

Sport Industry

SI포커스



국민체육진흥공단

한국스포츠정책과학원
Korea Institute of Sport Science

코로나-19, 무엇이 달라졌나?: 스포츠산업 업종별 소비지출 변화

신 성 연(한국스포츠정책과학원)

- I. 코로나-19와 스포츠산업
- II. 연도별 소비지출 비교
- III. 업종별 소비지출 변화 추이
- IV. 정책적 시사점

요 약

SI포커스 62호에서는 코로나-19(Covid-19)가 스포츠산업에 미치는 경제적 영향력을 확인하기 위해 스포츠 관련 주요 업종별 소비지출 현황을 분석하는 자료를 살펴보고자 한다. 또한, 코로나-19 상황 속에서 스포츠산업의 지속적인 성장을 위한 정책적 지원 방안을 소개하고자 한다. 이를 위해 2020년 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원에서 수행된 「코로나19 확산과 스포츠관련 업종별 소비지출 비교 분석 연구」의 결과물을 활용¹⁾하여 보고서가 작성되었다. 해당 연구에서 분석에 활용된 자료는 국내에서 시장점유율이 가장 높은 신용카드사²⁾ 고객의 스포츠 관련 업종에 대한 거래 데이터를 바탕으로 업종별 소비지출 규모를 추정한 값이다. 업종의 선정은 신용카드 거래 규모와 가맹점 수 등을 고려하여 20개로 선정되었다. 연구의 주요 내용은 다음과 같다.

첫째, 코로나-19 확산 이후 스포츠 관련 주요 업종의 소비지출 변화를 확인하기 위해 2020년과 2019년 연도별 소비지출 현황을 비교하였다. 2020년 소비지출 규모는 2019년과 비교해 감소한 것으로 확인되었으며, 특히, 1차, 2차 및 3차 코로나-19 대유행 시점을 중심으로 소비지출은 2019년과 비교해 현저하게 감소하는 현상을 보였다. 2020년 거래금액은 10조 2,721억 원으로, 2019년 11조 3,861억 원과 비교해 1조 1,140억 원 감소(-11%)한 것으로 나타났다.

둘째, 스포츠 관련 주요 업종을 스포츠 시설 및 서비스, 스포츠 용품으로 분류하여 업종별 특성과 소비지출의 변화 추이를 살펴보았다. 코로나-19 확산 이후 야외 활동을 수반하는 스포츠 업종과 비교해 실내 스포츠 업종 업종들의 소비지출 감소가 현저하게 큰 것을 확인하였다. 그리고 스포츠 용품업 보다는 상대적으로 대면 요소의 비중이 높은 스포츠 시설 및 서비스업의 소비지출 감소 규모가 큰 것으로 나타났다.

셋째, 보고서의 결론에는 코로나-19 상황의 장기화를 고려하여 연도별 소비지출 현황 비교와 업종별 소비지출 변화 추이 분석을 바탕으로 도출된 정책적 시사점을 제시하고 있다.

1) '코로나19 확산 이후 스포츠 관련 업종별 소비지출 변화 분석(한국스포츠정책과학원, 2020)' 결과보고서의 주요 내용을 발췌·재인용·요약 하여 작성되었음(표, 그림 등 포함).

2) (주)신한카드: 국내점유율 21.33%, 금융감독원 금융통계정보시스템 제공 자료 기준(2020. 10. 5)

I. 코로나-19와 스포츠산업

코로나-19의 확산은 국내외 다양한 산업 분야에 심각한 영향을 미쳐 정상적인 경제활동을 어렵게 하고 있다. 특히, 스포츠산업의 경우에는 사람 간 대면과 물리적 접촉 빈도가 높은 스포츠를 중심으로 제품과 서비스가 생산되고 소비되고 있다. 스포츠참여와 관람 등 관련 활동이 제한되면서 기업의 제품이나 서비스의 생산과 유통, 소비 과정에 많은 변화를 맞이하고 있다. 장기화된 코로나 상황은 기존의 스포츠경제 중심이 대면에서 비대면으로 확장되면서 스포츠 관련 제품 및 서비스의 생산과 유통, 소비에 이르는 공급망 전체에 패러다임 전환을 촉진하고 있다.

스포츠산업 규모가 큰 미국의 경우 2020년 1월 코로나 발생 이후 코로나-19 확산 3개월 만에 스포츠분야 일자리가 130만개 감소하였으며, 2020년 6월까지 약 123억 달러(\$)의 손실이 발생한 것으로 추정된다³⁾. 또한, 미국 전역의 락다운(Lock Down)과 코로나 확산 우려로 인해 홈트레이닝 등 스포츠 관련 용품의 온라인 매출이 급격하게 증가하였다. 코로나 팬데믹(Pandemic) 기간 비대면·온라인 유통을 기반으로 하는 소비의 디지털화가 급격하게 진행 중에 있으며, 이 같은 현상은 궁극적으로 스포츠 종목의 특성에 따른 파생 상품 및 서비스에 대한 수요의 증가와 감소, 비대면 및 온라인 플랫폼 기술 의존도 향상 등을 비롯한 스포츠경제 시장 전체의 변화를 유발할 것으로 전망된다.

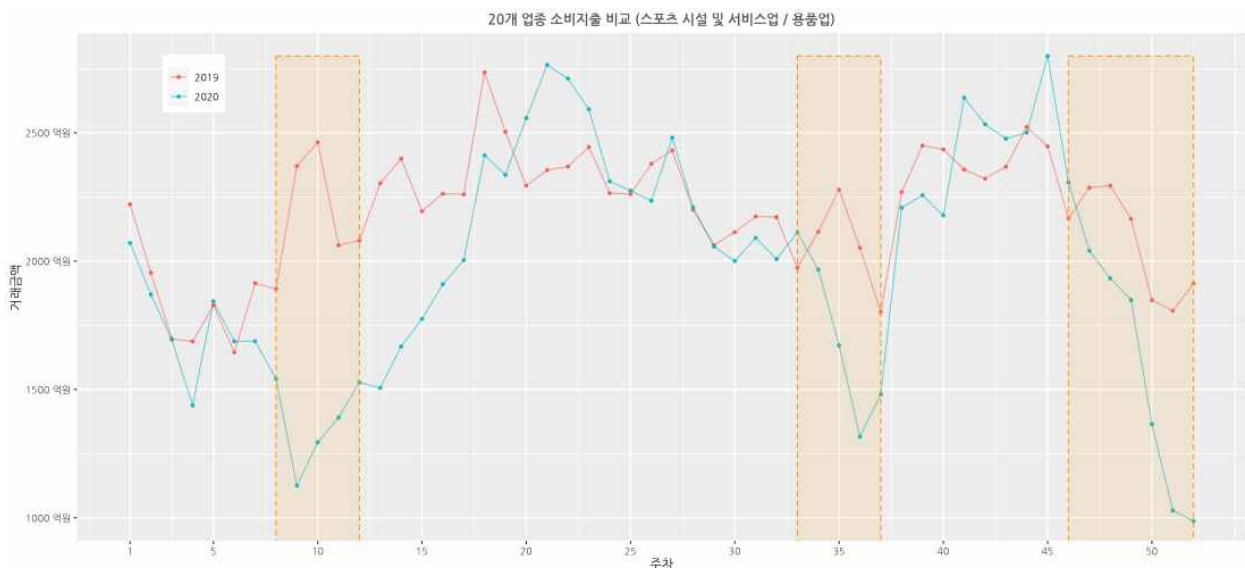
코로나-19 확산 이후 오프라인 스포츠시설 및 서비스 이용의 급감과 비대면 및 온라인 시장 규모 증가는 소비자의 스포츠 관련 지출과 소비문화에도 상당한 영향력을 미치고 있다. 그리고 사회적 거리두기 강화로 인한 스포츠시설 및 서비스 이용 제한, 재택근무 활성화가 변화시키는 스포츠 참여 행태 등과 같은 요인들 역시 소비자의 스포츠 관련 소비지출에 영향을 미치고 있다.

장기적인 관점에서 코로나 상황 속에서 스포츠산업의 지속적 성장을 위한 방안을 마련하기 위해서는 급격하게 변화하고 있는 스포츠 관련 소비지출 및 소비문화에 대한 분석을 실시하고 향후 시장의 변화에 효과적으로 대응할 수 있는 자료를 확보하는 것이 선행되어야 한다. SI포커스 62호에서는 한국스포츠정책과학원에서 수행한 「코로나19 확산과 스포츠관련 업종별 소비지출 비교 분석 연구」의 결과보고서를 바탕으로 코로나-19 확산으로 인해 변화해 가는 주요 스포츠 시설 및 서비스, 용품 소비지출의 변화 추이를 확인하고 이를 바탕으로 하는 정책적 지원 방향을 제시하고자 한다.

