한 수요가 큰 것으로 확인되었다. 또한, 기업체의 입장에서 재무적 자원의 부족과 정부지원의 미흡이 경영활동을 저해하는 요인이라고 지각하는 비율이 높은 만큼 이를 해결할 수 있는 방안의 마련이 야구산업의 성장을 위해 필요할 것으로 보인다.

## I. 야구산업의 현황

한국에서 가장 인기 있는 스포츠 종목은 무엇인가? 글로벌 통합정보분석기업 닐슨코리아(Nielsen Korea)의 조사결과\*에 의하면 한국인의 62%가 스포츠 종목 중에서 야구에 가장 많은 관심을 가지고 있는 것으로 확인되었다. 해당 조사결과를 근거로 하면 한국에서 가장 인기 있는 스포츠는 야구라고 할 수도 있지만, 구체적인 조사결과를 살펴보면 장기적인 관점에서는 야구의 인기가 지금의 수준을 유지할 수 있다는 확신은 어렵다. 그 이유는 30대 이하의 밀레니얼 세대(15~29세)에서는 축구(53.2%)의 인기가 야구(50.8%)보다 다소 높은 것으로 나타났기 때문이다. 또한, e-스포츠(39.7%) 역시 인기 측면에서 야구를 위협하는 것으로 확인되었다.

소비자들의 특정 스포츠에 대한 관여도는 직접 또는 간접적인 스포츠 경기의 관람뿐만 아니라 스포츠 참여에 따른 다양한 측면에서의 산업적 파급효과를 유발한다. 이 같은 관점에서 인구통계적으로 상대적 젊은 층인 밀레니얼 세대에서 야구의 인기가 축구보다 낮고 e-스포츠와 같은 다른 종목에게 추격당하고 있다는 것은 야구산업에도 변화가 일어날 수 있음을 의미한다. 실제로 관람측면에서 프로야구 2019년 정규시즌 시청률은 0.88%로 전년인 2018년 0.97%와 비교해 0.09%포인트 감소하였다. 이는 여자 프로배구의 2019년 시청률이 0.90%로 프로야구를 앞섰다는 점에서 야구에 대한 국민적 관여도가 상대적으로 낮아질 수 있다는 가능성을 시사하고 있다. 축구를 위시한 해외 다양한 스포츠 리그의 공격적인 시장침투전략 역시 야구산업의 성장에 영향을 미치는 요인으로 볼 수 있다. 또한, 스포츠 관람분야 뿐만 아니라 다양한 레저스포츠 활동에 대한 공급이 증가하면서 스포츠 참여 측면 역시 카테고리 경쟁이 발생할 수 있음을 의미한다고 볼 수 있다.

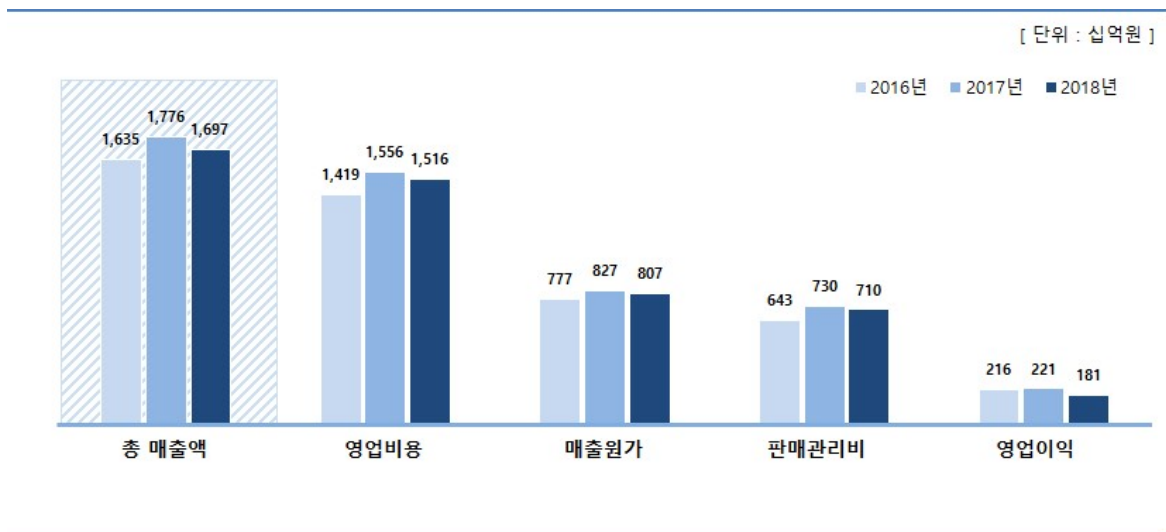
이 같은 환경의 변화는 결국 야구산업 전반에 영향을 미칠 수 있으며 야구산업의 지속적인 성장을 위해서는 현재 야구산업이 직면해 있는 현황을 분석하고 향후 발전을 위해 필요한 방안들에 대한 모색이 필요함을 의미한다. 야구산업의 장기적인 활성화 방안에 대한 탐색을 위한 자료로 마련하기 위한 맥락에서 본 연구는 한국스포츠정책과학원에서 실시한 「2019 생활스포츠산업 실태조사: 야구」의 결과보고서를 바탕으로 야구산업의 주요 현황을 확인하고 야구산업 경영활동을 위한 실무적인 시사점을 도출하고 효과성과 효율성이 높은 정책적 지원 방향을 제시하고자 한다.

