

Sport Industry

SI포커스



국민체육진흥공단

한국스포츠정책과학원

Korea Institute of Sport Science

스포츠서비스산업 현황 분석과 시사점

신 성 연 | 류 윤 지(한국스포츠정책과학원)

- I 경제의 서비스화와 스포츠산업
- II 스포츠서비스산업 현황 분석
- III 요약 및 시사점

요 약

SI포커스 70호는 높은 성장 잠재력을 지닌 스포츠서비스업의 현황을 확인하고 이를 바탕으로 지속적인 산업의 발전을 위한 정책지원 방향 설정과 기업을 포함한 스포츠산업 이해관계자의 경영의사결정 기초자료를 제공하는 것을 주된 목적으로 하고 있다.

보고서의 목적과 관련한 구체적인 연구내용은 다음과 같다. 첫째, 스포츠서비스업의 일반적인 현황을 나타내는 주요 지표들에 대한 분석을 실시하고, 각 지표들을 스포츠시설업 및 스포츠용품업과 비교하여 스포츠산업 내에서 스포츠서비스산업의 상대적인 위치를 확인하고자 한다. 둘째, 스포츠서비스산업의 지역적 특성을 확인하기 위해 선행 단계에서 활용된 지표들을 중심으로 국내 시·도 단위 지역의 스포츠서비스산업 특성을 비교하고자 한다. 셋째, 스포츠서비스업의 노동생산성을 스포츠시설업 및 스포츠용품업과 비교하여 스포츠 관련 서비스의 생산·운영 과정에 있어서 생산효율의 변화 수준을 확인하고자 한다.

본 보고서는 2020년 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원에서 수행된 「스포츠서비스산업 유망업종 도출을 위한 연구」에서 활용한 자료와 분석결과를 활용¹⁾하여 작성되었다. 분석에 활용된 지표는 ‘사업체 수’, ‘매출액’, ‘종사자 수’이며, 업종의 분류는 ‘한국표준산업분류’와 연계한 ‘스포츠산업특수분류’를 기준으로 스포츠시설업, 스포츠용품업, 스포츠서비스업의 3개 업종을 비교 대상으로 설정하였다. 그리고 분석 자료는 문화체육관광부에서 조사통계 형태로 작성하는 일반통계인 스포츠산업조사(승인번호: 113021)의 자료(2020년 발표)를 이용하였다.

주요 분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 스포츠서비스업은 사업체 수, 매출액 규모, 종사자 수 측면에서 최근 3년 동안 점진적인 성장 추세에 있는 것으로 확인되었으며, 특히, 스포츠용품업과 비교해 상대적으로 사업체 수와 종사자 수 측면에서 물리적인 산업의 성장 규모가 큰 것으로 나타났다. 둘째, 스포츠서비스업의 사업체는 서울특별시, 경기도, 인천광역시를 포함하는 수도권에 집중되어 있으며, 매출액과 종사자 수 역시 수도권의 비중이 현저하게 높은 것으로 확인되었다. 셋째, 사업체의 인적자원 투입 대비 산출물 측면에서 스포츠서비스업의 노동생산성은 스포츠시설업과 비교해 높은 수준을 기록하고 있지만 스포츠용품업과 비교하면 상대적으로 낮은 수준으로 나타났다.

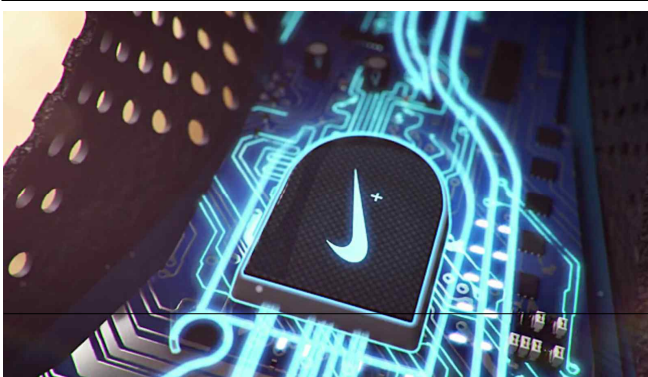
이상의 주요 분석 결과와 이를 바탕으로 제시하는 논의와 시사점은 스포츠서비스업의 성장을 위한 정책 의사결정 참고자료로 활용될 수 있을 것이며, 스포츠서비스업의 현황과 스포츠산업 내의 스포츠시설업 및 스포츠용품업과 비교 결과는 스포츠서비스를 제공하는 기업의 경영목적 달성을 위한 기초자료로 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

1) ‘스포츠산업 유망업종 도출을 위한 연구(한국스포츠정책과학원, 2020)’의 내용을 발췌·재인용·요약 하여 작성되었음(표, 그림 등 포함).