3) EMSI자료: www.economicmodeling.com/tag/u-s-sports/

II. 업종별 소비지출 현황

스포츠 관련 주요업종에 대한 소비지출 현황 분석 결과 주요 업종 전체의 2020년 소비지출 규모는 2019년과 비교해 감소한 것으로 확인되었다. 특히, <그림 1>에 제시된 것과 같이 1차, 2차 및 3차 코로나-19 대유행 시점을 중심으로 소비지출은 2019년과 비교해 현저하게 감소하는 현상을 보였다.



<그림 1> 2019-2020년 스포츠관련 업종별 소비지출 비교

2020년과 2019년 스포츠관련 주요 업종에 대한 소비지출현황을 분석한 결과 <표 1>에 제시된 것과 같이 2020년 거래금액은 10조 2,721억 원으로, 2019년 11조 3,861억 원과 비교해 1조 1,140억 원 감소(11%)한 것으로 나타났다.

<표 1> 2019-2020 스포츠관련 주요 업종별 소비지출 현황 비교

업종 유형	20년 증감여부 ²⁾	증감율 (%) ²⁾	2019년 소비지출(억원)	2020년 소비지출(억원)	증감액 (억원)
스포츠시설 및 서비스업	감소▼	-12.2	79,910	70,162	-9,748
스포츠용품업	감소▼	-4.1	33,951	32,559	-1,392
업종 전체	감소▼	-11.0	113,861	102,721	-11,140

1) ('20.8월 기준/개)

2) 19년 대비

1. 스포츠시설 및 서비스업 소비지출 비교

업종 특성별로 소비지출의 변화를 살펴보면 먼저, <표 2>에 나타난 것과 같이 스포츠 시설 및 서비스업 14개 업종에서는 12개의 업종이 2019년과 비교해 2020년 소비지출이 감소하였다. 한편, 골프장과 골프연습장의 두 개 업종의 경우 2020년 소비지출규모가 2019년과 비교해 증가하였다.

<표 2> 2019-2020 스포츠관련 주요 업종별 소비지출 현황 비교(시설 및 서비스업)

업종 유형	No.	업종 분류	20년 증감여부 ²⁾	증감율 (%) ²⁾	2019년 소비지출 (억원)	2020년 소비지출 (억원)	증감액 (억원)
스포츠 시설 및 서비스	1	스포츠센터	감소▼	-12.9	17,698	15,422	-2,276
	2	당구장	감소▼	-8.4	2,252	2,062	-190
	3	실내골프장	증가▲	19.5	6,462	7,722	1,260
	4	스포츠강습	감소▼	-39.9	3,432	2,061	-1,371
	5	요가	감소▼	-16.5	1,497	1,250	-247
	6	무술 도장	감소▼	-24.9	506	380	-126
	7	볼링장	감소▼	-20.8	2,661	2,107	-554
	8	실외골프장	증가▲	16.9	21,914	25,627	3,713
	9	탁구장	감소▼	-20.0	75	60	-15
	10	수영장	감소▼	-55.8	1,316	582	-734
	11	실내 야구연습장	감소▼	-36.8	511	323	-188
	12	테니스장	감소▼	-25.8	190	141	-49
	13	레저-기타	감소▼	-36.7	608	385	-223
	14	스포츠 교육기관	감소▼	-42.1	20,788	12,040	-8,748
합 계			감소▼	-12.2	79,910	70,162	-9,748

1) ('20.8월 기준/개)

2) 19년 대비

2. 스포츠용품업 소비지출 비교

스포츠용품업에서는 골프용품, 자전거, 낚시용품, 수중장비보트와 관련된 지출 규모가 2019년과 비교해 증가하였다.

<표 3> 2019-2020 스포츠관련 주요 업종별 소비지출 현황 비교(용품업)

업종 유형	No.	업종 분류	20년 증감여부 ¹⁾	증감율 (%) ²⁾	2019년 소비지출 (억원)	2020년 소비지출 (억원)	증감액 (억원)
스포츠 용품	1	스포츠용품	감소▼	-8.2	16,525	15,171	-1,354
	2	스포츠의류	감소▼	-15.0	11,878	10,091	-1,787
	3	자전거	증가▲	55.3	1,816	2,821	1,005
	4	낚시용품	증가▲	27.1	1,461	1,857	396
	5	골프용품	증가▲	15.5	2,190	2,530	340
	6	수중장비보트	증가▲	9.9	81	89	8
소계			감소▼	-4.1	33,951	32,559	-1,392

1) ('20.8월 기준/개)

2) 19년 대비

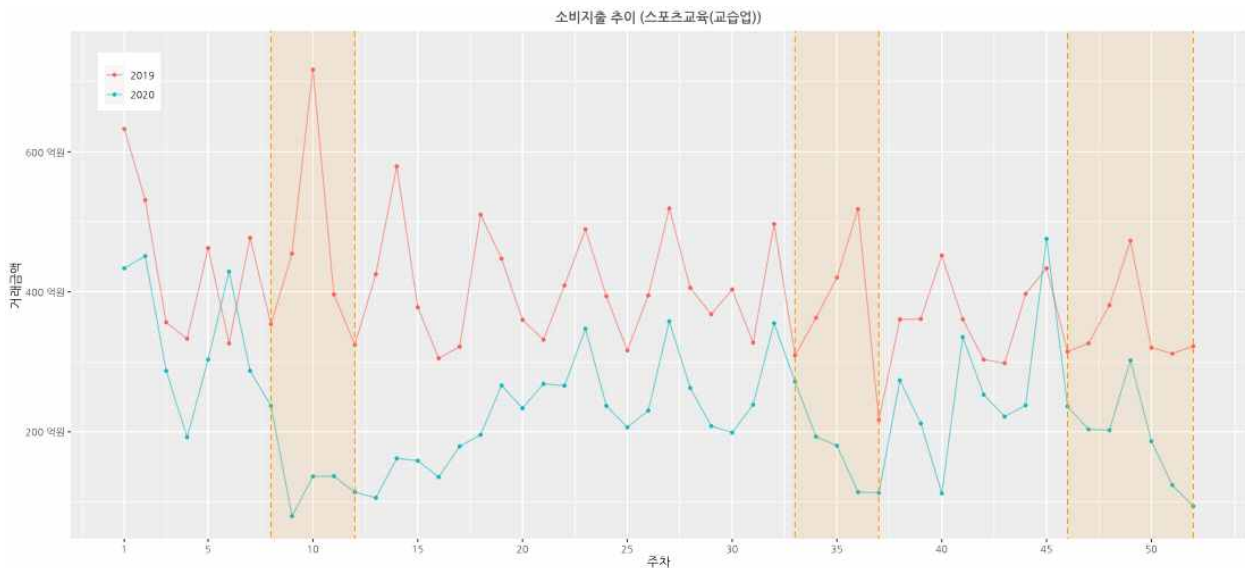
Ⅲ. 업종별 소비지출 변화 추이

업종별 소비지출 변화 추이는 스포츠 시설 및 서비스업에서 감소 규모가 큰 5개 업종(스포츠교육기관: -8,748억, 스포츠센터: -2,276억, 스포츠강습: -1,354억, 수영장: -734억, 불링장: -554억)과 소비지출이 증가한 2개 업종(실외골프장: 3,713억, 실내골프장: 1,260억)을 대상으로 하였다. 그리고 스포츠 용품업에서는 소비지출 및 증감규모가 상대적으로 작은 1개 업종(수중장비 및 보트)은 분석대상에서 제외되었고, 소비지출이 감소한 2개 업종(스포츠용품, 스포츠의류)과 증가한 3개 업종(자전거, 낚시용품, 골프용품)의 소비지출 추이에 대한 분석이 실시되었다.

1. 스포츠 시설 및 서비스업 소비지출 추이

1) 스포츠 교육

스포츠 교육업의 경우 <그림 2>에 나타난 것과 같이 대구·경북 지역 코로나 집단발병을 포함하는 코로나 확산 1차 유행 기간인 2020년 8주차부터 정부의 영업정지 권고가 시행된 14주차까지의 소비지출 규모가 2019년과 비교해 매우 낮은 것으로 확인되었다. 2020년 4월 6일부터는 정부의 영업정지 권고가 종료되고 정상적인 영업을 가능하였으며 2020년 15주차 이후 소비지출은 증가하는 추세를 보였다. 하지만 2020년의 소비지출은 전반적으로 전년도 대비 낮은 규모임을 알 수 있다. 2020년 20주차에 긴급재난지원금 지급이 시행된 이후에도 소비지출은 큰 증가를 보이지 않기 때문에 긴급재난지원금의 영향이 크게 미쳤다고는 볼 수 없다.