\* 스폰서링크(SponsorLink)조사: 2017년 5월 한국인 2,600명 대상

## II. 야구산업의 규모와 성장추이

### 1. 야구산업의 규모

2018년 기준 야구산업의 총 매출액은 1조 6,970억 원 수준으로 2017년 1조 7,776억 원 보다는 소폭 감소한 것으로 확인되었다. 2016년부터 2018년까지 최근 3개년의 매출액을 살펴보면 2년의 기간 동안 매출액의 연평균성장률(CAGR)은 1.9%로 나타났다. 그리고 2018년 기준 영업비용은 약 1,516억 원으로 확인되었고 영업이익은 181억 원으로 확인되었다.



<그림 1> 연도별 야구산업 전체 경영실적

총 매출액의 변동을 하위 구성항목별로 살펴보면 <그림 1>에 제시된 것과 같이, 2018년을 기준으로 2017년과 비교해 소폭 감소하였으며 영업비용과 영업이익 역시 전년대비 소폭 감소한 것으로 나타났다. 그리고 영업비용을 구성하고 있는 하위항목의 경우 판매관리비는 2018년 기준 전년도와 비교해 소폭 감소하여 710억 원을 기록하였고, 매출원가 역시 2018년 기준 전년도보다 소폭 감소한 807억 원으로 나타났다.

야구산업내 기업의 경영실적을 재무적 관점에서 살펴보면 <표 1>에 나타난 것과 같이 2018년 기준 기업별 매출액의 평균은 약 3억 2,800만원으로 확인되었다. 그리고 평균 영업비용은 2억 9,360만원, 평균 영업이익은 3,440만원으로 나타났으며, 평균 매출원가는 1억 5,620만원, 평균 판매관리비는 1억 3,740만원으로 확인되었다.

&lt;표 1&gt; 연도별 야구산업체 개별 평균 경영실적

(단위 : 백만원)

구 분	총 매출액	영업비용	매출원가		영업이익	연구비용
			매출원가	판매관리비		
2016년	316.2	274.6	150.5	124.5	42.0	0.8
2017년	343.4	301.3	160.0	141.3	42.1	0.8
2018년	328.0	293.6	156.2	137.4	34.4	0.8

## 2. 사업체 규모에 따른 경영실적

야구산업내의 사업체 규모와 경영실적 간의 관계를 살펴보기 위해 먼저 사업체의 규모를 인원수를 기준으로 1~4인, 5~9인, 10인 이상 총 세 가지 유형으로 분류하였다. 그리고 분석기간은 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 1억 3,850만원, 5~9인 규모 업체가 5억 8,670만원, 10이상 규모 업체가 22억 2,140만원으로 나타났다. 또한, 세 가지 유형의 사업체 규모에 따른 업체별 평균 매출액의 규모는 저년도인 2017년과 비교해 소폭 감소한 것으로 확인되었다.

&lt;표 2&gt; 사업체 규모별 경영실적 현황(평균)

(단위 : 백만원)

구 분	구 분	총 매출액	영업비용	매출원가		영업이익	연구비용
				매출원가	판매관리비		
2016년	1~4인	139.8	114.7	66.1	49.0	25.4	0.0
	5~9인	588.6	545.5	314.8	231.0	43.5	0.3
	10인 이상	2021.1	1775.1	904.3	871.3	246.2	11.4
2017년	1~4인	144.4	117.1	64.5	52.6	27.3	0.0
	5~9인	596.3	549.8	310.5	239.3	46.6	0.3
	10인 이상	2365.4	2146.7	1077.9	1068.7	218.7	11.4
2018년	1~4인	138.5	110.7	60.0	50.7	27.8	0.0
	5~9인	586.7	544.9	308.1	236.7	41.8	0.3
	10인 이상	2221.4	2117.9	1080.8	1037.2	103.5	11.4

### Ⅲ. 야구산업의 분석: 경영실태

#### 1. 스포츠산업 전체와 야구산업의 비교: 성장성과 수익성

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

주요 분석내용을 살펴보면 첫째, 야구산업과 스포츠산업 전체의 업종별 매출액 비교분석 결과 <표 3>에 나타난 것과 같이 스포츠산업 전체의 업종별 매출은 모두 증가하였다. 반면, 야구산업의 업종별 매출의 증가는 업종에 따라 차이가 나타났는데 스포츠 시설업은 2.1% 증가, 스포츠 용품업은 2.5% 감소, 스포츠 서비스업은 14.1% 감소하였다. 한편, 매출액의 비중을 살펴보면 야구산업은 용품업이 62.1%로 시설업의 16.8%와 서비스업의 21.0%와 비교해 높게 나타났다. 그리고 스포츠산업 전체의 매출 비중과 비교해 상대적으로 용품업이 차지하는 비중이 큰 것을 알 수 있다.