I. 경제의 서비스화와 스포츠산업

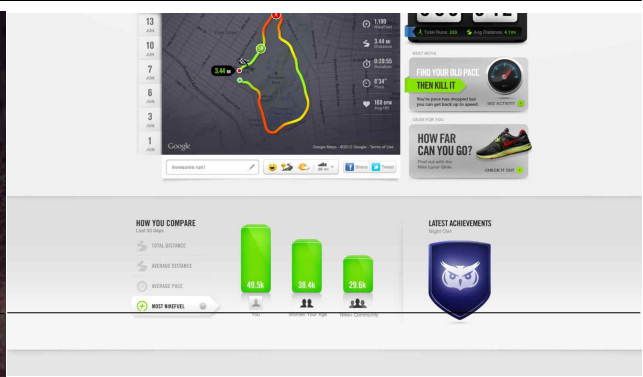
‘나이키는 왜 운동화에 아이팟을 넣었을까?’ 이 질문은 글로벌 스포츠용품 브랜드 나이키(Nike)가 애플(Apple)과 협력을 통해 나이키 플러스(Nike+ Sports Kit)를 출시하여, 전 세계 시장 점유율 13%를 추가적으로 확보한 사례를 바탕으로 기업경영전략과 마케팅 사례를 소개하는 아드리안 오토(Adrian C. Ott)가 쓴 책²⁾의 한국어판 제목이다.

나이키와 애플의 결합이 전 세계 기업과 소비자들로부터 주목을 받은 이유는 목표시장이 다른 두 기업 간의 단순한 협력을 넘어 제조업과 서비스업이라는 두 산업 간의 융합의 시대를 알리는 신호탄이었기 때문이다. 그리고 매출규모 44조 3,200억 원³⁾이라는 나이키의 영향력을 고려한다면 ‘나이키와 애플의 결합은 스포츠산업에 어떠한 의미를 가져다 주었는가?’를 생각해볼 필요가 있다.



<그림 1> 나이키 플러스 농구(Nike+ Basketball):
농구화에 내장된 나이키의 운동 기능 측정 센서

출처: news.nike.com



<그림 2> 나이키 플러스 런 클럽 앱(NIKE+ RUN CLUB APP): 이용자 운동정보 서비스

출처: nike.com

먼저, 한국 경제와 스포츠산업을 살펴보면 양적인 측면에서 한국의 1인당 국민소득(GDP)은 1953년 67달러에서 2019년 3만 1,681달러로 성장하였고, 국민총소득(GNI)은 1953년 483억 원에서 2019년 1,796조 원으로 3만 배 이상 증가하였다⁴⁾. 또한, 질적인 측면에서도 한국의 국가경쟁력은 23위⁵⁾를 차지하며 국가들 간의 상대적인 비교에서도 경제적 우위를 확보하고 있음을 알 수 있다. 그런데 한국 경제가 본격적인 산업화를 시작한 1971년 이후부터 현재까지의 산업구조(GDP 기준) 변화를 살펴보면 <그림 3>에 나타난 것과 같이 1971년 제조업은 18.2%, 서비스업은 44.89%를 차지했던 비중이 2020에

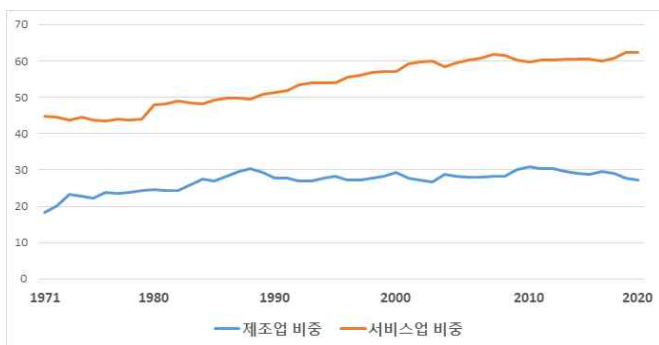
2) The 24-Hour Customer: New Rules for Winning in a Time-Starved, Always-Connected Economy(Harper Business, 2010)

3) 나이키(Nike, Inc.) 제공 2020회계연도 결산 자료(2020년 5월 31일) 기준

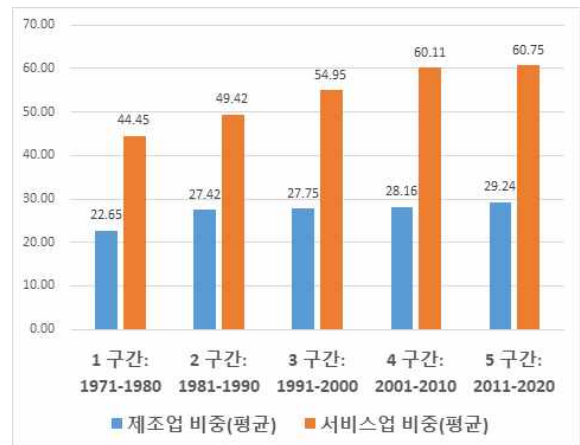
4) 한국은행 경제통계시스템(ECOS) 자료 활용

5) 2021 IMD World Competitiveness Yearbook(WCC: World Competitiveness Center, 2021)

는 제조업이 27.24%, 서비스업이 62.26%로 증가하였다. 그리고 업종별 비중을 구간화 하여 비교해보면 <그림 4>에 제시된 것과 같이 1구간에서 5구간까지 갈수록 제조업과 서비스업의 비중 격차가 커지고 있음을 알 수 있다. 이 같은 결과는 한국경제의 발전 과정 역시, 제조업을 중심으로 급속한 성장을 달성하고 제조업의 성숙 단계 이후 저성장의 장기화가 나타나는 동아시아 경제성장 모델로 설명되고 있음을 의미한다.