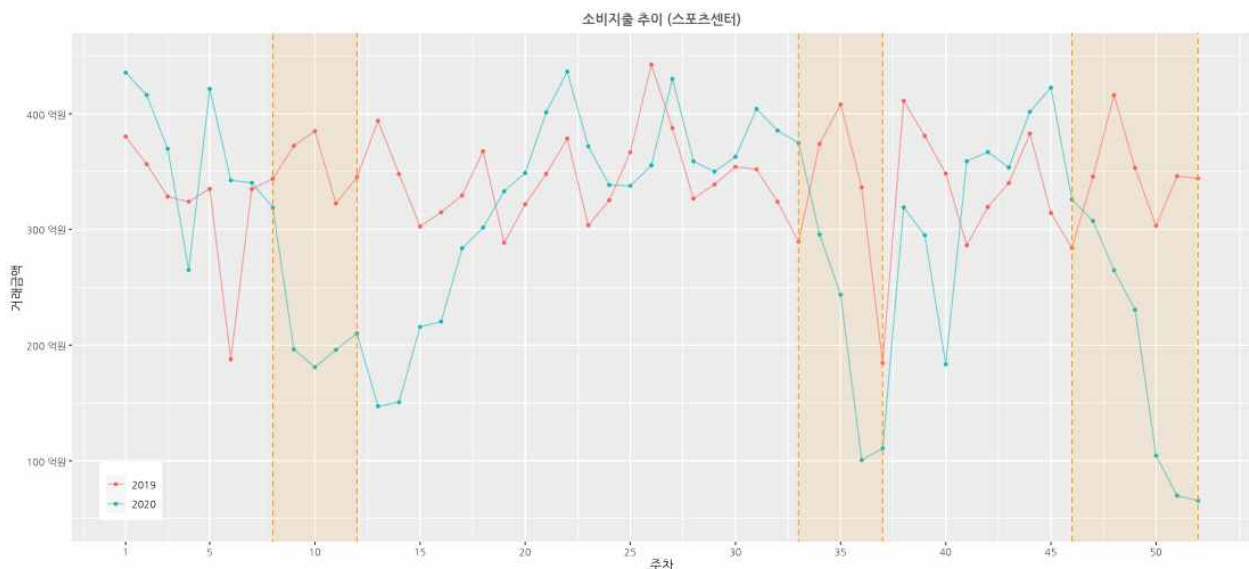
<그림 2> 주차별 소비지출 추이 비교(스포츠교육)

코로나 확산 2차 대유행이 시작되면서 8월 22일 사회적 거리두기가 2단계로 격상되고 8월 31일 실내체육시설 집합금지 조치로 인해 33주차부터 37주차까지 소비지출이 감소하는 추세를 보이고 있다. 그리고 9월 14일 사회적 거리두기가 1단계로 완화되면 다시 소비지출이 증가하는 추세를 보이다가 45주차에 급증해 전년도 수치와 비슷한 수준에 도

달하였다. 스포츠 교육업의 경우 다른 실내체육시설과 마찬가지로 11월 24일 사회적 거리두기가 2단계로 격상됨에 따라 48주차 이후 소비지출이 감소하는 추세를 보이고 있다. 12월 6일 사회적 거리두기가 2.5단계로 격상되면서 51주차와 52주차에 2020년도 중 가장 낮은 소비지출을 기록한 것을 확인할 수 있다.

2) 스포츠센터

스포츠센터 역시 <그림 3>에 나타난 것과 같이 다른 업종과 유사하게 2월 19일 대구·경북 지역의 집단발병이 시작된 8주차부터 큰 감소 추세를 보이고 있다. 실내체육시설의 경우 3월 22일부터 4월 5일까지 정상적인 영업활동을 하지 못하였으며 이로 인해 13주차와 14주차에 낮은 소비지출을 기록한 것으로 추정된다. 그리고 15주차부터 다시 정상적인 영업활동이 가능하였으며 차츰 소비지출이 증가하는 추세를 나타내고 있다.



<그림 3> 주차별 소비지출 추이 비교(스포츠센터)

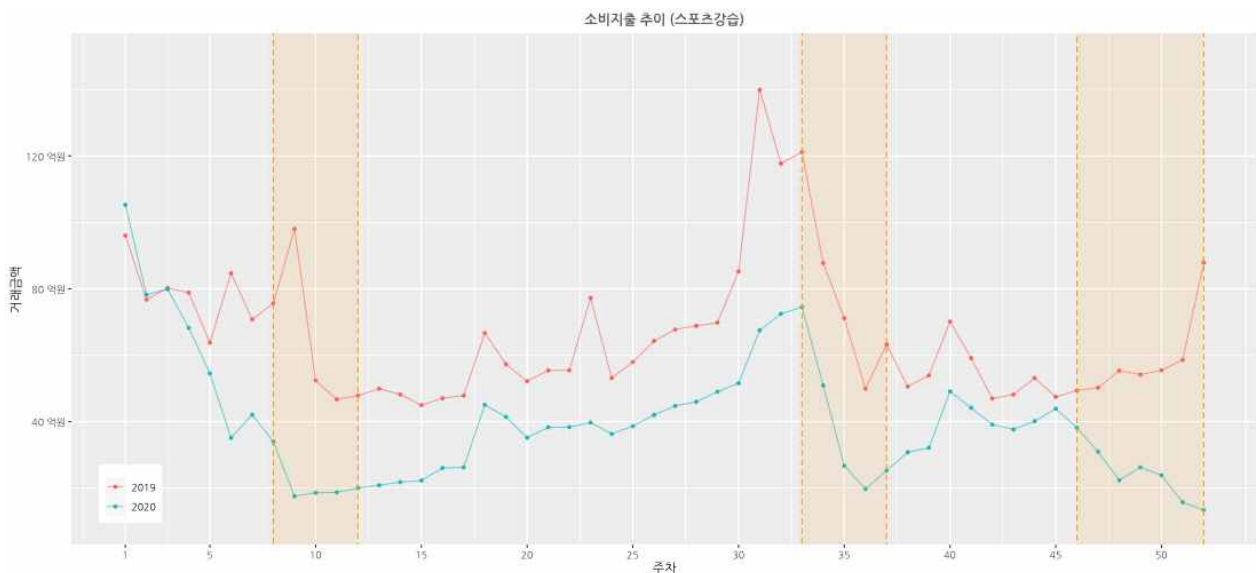
5월 11일부터 긴급재난지원금이 배포되었고 20주차 이후 전년도보다 더 높은 소비지출 규모를 보여주고 있다. 하지만 코로나 확산이 유행하고 8월 16일부터 서울 및 경기 지역의 사회적 거리두기가 격상되어 33주차부터 다시 감소 추세를 보이다가 8월 31일부터 실내체육시설 집합 금지 조치로 인해 36주차와 37주차에서 낮은 수치를 기록하였다. 이후 8월 31일부터 실내체육시설 집합금지로 인해 36주차와 37주차에 급격하게 감소를 하

였고 9월 14일 실내체육시설 집합금지 조치에서 방역의무화로 변경된 38주차부터 소비 지출이 다시 증가하였다.

11월 19일 사회적 거리두기가 강화되면서 46주차 이후 감소하는 추세를 보여주고 있다. 11월 24일 사회적 거리두기가 2단계로 격상되면서 21시 이후 시설 운영이 중단되었고, 이로 인해 48주차 이후 감소하는 추세를 보이다가 12월 6일 사회적 거리두기 2.5단계로 한 번 더 격상하여 50주차에서 소비지출이 급격하게 감소하고 있음을 알 수 있다.

3) 스포츠강습

스포츠강습 역시 다른 업종들과 마찬가지로 8주차부터 낮은 소비지출 규모를 나타내고 있다. 하지만 <그림 4>를 통해 알 수 있듯이 앞서 제시된 스포츠센터를 포함한 실내 스포츠 업종들과는 다르게 실내체육시설이 정상적으로 영업을 가능했던 15주차에도 소비지출 규모는 크게 증가하지 않은 것을 확인할 수 있다.



<그림 4> 주차별 소비지출 추이 비교(스포츠강습)

긴급재난지원금 지급 이후 20주차부터 33주차까지 소비지출이 증가하는 추세를 보이지만 전년도와 비교하면 해당 기간 동안의 소비지출 규모는 낮게 나타나는 것을 알 수 있다. 스포츠센터를 포함한 일부 업종이 긴급재난지원금 지급 이후 전년도와 비교해 소비

지출 규모가 높아진 것과 비교해 스포츠강습은 긴급재난지원금 지급이 소비지출 증가에 큰 영향을 미치지 않는 것으로 볼 수 있다.

34주차부터는 코로나 확산과 서울 및 경기 지역 사회적 거리두기 격상되었고 소비지출 규모가 감소하는 추세를 보이고 있다. 8월 31일 실내체육시설 집합금지 조치가 실시되면서 36주차와 37주차에 소비지출 규모가 급감하고 있는 것을 보여주고 있다. 집합금지 조치가 완화되면서 다시 소비지출이 증가하는 추세를 나타내고 있는데 41주차부터 45주차까지의 경우 전년도와 유사한 추이를 나타내고 있는 것을 확인할 수 있다. 40주차 소비지출 규모의 급격한 증가는 9월 28일 국공립시설 운영이 재개되면서 그 동안 스포츠강습을 이용하지 못한 소비자들의 소비지출이 집중된 것이 하나의 원인이라고 추론할 수 있다.

