SPORT INDUSTRY SI FOCUS

지표로 살펴보는 한국의 스포츠산업

한국스포츠정책과학원 발행(2023. 7. 31)
제2023-7월 84호

서 호 정(인하대학교 겸임교수)

Ⅰ 스포츠용품 제조업 및 프로·경주 스포츠 현황

Ⅱ 스포츠 시설 및 이벤트

Ⅲ 결론: 요약 및 논의

KSPO 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원 Korea Institute of Sport Science

요 약

국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원에서는 대한민국 스포츠 분야별 현황을 종합적으로 살펴보고 스포츠행정 및 스포츠산업, 그리고 스포츠와 관련된 국민의 인식과 활동에 대한 전반적인 변화를 파악할 수 있도록 「한국의 체육지표」를 발간하고 있다. SI포커스 84호에서는 「2021 한국의 체육지표[1)]」에 수록된 다양한 지표를 활용하여 한국의 스포츠산업 현황을 살펴보고 향후 지속적인 스포츠산업 성장을 위한 논의를 제시하고자 한다.

본 보고서의 작성에 활용된 지표는 크게 '스포츠용품 제조업 및 프로·경주 스포츠 현황', 그리고 '스포츠 시설 및 이벤트와 관련된 현황' 2가지의 범주로 구성되었다. 첫째, 스포츠용품 제조업 및 프로·경주 스포츠와 관련해서는 스포츠용품의 생산 및 수출입, 프로스포츠 그리고 경주스포츠와 관련된 지표를 기반으로 내용이 작성되었다. 그리고 '스포츠용품 제조업' 및 '수출입 현황'에 관한 내용은 지표의 현실 반영도 향상을 위해 각각 국가승인통계인 「스포츠산업조사」와 한국스포츠정책과학원에서 발행하는 「스포츠 동향 아카이브」의 자료를 활용하였다.

둘째, 스포츠 시설 및 이벤트와 관련해서는 스포츠 시설과 스포츠 이벤트에 관한 지표를 통해 스포츠산업 분야 유·무형의 인프라 및 이벤트 개최와 관련된 현황들을 살펴보았다.

앞서 언급된 지표에 대한 주요 분석결과를 살펴보면, 첫째, 스포츠산업 생산과 소비 측면에서 스포츠용품 생산업체의 수는 2019년 이후 매출규모와 소비 측면 모두 감소 추이를 나타내는 것으로 확인되었다. 둘째, 스포츠용품의 수출입 현황의 경우, 스포츠용품의 수입 규모가 수출 규모와 비교해 현저하게 높은 것으로 확인되었다.

셋째, 스포츠시설 및 이벤트 측면에서는 2021년 공공체육시설에 대한 1인당 면적이 전국 평균 3.96㎡로 2020년 3.87㎡와 비교해 2.3% 증가하였다. 지역별로 살펴보면 1인당 면적은 전남(10.74㎡)이 가장 넓고 그 다음으로 강원(9.96㎡), 전북(6.96㎡), 충북(6.68㎡), 경남(5.71㎡) 순으로 나타났다. 넷째, 국내 스포츠대회는 2021년 총 929개가 개최되었는데 이는 전년도 1,001개 대회와 비교해 7.2% 감소한 규모이다. 이를 포함한 다양한 지표에 대한 분석결과를 바탕으로 보고서의 결론에는 스포츠산업 활성화를 위한 논의를 제시하였다.

01) 「2021 한국의 체육지표(한국스포츠정책과학원, 2022)」의 내용을 발췌·재인용·편집하여 작성되었음

Ⅰ. 스포츠용품 제조업 및 프로·경주 스포츠 현황

1 스포츠용품 제조업

1) 스포츠용품 제조업 현황

2021년 기준 스포츠용품 제조 사업체 수는 〈표 1〉에 제시된 것과 같이 총 3,703개로 스포츠 의류 제조업(959개)이 가장 많았으며, 운동 및 경기용 장비 제조업(658개), 체력단련용 장비 제조업(489개) 순으로 나타났다. 2020년도에는 낚시 및 수렵용 장비 제조업의 수가 많았던 것에 비하여 2021년에 체력단련용 장비 제조업의 수가 증가하였음을 알 수 있다. 또한 대부분의 업종에서 2020년에 비해 업체 수가 상당수 증가한 것을 볼 수 있다. 2021년 스포츠용품 제조업 매출액은 총 5조 9,330억 원으로, 스포츠 의류 제조업(3조 530억 원)이 가장 크게 나타났고, 다음으로 스포츠 신발 제조업(5,860억 원), 운동 및 경기용 장비 제조업(5,560억 원) 순으로 나타났다. 스포츠용품 제조업 종사자 수를 살펴보면 2021년 기준 총 2만 6,900여 명으로, 세부 업종 중에서는 스포츠 의료 제조업(1만 200명)이 가장 많았으며, 운동 및 경기용 장비 제조업(3,100명), 체력단련용 장비 제조업(3,000명) 순으로 확인되었다.

<표 1> 스포츠용품 제조업 업체 수, 종사자 수 및 매출액 (단위: 개, 십억 원, 백 명)

구분		사업체 수			매출액			종사자 수		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
합계		2,827	2,772	3,703	7,527	5,475	5,933	286	258	269
운동 및 경기용품 제조업	운동 및 경기용 장비 제조업	402	406	658	691	531	556	30	28	31
	체력단련용 장비 제조업	288	302	489	482	357	454	25	23	30
	자전거 제조업	46	46	76	151	154	127	9	9	8
	낚시 및 수렵용 장비 제조업	325	326	460	413	372	419	26	25	29
	놀이터용 기구 제조업	88	89	92	142	88	121	8	7	7
	스포츠용 보트 건조업	59	70	91	75	48	61	4	4	4
	기타 운동 및 경기용품 제조업	16	16	24	194	81	70	5	4	2
스포츠 의류 및 관련 섬유제품 제조업	스포츠 의류 제조업	915	846	959	4,031	2,852	3,053	113	100	102
	캠핑용 직물제품 제조업	174	187	284	108	113	176	9	9	11
	스포츠관련 직물제품 제조업	62	68	71	84	66	75	6	5	5
	스포츠관련 의류 부분품 제조업	56	58	57	41	32	32	2	2	2
스포츠 가방 및 신발 제조업	스포츠 가방 제조업	150	105	156	161	96	113	7	6	6
	스포츠 신발 제조업	126	124	141	738	602	586	29	27	23
	스포츠관련 신발부분품 제조업	120	129	145	216	83	90	13	9	9

출처: 문화체육관광부 「스포츠산업조사」 연도별 결과보고서 자료 편집

2) 스포츠용품 수출 및 수입 현황

스포츠용품 수출 현황을 살펴보면 〈표 2〉에 제시된 것과 같이 2022년 전체 수출액은 7,564억 원으로 2021년 7,478억 원과 비교해 1.2% 증가하였다. 스포츠용품의 세부 유형으로 구분하면, 스포츠신발(4.7%)과 운동용품(2.3%)의 경우 수출액이 증가하였으나 스포츠 의류 부분에서는 12.5% 감소하였다.

