

스포츠서비스산업 유망업종 평가를 위한 지표 선정과 적용에 관한 연구*†

신 성 연

국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원 (선임연구위원)

A Study on the Selection and Application of Indicators for the Evaluation of Promising Sectors in the Sports Service Industry

Shin, Seongyeon

Korea Institute of Sport Science, Korea Sports Promotion Foundation (Senior Researcher)

Abstract

The primary purpose of this study was to prepare standards and grounds for selecting promising sports service industries with high growth potential. The conceptual definition of promising sports service industries was explicitly presented to achieve this research goal. Furthermore, indicators for selecting promising industries were developed to prepare evidence to ensure the efficiency and effectiveness of sports service industry promotion and support policies. The study's main content included a review of previous studies conducted to clarify the precise definition of promising sports industries. Next, quantitative and qualitative factors, the criteria for evaluating promising sports service industries, were derived to verify the indicators' suitability. In

* 이 연구는 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원에서 수행한 「스포츠서비스산업 유망업종 도출을 위한 연구(2020)」 중 일부를 수정 및 보완하여 작성되었음

† 본고는 한국서비스경영학회 2021년 춘계 및 추계학술발표대회에서 발표한 내용을 보완하여 재작성한 것임

addition, the prospects of individual sports service industries were evaluated through indicator analysis. Finally, future directions for establishing support policies were explored.

Keywords : Service industry, Promising business, Policy research, Sports services, Indicator selection

접수일(2022년 10월 31일), 수정일(2022년 12월 05일), 게재확정일(2022년 12월 19일)

I. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

서비스산업은 제조업을 포함한 다른 산업과 비교해 상대적으로 높은 부가가치를 지니고 있으며 경제 성숙기에 있는 국가들은 이미 서비스산업이 경제성장을 견인해가는 경제의 서비스화가 진행 중에 있다. 그리고 경제성장의 성숙기단계에서 주로 나타나는 경제와 산업의 서비스화는 한국에서도 시작되고 있다. 한국은행 산업연관표 작성결과 자료를 살펴보면 서비스산업의 취업유발계수는 12.5로, 제조업(공산품)의 6.2나 전산업의 10.1보다 크며, 부가가치유발계수 역시 0.877로 제조업(공산품)의 0.635나 건설업의 0.817 등 타 산업과 비교해 상대적으로 높은 수치를 나타내고 있다(한국은행, 2021). 서비스산업의 성장 가능성과 파급효과를 바탕으로 정부에서도 서비스산업 활성화를 위해 2019년 6월 26일 「서비스산업 혁신 전략 제 18차 경제활력대책회의」를 실시하고 추진계획을 발표하였으며, 2021년 3월 3일에는 「제31차 비상경제 중앙대책본부 회의」를 실시하여 포스트코로나 시대의 메가 트렌드 전환을 도약의 계기로 2025년까지 서비스업의 부가가치비중을 65% 수준까지 향상시키겠다는 계획을 수립하였다.

한편, 한국표준산업분류와 연계한 스포츠산업특수분류(V.3)를 기준으로 분류된 스포츠서비스업 역시 스포츠시설업이나 스포츠용품업과 비교해 성장률은 높은 편이다. 2013년부터 2018년까지의 스포츠산업 분야의 성장률을 살펴보면 매출액의 경우 스포츠서비스업은 연평균 성장률(CAGR)이 13.5%로 시설업의 8.7%나 용품업의 2.6%와 비교해 높은 수치를 나타내고 있다. 이 같은 성장세는 매출액뿐만 아니라 사업체 수(17.0%)와 종사자 수(7.0%) 측면에서도 찾아볼 수 있다(문화체육관광부, 2015; 2016;

2017; 2018; 2019; 2020). 그리고 스포츠서비스산업은 스포츠산업 내에서도 제조업이나 시설업과 비교해 상대적으로 높은 부가가치를 창출하고 있어 스포츠서비스업에 대한 집중적인 지원은 스포츠산업 성장의 새로운 동력으로 작용할 수도 있다(한국스포츠정책과학원, 2019). 이는 상대적으로 성장가능성이 높은 서비스산업에 대한 체계적인 지원을 통해 스포츠산업 분야에서도 서비스가 견인하는 스포츠산업 전반의 성장을 기대할 수 있다는 것을 의미한다.

정부의 한정된 자원을 효율적으로 투입하여 스포츠서비스산업을 효과적으로 발전시키기 위해서는 전략적인 접근이 필요하다. 스포츠산업특수분류(V.3)에 의한 세세분류 기준으로 스포츠서비스업은 총 21개의 업종이 존재한다. 21개의 업종은 그 특성이 서로 다르며 중분류를 기준으로 하더라도 ‘스포츠경기 서비스업’, ‘스포츠정보 서비스업’, ‘스포츠 교육기관’, ‘기타 스포츠 서비스업’ 4개의 업종이 도출된다. 업종별 투입자원의 한계성이나 제약성, 정책적 지원 우선순위와 효율성을 고려하면 다양하게 분류된 서비스업 중 어떠한 업종을 우선적으로 육성하고 지원해야 되는가와 같은 정책적 우선순위 설정과 같은 정책의사결정 이슈가 발생할 수밖에 없다.

이미 독일이나 영국 등과 같은 주요국가에서는 자원의 효율적 활용을 통해 산업의 경쟁력을 확보하고 유지하기 위해 주력산업을 선정하여 이에 대한 지원과 육성 정책을 추진하고 있다. 주력산업은 각 국가의 경제 및 산업 환경에 따라 상이할 수 있지만 일반적으로 “국가 산업발전의 토대를 이루며 국민경제의 대표적 핵심 산업”을 의미한다(산업연구원, 2018). 스포츠서비스산업 분야에서도 유망업종을 선정하여 이에 대한 효율적이고 효과적인 정책적 지원을 통해 스포츠산업 전체를 성장시킬 수 있는 동력원으로의 성장을 기대할 수 있다.

유망업종을 선정하기 위해서는 객관성과 신뢰성이 확보된 기준과 합리적인 근거가 필요하다. 산업연구원(2018)에서 제시한 기준을 적용하면 첫째, 특정 스포츠서비스업종의 발전이 스포츠산업 분야에 미치는 경제적 파급효과가 큰 업종, 둘째, 스포츠산업과 스포츠경제의 중심 역할을 수행할 수 있는 주력 서비스업종, 셋째, 국가적 차원에서 전략적으로 육성할 필요성이 높은 전략적 서비스업종에 해당되는 경우라고 볼 수 있다. 매년 실시되는 ‘스포츠산업조사(문화체육관광부 작성 승인통계)’를 비롯한 스포츠산업 관련 연구와 조사에서 다양한 통계자료가 생산되어 의미 있는 결과물을 제공하고 있다. 하지만 서비스 고유의 특성이 반영될 수 있는 통계자료는 현재 부재한 상황이며, 특히 스포츠산업 분야에서 서비스업에 대한 연구는 초기 단계로 성장성이 높은 유망업종을 선정하기 위한 근거자료 역시 부족한 실정이다.

본 연구에서는 스포츠서비스산업 분야의 유망업종에 대한 개념적 정의를 명확히 하고, 유망업종을 평가하기 위한 기준과 근거를 마련하여 스포츠 서비스산업 육성과 지원 정책의 효율성과 효과성을 확보하기 위한 자료의 제공에 주요 목적을 두고 있다. 이를

위해 유망업종의 개념을 도출하기 위한 이론적 근거를 제시하고 유망업종의 범위를 설정하고자 한다. 또한, 연구결과를 바탕으로 유망업종을 평가하기 위한 기준이 되는 지표의 역할에 대한 논의를 제시하고자 한다.

1.2 연구문제 설정

1.2.1 스포츠서비스산업의 개념과 정의

통계청에서는 국가의 산업 활동에 관한 각종 통계와 관련 자료의 수집, 분석 등을 위한 통계작성을 목적으로 산업에 대한 정의와 분류 기준을 마련하고 있는데, 한국표준산업분류에서 정의하는 산업은 “유사한 성질을 갖는 산업 활동에 주로 종사하는 생산단위의 집합”이다(통계청, 2017). 그리고 산업 활동은 “각 생산단위가 노동, 자본, 원료 등 자원을 투입하여, 재화 또는 서비스를 생산 또는 제공하는 일련의 활동”으로 정의하고 있다(통계청, 2017). 또한, 일반적으로 산업은 “인간의 생활을 경제적으로 풍요롭게 하기 위하여 재화나 서비스를 생산하는 활동”으로 제시하고 있다(한국스포츠정책과학원, 2019).

한편, 「스포츠산업진흥법」에서는 스포츠를 “건강한 신체를 기르고 건전한 정신을 함양하여 질 높은 삶을 위하여 자발적으로 행하는 신체활동을 기반으로 하는 사회문화적 행태”로 정의하고 있다(한국스포츠정책과학원, 2019). 동법에서 스포츠산업에 대해서는 “스포츠와 관련된 재화와 서비스를 통하여 부가가치를 창출하는 산업”이라고 정의하고 있다(한국스포츠정책과학원, 2019). 이와 같은 법 관점의 정의를 고려하여 선행연구에서는 스포츠서비스산업을 “스포츠와 관련된 서비스의 생산과 유통, 소비를 통하여 부가가치를 창출하는 산업”이라고 정의하였다(신성연, 이원재, 김혜란, 2020). 그리고 스포츠서비스는 “스포츠와 관련하여 독자적으로 판매 또는 제공되거나 스포츠시설 및 스포츠용품과 관련하여 제공되는 혜택과 육구의 충족 등을 포함하는 활동”으로 정의 된다(신성연, 이원재, 김혜란, 2020). 그리고 스포츠서비스는 비분리성(inseparability), 소멸성(perishability), 이질성(heterogeneity), 무형성(intangibility) 등과 같은 서비스가 가진 고유의 속성과 신체적 활동이 수반되는 스포츠의 형태로 인해 물리적 유형성이 높은 스포츠제품과는 차별화되는 특성을 지니고 있다 점 역시 강조되었다(한국스포츠정책과학원, 2019).

1.2.2 유망업종의 개념과 정의

유망업종은 “앞으로 잘될 듯한 희망이나 전망이 있음”이라는 뜻의 ‘유망(有望)’과 ‘직업이나 영업의 종류’를 뜻하는 ‘업종(業種)’이라는 두 개의 명사가 결합된 복합명사

이다. 그리고 국립국어원의 표준국어대사전에서는 유망업종을 “앞으로 잘될 듯한 희망이나 전망이 있는 업종”으로 정의하고 있다. 따라서 유망업종은 해당 단어가 내포하고 있는 어원(語源)적 측면에서 과거나 현재 보다는 미래지향적인 성격을 지니고 있는 개념이라고 할 수 있다.