46주차 이후 수도권을 중심으로 사회적 거리두기가 격상되어 소비지출 규모는 다시 감소하는 추세를 보이고 있다. 특히, 49주차의 소비지출 급감은 11월 24일 사회적 거리두기가 2단계로 격상되면서 21시 이후 실내체육시설들이 운영이 중단되어 발생한 현상일 수 있다. 또한, 12월 8일 사회적 거리두기가 2.5단계로 격상되면서 스키장과 같은 실외 체육시설도 영업을 중단됨 따라 전년도와 비교해 스포츠 강습의 거래금액은 더욱 낮아지는 것으로 판단할 수 있다.

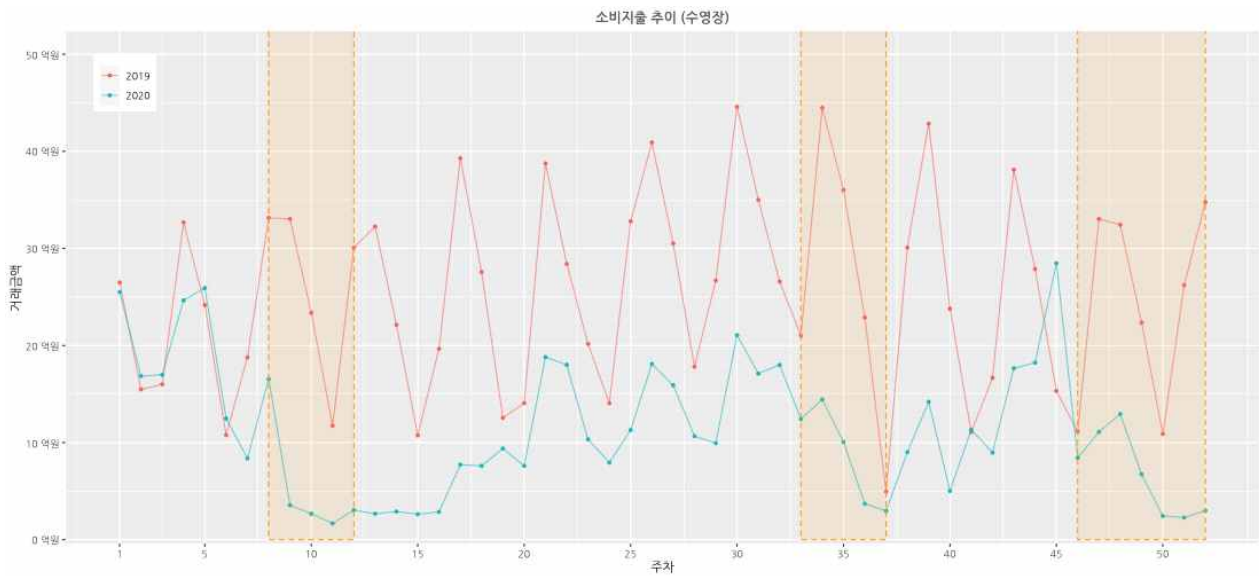
4) 수영장

수영장의 경우 <그림 5>에 나타난 것과 같이 2020년 6주차까지 전년도와 유사한 소비지출 추세를 보이며 7주차부터는 전년도와 다른 형태의 소비지출 추세를 나타내는 것을 확인할 수 있다. 이는 다른 업종과 마찬가지로 2월 19일 대구·경북 지역 집단발병 등 코로나 확산 1차 대유행의 영향으로 소비지출이 대폭 감소한 것으로 볼 수 있다.

한편, 정상적인 영업을 가능했던 15주차 이후에도 소비지출은 크게 증가하는 추세를 보이지 않고 있다. 20주차부터 35주차까지 기간 동안 소비지출 변화를 살펴보면, 요가나 스포츠센터를 비롯한 일부 실내 스포츠 업종의 경우 긴급재난지원금 지급 이후 20주차부터 33주차까지 전년도와 비슷한 수치를 보이지만 수영장의 경우에는 상대적으로 낮은 소비지출 규모를 보이고 있다. 이는 시설 및 서비스 이용자 간의 물리적 거리두기가 어려운 수영장이라는 스포츠 종목의 특성이 반영되어 긴급재난지원금 지급 정책의 영향이 미치지 못한 것을 하나의 이유로 볼 수 있다.

또한, 45주차의 소비지출 규모가 증가하지만 전년도 대비 크게 증가한 수치는 아니기

때문에 사회적 거리두기 완화와 수영장 소비지출과의 연관성은 높지 않은 것으로 볼 수 있다. 사회적 거리두기가 2단계로 강화된 11월 24일 이후인 48주차부터 급격한 소비지출 감소 추세를 보이기 때문에 수영장의 경우 사회적 거리두기 완화보다는 사회적 거리두기 강화에 더 큰 소비지출 영향을 받는다고 판단할 수 있다.



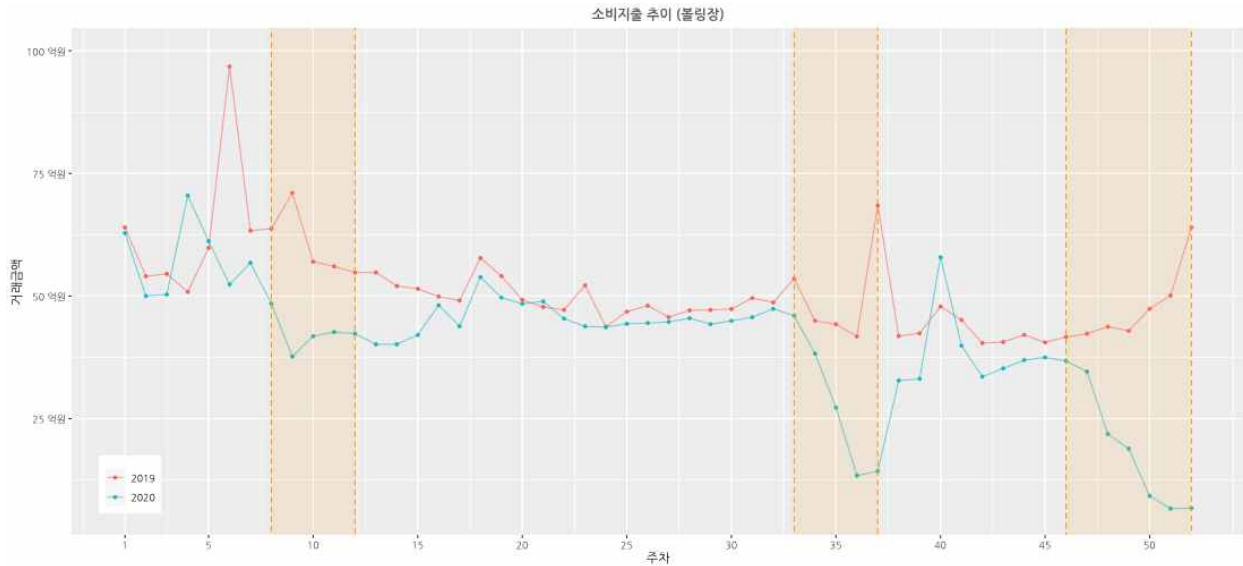
<그림 5> 주차별 소비지출 추이 비교(수영장)

5) 불링장

불링장의 경우 <그림 6>을 통해 제시된 것과 같이 다른 업종들과 비교해 13주차와 14주차에 소비지출의 감소폭이 크지 않다는 것을 알 수 있다. 이는 불링장의 경우 스포츠 강습 등과 같이 월 단위의 주기적인 이용금액 지불이 아닌, 당일(시설 및 서비스 이용일 해당 경기 금액 지불) 단위로 이용금액을 지불함으로 인해 3월 22일 이후 영업정지 기간에 고객의 환불요청과 같은 상황이 발생하지 않았기 때문에 나타난 결과일 수 있다.

긴급재난지원금이 지급된 20주차 이후로도 전년도와 비슷한 소비지출 추세를 보이는 것을 고려하면 불링장의 소비지출은 긴급재난지원금의 영향을 크게 받지 않은 것으로 볼 수 있다. 34주차 이후 소비지출 감소 추세가 나타나는데 이는 8월 16일 서울·경기지역의 사회적 거리두기가 2단계로 격상됨에 따른 결과로 볼 수 있다. 그리고 8월 31일 실내체육시설 집합금지 조치가 시행되었으며, 36주차와 37주차에 소비지출 규모가 가장 낮은

수치를 보이고 있다.