<표 2> 스포츠용품 수출액

(단위: 억 원, 1달러=1,150원 적용)

연도	2020					2021					2022					전년 대비 증감률 (%)
분기	1분기	2분기	3분기	4분기	전체	1분기	2분기	3분기	4분기	전체	1분기	2분기	3분기	4분기	전체	
전체	1,420	1,399	1,487	1,869	6,175	1,676	1,878	1,856	2,066	7,478	1,830	1,821	1,910	2,003	7,564	1.2
운동용품	647	553	669	893	2,762	827	956	944	1,029	3,756	911	972	974	987	3,844	2.3
스포츠신발	559	689	630	649	2,527	625	665	672	719	2,682	674	640	735	760	2,809	4.7
스포츠의류	214	157	188	326	885	224	257	240	318	1,040	245	209	201	256	911	-12.5

출처: 한국스포츠정책과학원 「스포츠 동향 아카이브(원자료: 관세청 수출입무역통계)」 자료 편집

스포츠용품 수입 현황을 살펴보면 〈표 3〉에 제시된 것과 같이 2022년 전체 수입액은 7조 6,463억 원으로 2021년 6조 3,918억 원과 비교해 19.6% 증가하였다. 스포츠용품의 세부 유형으로 구분하면, 스포츠 의류의 수입액이 38.9%로 높은 증가율을 보였고, 스포츠신발도 20.6%로 비교적 높은 증가율을 나타내었다. 운동용품 또한 9.1%의 증가율을 보여 모든 스포츠용품 세부 유형에서 수출액에 비해 높은 증가율을 보였음을 알 수 있다.

<표 3> 스포츠용품 수입액

(단위: 억 원, 1달러=1,150원 적용)

연도	2020					2021					2022					전년 대비 증감률 (%)
분기	1분기	2분기	3분기	4분기	전체	1분기	2분기	3분기	4분기	전체	1분기	2분기	3분기	4분기	전체	
전체	14,679	13,141	13,447	13,410	54,677	17,088	16,181	15,187	15,499	63,918	19.936	19,366	19,529	17,632	76,463	19.6
운동용품	3,204	3,877	4,048	3,815	14,944	4,575	5,106	4,858	4,481	19,019	5,146	5,840	5,561	4,204	20,751	9.1
스포츠신발	9,023	8,164	7,798	8,086	33,071	9,842	9,552	8,139	8,901	36,418	10,949	11,226	11,010	10,752	43,937	20.6
스포츠의류	2,453	1,100	1,601	1,510	6,664	2,671	1,523	2,189	2,117	8,480	3,842	2,300	2,958	2,675	11,775	38.9

출처: 한국스포츠정책과학원 「스포츠 동향 아카이브(원자료: 관세청 수출입무역통계)」 자료 편집

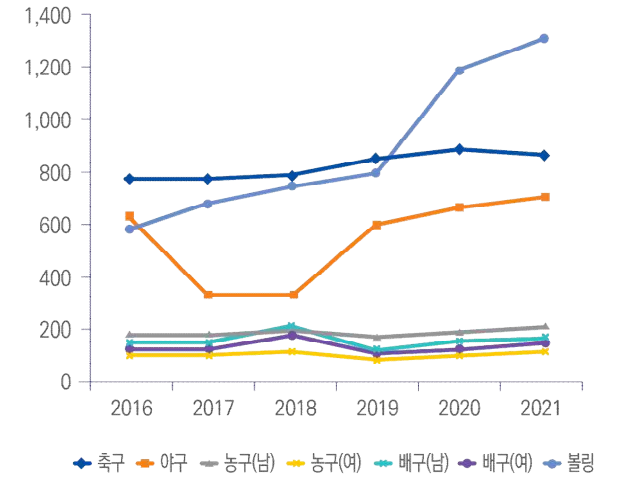
2 프로스포츠

1) 프로스포츠 선수 수

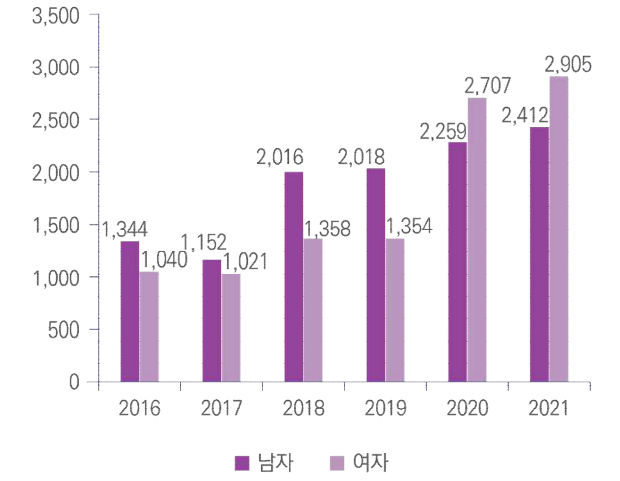
2021년을 기준으로 프로스포츠 리그를 운영 중인 축구, 야구, 농구, 배구, 볼링 종목에 등록된 선수의 수는 총 3,442명으로 확인되었다. 종목별로는 볼링이 1,301명으로 가장 많았으며, 다음으로 축구(853명), 야구(690명) 순으로 높게 나타났다.

2016년 이후 프로스포츠 선수의 증감 추이를 살펴보면 〈그림 1〉에 제시된 것과 같이, 전반적으로 볼링 종목에서의 증가폭이 큰 것으로 확인되었는데, 특히 2019년도와 비교해 2020년의 선수 수가 현저하게 늘어났으며 2021년에도 지속적인 증가세를 보이고 있다. 농구와 배구 종목에서는 2019년에 선수 수가 감소하는 추세를 나타냈지만 2020년부터 다시 소폭 증가하고 있는 것으로 나타났다. 야구의 경우 2017년과 2018년도에 감소세를 나타내다 2019년부터 지속적으로 증가하고 있는 것으로 확인되었다.