특정 산업내의 업종들은 기술발전, 소비자행동, 정부 정책 추진 방향 등과 같은 사회경제적 환경 변화에 의해 생성과 쇠퇴가 반복되는 동태적 형태를 지니고 있다. 제품수명주기(Product Life Cycle)이론(Brissaud and Tichkiewitch, 2001; Hirsch, 1975; Vernon, 1966)의 개념을 기초로 하는 산업과 시장성장 단계 이론에서 이를 잘 설명하고 있다. 특정 산업이나 시장의 성장은 ‘도입-성장-성숙-쇠퇴 또는 재성장’이라는 주기를 따르는 경향이 있다. 그리고 산업과 시장의 성장주기는 시장 환경과 정부 정책에 의해 영향을 받아 특정 산업이나 시장의 성장속도와 성장단계수준이 변화하는 유동적인 형태를 띠고 있다. 또, 유동적인 성장주기 속에서 특정 산업이나 시장을 구성하는 업종의 유형과 특성들도 지속적으로 변화를 거듭해 나가게 되는 것이다.

산업 및 시장성단계의 이론적 관점에서 특정 산업의 양적·질적 성장은 부가가치 창출이나 고용효과를 유발하기 때문에 정부차원에서의 특정 산업의 성장을 촉진하기 위한 정책을 수립하여 투자, 지원, 규제 등의 형태로 시장에 관여하기도 한다. 이처럼 사회경제적으로 긍정적인 파급효과를 유발하여 경제활동의 중심적인 역할을 하는 산업을 국내에서는 주력산업이라는 개념으로 사용하고 있지만 이는 정책적이고 실무적인 용어로 학문적 관점에서 명확한 이론적 개념은 제시되지 않고 있다. 해외에서는 특정 국가의 경제성장에 기여하는 비중이 높은 산업을 ‘리딩섹터(Leading Sector)’라는 개념으로 정의하기도 한다(e.g., Wijaya, Ilmi and Darma, 2020). 아직까지 스포츠서비스산업 분야에서는 유망업종에 대한 명확한 개념은 제시되지 않고 있기 때문에 본 연구에서는 유망업종에 대한 이론적 고찰을 통해 정의를 제시하고 업종의 유망성을 평가하기 위한 기준에 대해 논의를 실시하고자 한다.

1.2.3 연구문제 설정

스포츠서비스산업 분야의 유망업종을 도출하기 위한 과정에서는 무엇보다 유망업종에 대한 정의 규정이 선행되어야 한다. 이를 위해 첫째, 스포츠서비스산업 분야의 유망업종에 명확한 개념을 규정하기 위한 이론적 근거를 확보하고 유망업종의 정의와 범위를 제시하기 위해 다음의 연구문제를 설정하였다. ‘스포츠서비스산업 유망업종의 정의는 무엇인가?’ 둘째, 유망업종을 선정하기 위한 기준이 되는 지표는 신뢰성과 타당성이 확보되어야 한다. 선행연구에 대한 문헌조사를 통해 이론적 근거를 탐색하여 스포츠산업분야 유망업종 도출을 위한 기준을 마련하고자 다음의 연구문제를 설정하

였다. ‘스포츠서비스업 유망성을 진단하기 위한 기준은 무엇인가?’ 셋째, 유망성을 평가하기 위한 지표가 실효성을 갖추기 위해서는 최종적으로 선정된 지표를 활용하여 실제 업종에 대한 분석 과정이 필요하다. 연구를 통해 도출되는 지표를 기준으로 스포츠서비스업에 대한 분석을 실시하여 지표의 유효성을 확인하고자 다음의 연구문제를 설정하였다. ‘지표의 분석을 통한 시사점은 무엇인가? 이상의 연구문제를 정리하면 다음과 같다.

연구문제 1: 스포츠서비스산업 유망업종의 정의는 무엇인가?

연구문제 2: 스포츠서비스업 업종별 유망성을 평가하기 위한 기준은 무엇인가?

연구문제 3: 평가지표 분석을 통한 시사점은 무엇인가?

II. 선행연구 고찰 및 지표선정

2.1 스포츠서비스산업 유망업종 개념 정의

2.1.1 유망업종의 개념적 정의에 대한 선행연구 고찰

스포츠서비스산업 분야에서 유망업종을 도출하기 위한 근거 확보를 위해 탐색적 차원에서 유망업종과 유사한 개념이라고 할 수 있는 주력산업과 유망산업 등 유망업종과 관련된 분야별 선행연구들을 검토하였다. 분석대상은 각 산업 분야별 유망업종과 관련된 개념을 다룬 연구들이며 분석범위는 각 부처별 발표자료, 국공립 연구기관 연구보고서와 국내외 학술지에 게재된 논문들을 대상으로 하였다. 주요 선행연구에 대한 검토내용은 다음과 같다.

과학기술정책연구원(2003)의 「미래선도산업의 육성을 위한 중장기 기술혁신전략」에서는 미래성장가능성이 높은 미래선도산업의 개념을 “5~10년 후 우리나라 경제를 주도하고 ‘차세대 먹거리’를 창출할 수 있는 분야로 시장성과 수익성을 갖춘 사업성이 존재하며, 국제적인 기술경쟁력을 통해 세계시장에서 우위를 점할 수 있는 분야”로 제시 하였다. 아울러 타 산업으로의 파급효과가 크고 미래 사회의 정치, 경제, 문화, 기술을 비롯한 환경 변화에 부응할 수 있는 분야가 그 위치를 가지는 것으로 보고 있다. 또한, 미래선도산업의 특징으로 기술의 (1) 집약성, 복합성, 불확실성, 벤처기업의 등장과 (2) 기업 간 역할 분담, (3) 국가의 전략적 지원, (4) 글로벌화의 4가지를 제시하였다. 그리고 산업발전단계와 기술과 시장의 불확실성 정도에 따라 미래선도산업을 주력산업, 차세대 전략산업, 미래유망산업으로 분류하였다.

한국과학기술정보연구원(2004)의 「미래유망산업 선정 프로세스」 연구보고서에서는 유망이라는 단어는 ‘emerging’과 같은 의미로도 사용되므로 단순히 이익률이 높은 산업을 지칭하는 것이 아니라 향후 발전가능성이 높은 산업을 뜻하는 의미로 인식되어야 함을 강조하였다. 또, 산업의 이익률과 연구개발(R&D) 투자 비율이 높고 동시에 성장률 역시 높은 산업을 유망산업에 해당되는 개념적 속성으로 제시하였다. 기업, 기술 등이 산업 내 성장단계에 진입해 있으며 성장가능성 및 이익률이 높고, 기술혁신이 급속하게 진행되며 관련분야에 대한 R&D 투자비율이 높으며, 고객과 시장에 대한 정보 획득, 시장규모, 수요 등의 예측 불확실성을 유망산업의 특징으로 설명하였다.

「서비스수출 유망산업 선정에 관한 연구(고정민, 2015)」에서는 유망산업을 학문적 정의가 수립되지 않은 실무적이고 정책적으로 사용되는 용어이기에 정의가 명확하지 않은 것으로 보았다. 다만, 용어의 사용 주체에 따라 그 개념적 정의가 유동적인 것으로 보았으며 정부와 기업의 두 가지 주체에 따른 측면으로 구분하였다. 먼저, 정부 측면에서의 유망산업은 “국가경제를 주도하며 차세대 먹거리를 창출하여 미래를 선도할 수 있는 산업”이라고 하였으며, 기업 측면에서의 유망산업은 “기업에게 미래 경제적 이익을 가져오는 산업”이라고 정의하고 있다. 또한, 전략산업 내지는 차세대 동력산업이라는 용어도 이와 같은 맥락으로 사용된다고 하였다.

산업연구원(2015)의 「5대 신산업 산업분류 연계 및 활용도 제고를 위한 연구」에서는 정부의 주력산업 성장한계에 따른 새로운 미래 주력산업 육성과 관련해 신산업이라는 용어를 사용하였다. 신산업이란 기존 산업에 대한 상대적 개념으로 산업 구도 변화의 관점에서 신기술, 미래 유망기술의 개념과 유사하다고 볼 수 있다. 다만, 신산업 관련 구체적인 핵심제품과 서비스의 시장 출시 중 또는 1~2년 내에 출시 예정인 산업이거나 해당분야에 다수의 기업이 존재하고 이 기업들의 기초 통계 자료 수집과 분석이 가능해야 한다는 전제를 통해 개념을 구별하고 있다. 결론적으로 이 연구에서는 “현재 새로운 기술과 생산방식, 제품과 서비스를 기반으로 빠르게 성장하며, 가까운 미래(1~2년 내)에 구 산업(old industry)을 대체하거나 보완해 수출과 일자리 등에서 높은 성과가 예상되는 산업”으로 신산업을 정의하고, 선도성, 유망성, 정책성을 신산업의 기준으로 설정하고 있다.

산업연구원(2018)의 「주력산업의 정의 및 정책적 의미와 발전전략 탐색에 관한 연구」에서는 국가 차원의 성숙화 된 기존의 산업을 대체하여 새로운 경제·사회 패러다임에 부응할 수 있는 신산업으로 주력산업이라는 용어를 사용하였다. 이 연구에서도 위 선행연구(고정민, 2015)와 마찬가지로 주력산업은 학술적 용어이기 보다는 실용적 용어이며 그 정의가 엄밀하게 규정되어 있지 않음을 전제하고 있다. 일반적인 주력산업의 의미는 국가 경제와 산업 발전의 기초로써 부가가치가 크거나 산업의 전후방 연관효과가 타 산업에 비해 상대적으로 큰 산업이며, 해당 산업분야에서의 높은 발전

기여도와 관련 산업의 발전에 핵심이 되는 산업으로 보고 있다. 이러한 개념과 의미를 바탕으로 주력산업의 정의를 국가의 경제발전을 주도하는 산업, 해당산업의 발전이 타 연관 산업의 발전에 높은 연계효과를 보이는 산업, 산업의 질적 수준이 경쟁국에 대비 높은 산업, 산업군의 구성산업 중 중요도나 비중이 가장 높은 산업 총 4가지로 정리하여 정의하고 있다.