<그림 3> 구간연도별 산업구조 비중



<그림 4> 연도별 산업구조 비중**

* 산업통상자원부(산업연구원) 산업통계(ISTANS) 자료 분석

** 한국은행 국민계정 국민총생산, 실질GDP 자료를 구간연도별로 분류하여 해당 구간의 연평균증가를 분석

앞서 제시한 것과 같은 제조업의 성장 한계와 경제의 서비스화 과정에서 나타나는 한계점을 극복하기 위해서는 서비스업을 중심으로 하는 새로운 성장 동력이 필요하다. 2020년 기준 서비스업의 부가가치유발계수는 0.875로 제조업의 0.642와 비교해 높은 수준이며, 서비스업의 취업유발계수 역시 12.5로 제조업의 8.0 보다 상대적으로 높은 편이다. 따라서 서비스산업을 중심으로 하는 성장 모델이 한국 경제의 저성장 고착화를 타개하기 위한 하나의 대안이 될 수 있으며, 스포츠산업 분야 역시 상대적으로 높은 성장률⁶⁾을 나타내며 성장단계에 있는 스포츠서비스업의 발전을 바탕으로 타 산업 또는 업종간의 융합을 통해 스포츠경제 성장이나 고용창출과 같은 긍정적 파급효과를 나타낼 것으로 전망된다.

한국의 스포츠산업 역시 기존의 제조업 중심 성장 모델에서 서비스업으로 그 중심을 이동하기 위한 효과적인 지원 체계가 마련되어야 하며, 정책 수립을 위한 선행 단계로 스포츠서비스업의 현황을 파악하기 위한 기초자료가 필요하다. 본 보고서에서는 스포츠서비스업과 관련된 지표를 분석하고 스포츠산업 내의 타 업종들과 비교를 통해 의미 있는 시사점을 제시하고자 한다.

6) 2013년~2019년 스포츠산업 업종별 매출액 증가율(CAGR) - 스포츠산업 전체: 4.60%, 스포츠서비스업: 7.08%, 스포츠용품업: 2.18%, 스포츠시설업: 6.50%

II. 스포츠서비스산업 현황 분석

1. 분석 방법 및 내용

스포츠서비스산업의 현황을 정량적으로 분석하기 위해 정부승인통계인 「스포츠산업조사」 연도별 결과보고서를 활용하였다. 분석대상은 한국표준산업분류와 연계한 스포츠산업특수분류 기준 스포츠시설업, 스포츠용품업, 스포츠서비스업의 '사업체 수', '매출액', '종사자 수', '지역별 사업체 수', '지역별 종사자 수', '지역별 매출액'에 해당되는 지표들이다. 분석내용은 2016년부터 2018년까지의 각 지표별 연평균 증가율(CAGR)과 전년대비 증감률이다.

2. 일반현황

1) 사업체 수

스포츠산업 전체 사업체 수를 살펴보면 <표 1>에 제시된 것과 같이 스포츠산업을 영위하고 있는 사업체수의 수가 2018년 기준 103,145개로, 전년과 비교해 4.0%(1,938개) 증가한 것으로 확인되었다. 업종별로는 서비스업과 시설업의 사업체 수가 증가하였으며 용품업의 경우는 감소한 것으로 나타났다. 서비스업은 전년 대비 2.1% 늘어난 562개의 사업체가 증가하였고, 시설업은 전년 대비 8.0% 증가한 3,060개의 사업체가 늘어났다. 반면, 용품업의 경우에는 전년과 비교해 4.7% 감소한 1,684개의 사업체가 줄어들었다.