(단위: 명)



<그림 1> 프로스포츠 선수 수



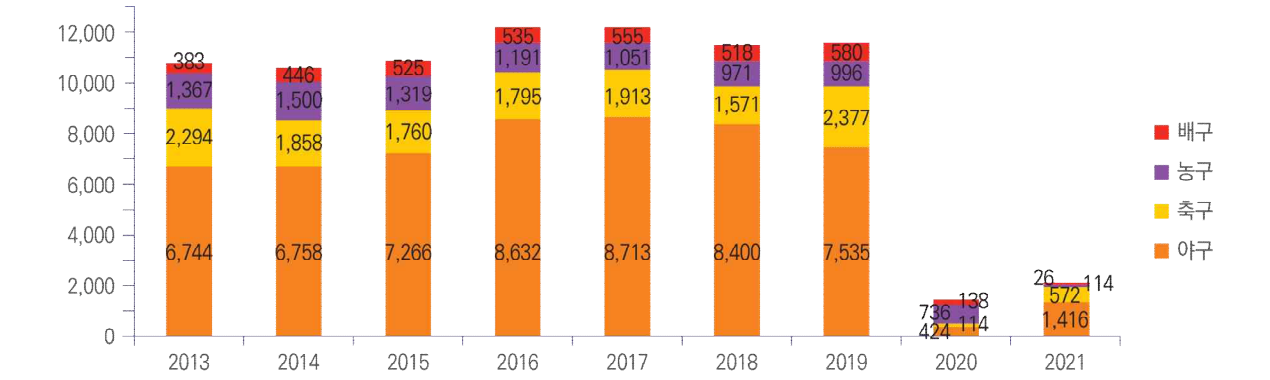
<그림 2> 프로골프 선수 수

또한 2021년 기준, 협회에 등록된 골프 선수의 수는 총 5,317명으로, 앞서 제시한 축구, 야구, 농구, 배구, 볼링을 비롯한 우리나라 프로스포츠 가운데 등록된 선수의 수가 가장 많은 종목임을 알 수 있다. 성별에 따른 분류를 살펴보면 2021년을 기준으로 남자 골프 선수가 2,412명, 여자 골프 선수가 2,905명인 것으로 나타났다. 2016년부터 2021년까지 6개년도의 골프 선수 수 자료는 〈그림 2〉와 같으며 2019년까지는 상대적으로 남자 선수가 여자 선수보다 많았으나 2020년을 기점으로 여자 선수의 수가 남자 선수의 수보다 많아진 것으로 확인되었다.

2) 프로스포츠 관람객

2021년 한 해 동안 프로스포츠 관람을 위해 경기장을 방문한 관람객은 총 213만 명으로 확인되었다. 프로스포츠 종목별로 관람객 현황을 살펴보면 〈그림 3〉에 제시된 것과 같이 야구(142만 명)가 가장 많았으며 그 다음으로 축구(57만 명), 농구(남여 합산, 11만 명), 배구(3만 명) 순으로 나타났다. 프로스포츠 전체 관람객 추이를 살펴보면, 2013년부터 2019년까지 소폭의 감소와 증가를 반복하였으나 2020년 코로나19의 영향으로 큰 폭으로 감소한 후 2021년도에는 소폭 증가한 것을 알 수 있다.

(단위: 천 명)



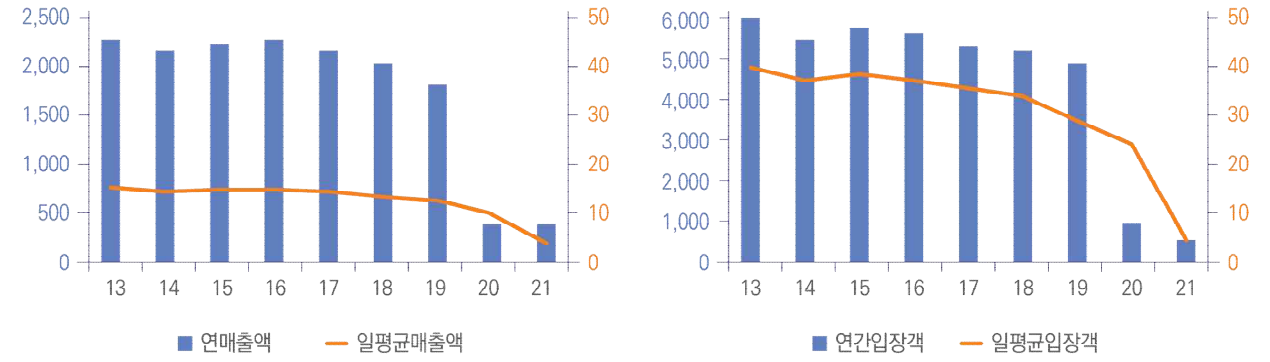
<그림 3> 프로스포츠 입장인원 수

3 경주스포츠

1) 경륜산업 매출액 및 입장객

2021년 경륜의 연간 입장객은 469만 명이며 일 평균 입장객은 4,229명으로 나타났다. 2013년부터 2021년까지의 추이를 살펴보면, 2013년의 연간 입장객이 570만 명으로 가장 많았으며, 매출액과 입장객 수 모두 2019년까지 소폭의 등락세를 보이다가 2020년을 기점으로 급격히 하락한 것을 알 수 있다.

(단위: 십억 원, 천 명)



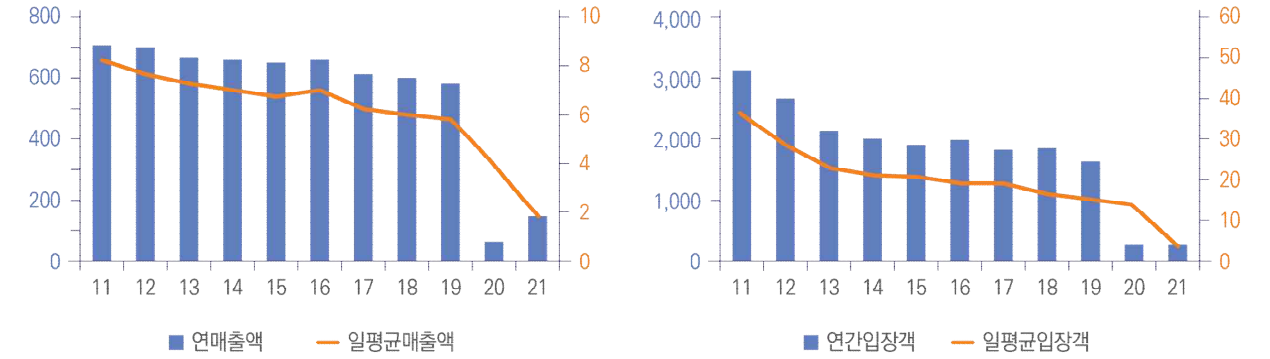
<그림 4> 경륜산업 매출액 및 입장객 수

2) 경정산업 매출액 및 입장객

경정산업의 매출액 및 입장객 현황은 〈그림 5〉에 제시한 바와 같이, 2021년 연간 매출액은 1,513억 원이며 일 평균 매출액은 19억 원으로 나타났다. 2011년부터 2021년도까지의 추이를 살펴보면 2020년에 가장 적은 연간 매출인 680억 원을 기록하였으며, 2011년 가장 많은 연간 매출 7,348억 원과 일 평균 매출 85억 원을 기록하였다. 이후 2020년도까지 매출액은 지속적 감소 추세를 보이고 있는 것으로 확인되었고, 2021년에 연간 매출액은 증가하였으나 일 평균 매출액은 급격한 감소세를 보였다.