<표 3> 업종별 매출액 증감률 비교

(단위 : 백만원, 십억원, %)

구 분	2016년		2017년		2018년		매출액 증감률 (2017년 대비)	
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중		
스포츠 시설업	야구	232,101	14.2	279,971	15.8	285,716	16.8	2.1
	스포츠산업	17,201	23.7	17,544	23.5	19,849	25.4	13.1
스포츠 용품업	야구	1,064,498	65.1	1,081,435	60.9	1,054,573	62.1	-2.5
	스포츠산업	33,547	46.2	34,011	45.5	34,371	44.0	1.1
스포츠 서비스업	야구	339,476	20.7	415,590	23.4	357,028	21.0	-14.1
	스포츠산업	21,859	30.1	23,141	31.0	23,847	30.5	3.1

둘째, 스포츠산업 전체와 야구산업의 매출액영업이익률 비교분석을 실시하였다. 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 야구산업의 경우에는 25.5%로 매우 높은 영업이익률을 기록하였다.

<표 4> 업종별 영업이익률 비교

(단위 : 백만원, 십억원, %)

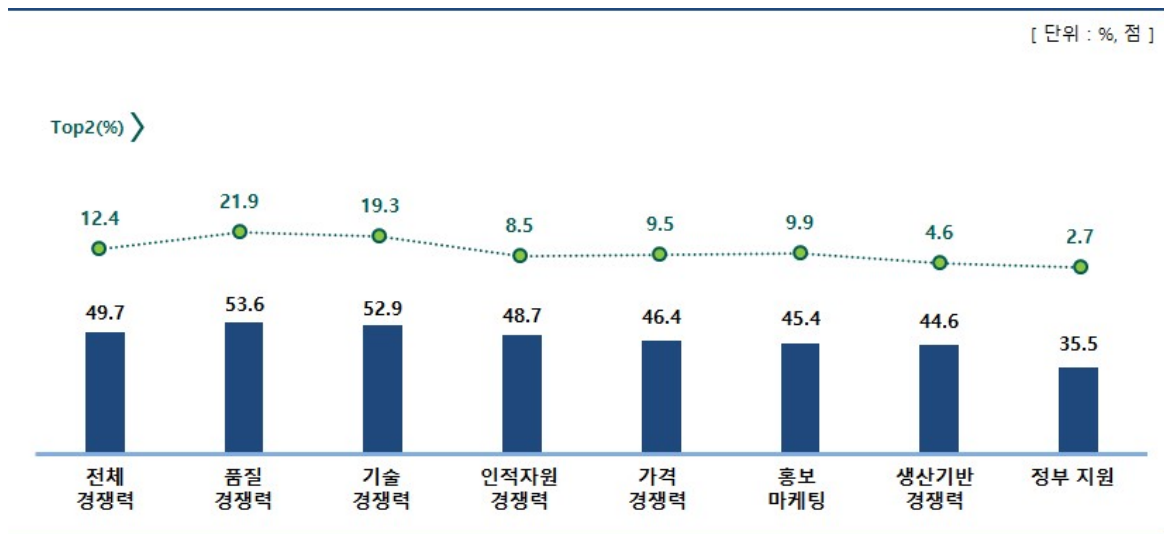
구 분	매출액		영업비용		영업이익		영업이익률		
	2017년	2018년	2017년	2018년	2017년	2018년	2017년	2018년	
스포츠 시설업	야구산업	279,971	285,716	215,031	212,776	64,940	72,940	23.2	25.5
	스포츠산업	17,544	19,849	16,046	18,041	1,498	1,808	8.5	9.1
스포츠 용품업	야구산업	1,081,435	1,054,573	983,435	962,860	98,000	91,713	9.1	8.7
	스포츠산업	34,011	34,371	30,913	31,246	3,098	3,125	9.1	9.1
스포츠 서비스업	야구산업	279,971	357,028	360,596	343,670	54,994	13,358	19.6	3.7
	스포츠산업	19,190	19,383	17,655	17,734	1,535	1,649	8.0	8.5

그리고 스포츠 서비스업의 경우 2018년도 기준 스포츠 산업 전체의 영업이익률이 8.5%를 기록하였고 야구산업은 3.7%를 기록하여 소폭의 차이가 존재하는 것을 알 수 있다. 용품업의 경우에는 영업이익률이 스포츠 산업 전체가 9.1%, 야구산업이 8.7%로 큰 차이가 없는 동등한 수준을 나타내었다. 따라서 야구산업은 스포츠산업 전체와 비교해 시설업의 영업이익률이 높다고 볼 수 있다.

## 2. 야구산업의 경쟁력 확인

앞서 스포츠산업 전체와 야구산업과의 비교를 통해 스포츠산업내에서 야구산업의 상대적인 경영실태를 확인해보았다. 국내 야구산업분야 기업들이 한국시장을 뛰어넘어 해외로 진출하기 위해서는 국내 기업들이 가진 역량에 대한 점검이 이루어질 필요가 있다. 국외 야구산업분야 기업들과 경쟁하기 위한 국내 기업들의 역량 평가를 살펴보면 <그림 2>에 나타난 것과 같이 전체 경쟁력 수준을 49.7점으로 평가하였다. 구체적으로 품질(53.6점), 기술(52.9점)분야의 경쟁력 수준은 국제제품 대비 높은 편이라고 평가되었다. 반면, 정부지원은 35.5점으로 타 부문 대비 다소 낮은 수준으로 나타났다.