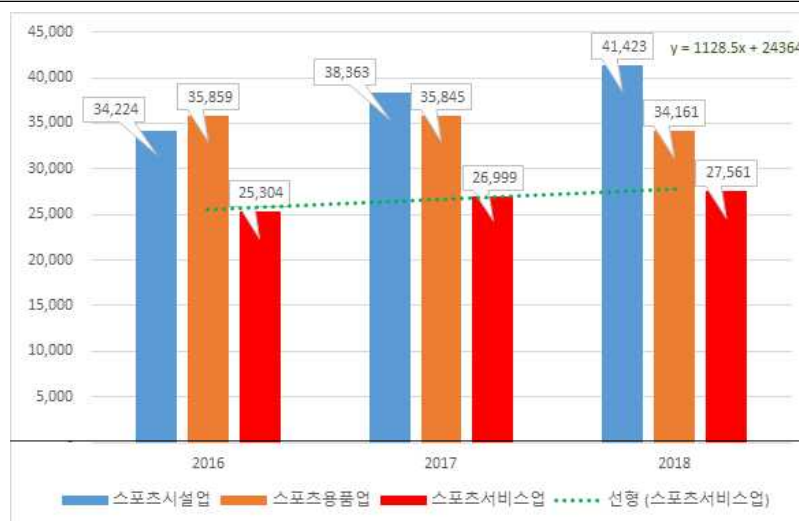
<표 1> 2016~18년 업종별 사업체 수

(단위: 개, %)

구분	2016년		2017년		2018년		증감율 (對'17년)	'16~'18 연평균 증가율
	사업체수	비중	사업체 수	비중	사업체 수	비중		
스포츠시설업	34,224	35.9	38,363	37.9	41,423	40.1	8.0	10.0%
스포츠용품업	35,859	37.6	35,845	35.4	34,161	33.1	-4.7	-2.4%
스포츠서비스업	25,304	26.5	26,999	26.7	27,561	26.8	2.1	4.4%
합계 (평균)	95,387	100.0	101,207	100.0	103,145	100.0	(1.9%)	(4.0%)

업종별 비중을 살펴보면 스포츠산업 전체 사업체 중에서 서비스업은 26.8%(27,561개)를 차지하고 있으며, 시설업은 40.1%(41,423개), 용품업은 33.1%(34,161개)의 비중을 가지고 있는 것으로 확인되었다. 사업체 수의 비중으로 보면 서비스업의 비중은 시설업이나 용품업과 비교해 상대적으로 낮은 비중을 가지고 있다. 하지만 서비스업의 사업체 수는 전년 대비 2.1%로 증가하여 용품업이 4.7% 감소한 것과는 대조적이다. 사업체 수 기준 증가추이를 살펴보면 <표 1>에 나타난 것과 같이 2016년부터 2018년까지 연평균 증가율 역시 4.4%로 시설업의 10.0% 보다는 낮지만 용품업의 -2.4%와 비교하면 상대적으로 증가율이 높게 나타났다. 따라서 서비스업은 시설업보다는 증가율이 낮지만 용품업과 비교하면 상대적으로 사업체 수가 증가하고 있다는 것을 알 수 있다.

(단위: 개)



<그림 5> 스포츠산업 업종별 사업체 수 현황(2016-18년)

2) 매출액

체육진흥투표권을 포함한 2018년도 스포츠산업 전체 매출액은 <표 2>에 나타난 것과 같이 78조 670억 원으로 추정되며, 이는 2017년도의 74조 6,960억 원 대비 4.5% 증가한 규모이다. 업종별로 매출액 규모를 살펴보면 서비스업은 23조 8,470억 원으로 30.5%의 비중을 가지고 있는 것으로 확인되었는데, 이는 시설업의 19조 8,490억 원(25.4%) 보다는 크고 용품업의 34조 3,710억 원(44%)보다는 작은 규모이다. 이를 통해 서비스업은 매출액 규모를 기준으로 용품업과 비교하면 업종의 양적인 성장규모가 크다고 볼 수 있다.

<표 2> 2016~18년 업종별 매출액 규모

(단위 : 십억 원, %)

	2016년		2017년		2018년		증감율 (對'17년)	'16~'18 연평균 증가율	
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중			
스포츠시설업	17,201	23.7	17,544	23.5	19,849	25.4	13.1%	7.4%	
스포츠용품업	33,547	46.2	34,011	45.5	34,371	44.0	1.1%	1.2%	
스포츠 서비스업	A	21,859	30.1	23,141	31.0	23,847	30.5	3.1%	4.4%
	B	17,684	-	19,190	-	19,383	-	1.0%	4.7%
합계	A	72,608	100.0	74,696	100.0	78,067	100.0	4.5%	3.7%
	B	68,432	-	70,745	-	73,603	-	4.0%	3.7%

업종별 증가추이는 서비스업의 매출액은 전년 대비 7,060억 원이 늘어나 3.1%의 증가율을 보였다. 시설업은 전년 대비 13.10% 증가한 2조 3,050억 원, 용품업은 1.10% 증가한 6,600억 원이 늘어났다. 한편, 2016년부터 2018년까지 연평균 증가율을 분석한 결과를 살펴보면 <표 2>에 제시된 것과 같이 서비스업은 4.4% 증가한 것으로 나타나 시설업의 7.4%에는 못 미치지만 용품업의 1.2%보다는 높은 증가율을 가지고 있음이 확인되었다.