2021년 연간 입장객은 19만 명이며 일 평균 입장객은 2,522명으로 나타났다. 2011년부터 2021년까지의 추이를 살펴보면 2011년 연평균 입장객 339만 명을 기록한 이후 2013년까지 급격한 하락세를 나타낸 후 2020년까지 꾸준한 감소세를 보였다. 2020년 코로나19로 인하여 연간 입장객이 18만 명으로 급격한 감소를 보였으며, 2021년에는 연평균 입장객이 전년 대비 소폭 상승하였으나, 2021년 일 평균 입장객은 전년의 20% 수준을 보이고 있다.

(단위: 십억 원, 천 명)



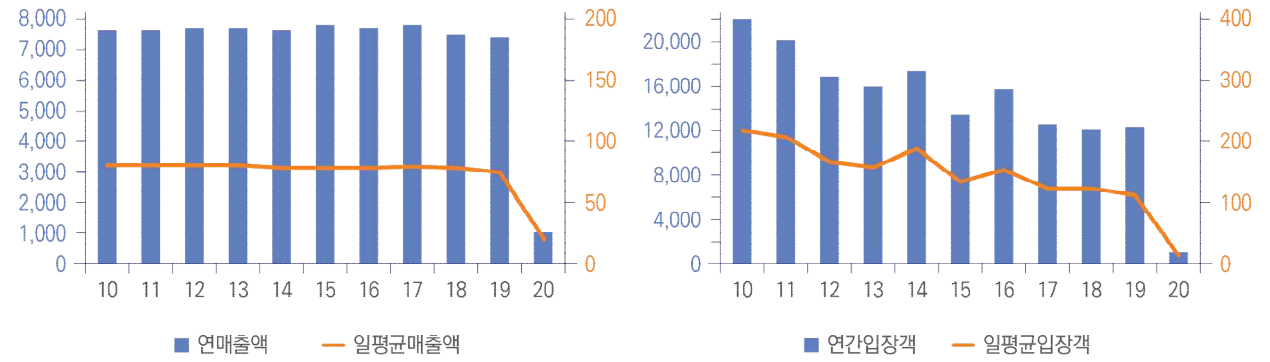
<그림 5> 경정산업 매출액 및 입장객 수

3) 경마산업 매출액 및 입장객

경마산업의 매출액 및 입장객 현황은 다음 〈그림 6〉과 같다. 2020년의 연간 매출액은 1조 890억 원이며 일 평균 매출액은 216억 원으로 나타났다. 2010년부터 2020년도까지의 추이를 살펴보면, 2020년 가장 적은 연간 매출 1조 890억 원과 일 평균 매출 216억 원을 기록하였으며, 2017년 가장 많은 연간 매출 7조 8,014억 원과 일 평균 매출 813억 원을 기록하였다. 이후 2020년도까지 경마산업 매출액은 감소추이를 보이고 있는 것으로 확인되었다.

2020년의 연간 입장객은 170만 명이며 일 평균 입장객은 33,894명으로 나타났다. 2010년부터 2020년까지의 추이를 살펴보면, 2010년에 연간 입장객 2,181만 명을 기록한 이후 지속적인 하락세를 나타내고 있으며 2011년부터 2019년까지의 연평균 연간 입장객은 약 1,484만 명으로 확인되었다. 마지막으로 2020년에는 코로나19로 인해 연간 입장객이 170만 명으로 급격한 하락세를 보였다.

(단위: 십억 원, 천 명)



<그림 6> 경마산업 매출액 및 입장객 수

II. 스포츠 시설 및 이벤트

1 스포츠 시설

1) 시도별 1인당 체육시설 면적

국내 시도별 1인당 체육시설 면적은 〈표 4〉에 제시한 바와 같다. 2021년 공공 체육시설에 대한 1인당 면적은 전국 평균 3.96㎡으로 2020년 3.87㎡ 와 비교해 2.3% 증가하였다. 지역별로 살펴보면 1인당 면적은 전남(10.74㎡)이 가장 넓고 그 다음으로 강원(9.96㎡), 전북(6.93㎡), 충북(6.68㎡), 경남(5.71㎡) 순으로 나타났다.

민간체육시설 중 등록체육시설에 대한 2021년의 1인당 면적은 전국 평균 10.47㎡으로 2020년 10.30㎡와 비교해 1.7% 증가하였다. 지역별로 살펴보면 1인당 면적은 제주(49.57㎡)가 가장 넓고, 강원(48.86㎡), 충북(25.48㎡), 전남(21.27㎡), 경북(19.49㎡) 순으로 나타났다. 민간체육시설 중 신고체육시설에 대한 2021년의 1인당 면적은 전국 평균 0.67㎡로 2020년 0.68㎡와 비교해 1.5% 감소하였다. 지역별로 살펴보면 1인당 면적은 2020년도에는 제주가 가장 넓었으나 2021년에는 경북(2.12㎡)이 가장 넓고, 다음으로 제주(1.65㎡), 전북(1.23㎡), 강원(0.97㎡), 전남(0.88㎡) 순으로 나타났다.

<표 4> 시도별 1인당 체육시설의 면적

(단위: ㎡)