<그림 2> 야구산업체 대외경쟁력 평가 결과



사업체 규모별에 따른 대외경쟁력 평가를 살펴보면 <표 5>에 제시된 것과 같이 5인 이상의 사업체에서는 전체경쟁력을 국제사업체 수준과 비교해 높게 평가한 반면, 1~4인 사업체는 낮다고 평가하고 있다.

<표 5> 사업체 규모별 대외경쟁력 평가(100점 만점 기준)

(단위 : 점)

구분	전체 경쟁력	품질	기술	인적자원	가격	홍보 마케팅	생산기반	정부 지원
전체	49.7	53.6	52.9	48.7	46.4	45.4	44.6	35.5
1~4인	48.3	51.9	51.6	47.7	45.8	43.8	43.6	34.8
5~9인	56.4	62.1	57.8	52.0	47.2	53.6	47.6	35.8
10인 이상	54.9	60.1	60.9	55.2	51.5	51.1	52.0	43.4

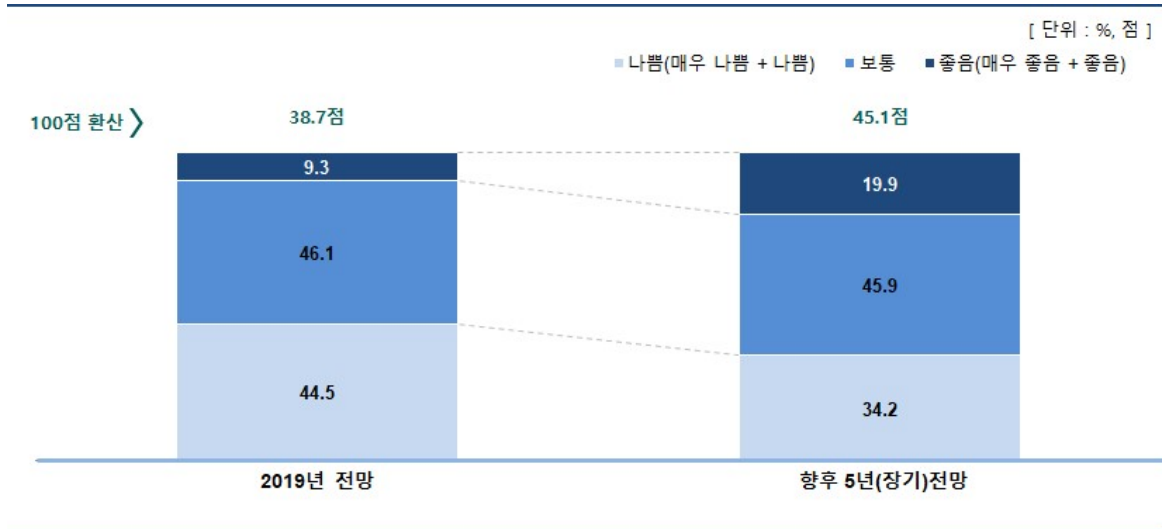
### 3. 야구산업의 향후 전망

야구산업의 향후 전망에 대해서는 100점 환산점수를 기준으로 보았을 때 <그림 3>과 같이 단기적으로는 38.7점, 장기적으로는 45.1점으로 나타나났다. 단기전망의 경우에는 나쁨이 44.5%, 보통이 46.1%, 좋음이 9.3%로 확인되었고, 장기전망의 경우에는 나쁨이 34.2%, 보통이 45.9%, 좋음이 19.9%로 확인되었다. 이를 통해 1년 이내의 단기간에는 야구산업 전망이 대체적으로 긍정적이지 못하고, 향후 5년의 장기적인 전망 역시 소폭의 변화가 있지만 전반적으



로 긍정적이지 못하다고 볼 수 있다.

<그림 3> 사업체 향후 전망



야구사업체의 규모별 향후 전망을 살펴보면 <표 6>에 나타난 것과 같이 사업체의 규모가 작을수록(1~4인) 단기와 장기 전망에 대해 긍정적이지 못할 것으로 예상하는 경향이 있는 것으로 확인되었다.

<표 6> 사업체 규모별 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	44.5	34.2	46.1	45.9	9.3	19.9	38.7	45.1
1~4인	47.3	37.0	44.7	45.7	8.0	17.3	37.1	43.5
5~9인	35.4	25.0	53.6	44.0	11.0	31.0	43.9	51.4
10인 이상	27.0	16.2	50.3	51.0	22.7	32.7	48.9	54.2

야구산업내 업종별(스포츠산업특수분류 중분류 기준)로 향후 전망을 살펴보면 <표 7>에 제시된 것과 같이, 업종 모두 전반적인 전망은 긍정적이지 못한 것을 알 수 있다. 특히, 스포츠 시설업과 서비스업에 비해 용품업의 단기 및 장기 전망에 대한 점수가 낮게 나타났다.