산업 분야별 연구에서는 <표 1>에 정리된 것과 같이 기존의 산업이나 기술을 대체하는 등 미래 성장이 가능할 것으로 예측되는 산업 및 기술을 선정하거나 육성하기 위한 계획을 수립할 때 유망이란 단어와 유사한 용어들이 사용되고 있다. 선행연구에서 다루어진 용어들은 연구 목적에 따라 다르게 표현되었지만 기본적으로 미래의 성장가능성이 주된 개념으로 포함되었음을 알 수 있다.

<표 1> 주요 선행연구 검토 결과 요약

개념	정의 및 주요 내용	참고문헌
유망 산업	<ul style="list-style-type: none"> • 유망이라는 용어는 ‘emerging’과 같은 의미로 사용되므로 이익률만이 높은 산업이 아닌 향후 발전가능성이 높은 산업 • 산업의 이익률 및 R&D 투자 비율이 높고 특히 성장률이 높은 산업 	한국과학기술정보연구원 (2004)
	<ul style="list-style-type: none"> • 국가적 측면: 국가경제 주도, 차세대 먹거리 창출 등 미래를 선도 가능 산업 • 기업적 측면: 기업에게 미래 경제적 이익을 창출할 수 있는 산업, 전략산업 및 차세대 동력산업 등과 혼용 	고정민 (2015)
주력 산업	<ul style="list-style-type: none"> • 국가 경제발전을 주도하고 고용구조, 산업생산, 부가가치 창출 등이 타 산업 대비 높은 비중을 차지하는 산업 • 연관 산업 발전을 유발효과(전후방 연계효과)가 큰 산업 • 산업의 질적 수준이 경쟁국가와 비교해 상대적으로 높은 산업. 특정 국가의 부존 자원과 지역 특성을 바탕으로 역사성과 지역성을 보유하고 있는 산업 • 산업군집의 구성산업 중 중요도나 비중이 가장 높은 산업 	산업연구원 (2018)
미래 선도 산업	<ul style="list-style-type: none"> • 5~10년 후 국내 경제를 주도하여 ‘차세대 먹거리’를 창출할 수 있는 분야 • 시장성과 수익성을 동반한 사업성을 지닌 기술경쟁력으로 세계시장에서 우위를 점하는 산업 • 타 산업으로의 파급효과가 크고 미래 사회의 정치, 경제, 문화, 기술변화에 부응할 수 있는 분야 	과학기술정책연구원 (2003)
신산업	<ul style="list-style-type: none"> • 신산업 관련 기술의 연구개발이 진행 중이며 구체적인 핵심제품과 서비스가 이미 출시되고 있거나 가까운 미래(1~2년 내)에 출시될 예정인 산업 • 현재 신기술과 생산방식, 신상품(제품·서비스)을 기반으로 급속하게 성장하며, 가까운 미래에(1~2년 내) 구 산업을 대체·보완해 수출과 일자리 등에서 높은 성과 창출이 예상되는 산업 <p>*조건: 해당 분야에 다수의 기업이 존재하고 제품의 생산 및 투자(R&D포함), 수출입, 유통, 고용 등과 관련된 기업 활동 전반에 대한 기초 통계 수집과 분석이 가능해야 함</p>	산업연구원 (2015)

2.1.2 스포츠서비스산업 유망업종 정의 제시

유망업종과 관련한 선행연구의 내용에서 확인되는 기본적인 전제는 기존 산업이나 하위 업종 또는 기업, 기술, 제품이 환경의 변화에 의해 필수불가결하게 변화되어야 하는 패러다임 속에 있다는 것이다. 즉, 산업을 둘러싸고 있는 환경의 변화에 언제든 지 대응할 수 있는 준비와 계획이 수립되어야 하며 이를 위해 미래 성장 가능성이 높고, 경제성장에 기여하며, 부가가치 및 일자리 창출 등의 성과를 달성할 수 있는 산업과 업종, 기술의 발굴과 육성이 지속적으로 진행되어야 한다는 것이다. 지금까지 선행 연구에서 다루었던 내용들과 스포츠산업 분야의 맥락을 고려하여 본 연구에서는 “향후 사회경제적 기여도가 클 것으로 기대되는 스포츠서비스를 제공하는 업종”으로 스포츠서비스산업 유망업종에 대한 정의를 규정하고자 한다.

2.2 선행연구 분석을 통한 유망업종 평가 지표 선정

2.2.1 유망업종 평가 지표 선정

유망업종에 대한 정의와 선정 기준의 근거를 확보하기 위해 본 연구와 유사한 맥락에서 특정 산업과 업종의 ‘주력성(主力性)’과 ‘유망성(有望性)’ 등을 평가하기 위해 활용된 지표들을 탐색적으로 살펴보고 지표들 간의 비교분석을 실시하였다. 그리고 유망성이 높은 서비스업종의 속성을 평가하기 위한 지표들은 스포츠서비스산업 분야의 특성을 반영할 수 있어야 하므로 분야별 전문가들의 의견을 수렴하여 최종 지표를 선정하였다. 선정된 지표에 대한 내용타당성과 적합성은 연구자의 검토를 통해 1차 평가를 실시하였고 전문가집단을 대상으로 지표의 내용타당성과 적합성에 대한 2차 평가를 실시하였다.

또한, 연구에서는 다음과 같은 단계적 접근(Multi-Phased Process)을 통해 지표에 대한 정제과정과 적합도 평가를 거쳐 최종 지표를 선정하였다. 첫째, 지표의 정제과정은 연구자와 관련 분야 전문가들이 참여하는 명목집단법(Nominal Group Technique, NGT)을 통해 1차 지표에 대한 스포츠서비스산업 맥락성(contextuality), 내용타당성(content validity), 연계자료의 분석 가능성(possibility of analysis of data)수준을 고려하여 실시되었다. 둘째, 정제과정을 거친 지표에 대한 적합도 평가방법은 경제, 경영, 스포츠 등 분야별 전문가들을 대상으로 의견조사를 실시하여 선행 단계에서 도출된 2차 지표에 포함된 각 개념과 하위 항목들의 타당성과 신뢰도 수준을 판단한 후 정제된 지표들이 스포츠서비스산업 분야의 유망 서비스업종을 선정하기 위한 기준으로 활용될 수 있는지 여부에 대한 실증적 검증을 실시하여 최종 지표를 선정 하였다.

지표의 적합도 검증을 위한 전문가 집단의 특성은 경영학분야 교수 5명, 스포츠산업분야 교수 7명, 정책관련 국공립 연구기관 연구자 3명, 스포츠서비스산업 기업 경

영자 3명을 포함한 총 18명으로 구성되었다. 적합도 평가는 전문가 집단을 대상으로 사전에 스포츠서비스산업 유망업종 선정에 대한 지표와 내용에 대한 구체적인 설명을 제공하고, 전문가 집단의 지표에 대한 이해가 완료된 후 대면(심층면담) 및 비대면(이메일 및 화상회의) 의견조사와 전문가 회의를 통해 실시하였다. 적합도 평가 기간은 2020년 10월 22일부터 11월 5일까지 15일 동안 진행되었다.

2.2.2 선행연구 검토 결과 요약 및 지표 선정

유망업종 선정에 대한 기준으로 활용할 수 있는 지표들은 크게 6개의 개념으로 도출되었으며, '성장가능성', '시장 진입장벽', '사회적 기여', '정책성', 'R&D(서비스 상품 및 관련 기술 연구개발)', '고용 및 일자리'로 명명하였다. 각 지표들의 개념과 구체적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 성장가능성은 유망업종의 기본적인 속성을 반영하는 개념으로 '매출액', '이익성장률', '자본이익률', '자산이익률'과 같이 재무적 측면에서 성장성을 확인하기 위한 기준이다. 둘째, 시장 진입장벽은 '초기 자본 투입규모', '시장진입(단계) 법적규제', '시장 진출입 자유도'의 항목으로 구성되었으며 기업의 시장 진출입 자유도를 의미하는 기준이다. 셋째, 사회적 기여는 전후방 산업 등에 대한 '긍정적 파급효과', 업종이 유발하는 '환경오염' 수준, '사회적 갈등 유발', 대외 수출입 과정에서 발생할 수 있는 '국가간 마찰' 발생 가능성, 업종 성장을 통한 '국민스포츠 참여기여도'로 이루어졌다. 업종의 성장을 통해 경제적 효과를 극대화하는 것도 중요하지만 친사회적인 효과 창출 역시 지속적인 업종 성장을 위해 요구되는 사항으로 판단되어 유망업종을 선정하기 위한 개념으로 도출되었다. 넷째, 정책성은 정부의 유무형 자원 투입을 통한 지원의 '정책효과'와 장기적인 관점에서 국가의 국정과제 등을 비롯한 '국가전략 연계성'으로 구성되었으며, 전략적으로 성장과 육성을 위한 지원을 집중할 필요성이 있는 경우 이를 반영하기 위한 개념이다. 다섯째, R&D는 서비스 상품이나 관련 기술의 연구개발 등 업종이 보유하고 있는 경쟁우위를 유지하고 발전시켜나가기 위한 자원의 투입 수준을 의미한다. 'R&D 지출' 비중, 'R&D 인력 비율', 서비스 프로세스와 관련된 '지적 재산권', '라이선스'와 '특허'가 하위 항목으로 구성되어 있다. 여섯째, 고용 및 일자리는 특정 업종의 성장이 유발하는 고용효과와 일자리 창출을 반영하는 개념으로, 현재 '고용자 수', '신규 채용 예정자 수', 정규직과 비정규직 등 '직종비율', 고용 안전성을 나타내는 '평균 근속기간', '평균 이직률'의 하위 항목을 포함하고 있다. 도출된 지표와 그에 해당하는 평가 항목의 속성은 <표 2>에 제시된 것과 같다.