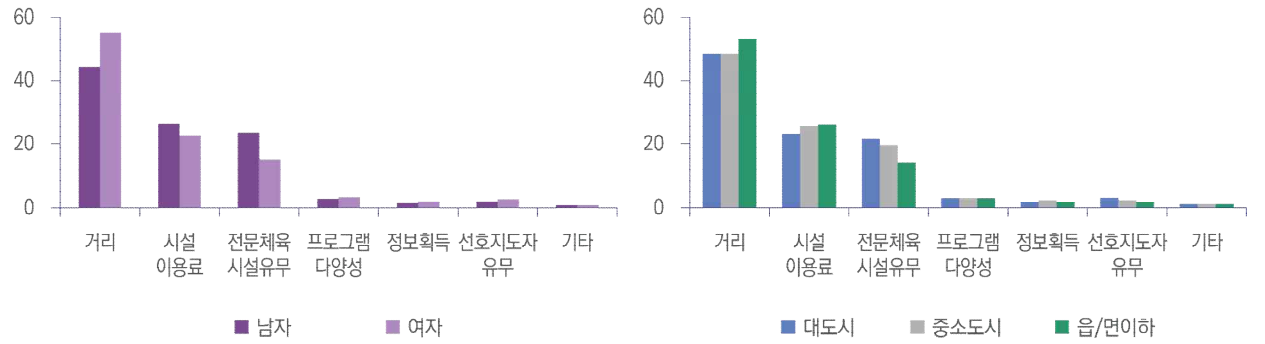
구분	공공체육시설 1인당 면적					민간체육시설 1인당 면적									
						등록체육시설					신고체육시설				
	2019	2020	2021	차이	전년 대비 증감률(%)	2019	2020	2021	차이	전년 대비 증감률(%)	2019	2020	2021	차이	전년 대비 증감률(%)
전국	3.82	3.87	3.96	0.09	2.3	10.11	10.30	10.47	0.17	1.7	0.59	0.68	0.67	-0.01	-1.5
서울	1.56	1.46	1.58	0.12	8.2	0.10	0.10	0.10	0	0	0.3	0.24	0.34	0.1	41.7
부산	1.57	1.59	1.69	0.1	6.3	2.56	2.74	2.79	0.05	1.8	0.38	0.37	0.39	0.02	5.4
대구	1.9	1.93	2.04	0.11	5.7	0.38	0.39	0.40	0.01	2.6	0.45	0.37	0.59	0.22	59.5
인천	3.31	3.34	3.72	0.38	11.4	3.44	3.73	3.82	0.09	2.4	0.38	0.51	0.53	0.02	3.9
광주	1.36	1.47	1.56	0.09	6.1	1.43	1.44	1.45	0.01	0.7	0.38	0.44	0.48	0.04	9.1
대전	1.55	1.63	1.73	0.1	6.1	1.17	1.18	1.19	0.01	0.8	0.43	0.46	0.46	0	0
울산	2.7	2.75	2.85	0.1	3.6	3.4	3.41	4.14	0.73	21.4	0.52	0.69	0.78	0.09	13
세종	1.78	1.86	1.87	0.01	0.5	11.2	11.12	10.24	-0.88	-7.9	0.26	0.32	0.34	0.02	6.3
경기	4.62	4.44	4.12	-0.32	-7.2	12.6	12.78	12.51	-0.27	-2.1	0.52	0.69	0.58	-0.11	-15.9
강원	9.05	9.32	9.96	0.64	6.9	50.63	50.34	48.86	-1.48	-2.9	0.91	1.16	0.97	-0.19	-16.4
충북	5.23	5.80	6.68	0.88	15.2	23.95	23.97	25.48	1.51	6.3	0.57	0.71	0.74	0.03	4.2
충남	4.04	4.51	4.74	0.23	5.1	8.86	9.40	9.42	0.02	0.2	0.66	0.88	0.64	-0.24	-27.3
전북	6.36	6.55	6.93	0.38	5.8	17.04	17.06	17.61	0.55	3.2	1.4	2.00	1.23	-0.77	-38.5
전남	9.98	10.18	10.74	0.56	5.5	19.11	20.49	21.27	0.78	3.8	0.86	0.87	0.88	0.01	1.1
경북	4.36	4.54	4.84	0.3	6.6	17.35	17.39	19.49	2.1	12.1	0.98	0.91	2.12	1.21	133
경남	5.2	5.70	5.71	0.01	0.2	12.89	13.44	13.63	0.19	1.4	0.72	0.83	0.71	-0.12	-14.5
제주	5.42	5.39	5.38	-0.01	-0.2	50.07	50.93	49.57	-1.36	-2.7	3.89	3.92	1.65	-2.2	-57.9

출처: 한국스포츠정책과학원 「2021 한국의 체육지표」 자료 편집

2) 스포츠 시설 및 서비스 이용

일반 국민의 체육시설 이용에 관한 조사 결과, 체육시설을 자주 이용하는 이유는 다음 〈그림 7〉과 같다. 성별로 구분해보면 남성(44.3%)과 여성(55.0%) 모두 거리가 가까워서 체육시설을 자주 이용하는 것으로 나타났고, 도시 규모에 따라서도 '대도시(48.6%)', '중소도시(48%)', '읍/면 이하(53.4%)' 모두 '거리가 가까워서'인 것으로 확인되었다. 연령대별로 살펴보면 전 연령대에서 '거리가 가까워서'라는 이유를 들었으며 구체적으로 '70세 이상(70.2%)', '60대(54.3%)', '10대(53.0%)' 순으로 응답한 비율이 높게 나타났다.

(단위: %)

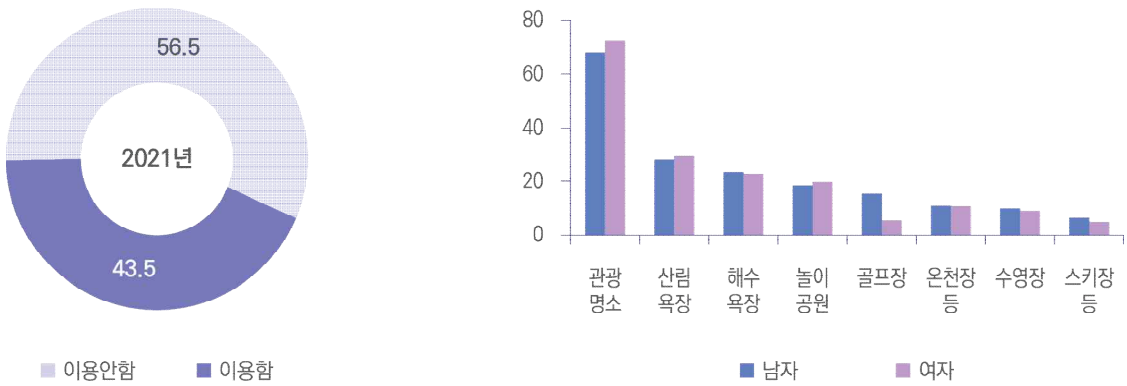


<그림 7> 체육시설을 자주 이용하는 이유

3) 레저 시설별 이용 현황

2021년 기준 레저시설의 유형에 따른 이용률은 〈그림 8〉과 같다. 지난 1년 동안 국민 10명 중 4명(43.5%) 정도가 관광명소, 해수욕장, 온천장 등의 레저시설을 이용한 것으로 나타났다. 레저시설별 이용자의 비중은 관광명소(70.3%)가 가장 높고, 산림욕장(28.3%), 해수욕장(23.1%), 놀이공원(18.8%) 순으로 나타났다. 성별에 따라서는 여성(43.7%)과 남성(43.2%)이 비슷한 수준에서 레저시설을 이용한 것으로 조사 되었으며, 연령대별로는 30대(57.3%)의 레저시설 이용자 비율이 가장 높았다. 골프장의 이용 비율은 다른 연령대에 비해 40~50대에서 높게 나타났으며, 산림욕장 이용률은 연령이 증가할수록 높게 나타나 60대 이상의 이용객이 가장 많은 비중을 차지하는 것으로 조사되었다.