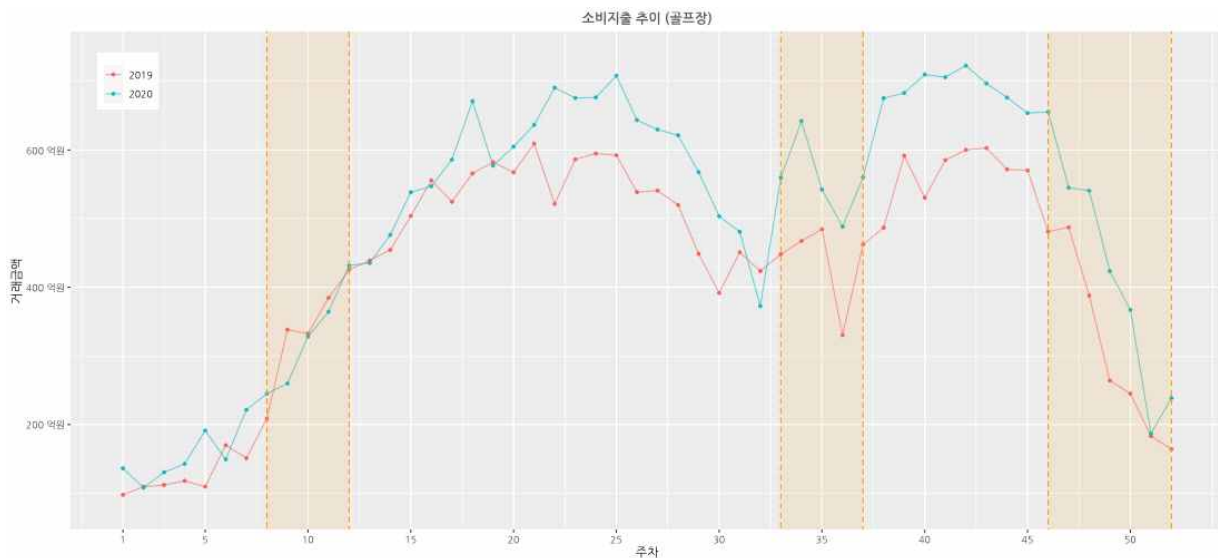
<그림 6> 주차별 소비지출 추이 비교(볼링장)

40주차의 소비지출 규모 증가는 일부 업종(예, 당구장 등⁴⁾)과 마찬가지로 추석연휴기간 해당 업종에서 소비가 증가하는 계절적인 요인(Seasonality)으로 볼 수 있다. 11월 16일 수도권을 중심으로 사회적 거리두기가 1.5단계로 강화되고, 11월 24일 2단계로 강화되면서 47주차부터 소비지출은 감소하는 추세를 보이고 있다. 이후 12월 6일 사회적 거리두기가 2.5단계로 격상되면서 51주차와 52주차의 소비지출 규모가 36주차와 37주차보다 낮게 타나난 것을 확인할 수 있다.

6) 실외골프장

실외골프장의 경우 <그림 7>에 나타난 것과 같이 실내골프장과 유사하게 코로나 확산으로 인한 소비지출 감소의 영향을 찾아보기 힘들다. 8주차 이후에도 소비지출은 2019년 시계열 자료와 비슷한 추세를 보여주고 있다. 36주차와 37주차에도 다른 업종들과 다르게 소비지출이 크게 감소하는 추세를 보이지 않고 있다.

4) 추석연휴기간 일시적으로 소비지출 규모가 증가하는 업종의 유형은 ‘코로나19 확산 이후 스포츠 관련 업종별 소비지출 변화 분석(한국스포츠정책과학원, 2020)’에서 확인 가능함.



<그림 7> 주차별 소비지출 추이 비교(실외골프장)

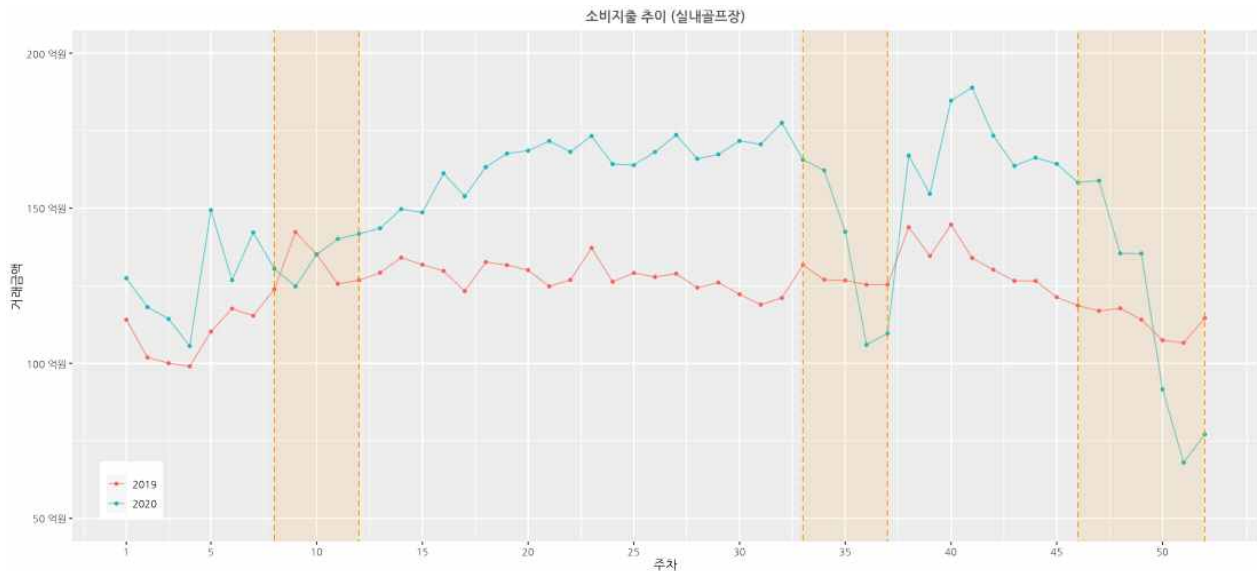
골프장은 야외에서 활동하는 실외체육시설이기 때문에 실내체육시설들이 정상적인 영업 활동을 하지 못한 13주차, 14주차, 36주차, 37주차에도 정상적인 영업이 가능하여 다른 업종과 비교해 소비지출의 감소가 크게 나타나지 않는 것으로 보인다. 또한, 해외 골프여행 서비스를 이용하지 못하는 소비자들의 골프 수요가 국내 골프장으로 이동하면서 골프장 소비지출이 증가했을 수 있다.

실내골프장과 유사하게 40주차의 소비지출 규모가 급격하게 증가한 이유는 작년과 비교해 2020년 추석 연휴기간이 길었기 때문에 해당 주차에 소비자들의 소비지출 규모가 증가하였다는 판단이 가능하다. 48주차 이후 소비지출이 감소하는 추세를 보이지만 전년 도인 2019년에도 48주차 이후로 소비지출이 감소하는 추세를 보이기 때문에 이는 기온이 내려가면서 골프장 이용 수요가 감소한 것으로 볼 수 있다. 그리고 11월 24일 사회적 거리두기 격상은 실내체육시설 운영 중단 조치에 해당되기 때문에 야외체육시설인 골프장은 해당 조치의 영향을 받지 않은 것으로 보인다.

7) 실내골프장

실내골프장의 경우 <그림 8>에 나타난 것과 같이 2월 19일 대구·경북 지역 집단발병이 시작된 8주차 이후로 지속적으로 소비지출이 증가하는 추세를 보이고 있다. 이는 3월 22일 정부의 영업 정지 권고 대상에서 골프장이 제외되었고, 해외 골프 여행에 대한 대안

으로 국내 골프장 수요가 증가하면서 실내골프장의 소비지출 역시 함께 증가한 것으로 판단된다.



<그림 8> 주차별 소비지출 추이 비교(실내골프장)

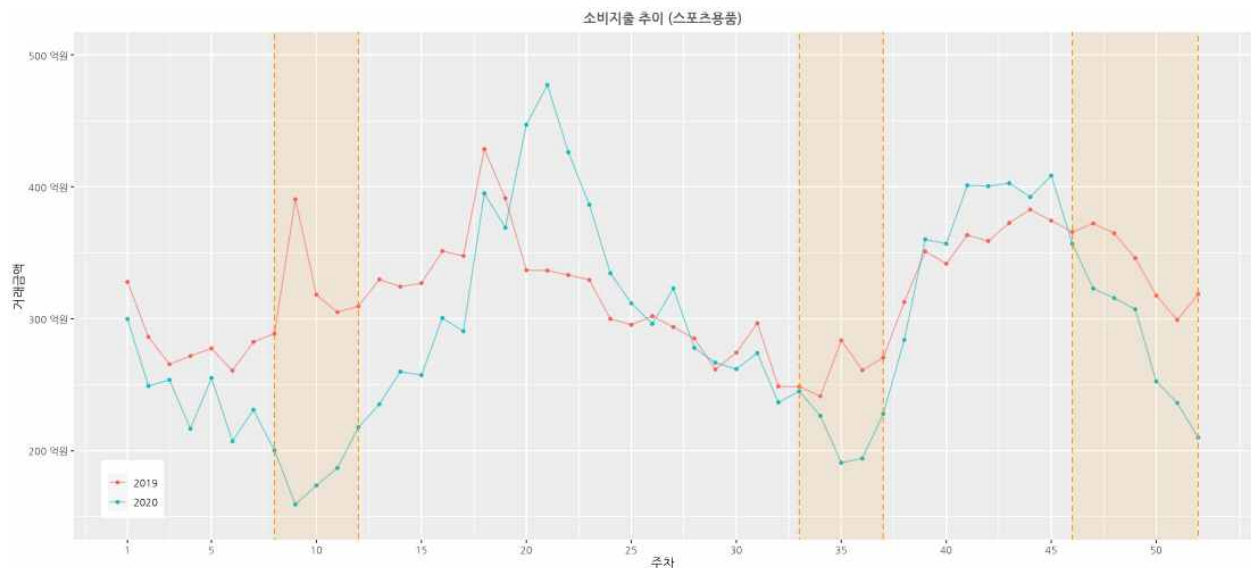
8월 16일 서울 및 경기 지역의 사회적 거리두기가 2단계로 격상되면서 34주차부터 소비지출이 감소하는 추세를 보이다가 8월 30일 실내골프장이 실내체육시설 집합금지 조치로 인해 해당 주에 가장 낮은 소비지출 규모를 기록한 것을 확인할 수 있다. 2019년 37주차의 소비지출 규모가 증가 추이를 고려하면 2020년 40주차의 소비지출이 급격히 증가한 것은 볼링장처럼 계절적인 요인이 아닌 집합금지 조치가 시행된 기간 동안 실내골프장을 이용하지 못한 소비자들의 소비가 추석 연휴기간인 40주차에 집중되었기 때문으로 판단된다.