<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
<b>전 체</b>	<b>44.5</b>	<b>34.2</b>	<b>46.1</b>	<b>45.9</b>	<b>9.3</b>	<b>19.9</b>	<b>38.7</b>	<b>45.1</b>
스포츠 시설업	22.0	19.1	64.4	58.5	13.6	22.4	47.1	50.6
스포츠 용품업	54.6	41.3	38.3	39.7	7.1	19.0	34.7	42.7
스포츠 서비스업	28.1	20.1	56.4	59.8	15.5	20.1	46.6	49.1

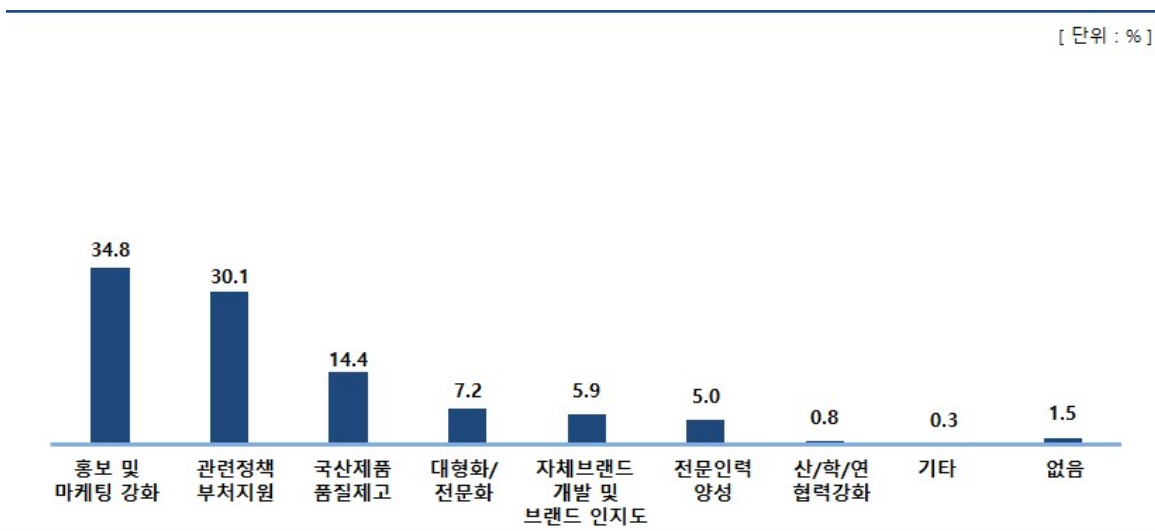
## IV. 야구산업 경쟁력 확보 방안

### 1. 야구산업의 대외 경쟁력 강화 방안

야구산업의 대외 경쟁력을 강화하기 위한 방안으로는 <그림 4>에 제시된 것과 같이 홍보 및 마케팅 강화(34.8%), 관련부처의 정책지원(30.1%)이 주된 요인으로 나타났다. 그 뒤로 국산제품의 품질 제고(14.4%), 대형화 및 전문화(7.2%) 등이 필요한 것으로 확인되었다.

<그림 4> 대외 경쟁력 확보 방안

[ 단위 : % ]



사업체 규모별에 따른 경쟁력 확보 방안을 살펴보면 <표 8>에 제시된 것과 같이, 5~9

인 사업체에서는 관련정책 부서지원이 가장 높게 나타났으며, 1~4인과 10인 이상 사업체는 홍보 및 마케팅 강화가 가장 높게 나타났다.

<표 8> 사업체 규모별 대외 경쟁력 확보 방안

(단위 : %)

구 분	홍보 및 마케팅 강화	관련정책 부서지원	국산제품 품질 제고	대형화/전문화	자체 브랜드 개발 및 브랜드 인지도 제고	전문인력 양성	산/학/연 협력강화	기타	없음
전 체	34.8	30.1	14.4	7.2	5.9	5.0	0.8	0.3	1.5
1~4인	36.9	28.0	12.2	8.2	6.1	5.6	0.9	0.3	1.8
5~9인	22.1	45.8	27.5	2.4	2.0	0.3	0.0	0.0	0.0
10인 이상	31.5	27.8	17.6	4.2	11.0	6.4	1.5	0.0	0.0

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

<표 9> 업종별 대외 경쟁력 확보 방안 - 대분류

(단위 : %)