(단위: 십억 원)



<그림 6> 스포츠산업 업종별 매출액 규모 현황(2016-18년)

3) 종사자 수

2018년도 기준 스포츠산업 전체 종사자 수는 43만 4,500명으로 추정되었으며 <표 3>에 제시된 것과 같이 2017년도의 42만 4,000명 대비 2.6% 늘어난 것으로 확인되었다. 업종별로

종사자 수를 살펴보면 서비스업은 11만 1,000명으로 25.5%의 비중을 가지고 있는 것으로 나타났는데, 시설업의 18만 8,000명(43.2%), 용품업의 13만 6,000명(31.3%)와 비교해 스포츠산업 내에서 종사자 수가 가장 적은 업종임을 알 수 있다. 하지만 업종별 증가추이 측면에서는 용품업의 종사자 수가 감소하는 반면 서비스업과 관련된 고용은 증가하고 있음을 알 수 있다.

<표 3> 2016~18년 업종별 종사자 수

(단위 : 천 명, %)

구분	2016년		2017년		2018년		증감율 (對'17년)	'16~'18 연평균 증가율
	종사자수	비중	종사자수	비중	종사자수	비중		
스포츠시설업	166	41.7	178	41.9	188	43.2	5.6%	6.4%
스포츠용품업	137	34.4	140	33.0	136	31.3	-2.9%	-0.4%
스포츠서비스업	95	23.9	106	25.1	111	25.5	4.7%	8.1%
합계	398	100.0	424	100.0	435	100.0	2.6%	4.5%

업종별 증감율을 살펴보면 <표 3>에 제시된 것과 같이 서비스업의 종사자수는 전년 대비 5천 명 늘어나 4.7%의 증가율을 보였다. 시설업은 전년 대비 5.60% 증가한 규모인 1만 명이 늘어났고, 용품업은 2.90% 감소한 규모인 4천 명이 줄어든 것으로 확인되었다. 한편, 2016년부터 2018년까지 연평균 증가율을 분석한 결과, 서비스업은 8.1% 증가한 것으로 나타나 시설업의 6.4%, 용품업의 -0.4%와 비교해 가장 높은 증가율을 가지고 있음이 확인되었다.

(단위: 천 명)



<그림 7> 스포츠산업 업종별 종사자 현황(2016-18년)

3. 지역별 현황

1) 사업체 수

스포츠산업 분야 사업체 수를 지역별로 살펴보면 <표 4>에 제시된 것과 같이 경기도가 24,572개로 가장 많은 기업이 소재하고 있으며 그 다음으로 서울특별시에 18,881개 사업체, 부산광역시에 7,258개 사업체, 경상남도에 6,828개 사업체, 경상북도에 5,367개의 사업체가 위치하고 있는 것으로 나타났다. 상위 5개 광역시도에 소재한 사업체 수의 비중은 61%이며 사업체 수의 지역편차가 큰 것으로 확인되었다. 특히, 스포츠산업 전체 사업체 103,145개 중 47%에 해당하는 57,594개의 사업체가 서울특별시와 경기도 및 인천 지역에 위치한 것으로 나타나 스포츠분야 기업 대부분이 수도권에 집중되어 있음을 알 수 있다.

<표 4> 지역별 사업체 수, 매출액, 종사자 수

(단위 : 개, 십억 원, 백 명)

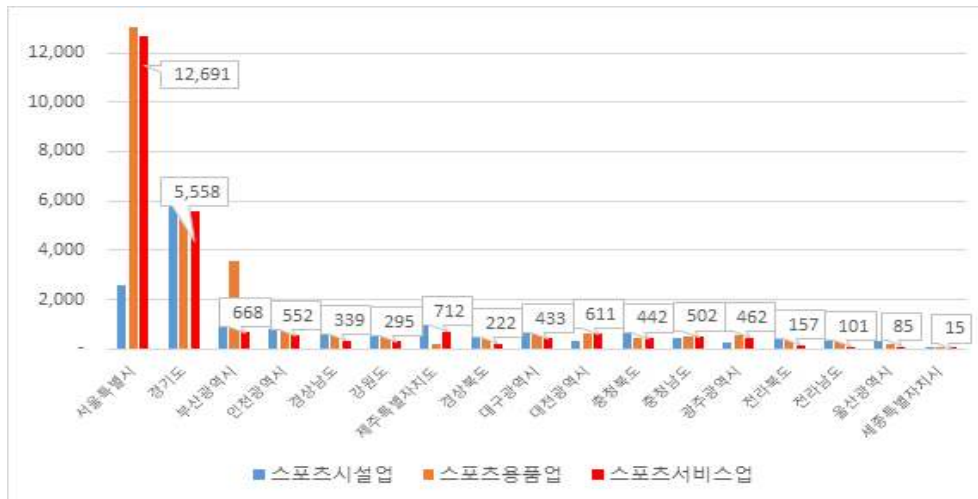
지역	사업체 수	매출액			종사자 수		
		스포츠 시설업	스포츠 용품업	스포츠 서비스업	스포츠 시설업	스포츠 용품업	스포츠 서비스업
서울특별시	18,881	2,578	16,101	12,691	331	372	328
부산광역시	7,258	1,257	3,588	668	117	142	70
대구광역시	5,272	685	714	433	61	67	39
인천광역시	5,037	784	1,602	552	77	59	44
광주광역시	3,118	256	587	462	35	24	26
대전광역시	3,131	354	614	611	47	33	26
울산광역시	2,453	324	188	85	41	16	15
세종특별자치시	402	62	17	15	10	2	4
경기도	24,572	6,449	6,800	5,558	569	325	321
강원도	4,190	1,734	483	295	115	41	35
충청북도	3,410	607	472	442	55	30	20
충청남도	4,126	428	489	502	60	41	26
전라북도	3,730	419	556	157	50	32	25
전라남도	3,661	549	443	101	60	30	21
경상북도	5,367	1,178	455	222	100	39	30
경상남도	6,828	1,170	1,065	339	108	93	53
제주특별자치도	1,709	1,014	198	712	42	14	24
합 계	103,145	19,849	34,371	23,847	1,879	1,359	1,109