<표 2> 스포츠서비스산업 유망업종 선정을 위한 지표의 개념 설정 (1차 지표)

지표	평가항목	평가 근거								
		SRI PROCESS	BMO 평가방법	BOE PROCESS	주력 산업평가 ¹⁾	서비스 수출 유망산업 선정 ²⁾	신성장 동력 발굴·평가 ³⁾	중소기업 유망사업 선정 ⁴⁾	DIAMOND MODEL	BCG MATRIX
성장 가능성	• 매출액	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	• 이익성장률	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	• 자본이익률	●	●	●	●	●			●	●
	• 자산이익률	●	●	●	●				●	●
시장 진입 장벽	• 초기자본 투입규모	●		●						
	• 시장진입 법적규제	●	●							
	• 시장진출입 자유도		●	●						
사회적 기여	• 긍정적 파급효과				●		●	●	●	
	• 환경오염	●	●							
	• 사회적 갈등 유발		●							
	• 국가 간 마찰	●								
	• 국민스포츠 참여기여도	●								
정책 효과	• 정책지원 효과	●		●			●			
	• 국가전략 연계성							●		
R&D	• R&D 지출 비중/규모	●	●		●		●	●	●	
	• R&D 인력비율		●		●		●	●	●	
	• 지적 재산권	●	●				●	●	●	
	• 라이선스	●	●				●	●	●	
	• 특허		●				●	●	●	
고용/ 일자리	• 고용자 수	●	●		●		●	●	●	
	• 신규 채용 예정자 수	●	●		●		●	●	●	
	• 직종비율(정규/비정규)		●		●		●	●	●	
	• 평균 근속기간		●		●		●	●	●	
	• 평균 이직률		●		●		●	●	●	

1) 산업연구원(2018), 2) 고정민(2015), 3) 산업연구원(2011), 4) 박창걸 외(2007), 5) 한국스포츠정책과학원(2020)

유망업종 선정을 위한 지표의 개념 도출 후 각 지표별 하위 항목에 대한 설정을 실시하였다. 하위 항목은 현실적으로 분석 자료 수집에 대한 접근 가능성을 고려하였으며 지표의 평가 내용과 방법을 포함한 2차 지표 구성은 <표 3>과 같다.

<표 3> 지표 속성 및 하위 항목 설정 (2차 지표)

지표 속성	지표 개념	하위 항목	평가 내용	평가 방법
정량 지표	성장 가능성	• 매출액	최근 5년 매출액 증가율	매출액 성장추이 분석
		• 사업체 수	최근 5년 사업체 수 증가율	사업체 수 성장추이 분석
		• ROE(Return on Equity)	최근 5년 당기순이익 증가율, 평균자기자본 증가율	ROE 연평균 증가율(CAGR) 분석
		• 노동생산성(종사자 1인당 매출액)	최근 5년 종사자 1인당 매출액 규모 증가율	매출액:종사자 수
		• 업종생산성(사업체 1개당 매출액)	최근 5년 사업체 당 매출액 규모 증가율	매출액:사업체 수
		• 서비스개발(R&D) 지출액	최근 5년 연도별 서비스개발(R&D) 지출액 증가율	매출액:개발인력(서비스개발 지출액)
	• 서비스개발(R&D) 인력비율	최근 5년 연도별 서비스개발(R&D) 종사자 수 증가율	개발인력:종사자수	
고		• 지적재산권, 라이선스 특허 보유수	최근 5년 연도별 유형별 보유 건수 증가율	기업제공 자료
		• 종사자 수	최근 5년 연도별 종사자 수	기업제공 자료

용	• 신규 채용자 수	최근 5년 연도별 신규 채용인원	고용창출(정규/비정규)	
	• 퇴사자 수	최근 5년 연도별 퇴사인원	이직률(정규/비정규)	
	• 총 인건비	최근 5년 연도별 총 인건비	매출액/인건비 비율	
	• 정규직 비율	자료 계산	기업제공 자료	
정성 지표	성장 가능성	• 유망성	시장규모 확장 가능성, 수익성 향상 가능성	각 지표를 평가하기 위한 설문문 항에 대해 등간척도 응답을 활용 하여 전문가 또는 조사대상자가 입력한 정보를 분석
		• 시장 진출입 자유도	신규 기업의 시장 진입 및 퇴장의 용이성	
		• 기타 제약조건	기업의 경영활동에 부정적 영향을 미치는 요인	
	사회적 기여	• 국민 스포츠 참여 기여도	서비스프로세스에서 유발되는 국민 스포츠참여 효과	
		• 사회·경제적 파급효과	서비스 및 프로세스가 유발하는 사회·경제적 파급효과	
		• 환경오염 유발수준	서비스 및 프로세스로 인해 발생하는 자연환경 오염	
		• 사회적 갈등 유발수준	서비스 및 프로세스가 초래하는 사회구성원 간의 갈등	
	정책 영향	• 국가 간 마찰	서비스 및 프로세스가 유발하는 국가 간 외교문제 등	
		• 정부 정책효과	정부자원 투입과 산출물의 인과관계 수준	
		• 국가전략 연계성	장기적 관점의 국가 주요 정책과의 연계성 수준	

2.2.3 지표정제 및 적합도 평가

지표의 적합도 평가 결과 <표 4>에 나타난 것과 같이 정량적 지표의 경우 다섯 개 지표 중 ‘매출액 증가율’의 적합응답비율이 100.0%로 가장 적합도가 높은 것으로 확인되었다. 다음으로 ‘사업체 수 증가율’이 적합응답비율 94.4%로 높게 나타났으며, ‘종사자 수 증가율(88.9%)’, ‘노동생산성 증가율(83.3%)’, ‘업종생산성 증가율(77.8%)’ 순으로 확인되었다. 정성적 지표의 경우는 ‘유망성’의 적합응답비율이 100.0%로 가장 높은 것으로 확인되었고, 그 다음으로 ‘사회·경제적 파급효과’가 94.4%로 높게 나타났다. 그 뒤를 이어 ‘정부 정책효과(88.9%)’와 ‘국가전략 연계성(88.9%)’, ‘국민 스포츠 참여 기여도(83.3%)’순으로 적합도 수준이 높게 나타났다. 따라서 본 연구에서 도출된 최종 지표들은 스포츠서비스산업 유망업종을 선정하기 위한 기준으로 적합한 것으로 평가 되었다.

<표 4> 스포츠서비스산업 유망업종 선정을 위한 지표의 적합도 평가

지표 속성	지표 개념	하위 항목	적합		비적합	
			응답자수(명)	비율(%)	응답자수(명)	비율(%)
정량 적 지표	성장 가능성	매출액	18	100.0	0	0.00
		사업체수	17	94.4	1	5.6
		노동생산성	15	83.3	3	16.7
		업종생산성	14	77.8	4	22.2
	고용	종사자수	16	88.9	2	11.1
정성 적 지표	성장가능성	유망성	18	100.0	0	0.0
	사회적 기여	사회·경제적 파급효과	17	94.4	1	5.6
		국민 스포츠참여 기여도	15	83.3	3	16.7
	정책 영향	정부 정책효과	16	88.9	2	11.1
		국가전략 연계성	16	88.9	2	11.1

2.2.4 최종 지표 선정

스포츠서비스산업 유망업종을 평가하기 위한 기준 지표 선정 과정에서 선행연구에 대한 검토를 통해 총 6개의 개념과 24개의 하위항목을 도출하였고, 추상적인 개념의 지표화 과정에서 지표의 특성과 근거자료에 대한 접근성을 고려하여 총 5개의 개념과 23개의 하위항목으로 정제되었다. 이 과정에서 서비스 상품 관련 기술 개발(R&D)을 반영하는 개념은 스포츠산업특수분류(V.3) 기준 21개 세세분류 업종별 특성에 따라 발생하는 편차가 클 것을 고려하여 제외되었다. 또한, 지표로 측정하고자 하는 내용들을 객관적으로 평가할 수 있는 자료와 정보의 원천을 고려하여 유망업종 평가 기준을 정량적 지표와 정성적 지표의 두 범주로 구분하였다. 본 연구에서 최종적으로 제시하는 지표는 <표 5>과 같다.

<표 5> 스포츠서비스산업 유망업종 선정을 위한 최종 지표(3차 지표) 제시

지표		하위 항목	평가 내용	분석자료
속성	개념			
정량적 지표	성장 가능성	매출액	최근 5개년 매출액 증가율	「스포츠산업조사」 자료
		사업체수	최근 5개년 사업체수 증가율	
		노동생산성	최근 5개년 노동생산성 증가율	
		업종생산성	최근 5개년 업종생산성 증가율	
	고용	종사자수	최근 5개년 종사자수 증가율	
정성적 지표	성장 가능성	유망성	시장규모 확장 가능성/수익성 증가 가능성	분야별 학계·실무 전문가 의견 조사
	사회적 기여	사회·경제적 파급효과	산업간 경제적 파급효과/고용창출 효과	
		국민 스포츠참여 기여도	국민의 스포츠참여 기여 정도/스포츠 환경 개선	
	정책 영향	정부 정책효과	정부지원 및 규제정책에 따른 영향력 수준	
		국가전략 연계성	국가전략과의 연계성/전략적 육성 필요성	

2.3 정량적 지표에 대한 가중치 설정

선행 단계에서 도출된 각 지표 간의 상대적 중요성에 따라 발생하는 평가 점수의 편차를 최종 평가 결과에 반영하기 위해 가중치를 적용하였다. 가중치의 설정은 다기준의사결정(Multi Criteria Decision Making, MCDM) 기법 중 활용도가 높은 계층분석과정(Analytic Hierarchy Process, AHP)을 통해 지표들 간의 상대적 중요도를 구하였다. 그리고 AHP분석의 절차와 방법은 본 연구와의 맥락적 관련성을 고려하여 스포츠산업 분야에서 비교우위를 가진 산업을 도출하기 위한 선행연구(체육과학연구원, 2012)의 연구방법을 활용하였다.

지표별 가중치를 설정하기 위한 의견조사는 학계와 실무 분야에 지식과 경험을 보유하고 있는 전문가들이 참여하였고 전문가의 구성은 경영학 분야 교수 2명, 스포츠산업 분야 교수 7명, 정책관련 국공립연구기관 연구자 3명 등 총 12명으로 이루어졌다. 의견조사는 2020년 11월 9일부터 11월 24일까지 총 16일 동안 진행되었으며, 이메일과 온라인, 화상회의 등의 비대면 방식 설문조사와 면담을 통해 의견이 수렴되었다. 조사내용은 앞서 도출된 5개 지표로 구성된 정량적 지표들에 대한 전문가 개인이 가진 상대적인 중요도이며, 지표의 항목은 ‘매출액 증가율’, ‘사업체 수 증가율’, ‘종사자 수 증가율’, ‘노동생산성 증가율’, ‘업종생산성 증가율’이다.