타 업종들과 마찬가지로 11월 24일 사회적 거리두기가 2단계로 격상하면서 21시 이후 실내체육시설들이 운영이 중단되었고 48주차 이후 급격한 소비지출 감소 추세를 보이고 있다. 12월 6일 사회적 거리두기가 2.5단계로 격상되었고 50주차, 51주차, 52주차의 소비지출 규모가 2020년 주차 중 가장 낮은 수치를 기록한 것이 확인된다.

2. 스포츠 용품업 소비지출 추이

1) 스포츠용품

2020년 스포츠용품의 소비지출은 <그림 9>에 제시된 것과 같이 20주차, 21주차, 39주차를 제외한 다른 주차에서 2019년보다 낮거나 비슷하게 나타나고 있다. 스포츠용품의 소비지출은 21주차 이후 지속적인 감소를 기록하고 있다. 이는 20주차부터 정부의 긴급재난지원금 지급 영향으로 인해 소비가 증가하고 긴급재난지원금 소진 이후 다시 작년과 같은 추세로 돌아간 것을 하나의 원인으로 볼 수 있다.



<그림 9> 주차별 소비지출 추이 비교(스포츠용품)

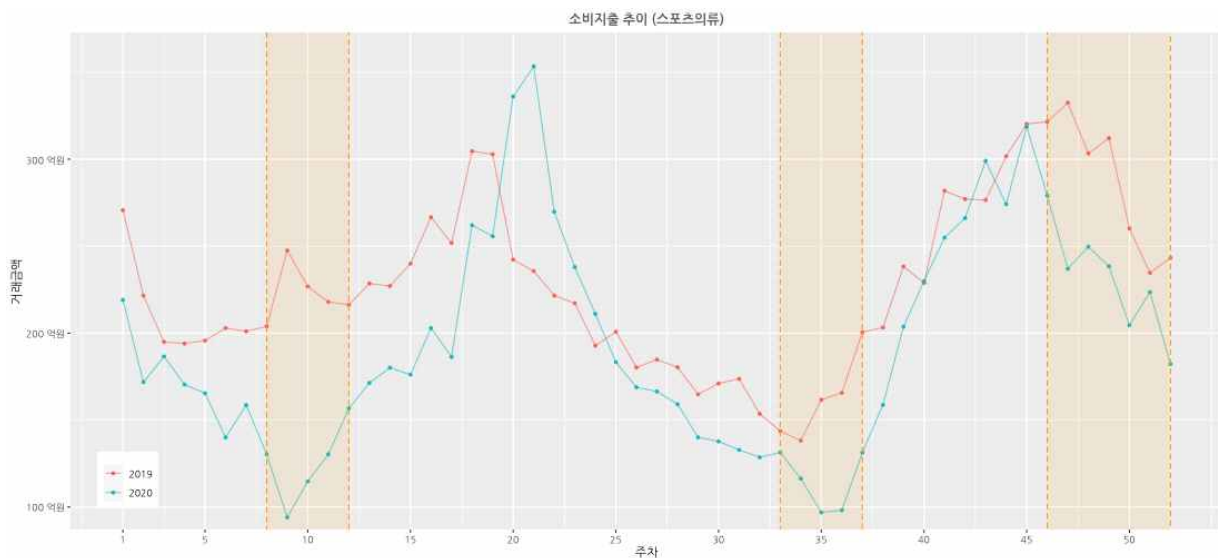
또한, 스포츠용품의 경우는 타 업종들과 비교해 13주차, 14주차, 36주차, 37주차 기간의 소비지출 감소가 크지 않은 것으로 확인되었다. 이는 스포츠용품의 경우 실내체육시설과 같이 영업제한의 영향을 받지 않아 코로나 확산 기간 동안에도 오프라인 매장을 통해 영업활동을 지속하는 업종의 특성이 반영된 것이라고 볼 수 있다.

11월 24일 사회적 거리두기가 2단계로 격상되고 12월 6일에는 2.5단계로 격상되었고 스포츠용품 소비지출은 48주차 이후 감소하는 추세를 보이고 있다. 하지만 같은 기간에 실내체육시설 업종과는 달리 소비지출이 급격하게 감소하지 않는 것을 알 수 있다. 이는

해당 기간 정상적인 영업 불가능으로 인한 이유 보다는 코로나 확산이 심각해짐에 따라 소비자들의 스포츠활동 참여가 줄어들면서 스포츠용품에 대한 소비 역시 감소한 것을 하나의 원인으로 볼 수 있다.

2) 스포츠 의류

스포츠의류의 경우 <그림 10>을 통해 알 수 있듯이 스포츠용품의 소비지출 시계열 자료와 유사한 형태의 추세를 보여주고 있다. 20주차, 21주차, 39주차를 제외하고는 전년도와 비교해 스포츠의류 소비지출이 증가했다고 보기 어렵다. 21주차 이후 소비지출의 감소 추세를 보이는 현상은 20주차부터 지급된 긴급재난지원금의 영향으로 긴급재난지원금을 지급 받은 소비자들의 스포츠의류 소비가 증가하였다는 것이 하나의 원인이 될 수 있다. 그리고 긴급재난지원금 소진 후 스포츠의류 소비지출은 전년도와 유사한 추세로 돌아간 것이라고 볼 수 있다.



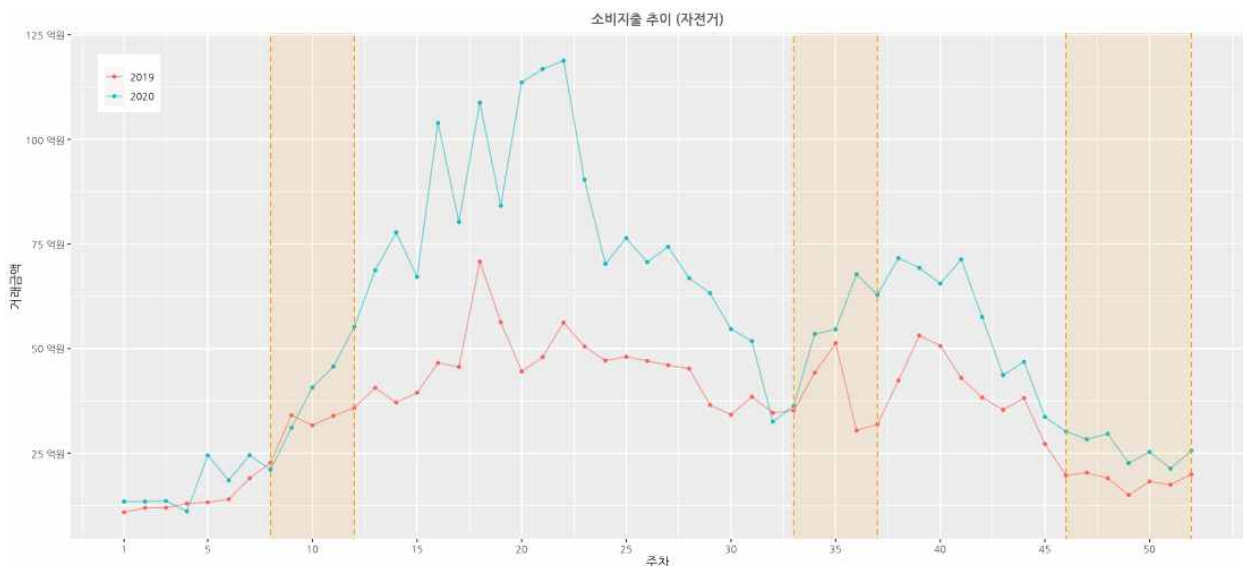
<그림 10> 주차별 소비지출 추이 비교(스포츠의류)

스포츠의류 역시 스포츠용품과 유사하게 코로나 확산 대유행 기간인 13주차, 14주차, 36주차, 37주차의 소비지출이 상승하는 것으로 나타났다. 스포츠의류 업종은 실내체육시설과 같이 사회적 거리두기의 영향을 직접 받는 업종이 아니라 매장에서 제품을 판매하는 업종이기 때문에 실내체육시설의 경우보다 사회적 거리두기의 영향을 덜 받은 것으로

판단된다. 11월 24일 사회적 거리두기가 2단계로 격상되었고 12월 6일 2.5단계로 격상되면서 48주차 이후 감소하는 추세를 보이고 있다. 하지만 실내체육시설 업종처럼 소비지출이 급격하게 감소하지는 않는 것을 알 수 있다. 이는 해당 기간 실내체육시설 업종과 같이 정상적인 영업의 어려움이 아닌 코로나 확산에 따른 소비자들의 스포츠활동 감소가 스포츠의류 소비지출에 영향을 미친 것으로 볼 수 있다.