2) 매출액

지역별 서비스업 사업체의 매출액 규모를 살펴보면 지역 편차가 큰 것을 알 수 있는데 <그림 8>에 제시된 것과 서울특별시의 서비스업 매출이 12조 6,910억 원으로 가장 규모가 큰 것으로 나타났다. 그 다음으로 경기도 5조 5,580억 원, 부산광역시 6,880억 원, 인천광역시 5,520억 원,

경상남도 3,990억 원 순으로 나타났다. 매출액 규모 역시 사업체 수와 유사하게 지역적 편차가 큰 것을 확인하였는데, 이를 통해 서울과 인천, 경기도를 포함하는 수도권지역의 매출규모가 18조 8,010억 원으로 전체 서비스업 전체 매출의 78.8%를 차지하고 있음을 알 수 있다.

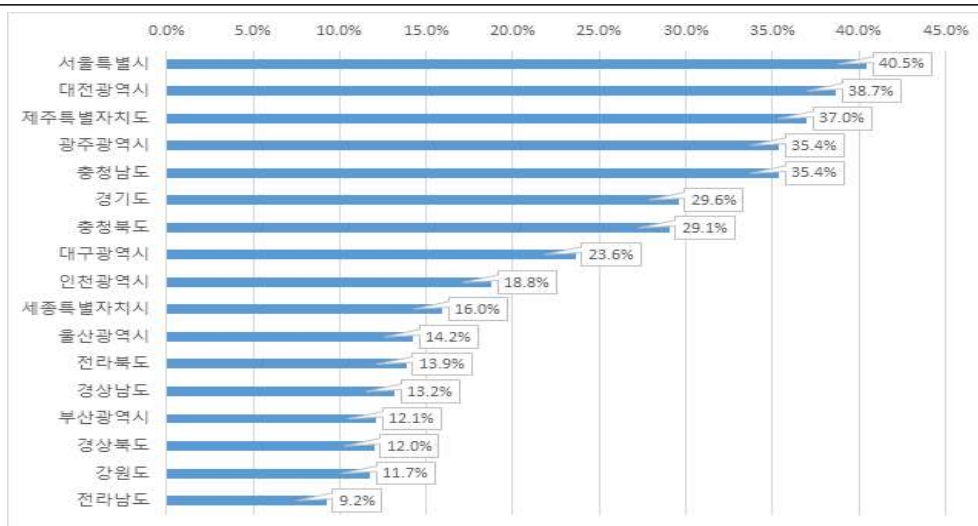
(단위: 십억 원)



<그림 8> 스포츠산업 지역별 업종 매출액 규모 현황(2016-18년)

시설업, 용품업, 서비스업을 포함한 지역 내 스포츠산업 전체 매출액 중에서 서비스업의 비중 분포를 살펴보면, 서울특별시가 40.5%로 가장 높게 나타났고 그 다음으로 대전광역시 38.7%, 제주특별자치도 37.0%, 광주광역시 35.4%, 충청남도 35.4% 순으로 확인되었다.

(단위: 십억 원)



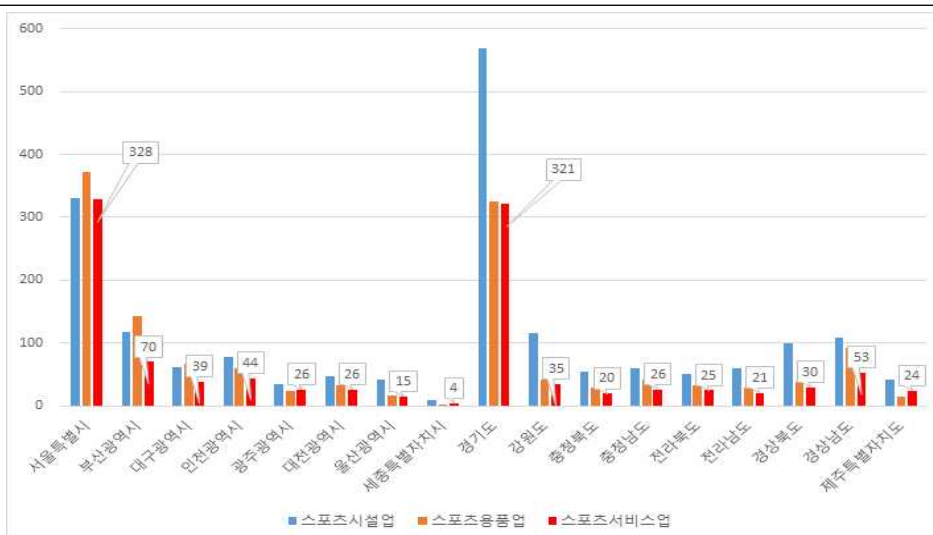
<그림 9> 스포츠산업 지역별 업종 매출액 규모 현황(2016-18년)