<표 6> 정량적 지표의 상대적 중요도: AHP 분석 결과

기준	매출액 증가율	고용 증가율	사업체수 증가율	노동생산성 증가율	업종생산성 증가율
가중치 평균	0.28	0.26	0.19	0.15	0.12

수집된 자료는 각 항목별 중요도에 대한 쌍대쌍 비교를 실시하였고, 각 항목에 대한 가중치의 논리적 일관성 비율(Consistency Ratio, CR)은 일반적인 수용기준 0.2를 초과하지 않는 0.10으로 나타났다. 각 지표의 상대적 중요도는 <표 6>에 제시된 것과 같이 매출액 증가율이 0.28로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 고용 증가율이 0.26으로 높게 나타났다. 그리고 사업체 증가율은 0.19, 노동생산성 증가율은 0.15, 업종생산성 증가율은 0.12 순으로 확인되었다.

$$x_{\neq w} = \frac{x - x_{\min}}{x_{\max} - x_{\min}} \times 100 \quad \text{<수식 1> 정규화 공식}$$

정량적 지표의 상대적 중요도에 대한 가중치를 설정한 후, 각 지표별 점수(연평균 성장률, %)를 비교하기 위해 자료의 정규화(normalization)를 실시하였다. 정규화는 <수식 1>을 통해 각 지표별 점수인 연평균 증가율에 해당되는 값들의 범위를 0과 1로 변환하여 데이터의 분포를 조정하는 정규화 공식을 활용하였다.

III. 지표 분석 결과

최종 지표를 활용하여 스포츠서비스업종에 대한 분석을 실시하였다. 분석은 지표의 속성을 바탕으로 정량적 분석과 정성적 분석 두 가지의 방법으로 진행되었다. 본 연

구의 분석대상인 스포츠서비스업종은 한국표준산업분류와 연계한 스포츠산업특수분류(V3.0)를 기준으로 소분류 항목인 스포츠서비스업 하위 업종들을 대상으로 하였다. 스포츠산업특수분류의 스포츠서비스업에는 세분류 기준 8개 업종, 세세분류 기준 21개의 업종이 분류되어 있다. 세분류 기준으로 8개 업종을 대상으로 분석을 실시할 경우 세세분류 기준 업종들 간의 특성 차이에서 발생하는 현상들을 반영하기 어렵기 때문에 그보다 세분화된 세세분류 기준 21개 업종들을 대상으로 분석을 진행하였다.

3.1 정량적 지표 분석

정량적 지표를 활용하는 분석은 문화체육관광부에서 작성하는 승인통계인 스포츠산업조사의 자료를 근거로 각 지표별 최근 5개년(2013~2018년) 연평균 성장률(CAGR)의 상대적인 증가 수준을 분석하였다. 연평균 성장률의 비교 대상은 <표 12>에 제시된 스포츠시설업, 스포츠용품업, 스포츠서비스업을 포함하는 스포츠산업 전체 세세분류 업종 연평균 성장률의 평균값으로 설정하였다. 스포츠산업조사 통계 작성 과정에서 유효표본이 확보되지 않는 ‘스포츠 관련 지상파 방송업’과 ‘스포츠 관련 라디오 방송업’은 분석대상에서 제외되었고, 2018년도 스포츠산업실태조사(2017년 기준)에서 새롭게 분류된 세세분류 업종인 ‘무술 교육기관’ 역시 각 지표별 연평균 증가율을 분석하기 위한 자료의 공백으로 분석 대상에서 제외되었다. 한편, ‘스포츠 복권 발행 및 판매업’의 매출액 규모에는 체육진흥투표권 매출액이 포함되었다.

3.1.1 성장가능성: ① 매출액

매출액 증가율 분석 결과 <표 7>에 제시된 것과 같이 스포츠산업 전체의 5개년 평균값은 7.59%로 나타났다. 업종별로 살펴보면 스포츠서비스업이 13.49%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 스포츠시설업이 8.70%, 스포츠용품업이 2.57%의 성장률을 가진 것으로 확인되었다. 세세분류 기준으로 스포츠서비스업종의 매출액 증가율을 스포츠산업 전체와 비교해보면 총 12개 업종이 스포츠산업 전체 성장률의 평균값(7.59%)보다 높은 성장률을 가진 것으로 확인되었다. ‘기타 스포츠 교육기관(58.79%)’이 가장 높은 성장률을 보여주었고, 스포츠 관련 프로그램 공급업(34.98%), 스포츠 관련 유선 방송업(27.89%), 스포츠 마케팅 대행업(24.57%), 기타 스포츠 정보서비스업(23.52%), 스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업(23.36%), 스포츠 에이전트업(14.87%), 온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업(13.92%), 기타 스포츠 마케팅업(9.51%), 스포츠 경기업(9.13%), 스포츠복권발행 및 판매업(9.03%), 스포츠 여행업(8.20%) 순으로 확인되었다.

<표 7> 스포츠서비스업 5개년(2013~2018) 매출액 추이 (단위: 십억 원)

업종 구분			연도						CAGR (%)
중분류	세분류	세세분류	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
스포츠 경기 서비스업	스포츠 경기업	스포츠 경기업	478	647	655	700	732	740	9.13
	스포츠베팅업	스포츠복권발행 및 판매업	3,078	3,281	3,449	4,441	4,199	4,743	9.03
		기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업	9,045	8,270	7,547	7,676	7,666	7,073	-4.80
	스포츠마케팅업	스포츠 에이전트업	17	21	20	23	28	34	14.87
		회원권 대행 판매업	111	167	168	166	144	124	2.24
		스포츠 마케팅 대행업	7	9	8	9	11	21	24.57
	기타 스포츠 마케팅업	1,170	1,178	1,266	1,431	1,684	1,843	9.51	
스포츠 정보 서비스업	스포츠미디어업	스포츠 신문 발행업	112	63	61	68	59	49	-15.24
		스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	14	24	25	26	29	40	23.36
		스포츠 관련 라디오 방송업	-	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 지상파 방송업	-	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 프로그램 공급업	54	49	104	254	315	242	34.98
		스포츠 관련 유선 방송업	95	122	-	298	328	325	27.89
	스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	164	176	183	266	230	229	6.91	
기타 스포츠 정보서비스업	기타 스포츠 정보서비스업	8	11	10	11	15	23	23.52	
스포츠 교육기관	스포츠교육기관	태권도 교육기관	1,266	1,426	1,531	1,676	1,866	799	-8.79
		무술 교육기관	-	-	-	-	-	414	-
		기타 스포츠 교육기관	95	135	135	131	157	959	58.79
기타 스포츠 서비스업	스포츠게임 개발 및 공급업	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	1,986	2,115	2,194	2,382	3,367	3,811	13.92
		기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	342	372	400	385	373	429	4.64
	스포츠여행업	스포츠 여행업	1,314	1,643	1,761	1,918	1,938	1,949	8.20
평균			스포츠서비스업(A)						13.49
			스포츠시설업(B)						8.70
			스포츠용품업(C)						2.57
			스포츠산업(A+B+C)						7.59

3.1.2 성장가능성: ② 사업체 수

사업체 수 증가율 분석 결과 <표 8>에 제시된 것과 같이 스포츠산업 전체의 평균 값은 7.37%로 나타났다. 업종별로 살펴보면 스포츠서비스업이 16.95%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 스포츠시설업이 4.89%, 스포츠용품업이 2.37%의 성장률을 보이는 것으로 확인되었다. 세세분류 기준으로 스포츠서비스업종과 스포츠산업 전체의 사업체 수 증가율을 비교해보면 총 9개의 업종이 스포츠산업 전체 증가율의 평균 값(7.37%)보다 높은 증가율을 가진 것으로 확인되었다. ‘기타 스포츠 게임 개발 및 공급업(110.16%)’이 가장 높은 증가율을 보여주었고, 온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업(49.38%), 스포츠 관련 위성 및 기타 방송업(37.97%), 스포츠 관련 프로그램 공급업(31.95%), 기타 스포츠 교육기관(29.25%), 스포츠 관련 유선 방송업

(28.47%), 스포츠 에이전트업(10.26%), 스포츠 마케팅 대행업(10.01%), 스포츠 경기 기업(8.03%) 순으로 확인되었다.

<표 8> 스포츠서비스업 5개년(2013~2018) 사업체 수 추이 (단위: 개)

업종 구분			연도						CAGR (%)
중분류	세분류	세세분류	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
스포츠 경기 서비스업	스포츠경기업	스포츠 경기업	53	60	77	80	80	78	8.03
	스포츠 베팅업	스포츠복권발행 및 판매업	1	1	1	1	1	1	0.00
		기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업	55	55	50	52	53	52	-1.12
	스포츠 마케팅업	스포츠 에이전트업	27	37	29	35	35	44	10.26
		회원권 대행 판매업	126	122	119	105	106	105	-3.58
		스포츠 마케팅 대행업	18	24	25	24	28	29	10.01
	기타 스포츠 마케팅업	603	632	728	724	825	744	4.29	
스포츠 정보 서비스업	스포츠 미디어업	스포츠 신문 발행업	11	5	4	6	7	8	-6.17
		스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	39	38	45	45	47	46	3.36
		스포츠 관련 라디오 방송업	-	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 지상파 방송업	-	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 프로그램 공급업	3	1	5	12	13	12	31.95
		스포츠 관련 유선 방송업	2	3	-	5	4	7	28.47
	스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	1	3	1	4	3	5	37.97	
기타 스포츠 정보서비스업	기타 스포츠 정보서비스업	13	9	10	9	16	17	5.51	
스포츠 교육기관	스포츠 교육기관	태권도 교육기관	18,905	19,289	19,830	20,830	21,911	9,579	-12.71
		무술 교육기관	-	-	-	-	-	-	5,169
		기타 스포츠 교육기관	2,666	2,666	2,493	2,308	2,488	9,618	29.25
기타 스포츠 서비스업	스포츠게임 개발 및 공급업	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	57	78	58	53	147	424	49.38
		기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	5	5	5	5	6	205	110.16
	스포츠 여행업	스포츠 여행업	1,416	1,375	861	1,006	1,229	1,418	0.03
평 균		스포츠서비스업(A)							16.95
		스포츠시설업(B)							4.89
		스포츠용품업(C)							2.37
		스포츠산업(A+B+C)							7.37

3.1.3 성장가능성: ③ 노동생산성

노동생산성 증가율 분석 결과 <표 9>에 제시된 것과 같이 스포츠산업 전체의 평균값은 2.90%로 나타났다. 업종별로 살펴보면 스포츠서비스업이 6.44%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 스포츠시설업이 2.38%, 스포츠용품업이 1.00%의 성장률을 보이는 것으로 확인되었다. 세세분류 기준으로 스포츠서비스업과 스포츠산업 전체의 노동생산성 증가율을 비교해보면 총 11개의 업종이 스포츠산업 전체 성장률의 평균값(2.90%)보다 높은 성장률을 가진 것으로 확인되었다. ‘스포츠 마케팅 대행업

(24.57%)'이 가장 높은 성장률을 보여주었고, '기타 스포츠 정보서비스업(23.52%)'이 두 번째, '스포츠 관련 프로그램 공급업(17.51%)'이 세 번째로 높게 나타났다. 그 다음으로 '기타 스포츠 교육기관(13.95%)', '스포츠복권발행 및 판매업(9.03%)', '스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업(7.39%)', '스포츠 여행업(7.35%)', '스포츠 관련 위성 및 기타 방송업(6.91%)', '기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업(5.44%)', '기타 스포츠 게임 개발 및 공급업(3.38%)' 순으로 높게 나타났다.