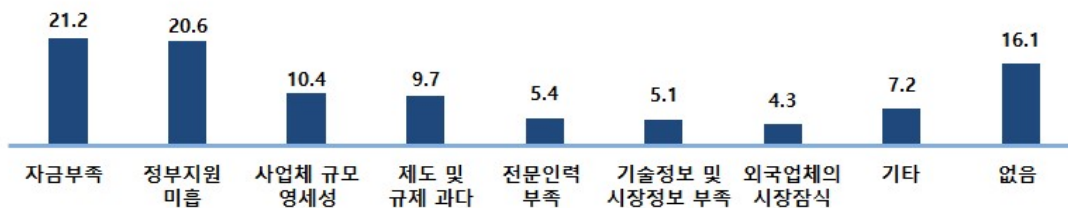
구 분	홍보 및 마케팅 강화	관련정책 부서지원	국산제품 품질 제고	대형화/전문화	자체 브랜드 개발 및 브랜드 인지도 제고	전문인력 양성	산/학/연 협력강화	기타	없음
전 체	34.8	30.1	14.4	7.2	5.9	5.0	0.8	0.3	1.5
스포츠 시설업	32.9	13.2	15.0	19.6	5.9	9.6	0.0	0.0	3.7
스포츠 용품업	35.8	35.5	15.4	2.4	6.2	2.9	0.7	0.4	0.7
스포츠 서비스업	31.7	38.6	1.5	9.6	3.1	9.3	4.9	0.0	1.2

## 2. 야구산업의 발전 저해 요인

야구산업을 발전을 방해하는 요인들을 살펴보면 자금부족(21.2%)과 정부지원 미흡(20.6%)이 주로 꼽혔으며, 이어서 사업체 규모 영세성(10.4%), 제도 및 규제 과다(9.7%) 등으로 나타났다.

<그림 5> 야구산업 발전 저해 요인

[단위 : %]



사업체 규모에 따른 야구산업 발전 저해요인을 살펴보면 <표 10>에 제시된 것과 같이, 1~4인 기업에서는 자금 부족(22.0%), 5~9인 기업에서는 제도 및 규제 과다(27.9%), 10인 이상의 기업에서는 정부지원 미흡(21.2%)이 가장 높게 나타났다.

<표 10> 사업체 규모별 산업 발전 저해 요인

(단위 : %)

구 분	자금부족	정부지원 미흡	사업체규모 영세성	제도 및 규제 과다	전문인력 부족	기술정보 및 시장정보 부족	외국업체의 시장잠식	기타	없음
전 체	21.2	20.6	10.4	9.7	5.4	5.1	4.3	7.2	16.1
1~4인	22.0	20.3	12.5	6.9	3.5	5.5	3.8	8.0	17.6
5~9인	17.9	21.8	0.9	27.9	10.7	1.0	9.3	0.9	9.7
10인 이상	17.4	21.2	1.3	12.5	20.0	8.1	1.1	9.7	9.4

업종별로 야구산업 발전 저해요인을 살펴보면 <표 11>에 제시된 것과 같이 스포츠 시설업에서는 제도 및 규제 과다(13.7%), 스포츠 용품업(25.3%)과 스포츠 서비스업(30.6%)에서는 정부지원 미흡이 산업 발전을 저해하는 가장 큰 요인으로 나타났다.

<표 11> 사업체 규모별 산업 발전 저해 요인

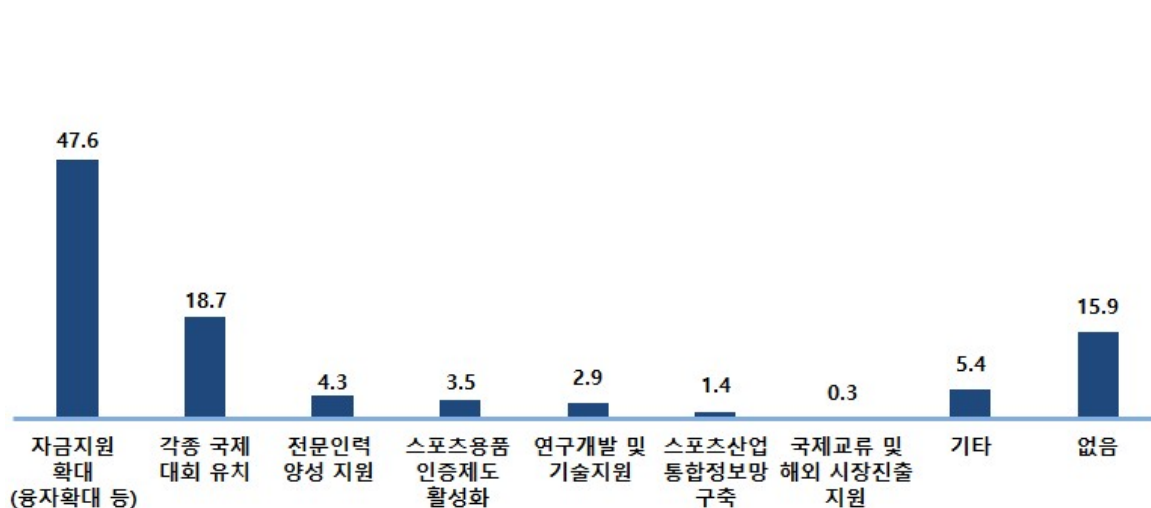
(단위 : %)

구 분	자금 부족	정부지원 미흡	사업체규모 영세성	제도 및 규제 과다	전문인력 부족	기술정보 및 시장정보 부족	외국업체의 시장잠식	기타	없음
전 체	21.2	20.6	10.4	9.7	5.4	5.1	4.3	7.2	16.1
스포츠 시설업	11.7	5.0	11.3	13.7	12.2	3.7	6.1	1.1	35.0
스포츠 용품업	25.2	25.3	10.8	8.2	1.9	5.7	3.8	9.4	9.7
스포츠 서비스업	15.7	30.6	2.7	9.8	15.4	5.0	2.6	7.7	10.5

### 3. 정부의 지원에 대한 수요

야구산업에 대한 정부 지원의 수요를 살펴보면 <그림 6>에 제시된 바와 같이 자금지원 확대가 47.6%로 타 부문 대비 눈에 띄게 높게 나타났다. 그리고 각종 국제대회 유치 (18.7%)와 전문인력 양성지원(4.3%)와 전문인력 양성지원(4.3%) 역시 정부 및 지자체의 지원이 필요한 부문임을 알 수 있다.