(단위: %)



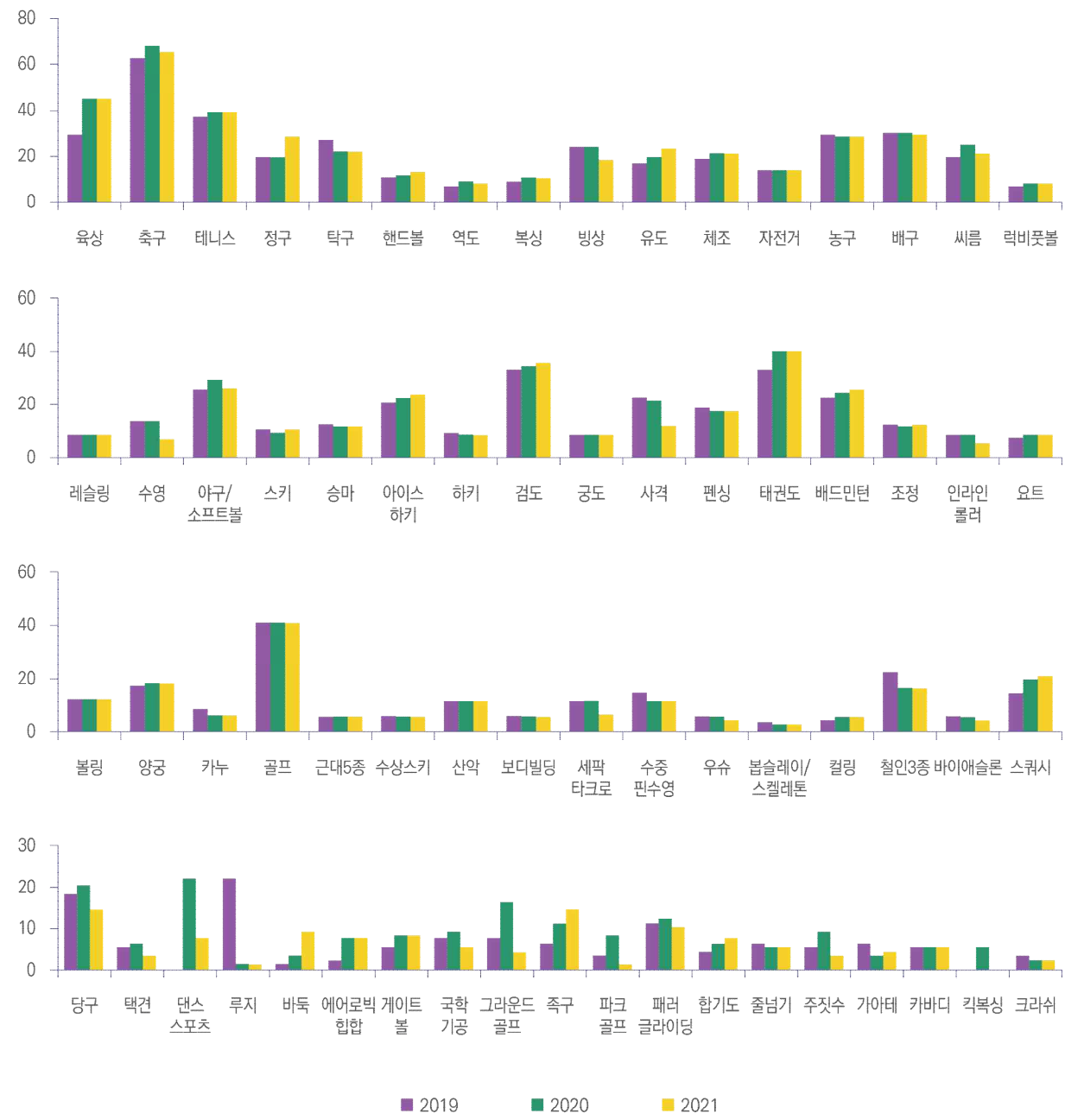
<그림 8> 레저시설별 이용률

2 스포츠 이벤트

1) 국내 경기·대회 개최 수

2021년 국내에서 개최된 스포츠 대회는 총 929개 대회로(그림 9 참고), 이는 전년도의 1,001개 대회와 비교해 7.2% 감소한 규모이다. 종목별로 살펴보면 축구(65회)가 가장 많고, 그 다음으로 육상(45회), 골프(41회), 태권도(40회) 순으로 많이 개최된 것으로 나타났다.

(단위: 회)

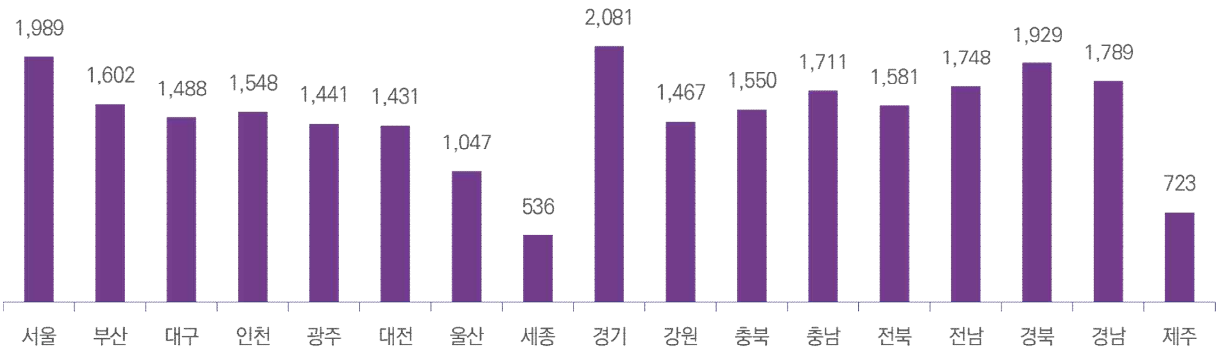


<그림 9> 국내 경기 개최 수

2) 전국체육대회 참가인원

2021년 전국 하계 체육대회에 참가한 인원수는 〈그림 10〉에 제시된 것과 같이 총 25,661명으로 조사되었다. 지역별로 살펴보면, 경기(2,081명)지역 참가인원이 가장 많고, 다음으로 서울(1,989명), 경북(1,929명), 경남(1,789명) 순으로 나타났다. 2020년도 전국 하계 체육대회는 코로나19로 인하여 개최되지 않은 것으로 나타났다.

(단위: 명)

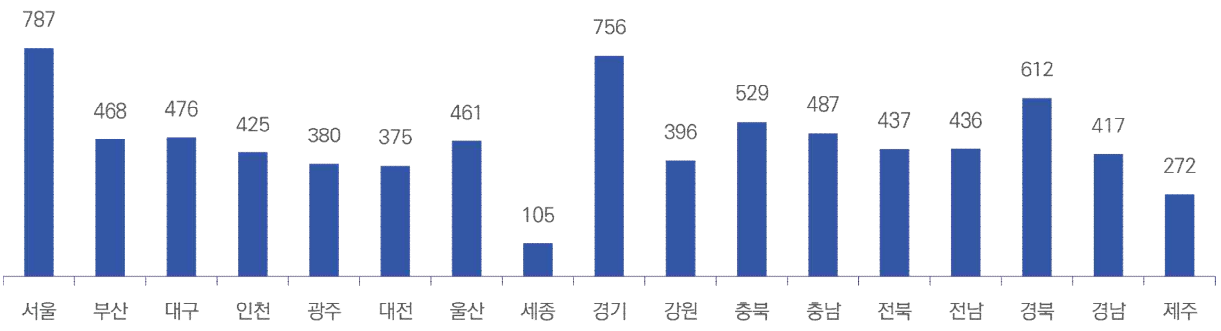


<그림 10> 전국체육대회(하계) 참가 인원수

3) 전국장애인체육대회 참가인원

2021년 전국 하계 장애인체육대회에 참가한 인원수는 〈그림 11〉에 제시된 것과 같이 총 7,816명으로 조사되었다. 지역별로 살펴보면, 서울(787명)지역 참가인원이 가장 많고, 다음으로 경기(756명), 경북(612명), 충북(529명) 순으로 나타났다. 2020년도 전국 하계 장애인체육대회도 코로나19로 인하여 개최되지 않은 것으로 나타났다.