<표 9> 스포츠서비스업 업종 노동생산성 추이 (단위: 억 원/인)

업종 구분			연도						CAGR (%)
중분류	세분류	세세분류	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
스포츠 경기 서비스업	스포츠 경기업	스포츠 경기업	3.4	3.8	3.4	3.3	3.3	3.9	2.67
		스포츠복권발행 및 판매업	102.6	164.1	172.5	222.1	140.0	158.1	9.03
	스포츠마케팅업	기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업	11.3	13.8	14.2	14.5	14.7	14.7	5.44
		스포츠 에이전트업	1.7	1.1	1.0	1.2	1.4	1.7	0.00
		회원권 대행 판매업	1.1	1.7	1.7	1.7	2.1	2.1	13.24
		스포츠 마케팅 대행업	0.7	0.5	0.4	0.5	1.1	2.1	24.57
		기타 스포츠 마케팅업	1.9	1.8	1.8	1.9	2.0	2.2	3.64
스포츠 정보 서비스업	스포츠미디어업	스포츠 신문 발행업	2.2	2.1	2.0	2.3	2.0	1.6	-6.12
		스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	0.7	0.8	0.8	0.9	1.0	1.0	7.39
		스포츠 관련 라디오 방송업	-	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 지상파 방송업	-	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 프로그램 공급업	1.8	4.9	10.4	5.1	5.3	4.0	17.51
		스포츠 관련 유선 방송업	9.5	12.2	-	9.9	6.6	5.4	-10.63
	스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	8.2	5.9	6.1	8.9	7.7	11.5	6.91	
기타 스포츠 정보서비스업	기타 스포츠 정보서비스업	0.4	1.1	1.0	1.1	1.5	1.2	23.52	
스포츠 교육기관	스포츠교육기관	태권도 교육기관	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	1.73
		무술 교육기관	-	-	-	-	-	0.5	-
		기타 스포츠 교육기관	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4	13.95
기타 스포츠 서비스업	스포츠게임 개발 및 공급업	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	3.2	2.4	2.5	2.5	2.1	2.1	-7.65
		기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	2.1	9.3	10.0	12.8	9.3	2.5	3.38
	스포츠 여행업	스포츠 여행업	0.8	0.9	1.0	1.0	1.0	1.1	7.35
평 균			스포츠서비스업(A)						6.44
			스포츠시설업(B)						2.38
			스포츠용품업(C)						1.00
			스포츠산업(A+B+C)						2.90

3.1.4 성장가능성: ④ 업종생산성

업종생산성 증가율 분석 결과 <표 10>에 제시된 것과 같이 스포츠산업 전체의 평균값은 1.22%로 나타났다. 업종별로 살펴보면 스포츠시설업이 3.90%로 가장 높게

나타났으며, 다음으로 스포츠용품업이 0.28%, 스포츠서비스업이 0.14%의 성장률을 보이는 것으로 확인되었다. 세세분류 기준으로 스포츠서비스업종의 업종생산성 증가율을 스포츠산업 전체와 비교해보면 총 11개의 업종이 스포츠산업 전체 성장률의 평균값(1.22%)보다 높은 증가율을 가진 것으로 나타났다. 업종별로는 ‘기타 스포츠 교육기관(22.85%)’이 가장 높은 성장률을 보여주었고, 두 번째로 ‘스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업(19.36%)’, ‘기타 스포츠 정보서비스업(17.06%)’이 세 번째로 높게 나타났다. 그 다음으로 ‘스포츠 마케팅 대행업(13.24%)’, ‘스포츠 여행업(8.17%)’, ‘기타 스포츠 마케팅업(5.01%)’, ‘태권도 교육기관(4.49%)’, ‘스포츠 에이전트업(4.18%)’, ‘스포츠 관련 프로그램 공급업(2.30%)’ 순으로 높게 나타났다.

<표 10> 스포츠서비스업 5개년 업종생산성 추이 (단위: 억 원/사업체)

업종 구분			연도						CAGR (%)
중분류	세분류	세세분류	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
스포츠 경기 서비스업	스포츠 경기업	스포츠 경기업	90.2	107.8	85.1	87.5	91.5	94.9	1.02
		스포츠북권발행 및 판매업	30,780.0	32,810.0	34,490.0	44,410.0	41,990.0	47,430.0	9.03
	스포츠 마케팅업	기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업	1644.5	1503.6	1509.4	1476.2	1446.4	1360.2	-3.73
		스포츠 에이전트업	6.3	5.7	6.9	6.6	8.0	7.7	4.18
		회원권 대행 판매업	8.8	13.7	14.1	15.8	13.6	11.8	6.04
		스포츠 마케팅 대행업	3.9	3.8	3.2	3.8	3.9	7.2	13.24
		기타 스포츠 마케팅업	19.4	18.6	17.4	19.8	20.4	24.8	5.01
스포츠 정보 서비스업	스포츠 미디어업	스포츠 신문 발행업	101.8	126.0	152.5	113.3	84.3	61.3	-9.66
		스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	3.6	6.3	5.6	5.8	6.2	8.7	19.36
		스포츠 관련 라디오 방송업	-	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 지상파 방송업	-	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 프로그램 공급업	180.0	490.0	208.0	211.7	242.3	201.7	2.30
		스포츠 관련 유선 방송업	475.0	406.7	-	596.0	820.0	464.3	-0.46
	스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	1640.0	586.7	1830.0	665.0	766.7	458.0	-22.52	
기타 스포츠 정보서비스업	기타 스포츠 정보서비스업	6.2	12.2	10.0	12.2	9.4	13.5	17.06	
스포츠 교육기관	스포츠 교육기관	태권도 교육기관	0.7	0.7	0.8	0.8	0.9	0.8	4.49
		무술 교육기관	-	-	-	-	-	0.8	-
		기타 스포츠 교육기관	0.4	0.5	0.5	0.6	0.6	1.0	22.85
기타 스포츠 서비스업	스포츠게임 개발 및 공급업	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	348.4	271.2	378.3	449.4	229.0	89.9	-23.74
		기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	684.0	744.0	800.0	770.0	621.7	20.9	-50.21
	스포츠 여행업	스포츠 여행업	9.3	11.9	20.5	19.1	15.8	13.7	8.17
평 균			스포츠서비스업(A)						0.14
			스포츠시설업(B)						3.90
			스포츠용품업(C)						0.28
			스포츠산업(A+B+C)						1.22

3.1.5 고용: 종사자 수

종사자 수 증가율 분석 결과 <표 11>에 제시된 것과 같이 스포츠산업 전체의 평균값은 4.83%로 나타났다. 업종별로 살펴보면 스포츠서비스업이 6.94%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 스포츠시설업이 6.75%, 스포츠용품업이 1.86%의 성장률을 보이는 것으로 확인되었다. 세세분류 기준으로 스포츠서비스업종의 종사자 수 증가율을 스포츠산업 전체와 비교해보면 총 8개의 업종이 스포츠산업 전체 증가율의 평균값(4.83%)보다 높은 증가율을 가진 것으로 확인되었다. ‘스포츠 관련 유선 방송업(43.10%)’이 가장 높은 성장률을 보여주었고, 기타 스포츠 교육기관(39.35%), 온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업(23.36%), 스포츠 에이전트업(14.87%), 스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업(14.87%), 스포츠 관련 프로그램 공급업(14.87%), 스포츠 경기업(6.30%), 기타 스포츠 마케팅업(5.67%) 순으로 확인되었다.

<표 11> 스포츠서비스업 업종 종사자 수 추이 (단위: 명)

업종 구분			연도						CAGR (%)	
중분류	세분류	세세분류	2013	2014	2015	2016	2017	2018		
스포츠 경기 서비스업	스포츠 경기업	스포츠 경기업	1,400	1,700	1,900	2,100	2,200	1,900	6.30	
		스포츠북권발행 및 판매업	300	200	200	200	300	300	0.00	
	스포츠 마케팅업	기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업		8,000	6,000	5,300	5,300	5,200	4,800	-9.71
		스포츠 에이전트업		100	200	200	200	200	200	14.87
		회원권 대행 판매업		1,000	1,000	1,000	1,000	700	600	-9.71
		스포츠 마케팅 대행업		100	200	200	200	100	100	0.00
기타 스포츠 마케팅업		6,300	6,500	7,000	7,500	8,500	8,300	5.67		
스포츠 정보 서비스업	스포츠 미디어업	스포츠 신문 발행업	500	300	300	300	300	300	-9.71	
		스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	200	300	300	300	300	400	14.87	
		스포츠 관련 라디오 방송업	-	-	-	-	-	-	-	
		스포츠 관련 지상파 방송업	-	-	-	-	-	-	-	
		스포츠 관련 프로그램 공급업	300	100	100	500	600	600	14.87	
		스포츠 관련 유선 방송업	100	100	-	300	500	600	43.10	
		스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	200	300	300	300	300	200	0.00	
	기타 스포츠 정보서비스업	기타 스포츠 정보서비스업	200	100	100	100	100	200	0.00	
스포츠 교육기관	스포츠 교육기관	태권도 교육기관	36,600	40,100	42,600	43,900	46,200	21,200	-10.35	
		무술 교육기관	-	-	-	-	-	8,900	-	
		기타 스포츠 교육기관	4,700	5,400	5,200	4,400	4,900	24,700	39.35	
기타 스포츠 서비스업	스포츠게임 개발 및 공급업	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	6,300	9,000	8,700	9,400	16,100	18,000	23.36	
		기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	1,600	400	400	300	400	1,700	1.22	
	스포츠 여행업	스포츠 여행업	17,300	18,500	18,400	19,100	19,200	18,000	0.80	
평 균			스포츠서비스업(A)						6.94	
			스포츠시설업(B)						6.75	