지역별 스포츠산업 전체 매출규모와 지역 내 업종별 매출규모를 비교해보면 <그림 9>에 나타난 것과 같이 지역별 스포츠산업 매출규모 기준으로 상위권에 포함되지 못했던 대전광역시, 제주특별자치도, 광주광역시, 충청남도가 지역 내 서비스업의 매출규모 30% 이상으로 비중이 높다는 것을 알 수 있다. 반면 스포츠산업 전체 매출규모가 큰 경기도, 부산광역시, 인천광역시, 경상남도, 강원도의 경우에는 서비스업이 창출하는 매출의 규모가 작다는 것을 통해 지역 내에서 다른 업종과 비교해 상대적으로 서비스업의 역할이 크지 않다는 추론이 가능하다. 특히, 경기도의 경우 서울특별시 다음으로 높은 규모인 18조 8,070억 원의 매출액을 기록하였지만 서비스업의 매출 비중은 29.6%로 서울과는 스포츠산업 업종간의 구조가 다를 수 있다.

3) 종사자 수

스포츠산업 전체 지역별 종사자수는 경기도가 121,500명으로 가장 많은 인력이 분포하고 있으며, 그 다음으로 서울특별시가 103,100명의 인원이 종사하고 있는 것으로 나타났다. 업종에 따른 종사자수를 살펴보면 <그림 10>에 나타난 것과 같이 서비스업의 경우 서울특별시가 32,800명으로 가장 많은 인원이 종사하고 있고, 두 번째로 경기도가 32,100명의 인원이 종사하는 것으로 나타났다. 세 번째인 부산광역시는 종사자 수가 7,000명으로 경기도와는 종사자 수 규모 면에서 현저한 차이가 있는 것으로 확인되었다. 서울과 경기도를 포함하는 수도권지역의 서비스업 종사자 수는 69,300명으로 서비스업 전체 종사자 수의 62.5%를 차지하고 있다.

(단위: 백 명)

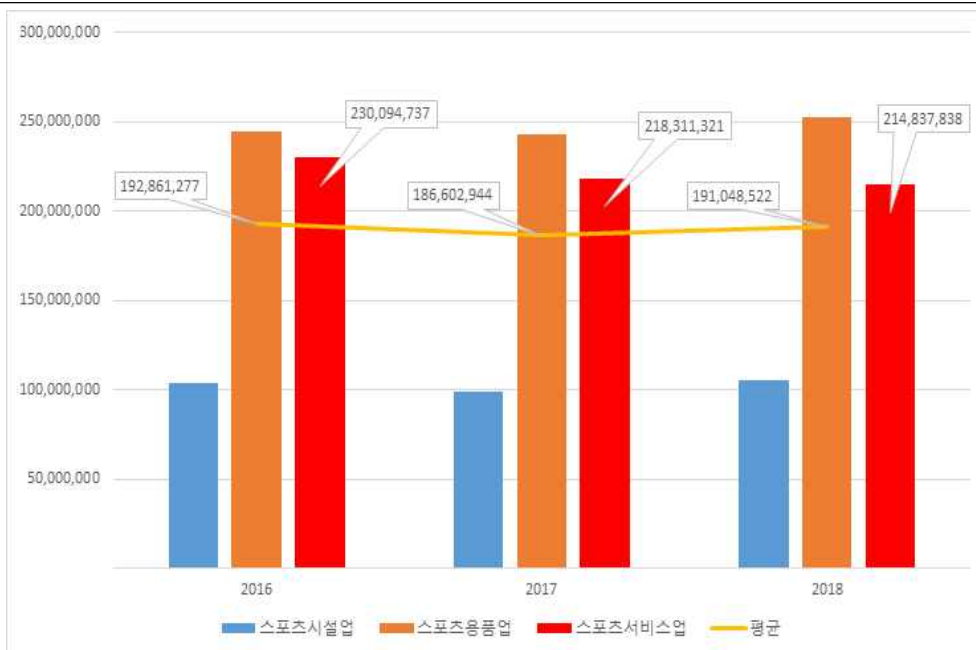


<그림 10> 스포츠산업 지역별 업종 종사자 수 현황(2016-18년)