3) 자전거

자전거의 <그림 11>에 나타난 것과 같이 경우 대구·경북 지역 코로나 집단발병을 포함하는 코로나 확산 1차 유행 기간인 8주차 이후에도 지속적으로 소비지출이 증가하는 추세를 보이고 있다. 사회적 거리두기 강화로 인해 실내체육시설의 정상적인 영업이 어려운 13주차, 14주차, 36주차, 37주차에 대부분 업종의 소비지출이 감소하는 추세를 보이지만 자전거의 경우 오히려 소비지출이 증가하는 추세를 나타내고 있다. 이는 자전거와 같은 야외활동 스포츠가 코로나로부터 안전한 스포츠로 인식되어 골프 관련 업종과 같이 소비지출이 증가한 것으로 판단된다.



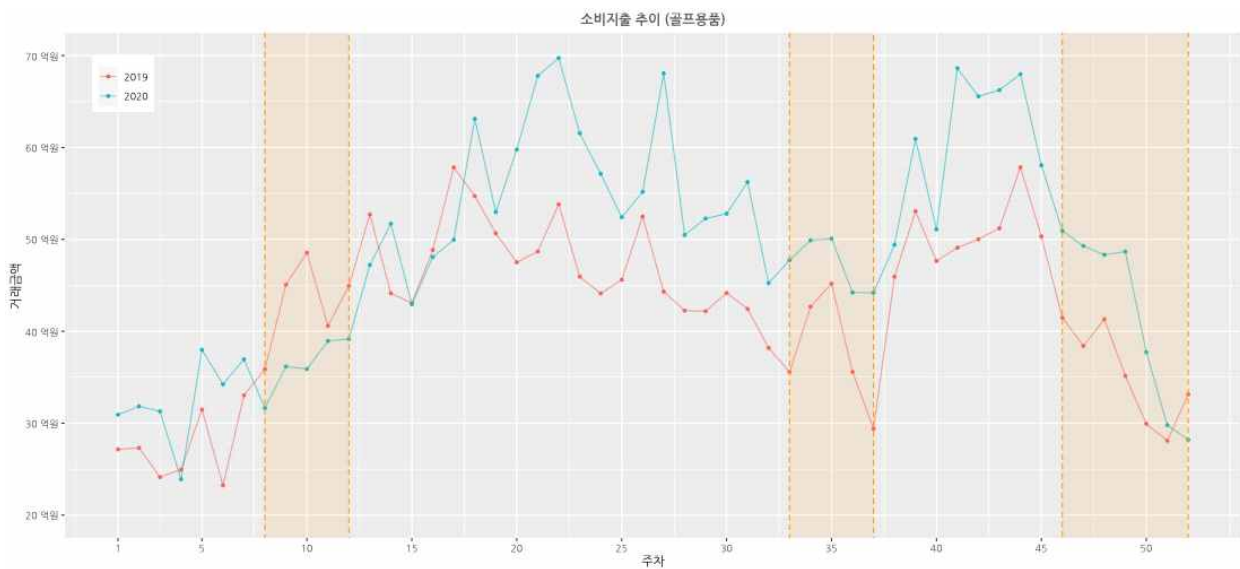
<그림 11> 주차별 소비지출 추이 비교(자전거)

20주차부터 22주차까지 소비지출은 전년대비 높은 수치를 보여주고 있으며 이는 20주차부터 시작된 긴급재난지원금 지급의 영향을 받은 것으로 판단된다. 자전거의 경우 연

간 소비지출 규모가 전년대비 증가하였는데 이는 자전거가 실내체육시설을 이용하는 종목이 아닌 야외에서 활동하는 실외스포츠라는 특성을 가지고 있기 때문이라고 할 수 있다. 코로나 확산 1, 2, 3차 대유행 기간 다른 업종 대부분의 소비지출이 급격하게 감소하였지만 자전거의 경우에는 전년과 비교해 오히려 증가하는 추세를 나타내고 있다.

4) 골프 용품

골프용품의 소비지출 추세는 <그림 12>에 나타난 것과 같이 실외골프장과 매우 유사한 시계열 자료의 형태를 보여주고 있다. 앞서 제시된 실외 및 실내골프장 소비지출의 증가가 골프용품의 소비지출 증가에 영향을 미친 것으로 판단된다. 또한, 골프용품은 일반적인 체육시설 이용과는 달리 매장에서 제품 판매를 통한 영업이 이루어지므로 코로나 확산 1, 2, 3차 대유행 기간 동안에도 실내체육시설 금지와 사회적 거리두기에 영향이 크지 않은 것으로 보인다.



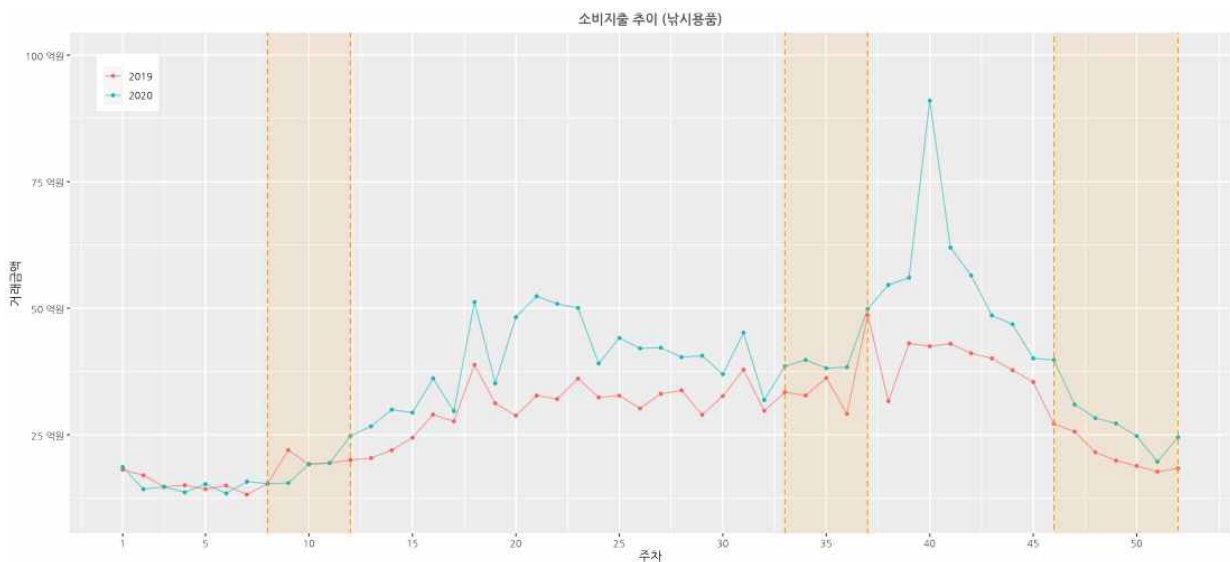
<그림 12> 주차별 소비지출 추이 비교(골프용품)

20주차 긴급재난지원금 투입 이후 소비지출이 증가하였다가 이후 다시 전년도와 비슷한 추세를 보이고 있다. 2019년 37주차의 소비지출 규모가 크게 증가하지 않은 점 등 전년도 추세를 고려하면 40주차의 급격한 소비지출 증가는 추석연휴 소비의 증가 등과 같은 계절적 요인이 아닌 추석연휴기간 유흥시설 집합금지 조치로 인한 골프장 이용 수

요 증가를 하나의 원인으로 볼 수 있다. 48주차 이후 급격한 소비지출 감소 추세를 보이
지만 2019년 시계열 자료와 비교했을 때 유사한 추세를 보이기 때문에 해당기간 감소추
세는 11월 24일 사회적 거리두기 2단계 격상 보다는 계절적인 요인에 인한 것이라고 판
단된다.