	스포츠용품업(C)	1.86
	스포츠산업(A+B+C)	4.83

3.1.6 지표 종합 평가

스포츠서비스산업 업종별 유망성 평가를 위한 정량적 분석을 실시한 결과 <표 12>에 제시된 것과 같이 스포츠산업특수분류 기준 21개 세세분류 업종 중 17개의 업종들이 5개의 지표 중 1개 이상에 대해 스포츠산업 전체 평균값보다 높은 증가율을 가지고 있는 것으로 확인되었다. 다섯 개의 지표 평균값을 업종별로 살펴보면 ‘기타 스포츠 교육기관(32.84%)’이 가장 높게 나타났고, ‘스포츠 관련 프로그램 공급업(20.32%)’이 두 번째, ‘스포츠 관련 유선 방송업(17.67%)’이 세 번째로 높게 나타났다. 그리고 ‘스포츠 마케팅 대행업(14.48%)’, ‘기타 스포츠 정보서비스업(13.92%)’, ‘기타 스포츠 게임 개발 및 공급업(13.84%)’, ‘스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업(13.67%)’, ‘온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업(11.05%)’, ‘스포츠 에이전트업(8.84%)’ 순으로 높게 나타났다. 이들 업종들의 다섯 개 정량지표 평균값은 스포츠산업 전체 평균뿐만 아니라 스포츠서비스업 평균값(8.79%)보다 높게 나타나 스포츠서비스업종 중에서도 성장률이 매우 높은 업종에 해당된다.

<표 12> 지표별 추이 및 연평균 증가율 비교 (단위: %)

업종 구분			지표					지표 평균
중분류	세분류	세세분류	매출액	사업체수	종사자수	노동 생산성	업종 생산성	
스포츠 경기 서비스업	스포츠 경기업	스포츠 경기업	9.13	8.03	6.30	2.67	1.02	5.43
		스포츠베팅업	스포츠복권발행 및 판매업	9.03	0.00	0.00	9.03	9.03
	기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업		-4.80	-1.12	-9.71	5.44	-3.73	-2.78
	스포츠 마케팅업	스포츠 에이전트업	14.87	10.26	14.87	0.00	4.18	8.84
		회원권 대행 판매업	2.24	-3.58	-9.71	13.24	6.04	1.65
		스포츠 마케팅 대행업	24.57	10.01	0.00	24.57	13.24	14.48
	기타 스포츠 마케팅업	9.51	4.29	5.67	3.64	5.01	5.62	
스포츠 정보 서비스업	스포츠 미디어업	스포츠 신문 발행업	-15.24	-6.17	-9.71	-6.12	-9.66	-9.38
		스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	23.36	3.36	14.87	7.39	19.36	13.67
		스포츠 관련 라디오 방송업	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 지상파 방송업	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 프로그램 공급업	34.98	31.95	14.87	17.51	2.30	20.32
		스포츠 관련 유선 방송업	27.89	28.47	43.10	-10.63	-0.46	17.67
	스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	6.91	37.97	0.00	6.91	-22.52	5.85	
기타 스포츠 정보서비스업	기타 스포츠 정보서비스업	23.52	5.51	0.00	23.52	17.06	13.92	
스포츠 교육기관	스포츠 교육기관	태권도 교육기관	-8.79	-12.71	-10.35	1.73	4.49	-5.13

		무술 교육기관	-	-	-	-	-	-
		기타 스포츠 교육기관	58.79	29.25	39.35	13.95	22.85	32.84
기타 스포츠 서비스업	스포츠게임 개발 및 공급업	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	13.92	49.38	23.36	-7.65	-23.74	11.05
		기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	4.64	110.16	1.22	3.38	-50.21	13.84
	스포츠 여행업	스포츠 여행업	8.20	0.03	0.80	7.35	8.17	4.91
평균		스포츠서비스업(A)	13.49	16.95	6.94	6.44	0.14	8.79
		스포츠시설업(B)	8.70	4.89	6.75	2.38	3.90	5.32
		스포츠용품업(C)	2.57	2.37	1.86	1.00	0.28	1.62
		스포츠산업(A+B+C)	7.59	7.37	4.83	2.90	1.22	4.78

지표들 간의 비교들 간의 비교를 위해 지표의 원래 값에 대한 정규화를 통해 도출된 지표 점수(연평균 성장률, 정규화 점수)에 가중치를 적용한 스포츠서비스산업 업종별 유망성 평가 결과 <표 13>에 제시된 것과 같이 스포츠서비스업 세세분류 기준 업종별 지표 평균의 합계는 37.8로 확인되었고, 총 8개의 업종이 지표 평균보다 높은 값을 가진 것으로 나타났다.

<표 13> 지표별 추이 및 연평균 증가율 비교(가중치 적용/단위: %)

중분류	세분류	세세분류	지표					지표 합계
			매출액	사업체수	종사자수	노동 생산성	업종 생산성	
스포츠 경기 서비스업	스포츠 경기업	스포츠 경기업	10.4	9.4	6.7	4.9	3.8	35.3
	스포츠베팅업	스포츠북권발행 및 판매업	10.3	8.1	5.9	5.5	4.4	34.4
		기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업	7.9	8	4.8	5.2	3.5	29.4
	스포츠마케팅업	스포츠 에이전트업	11.4	9.8	7.7	4.7	4.1	37.6
		회원권 대행 판매업	9.2	7.6	4.8	5.9	4.2	31.7
		스포츠 마케팅 대행업	13.1	9.8	5.9	7	4.7	40.5
	기타 스포츠 마케팅업	10.4	8.8	6.6	5	4.1	35.1	
스포츠 정보 서비스업	스포츠미디어업	스포츠 신문 발행업	6.1	7.1	4.8	4.1	3	25.2
		스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	12.8	8.7	7.7	5.4	5.2	39.8
		스포츠 관련 라디오 방송업	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 지상파 방송업	-	-	-	-	-	-
		스포츠 관련 프로그램 공급업	14.9	13.3	7.7	6.3	3.9	46.2
		스포츠 관련 유선 방송업	13.6	12.8	11.1	3.7	3.7	44.9
	스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	10	14.3	5.9	5.3	2.1	37.6	
기타 스포츠 정보서비스업	기타 스포츠 정보서비스업	12.9	9	5.9	6.9	5	39.8	
스포츠 교육기관	스포츠교육기관	태권도 교육기관	7.2	6.1	4.7	4.9	4.1	27
		무술 교육기관	-	-	-	-	-	-
		기타 스포츠 교육기관	19	12.9	10.6	6	5.5	54
기타 스포츠	스포츠게임 개발 및 공급업	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	11.2	16.1	8.7	4	2	42
		기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	9.6	26	6.1	5	0	46.7

서비스업	스포츠 여행업	스포츠 여행업	10.2	8.1	6	5.4	4.4	34.1
평균			11.1	10.9	6.8	5.3	3.8	37.8

3.2 정성적 지표 분석

3.2.1 업종별 유망성

스포츠서비스업 유망업종 선정을 위한 정성적 지표에 대한 평가는 전문가 의견조사*를 통해 실시되었다. 의견조사는 학계와 실무 분야에 전문 지식과 경험이 축적된 전문가들이 참여하였고, 전문가의 구성은 경영학 분야 교수 2명, 스포츠산업 분야 교수 7명, 정책관련 국공립연구기관 연구자 3명 등 총 12명으로 이루어졌다. 의견조사는 11월 9일부터 11월 24일까지 총 16일 동안 진행되었으며, 이메일과 온라인 화상회의 등의 비대면 방식의 설문조사 및 면담을 통해 전문가의 의견이 수렴되었다.

조사내용은 스포츠산업특수분류 세세분류 21개 업종을 기준으로 앞서 도출된 최종 지표 중 5개의 항목(유망성, 사회경제적 파급효과, 국민 스포츠참여 기여도, 국가전략 연계성, 정부 정책효과)으로 구성된 정성적 지표에 대한 전문가 개인이 가진 중요성을 5점 등간척도(1점: 전혀 중요하지 않음~5점: 매우 중요함)로 평가하였다. 그리고 전문가 개인별로 향후 유망성이 높을 것으로 판단되는 업종을 1~3순위까지 선정하였다. 정성적 지표에 대한 전문가 집단의 항목별 평가 점수와 합계는 <표 14>에 나타난 것과 같다.

<표 14> 스포츠서비스업 세부업종별 유망성 평가 결과

지표	성장 가능성	사회적 기여		정책영향		점수
항목	유망성	사회·경제적 파급효과	국민 스포츠참여 기여도	정부 정책효과	국가전략 연계성	
지표 설명	시장규모 확장 가능성 /수익성 증가 가능성	산업간 경제적 파급효과 /고용창출 효과	국민의 스포츠참여 기여 정도/스포츠 환경 개선	정부지원 및 규제 정책에 따른 영향력 수준	국가전략과의 연계성 /전략적 육성 필요성	합계
업종 분류						
스포츠 경기업	3.58	3.33	3.67	3.00	3.42	17.00
스포츠 부권발행 및 판매업	3.67	2.58	2.92	3.92	3.08	16.17
기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업	3.33	2.67	2.67	4.17	3.08	15.92
스포츠 에이전트업	3.42	3.33	2.83	3.42	3.08	16.08
회원권 대행 판매업	2.58	2.17	2.25	2.50	2.00	11.50
스포츠 마케팅 대행업	3.42	3.42	2.42	3.17	2.92	15.35
기타스포츠 마케팅업	2.50	3.00	2.67	3.25	2.33	13.75

* 정량적 지표 가중치 설정을 위한 AHP과정에 참여한 전문가 대상

스포츠 신문 발행업	1.67	2.17	2.25	2.17	1.75	10.01
스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업	1.75	1.83	2.25	2.08	1.67	9.58
스포츠 관련 라디오 방송업	1.83	2.00	2.25	2.25	1.83	10.16
스포츠 관련 지상파 방송업	2.83	3.00	3.50	3.17	2.92	15.42
스포츠 관련 프로그램 공급업	3.42	3.33	3.50	3.25	3.17	16.67
스포츠 관련 위성 방송업	2.75	2.67	2.75	2.92	2.33	13.42
스포츠 관련 위성 및 기타 방송업	3.67	3.33	3.08	3.17	2.83	16.08
기타 스포츠 정보 서비스업	3.50	3.50	3.17	3.25	3.33	16.75
태권도 교육기관	1.92	2.17	2.83	2.50	2.67	12.09
무술 교육기관	2.08	1.92	2.58	2.42	2.17	11.17
기타 스포츠 교육기관	3.17	3.00	3.83	3.17	3.00	16.17
온라인·모바일 스포츠게임 개발 및 공급업	4.83	4.58	3.42	4.17	4.17	21.17
기타 스포츠게임 개발 및 공급업	4.33	4.25	3.42	4.00	3.67	19.67
스포츠 여행업	3.25	3.75	2.75	2.92	2.75	15.42
평균	3.02	2.95	2.91	3.09	2.77	14.74