<그림 6> 정부지원에 대한 수요



사업체 규모별로 정부지원에 대한 수요를 살펴보면 <표 12>에 제시된 것과 같이 기업의 규모와 독립적으로 자금지원 확대가 가장 우선적인 지원을 필요로 하는 항목임을 알

수 있다.

<표 12> 사업체 규모별 정부지원 필요 부문

(단위 : %)

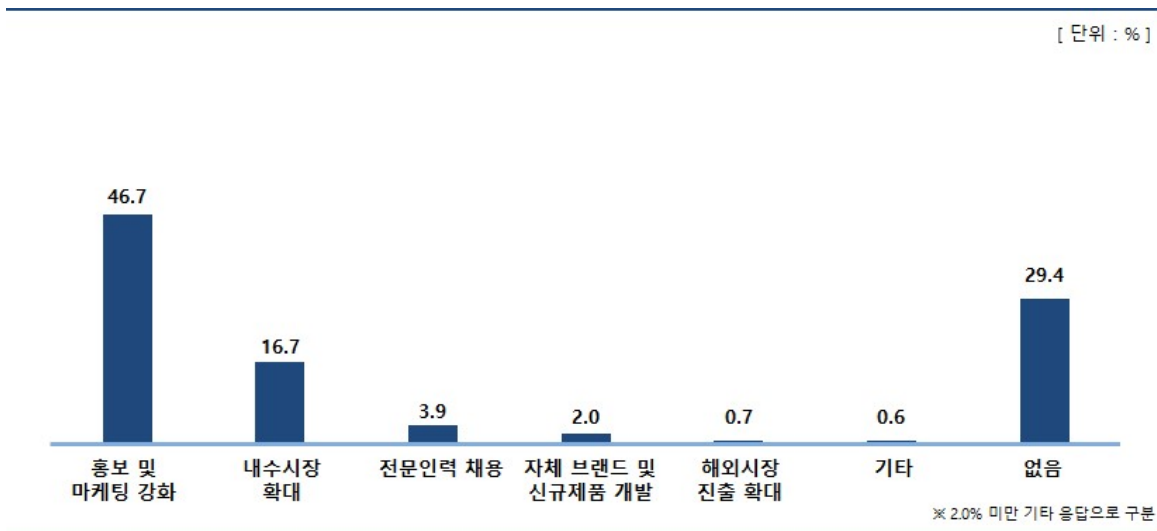
구분	자금지원 확대	국제대회 유치	전문인력 양성	스포츠 용품 인증제도	연구개발 및 기술지원	스포츠산업 통합정보망 구축	국제교류 및 해외시장 진출지원	기타	없음
전체	47.6	18.7	4.3	3.5	2.9	1.4	0.3	5.4	15.9
1~4인	47.8	18.2	3.9	1.7	2.6	1.5	0.1	6.3	17.8
5~9인	50.6	21.8	3.4	16.0	3.0	0.0	0.0	0.0	5.1
10인 이상	39.0	18.9	10.7	2.9	6.8	2.9	2.7	4.4	11.7

#### 4. 향후 매출 증대 방안

야구산업체의 향후 매출 증대 방안으로는 <그림 7>에 제시된 것과 같이 홍보 및 마케팅 강화가 46.7%로 가장 높은 수준이며, 다음으로 내수시장 확대 16.7%, 전문인력 채용 3.9% 등의 순으로 나타났다.

<그림 7> 향후 매출 증대 방안

[ 단위 : % ]



사업체 규모에 따라서는 <표 13>에 제시된 것과 같이 규모에 관계없이 홍보 및 마케팅 강화가 가장 필요한 것으로 나타났고 특히, 5~9인 사업체에서는 1~4인 및 10인 이상의 기업과 비교해 응답 수준이 상대적으로 높은 경향을 보였다.

&lt;표 13&gt; 사업체 규모별 향후 매출 증대 방안

(단위 : %)

구 분	홍보 및 마케팅 강화	내수시장 확대	전문인력 채용	자체 브랜드 및 신규제품 개발	해외시장 진출 확대	기타	없음
전 체	46.7	16.7	3.9	2.0	0.7	0.6	29.4
1~4인	43.8	15.6	3.2	1.3	0.5	0.8	34.9
5~9인	61.4	25.2	5.0	3.7	1.2	0.0	3.4
10인 이상	55.8	14.8	10.4	7.7	2.9	0.0	8.5

업종별로 살펴보면 <표 14>에 제시된 바와 같이 모든 업종에서 홍보 및 마케팅 강화가 가장 높게 나타났다. 특히, 스포츠 용품업의 49.7%가 홍보 및 마케팅 강화를 매출증대방안으로 계획 중이라고 응답하여 홍보 및 마케팅은 다른 요인과 비교해 상대적 중요도가 높은 것으로 확인되었다.