(단위: 명)



<그림 11> 전국장애인체육대회(하계) 참가 인원수

III. 결론: 요약 및 논의

본 보고서에서는 스포츠와 관련된 다양한 분야의 통계자료를 바탕으로 작성된 「2021 한국의 체육지표」, 「스포츠 산업 조사」, 「스포츠 동향 아카이브」에 제시된 지표 중 스포츠산업과 관련된 내용을 중점적으로 다루었다. 보고서는 크게 '스포츠산업 생산 및 소비'와 '스포츠시설 및 이벤트' 분야로 구성되었으며, 주요 지표에 대한 분석결과는 다음과 같다.

1 스포츠용품 제조업

스포츠용품 제조업과 관련한 주요 지표에 대한 분석결과, 스포츠용품 생산업체의 수는 2019년 이후 감소와 증가를 반복적으로 보이고 있으나, 개별 사업체의 평균 매출액은 감소하였다고 볼 수 있다. 해당 보고서에서 명시된 사업체의 수와 매출액만으로 단순 비교를 하였기 때문에 통계적인 유의성을 가지는 것은 아니지만, 데이터상으로는 개별 사업체의 평균 매출액이 감소추세를 나타내고 있다. 결국 이는 개별 사업체의 경영성과가 낮아졌다고 판단할 수 있다. 또한 수출입 규모의 차이가 조 단위를 기록하는 적자를 보이고 있는데, 이는 국내 스포츠용품 산업이 내수에 편중되어 있기 때문이다. 따라서, 국내 스포츠용품의 수출과 해외 진출을 위한 적극적 지원이 필요한데, 특히 쇼트트랙, 골프 등 국제 스포츠 대회에서 우수한 성적을 거두고 있는 종목에 주목할 필요가 있을 것이다. 이들 종목이 국제 스포츠 대회에서 뛰어난 성적을 거두는 것과 대조적으로 스포츠 장비나 용품은 대부분 해외 브랜드의 의존도가 높은 편이므로, 국내 브랜드를 활용한 용품의 국산화와 더불어 국내 브랜드의 해외 진출을 위한 마케팅 전략 지원이 요구된다.

우리나라는 산업화를 거치며 의류, 신발 및 각종 용품 생산 및 수출을 통해 경제 규모 증가를 이룬 국가이다. 이는 제품 생산의 기술력 수준에서는 세계적으로 뒤처지지 않다는 것을 의미한다. 또한, 최근에는 인터넷을 통하여 전세계적인 마케팅이 가능해지고 있다. 국내 스포츠 스타들의 해외 진출, 넷플릭스에서의 K-드라마 성공, 유튜브(YouTube) 및 각종 SNS 등의 활성화는 국내 브랜드를 자연스럽게 세계화할 수 있는 교두보로 삼을 수 있다. 또한 정부 차원에서도 스포츠용품 제조업에 대한 적극적 투자, 제품의 첨단화, IT와 접목된 신제품 개발 및 기업 자체의 브랜드 세계화 노력이 장기적으로 함께 이루어져야 할 것이다(김민철, 백승헌, 2016).

2 프로스포츠

프로스포츠 종목별 등록선수 수 추이를 살펴보면 연도별 편차는 있으나 꾸준히 증가하고 있는 것을 알 수 있다. 하지만 그 증가폭은 점점 감소하고 있고, 한정된 프로스포츠 구단 수로 인해 프로스포츠 선수 등록 인원을 확대하는 것도 제한적인 실정이다. 또한 우리나라는 세계적으로 대표적인 인구감소 국가이다. 따라서, 프로스포츠에서의 등록 선수 감소와 선수층 약화는 피할 수 없는 숙제이며, 이를 극복할 수 있는 방안을 마련하기 위해서는 정부와 스포츠계의 적극적인 소통이 필수적이다.

또한, 프로스포츠 관람을 위해 경기장을 방문한 관람객은 지속적으로 감소하고 있다. 코로나19라는 위기적 상황이 있기는 하였지만, 이전부터 우리나라는 야구, 축구 등의 주요 인기 스포츠를 제외하고는 관람스포츠에 적극적이지 않았던 것은 사실이다. 물론 온라인 플랫폼이라는 도구로 손쉽고 편하게 경기를 시청할 수 있는 수단이 생겼지만, 직접 관람은 산업적으로나 관람객의 측면에서도 여전히 중요한 부분이다. 직접 관람을 통하여 지역경제와 구단의 발전이 가능하고 선수들은 경기에 더욱 적극적으로 임할 수 있는 환경이 조성되며, 경기 관람 분위기가 축제와 같이 형성된다면 결국 관람객들의 즐거움을 북돋을 수 있기 때문이다.

문제는 관람객이 주요 몇 종목에 치우쳐져 있다는 사실이다. 어느 나라나 자국의 인기 스포츠가 존재하기는 하지만, 미국과 같은 선진 국가의 경우 야구, 농구, 미식축구, 아이스하키, 축구와 모터스포츠 등 다양한 종목이 지역별로 활성화되어 있는 것을 알 수 있다. 따라서, 선진 국가의 사례를 참고하여 우리나라 스포츠 관람문화 특성에 적합한 다양한 스포츠 이벤트 개최가 필요해 보인다. 다양한 스포츠 종목에서 관람의 활성화가 이루어지기 위해서는 경기 운영의 질적인 향상을 놓쳐서는 안 될 것이다.

3 경주스포츠

경마, 경정, 경륜은 현재 사행산업으로 분류되어 여러 규제가 적용되고 있다. 하지만 경륜과 경정의 매출액은 전체 스포츠 산업 매출액의 10% 이상을 차지하고 있어 그 규모를 무시할 수 없는 사업이라 할 수 있다. 경주 스포츠가 사행적 특성을 가졌음에도 정부에서 이를 시행하는 이유는 인간의 사행욕구 충족, 공공 재정 확충과 해당 스포츠 분야의 경기력 향상 때문이라고 할 수 있다(김양례, 성문정, 송홍선, 김상겸, 2008). 경마의 경우 소관 부처가 농림축산식품부인 관계로 수익금 자체가 축산발전기금에 포함되지만, 경정과 경륜의 경우 소관부처는 문화체육관광부이며 해당수익은 국민체육진흥기금으로 활용된다. 그러므로 해당 사업을 사행사업으로 분류하여 시장의 성장을 제한하는 것은 장기적인 관점에서 스포츠 산업의 성장을 둔화시킬 수 있다.