5) 낚시 용품

낚시 용품의 경우 <그림 13>에 나타난 것과 같이 대구·경북 지역 코로나 집단발병을
포함하는 코로나 확산 1차 유행 기간인 8주차 이후에도 2019년과 비슷한 소비지출 추세
를 보이고 있다. 13주차부터는 2019년과 비교해 소비지출이 증가하고 있는 것을 확인할
수 있다. 이는 낚시의 특성 상 실내체육시설과 같이 스포츠활동 참여자들이 밀집된 곳에
서 활동을 하는 것이 아닌 야외에서 행해지는 스포츠활동 이라는 특성이 반영된 것이 하
나의 원인으로 판단된다.



<그림 13> 주차별 소비지출 추이 비교(낚시용품)

20주차부터 24주차까지의 기간 동안에는 2019년과 비교해 소비지출 규모가 크게 상승
하였는데 이는 다른 업종들과 마찬가지로 20주차부터 투입된 정부의 긴급재난지원금이
영향을 미친 것으로 볼 수 있다. 낚시용품도 스포츠용품이나 스포츠의류와 같이 코로나

확산 1, 2, 3차 대유행 기간 동안 소비지출의 급격한 감소가 나타나지 않았다. 이는 낚시용품이 실내체육시설이 아닌 매장에서 영업활동이 발생하는 업종이기 때문에 사회적 거리두기의 영향이 크게 미치지 않은 것으로 볼 수 있다.

11월 24일 사회적 거리두기가 격상되었지만 낚시용품 소비지출은 48주차 이후 감소하는 추세를 보이지 않고 있다. 전체 소비지출 규모 역시 2019년과 비교해 2020년 증가한 수치를 보이고 있는데 이는 야외 스포츠활동과 관련된 용품의 특성이 반영된 것으로 판단된다.

IV. 정책적 시사점

본 보고서에서는 코로나-19 확산으로 인한 스포츠 관련 주요 업종의 소비지출 변화 추이와 업종별 소비지출 증가 및 감소 현상에 대한 설명을 살펴보았다. 한국스포츠정책과학원에서 수행한 연구⁵⁾의 주요 결과 요약과 코로나 상황 속에서 지속적인 스포츠산업의 성장을 위해 제시되는 정책적 시사점은 다음과 같다.

1. 주요 결과

1) 코로나19 확산과 스포츠 관련 주요 업종 소비지출 감소

스포츠 관련 주요 업종의 2020년도 소비지출 금액의 규모는 코로나19의 확산으로 인해 2019년도와 비교해 11,140억 원 감소하였다. 특히, 코로나 발생 전인 2019년과 비교해 스포츠시설 및 서비스업은 12.2%(9,748억 원) 감소하였으며, 스포츠용품업은 4.1%(1,392억 원)감소한 것으로 확인되었다. 그리고 스포츠용품업과 비교해 대면 요소의 비중이 상대적으로 큰 스포츠시설 및 서비스업의 소비지출 감소 비율이 높은 것으로 나타났다.

5) 코로나19 확산과 스포츠관련 업종별 소비지출 비교 분석 연구(한국스포츠정책과학원, 2020)

2) 실내 및 실외 업종에 따른 소비지출 차이 확인

실내와 실외 등 스포츠 관련 업종의 특성에 따라 소비지출 규모와 변화 추이에는 차이가 존재하는 것으로 확인되었다. 골프장(실외 골프장, 실내 골프장), 자전거, 낚시용품, 골프용품, 수중장비 및 보트의 경우 코로나 확산으로 인한 소비지출 감소의 영향을 적게 받는 것으로 나타났다. 이는 실외 스포츠 종목의 특성상 코로나 감염 및 확산의 위험도가 상대적으로 낮기 때문으로 볼 수 있다. 해당 업종의 2020년 연간 전체 소비지출 금액의 규모는 전년도와 비교해 오히려 증가하였다.

3) 정부 긴급재지원금 투입과 스포츠 관련 업종의 소비지출 증가

앞서 <그림 1>에 나타난 스포츠 관련 주요 업종 전체 소비지출 추이를 살펴보면 2020년 5월 4일(19주차)부터 전 국민 대상으로 12.2조 원 규모의 긴급재난지원금이 지급되었으며, 19주차부터 24주차 기간 동안의 스포츠 관련 업종 전체 소비지출 규모는 2019년과 비교해 높게 나타났다. 따라서 정부의 긴급재난지원금 투입이 스포츠 관련 업종의 소비지출에 영향을 미친 것으로 추정할 수 있다.

2. 정책적 시사점

1) 업종별 특성을 고려한 차별화된 정책적 지원

코로나-19 발생 전·후 스포츠 업종별 소비지출 비교 분석에 따르면 스포츠 용품업에 비해 스포츠 서비스업종의 피해가 상대적으로 큰 것으로 확인되었다. 특히, 스포츠강습, 스포츠교육기관 같은 대면수준이 높은 서비스업종의 경우, 정부의 사회적 거리두기 정책의 강화가 소비지출의 감소에 큰 영향을 주었다고 볼 수 있다. 스포츠용품업의 경우 서비스업과 비교해, 상대적으로 소비지출의 감소율이 높지 않은 것으로 확인되었다. 특히, 자전거, 낚시용품, 골프용품, 수중장비 및 보트 업종의 경우 2020년 소비지출이 오히려 증가하였다. 따라서 업종별 피해 규모와 경영활동 재개 가능성 등을 고려한 차별화된 정책적 지원이 필요하다.

2) 비대면 스포츠서비스업 활성화

지속되는 코로나 상황에서 현재 위축된 스포츠관련 소비가 코로나 확산 이전 수준으로 반드시 회복된다고 보기는 어렵다. 따라서 포스트코로나 시대에 스포츠서비스업에 대한 패러다임 전환은 불가피한 상황이라고 할 수 있다. 하지만 이는 비대면화가 가능한 스포츠서비스업 혁신을 도모할 수 있는 기회가 될 수도 있다.

골프연습장, 당구장, 수영장, 스키장 등과 같이 관련 시설을 요구하는 업종을 제외한 퍼스널 트레이닝, 요가, 강습 등과 같은 실내 업종 경우 비대면 서비스를 통한 성장 잠재 가능성을 보유하고 있다. 코로나-19와 같은 유사 위기 상황은 향후 예고 없이 발생할 수 있으며, 기존의 대면 수준이 높은 시설들이 포스트 코로나 시대에도 지속적인 경영활동이 가능하도록 디지털화, 비대면 서비스 역량 강화 등에 대한 프로그램 개발 등에 관한 지원을 고려할 필요가 있다.

3) 스포츠산업 업종별 패키지형 지원 프로그램 마련

코로나-19 팬데믹은 스포츠산업 전반에 걸쳐 소비 위축뿐만 아니라 스포츠기업에게 매출 감소를 비롯한 심각한 경영상의 부정적 영향을 미치고 있다. 스포츠 관련 주요 업종별 소비지출 현황 및 추이 분석을 통해 확인된 것과 같이 스포츠시설 및 서비스, 용품의 업종을 초월하여 대부분 매출이 감소하였다.

스포츠산업 군에 속한 기업 대부분이 사회적 거리두기 강화와 실내체육시설 집합금지 등과 같은 코로나 확산 및 예방 조치에 따라 일정기간 동안 경영활동을 중단하여 경영상의 손실이 발생하고 있으며 이 같은 상황은 지속될 것으로 전망된다. 한국보다 앞서 해외 주요 국가들은 코로나-19 팬데믹으로 인한 자국의 경제 회복과 기업생존을 위한 다양한 정책적 지원을 제공하고 있다⁶⁾. 한국의 경우도 ‘스포츠산업 비대면 분야 바우처 지원 프로그램’이나 ‘실내·외 체육시설 등 스포츠산업 분야 소득 공제’ 확대와 같은 패키지형 지원 프로그램을 마련하여 코로나-19로 인한 스포츠산업 생태계·환경 변화에 적극적인 대응을 준비할 필요가 있다.

6) 코로나19 관련 주요 국가(미국, 영국, 독일)의 스포츠산업 분야별 지원 정책 세부 내용은 ‘스포츠분야 글로벌 비대면산업·정책 동향 분석(한국스포츠정책과학원, 2020)’을 참고

Sport Industry SI 포커스

발간목적:

「SI (Sports Industry) 포커스」는 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원에서 수행하는 연구 및 사업의 결과물에 대한 심층·추가 분석을 바탕으로 스포츠산업 이해관계자의 합리적 경영의사결정을 위한 정보를 제공하고자 합니다.

발행처: 한국스포츠정책과학원 스포츠산업연구실

김상훈(스포츠산업연구실, 실장 / 책임연구위원)

황종학(스포츠산업연구실, 수석연구위원)

유의동(스포츠산업연구실, 수석연구위원)

정지명(스포츠산업연구실, 책임연구위원)

김민수(스포츠산업연구실, 선임연구위원)

고경진(스포츠산업연구실, 선임연구위원)

신성연(스포츠산업연구실, 연구위원)

박선영(스포츠산업연구실, 연구위원)