4. 노동생산성

스포츠산업이 지속적인 성장을 유지해나가기 위해서는 다른 요소들과 함께 스포츠산업의 생산성 향상이 중요한 요인으로 작용할 수 있다. 생산성은 투입되는 자원과 산출되는 결과물의 비율이라고 할 수 있는데, 현재는 제한된 통계자료로 인해 국내총생산(GDP) 관점에서 부가가치를 기준으로 하는 생산성을 정확하게 도출하는 것은 어렵다. 하지만 매출액을 기준으로 하는 스포츠서비스업의 노동생산성⁷⁾ 변화 추이를 살펴보면 <그림 11>에 제시된 것과 같이 2016년 2억 3,010만 원에서 2018년 2억 1,480만 원으로 감소하였다. 2016년부터 2018년까지의 서비스업 노동생산성 연평균증가율은 -3.37%로 시설업(0.94%)과 용품업(1.59%)이 증가한 것과는 대조적으로 스포츠산업 3개 업종 중 유일하게 감소하였음을 알 수 있다.

(단위: 원)



<그림 11> 스포츠산업 업종별 노동생산성 현황(2016-18년)

7) 스포츠산업 서비스업의 노동생산성은 '업종 전체 매출액 규모 추정치 ÷ 업종 전체 종사자 수로 계산함.'

Ⅲ. 요약 및 시사점

스포츠서비스산업의 현황을 확인하기 위해 2차 자료를 활용한 분석한 결과, 서비스업 사업체 수의 최근 3개년 연평균 증가율은 4.36%로 스포츠산업 3개 업종 평균인 3.99% 보다 높게 나타나 서비스를 제공하는 사업체의 수가 점진적으로 증가하고 있음을 알 수 있다. 특히, 용품업의 경우 최근 3개년 연평균 증가율이 -2.40%인 것을 감안하면 스포츠산업에서 용품업과 비교해 서비스업의 상대적인 시장규모가 커지고 있다는 판단이 가능하다. 그리고 서비스업의 전체 매출액 역시 2016년부터 2018년까지의 연평균 증가율이 4.45%로 시설업(7.42%)보다는 작지만 용품업(1.22%)보다는 높게 나타났다. 이는 매출액을 기준으로 하는 서비스업의 성장 가능성이 용품업보다 더 크게 나타날 수 있다는 점을 시사하고 있다.

매출액을 기준으로 하는 스포츠산업 내의 업종 간 직접적인 비교는 각 업종이 지닌 고유의 특성을 반영하지 못하는 한계점을 지니고 있다. 하지만 다른 조건들이 동일하다는 가정아래 서비스업은 동태적인 관점에서 성장단계에 있는 업종으로 볼 수 있다. 그리고 정책적 지원을 통해 서비스업의 매출규모와 종사자 수 증가 추이가 현재와 같이 유지되거나 더욱 높아진다면 스포츠산업 내에서 서비스업과 관련한 일자리 창출이 다른 업종과 비교해 더욱 앞으로 더 증가할 수 있을 것으로 기대된다.

한편, 2018년도 기준 서비스업의 노동생산성은 시설업(1억 560만 원) 보다는 두 배 가량 높은(2억 1,480만 원) 것으로 확인되어 투입되는 자본대비 산출되는 결과물의 가치가 높다는 것을 알 수 있었다. 하지만 2016년부터 2018년까지의 노동생산성 연평균 증가율은 -3.37%로 시설업(0.94%)이나 용품업(1.59%)과 비교하면 감소추세에 있어 서비스업의 지속적인 성장을 위해서는 노동생산성을 향상시키기 위한 방안 마련이 필요하다.

한국의 경우 스포츠관련 제품과 서비스를 생산하는 기업 대부분이 소규모(종사자 19인 이하 비중 92.1%), 소자본(사업체 기준 매출규모 10억 원 미만 비중 93.6%)의 영세한 기업특성을 가지고 있기 때문에, 단기간에 대규모 인적 또는 재무적 자원 투입량을 증가시키는 것은 현실적으로 어렵다. 따라서 장기적인 관점에서 서비스기업의 노동생산성 수준을 향상시키기 위해서는 소비자들에게 제공되는 서비스의 부가가치나 서비스와 관련된 기술의 수준을 높이는 방안이 고려될 수 있다. 또한, 서비스업은 제조업이나 시설업과 달리 제공되는 서비스의 특성에 따라 다양한 비즈니스모델을 필요로 하며 경영목표 달성을 위해 투입되는 자원의 형태 역시 업종별로 다르다. 서비스업종별로 성장에 요구되는 정책수요에는 차이가 발생하므로 서비스업의 지속적인 성장을 위해서는 업종별로 현재보다 더 세분화된 지원을 제공하는 방안에 대한 논의가 필요하다.

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)

류윤지(스포츠산업연구실, 초빙연구원)