&lt;표 14&gt; 업종별 향후 매출 증대 방안

(단위 : %)

구 분	홍보 및 마케팅 강화	내수시장 확대	전문인력 채용	자체 브랜드 및 신규제품 개발	해외시장 진출 확대	기타	없음
전 체	46.7	16.7	3.9	2.0	0.7	0.6	29.4
스포츠 시설업	38.6	24.3	23.3	7.9	4.9	0.0	1.0
스포츠 용품업	49.7	15.7	15.1	15.2	2.2	2.2	0.0
스포츠 서비스업	38.3	16.1	23.3	22.3	0.0	0.0	0.0

#### IV. 경영현황 분석에 따른 시사점

본 연구에서는 야구산업의 현재 위치를 확인하고 이를 바탕으로 야구산업의 지속적인 성장을 위한 효과적인 정책적 지원 방안의 마련의 기초자료를 제공하기 위한 목적으로 야구산업에 대한 전반적인 현황 분석을 실시하였다. 연구결과를 토대로 제안하는 시사점은 다음과 같다.

첫째, 야구산업 전체의 매출액은 2018년을 기준으로 전년과 비교해 소폭의 감소 추세를 가진 것으로 확인되었다. 영업비용과 영업이익 특히 매출원가와 영업관리비 등의 감소 추

세는 전년도와 비교해 야구산업의 규모가 양적으로 축소되고 있음을 의미한다. 따라서 야구산업을 활성화하기 위해서는 무엇보다 야구산업의 규모를 확대시키기 위한 방안의 마련이 필요할 것으로 보인다. 프로야구 시청률의 변화와 야구산업 전체의 상관관계에 대해서는 추가적인 검증이 필요하다. 하지만 일반적으로 특정 스포츠 종목에 대한 소비자의 관여도와 해당 종목의 시청률이 전혀 관련이 없다고는 단정할 수 없고, 특히 주요 프로스포츠 종목 중에서 가장 시청률이 높았던 야구의 시청률이 여자배구의 시청률보다 낮게 나타났다는 측면에서 야구에 대한 관여도를 향상시키기 위한 방안 역시 고려될 수 있을 것이다.

둘째, 야구산업 내 사업체의 인적규모와 경영실적의 관계를 살펴보면 사업체의 규모와 경영실적은 정(Positive)의 상관관계가 존재할 수 있음이 확인되었다. 이는 야구산업 역시 다른 산업분야와 유사한 맥락에서 투입되는 인적자원에 비례하여 경영성과를 창출한다고 볼 수 있다. 그리고 야구산업은 스포츠산업특수분류를 기준으로 업종별 매출 비중이 시설업(16.8%)이나 서비스업(21.0%)보다는 용품업(44.0%)이 큰 것으로 확인되었다. 이 같은 현황들은 효율적인 부가가치 창출 측면에서 야구와 관련된 분야의 서비스업의 성장이 야구산업 전체 성장에 기여할 수 있음을 시사하고 있다.

셋째, 야구산업의 발전을 저해하는 요인으로는 금융자원의 부족과 정부의 지원 미흡이라는 요인이 높은 순위를 기록하였다. 이는 결국 기업의 입장에서 경영활동에 투입하기 위한 재무적 자원을 확보하는 것에 대한 어려움이 존재한다는 것을 의미한다. 그리고 정부의 지원이 미흡하다는 것은 기업이 요구하는 지원이 원활하게 이루어지지 않고 있다는 것을 대변하고 있다. 정부의 지원에 대한 수요 역시 금융지원과 같은 재무적 자원의 공급이 기업에게 가장 필요한 것으로 확인되었다는 점에서 야구산업의 지속적인 성장을 위해서는 무엇보다 야구산업과 관련된 기업들이 필요로 하는 정책적 지원의 방향을 점검해 볼 필요가 있을 것이다.

또한, 향후 매출증대를 위한 방안과 관련하여 업종의 경계와 기업의 인적규모와 관계없이 홍보 및 마케팅 강화가 가장 중요한 요인으로 확인되었다. 이 같은 결과는 야구산업 전반에서 시설의 운영, 제품의 생산과 유통, 야구관련 서비스의 제공과정에서 소비자에게 전달되는 시장제공물의 품질은 기업이 목표로 하는 수준까지 도달하였다는 것을 시사하고 있다. 그리고 현재보다 매출을 향상시키기 위해서는 기업이 제공하는 가치를 소비자에게 명확하게 전달하고 인식시킬 수 있는 방안이 무엇보다 필요한 시점이라는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 따라서 야구산업 전체의 매출증대 통한 양적 성장을 위해서는 기업의 시장제공물에 대한 효과적인 마케팅 전략 수립을 위한 정부차원의 지원과 관련 교



육이 필요할 것으로 예상된다.

## 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)