특히 경륜과 경정 등의 경주스포츠는 합법적 스포츠 베팅업에 속함에도 불구하고 사행성이 강하다는 이유로 부정적인 국민적 인식이 자리하고 있다. 하지만 경륜과 경정을 포함한 스포츠 베팅업을 통한 체육 재정 확보는 스포츠 산업을 포함한 다양한 스포츠 분야의 지원을 가능하게 하며, 향후 스포츠데이터 서비스업을 비롯한 관련 사업의 성장에 기여하는 바가 크다는 가치를 인정해야 할 것이다.

세계적으로도 불법 스포츠 도박 등의 불법적인 행위 근절을 위해 다양한 규제를 적용하고 있으나, 동시에 합법적인 베팅사업 활성화를 위해서도 노력하고 있다. 인간의 사행심을 합법적으로 충족시켜주며, 해당 스포츠를 공정하게 시행·보급하여 국민의 여가선용을 북돋으려 하는 것이다. 불법적인 행위가 분명히 특정한 피해를 발생시키기는 하지만 합법적인 해당 행위가 국가 재정 및 복지 등 다양한 분야에 도움을 주는 것도 사실이기 때문이다. 그러므로 장기적인 관점에서 사행적인 측면과 복지적인 측면을 긴밀히 검토하여 베팅사업의 건전화를 검토하는 것이 스포츠 산업의 발전을 위한 유용한 방안이 될 것이라 생각한다.

4 스포츠 시설 및 이벤트

스포츠 시설은 크게 공공 체육시설과 민간체육시설로 구분할 수 있으며, 민간체육시설은 등록체육시설과 신고체육시설로 다시 분류된다. 공공 체육시설이란 국가나 지방 자치단체 또는 공공단체가 국민의 체육활동에 제공하기 위하여 설치, 관리, 운영하는 체육시설을 뜻한다. 민간체육시설 중 등록 체육시설이란 우리나라에서는 골프장, 스키장, 자동차 경주장이 해당하며 시설을 설치하기 전 시장, 광역시장 또는 도지사의 승인을 얻어야 설치가 가능한 시설이다. 민간체육시설 중 신고 체육시설은 그 외의 체육시설업을 뜻하며, 시설을 먼저 갖춘 후 시장, 군수 또는 구청장에 신고하여 운영하는 시설이다.

2021년 기준 국민 1인당 공공 체육시설의 면적은 3.96㎡로 2020년의 3.87㎡와 비교해 2.3% 증가하였다. 또한 민간체육시설 중 등록 체육시설에 대한 1인당 면적은 전국 평균 10.47㎡로 2020년의 10.30㎡와 비교해 1.7% 증가하였으며, 민간체육시설 중 신고 체육시설에 대한 1인당 면적은 전국 평균 0.67㎡로 2020년의 0.68㎡와 비교해 1.5% 감소하였다.

특정 스포츠 시설을 선택하여 이용하는 주된 이유를 조사한 결과, 시설의 종류와는 관련 없이 거주지에서 시설까지의 물리적 거리가 가장 중요한 이용 요소로 나타났다. 이러한 스포츠 시설 선택에 영향을 미치는 요소는 특정 시기에만 한정적으로 적용되지 않으며 스포츠 시설의 장기적 운영 및 경영을 결정하는 중요 요소라고 할 수 있다. 특히, 단순한 수명 연장이 아닌 건강 수명이 강조되고 있으며, 이를 위해서는 주기적인 운동 참여 및 습관 형성이 필수 요소로 여겨진다. 따라서, 국민의 운동 참여 증진을 통한 건강 수명 보장을 위해서는 정부와 지자체 차원에서 지역의 인구분포를 고려해 다수의 국민이 가까운 거리에서 쉽게 접근할 수 있는 위치에 공공 체육시설을 설치하는 방안을 마련할 필요가 있다.

스포츠 이벤트 및 경기 개최의 경우, 2021년에 총 929개의 스포츠 대회가 개최되었는데 이는 전년도의 1,001개 대회와 비교해 7.2% 감소한 규모이다. 개최 종목의 수 대비 대회 수의 감소폭이 크지는 않지만, 이러한 현상을 간과해서는 안될 것이다. 특히, 주의를 기울일 필요가 있는 부분은 이벤트 개최 수가 특정 종목에 국한된 현상을 보인다는 것이다. 이벤트 개최의 편중이 전문체육 영역에 국한된 것인지에 대해 생활체육 영역과 연관 지어 함께 살펴볼 필요는 있다. 예를 들어, 단순히 지표상으로만 보면 전문체육 영역과 생활체육 영역에서 모두 인기를 얻고 활성화되어 있는 종목이 있는 반면 (예: 축구, 배드민턴 등), 육상의 경우 전문체육에서는 한 해 45경기로 종목군 최상위를 차지하고 있지만 생활체육 부분에서는 한 해 3경기로 하위권으로 기록된다. 물론 이는 대통령기, 장관기 등 협회 차원에서 진행되는 경기만 기록되어 있기는 하다. 종목별로 다양한 기관에서 생활체육대회를 개최하고 있으므로 이러한 단순 비교로 결론지을 수는 없을 것이다. 하지만 전문체육 영역에서 활성화 되어 있는 종목을 생활체육 영역으로 저변 확대하는 방안이 필요한 것은 분명하다. 생활체육 분야가 활성화되면 해당 종목의 스포츠용품업 등에서의 시장 확대가 가능하며 대회개최를 통한 지역 방문 및 관광 증대 등의 파급효과가 발생할 수 있기 때문이다. 따라서, 전문체육 영역에서의 대회개최 수가 많은 종목에서 생활체육 대회개최를 확대할 수 있는 정책적 고민이 필요하다고 할 수 있다.

참고문헌

김민철, 백승헌(2016). 시계열분석을 통한 국내 스포츠 용품 산업의 무역불균형 예측연구. 한국스포츠산업경영학회지, 21(3), 1-14.

김양례, 성문정, 송홍선, 김상겸(2008). 경륜·경정사업 운영 효율화를 위한 경륜·경정법령 개정 방향. 국민체육진흥공단.

서호정

- 소속 : 인하대학교 스포츠과학과
- 전공 : 체육학
- 경력 : 대한럭비협회 국제부 팀장, LPGA 인터네셔널 섹션 회장 역임, 이화여자대학교·동국대학교·호남대학교 등 다수 대학 출강
- 주요연구분야 : 여가레크리에이션, 골프 트레이닝

SI (Sport Industry) 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)
고경진(스포츠산업연구실, 선임연구위원)
신성연(스포츠산업연구실, 선임연구위원)
박선영(스포츠산업연구실, 선임연구위원)
백주해(스포츠산업연구실, 초빙연구원)