3.2.2 업종별 유망성 비교

정성적 지표 평가에 참여한 전문가 패널들을 대상으로 스포츠산업특수분류 세세분류 기준 21개 업종 중 유망성이 높은 업종에 대한 순위 평가를 실시하였다. 패널별로 1순위에서 3순위까지 총 3개의 업종을 선정하도록 하였으며 선정된 업종들에 대해서는 선정 이유를 제시하도록 하였다. 평가 결과는 업종별 1순위에서 3순위까지의 선정 빈도순으로 유망성을 평가하였으며 업종별 선정 근거 및 이유에 대한 내용분석을 실시하여 요약하였다. 평가 결과 <표 15>에 제시된 것과 같이 온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업이 11명으로 가장 높게 나타났고, 스포츠관련 위성 및 기타 방송업 6명, 기타 스포츠 정보서비스업 4명, 스포츠 경기업 3명 순으로 나타났으며, 기타 스포츠 게임 개발 및 공급업, 스포츠 여행업, 스포츠 관련 프로그램 공급업, 스포츠 복권발행 및 판매업이 각각 2명, 기타 스포츠 교육기관, 스포츠마케팅 대행업, 기타 스포츠 사행시설 관리 및 운영업, 태권도 교육기관이 각각 1명으로 나타났다.

<표 15> 스포츠서비스업 세부업종별 유망성 평가 결과

빈도	업종	주요 선정 이유
11	온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업	• 게이밍 관련 기술가 플랫폼의 발전으로 인해 스포츠 경험의 간접적 구현력이 향상되고 있으며 이는 코로나19 상황으로 게이밍 시장의 콘텐츠 수요 증가를 촉진할 것으로 전망됨
6	스포츠관련 위성 및 기타 방송업	• 유튜브와 같은 OTT 디지털 미디어 플랫폼을 통해 개인 휴대전자기기만 있으면 언제 어디서든 스포츠경기의 시청이 가능해진 시기에 이들의 스포츠시장 지배력은 앞으로 더욱 커질 것

4	기타 스포츠 정보서비스업	• 스포츠경기업, 스포츠베일업, 스포츠마케팅업 등 관련 스포츠서비스업 및 타 업종에 대한 파급 효과가 클 것으로 예상됨
3	스포츠 경기업	• 직간접 관람, 미디어컨텐츠, 복권발행, 게임 등 다양한 소비욕구로 연계 될 수 있는 파생력을 갖추고 있음
2	기타 스포츠 게임 개발 및 공급업	• 코로나19 대유행으로 기존의 대면 스포츠 리그는 운영이 중단되거나 비정상적으로 운영되고 있는 반면 e스포츠를 비롯한 비디오 게임은 수요 증가로 시장이 확대되고 있음
2	스포츠 여행업	• 국민 여가시간 확대와 수준 높은 삶의 질 추구가 그 어느 때보다 두드러진 시점으로 여행, 건강, 스포츠가 개인의 삶에서 큰 비중을 차지할 수 밖에 없으므로 향후 스포츠 여행업의 성장가능성이 높을 것으로 예상됨

IV. 결 론

4.1 연구결과 요약 및 논의

4.1.1 스포츠서비스산업 유망업종에 대한 개념적 정의 규명

본 연구에서는 스포츠서비스분야 유망업종을 도출하기 위한 선행 단계로 유망업종에 대한 개념적 정의의 확인이 필요하다. 유망업종에 대한 명확한 정의를 확인하기 위해 유망업종과 관련된 분야별 연구보고서와 학술지를 포함한 다양한 정보원천에 대한 포괄적인 검토를 실시하였다. 유망업종과 관련한 이론적 배경의 고찰과 경영 현장에서 활용되고 있는 실무적인 개념들을 살펴본 결과 본 연구에서 다룬 선행연구의 범위 내에서는 유망업종이라는 개념이 학술적으로 명확하게 제시되지 않은 것을 확인하였다. 유망업종에 대한 정의를 규정하기 위해 먼저 유망업종의 사전적 정의를 확인하였다. 유망업종은 사전적 의미로 “앞으로 잘될 듯한 희망이나 전망이 있음”이라는 뜻의 ‘유망’과 ‘직업이나 영업의 종류’를 뜻하는 ‘업종’이라는 두 개의 명사가 결합된 복합명사이다. 따라서 유망업종은 해당 단어가 내포하고 있는 어원적 측면에서 과거나 현재보다는 미래지향적인 성격을 지니고 있는 개념이라고 할 수 있다.

분야별 산업내의 주된 업종들은 특정 시점의 기술발전, 소비자의 수요 변화, 정부의 정책 추진 방향 등과 같은 사회·경제적 환경 요인과 상호작용하며 끊임없이 변화해가는 동태적 형태를 지니고 있다. 제품수명주기(PLC)이론의 개념을 기초로 하는 산업 및 시장성장단계 이론에서 이를 잘 설명하고 있다. 특정 산업이나 시장의 성장은 ‘도입-성장-성숙-쇠퇴 또는 재성장’이라는 주기를 따르는 경향이 있다. 그리고 특정 산업과 시장의 성장주기는 환경요인과 정부정책에 의해 영향을 받아 산업이나 시장의 성장속도와 성장단계수준 도달 시점이 변화하는 등의 유동적인 현상을 가지고 있다. 또한, 유동적인 성장주기 속에서 특정 산업이나 시장에 속한 하위 업종들의 유형과 특성들도 함께 유기적으로 지속적인 변화를 거듭해 나가게 되는 것이다.

산업 및 시장성단계의 이론적 관점에서 특정 산업의 양적·질적 성장은 부가가치를 창출하고 고용효과를 유발하기 때문에, 각 국가의 정부에서는 국가 전략과 연관성이 높은 산업의 성장을 촉진하기 위한 정책을 수립하여 투자, 지원, 규제 등과 같은 다양한 형태로 시장에 관여하기도 한다. 이처럼 사회·경제적으로 긍정적인 파급효과를 유발하여 경제활동의 중심적인 역할을 하는 산업을 국내에서는 주력산업이라는 개념으로 사용하고 있다. 하지만 이는 정책적이고 실무적인 용어로 학문적 관점에서 명확한 이론적 개념은 제시되지 않고 있다. 선행연구에 대한 검토와 스포츠산업 분야의 맥락을 고려하여 본 연구에서는 “향후 사회·경제적 기여도가 클 것으로 기대되는 스포츠서비스를 제공하는 업종”으로 스포츠서비스산업 유망업종에 대한 정의를 제시하였다. 유망업종에 대한 명확한 개념적 정의의 확립은 향후 스포츠서비스와 관련된 정책 및 학술연구 분야에서 용어의 기준으로 삼을 수 있는 기준이 될 것으로 예상된다. 또한, 스포츠서비스산업 지원을 위한 정책의 수립과정에서 스포츠서비스업에 대한 지원 사업을 설계함에 있어 유망업종에 대한 정의를 참고하는 등의 실무적 활용도가 높을 것으로 기대된다.

4.1.2 유망업종 평가를 위한 지표 선정과 분석

선행연구 검토를 통해 유망업종을 분석하기 위한 평가기준들을 탐색하고 각 지표들 간의 비교분석을 실시하여 스포츠서비스분야에 적용할 수 있는 지표들을 선정하였다. 최종지표는 스포츠서비스산업의 특성을 반영하고 분석자료에 대한 접근성을 고려하여 6개의 개념으로 도출되었으며 분야별 전문가 집단의 타당성과 신뢰도, 적합도 평가의 단계적 과정을 거쳐 정량적 지표와 정성적 지표로 제시되었다. 지표 분석의 주요결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 정량적 지표에 대한 분석결과 매출액 증가율, 사업체 수 증가율, 종사자 수 증가율, 노동생산성 증가율, 업종생산성 증가율의 총 5개의 항목에 가중치가 반영된 결과 각 지표의 합계점수 평균은 37.8점으로 확인되었다. 세세분류 업종을 기준으로 스포츠서비스업 전체 평균값과 비교해 상대적으로 높은 점수를 획득한 업종은 8개로 ‘기타 스포츠 교육기관(54.0)’, ‘기타 스포츠 게임 개발 및 공급업(46.7)’, ‘스포츠 관련 프로그램 공급업(46.2)’, ‘스포츠 관련 유선 방송업(44.9)’, ‘온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업(42.0)’, ‘스포츠 마케팅 대행업(40.5)’, ‘기타 스포츠 정보서비스업(39.8)’, ‘스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업(39.8)’의 순으로 확인되었다. 이들 업종은 최근 5개년 동안 높은 성장률을 나타내고 있는 업종으로 향후에도 성장 가능성이 높은 업종으로 예상할 수 있다.

둘째, 정성적 지표인 유망성, 사회경제적 파급효과, 국민 스포츠참여 기여도, 정부 정책효과, 국가전략 연계성의 5개 항목에 대한 분석 결과 ‘온라인·모바일 스포츠 게임

개발 및 공급업(21.17)'이 가장 높은 점수를 기록하였다. 그 다음으로 '기타 스포츠 게임 개발 및 공급업(19.67)', '스포츠 경기업(17.0)', '기타 스포츠 정보서비스업(16.75)', '스포츠 관련 프로그램 공급업(16.67)'의 순으로 높게 나타났다.

정량적 지표와 정성적 지표의 분석 결과를 종합해보면, 두 가지 유형의 지표에서 각각의 평균값 보다 높은 점수를 기록한 업종들 중 6개의 업종(기타 스포츠 교육기관, 기타스포츠 게임 개발 및 공급업, 스포츠 관련 프로그램 공급업, 온라인·모바일 스포츠 게임 개발 및 공급업, 스포츠 마케팅 대행업, 기타 스포츠 정보서비스업)이 공통적으로 높은 유망성 점수를 가진 것으로 확인되었다.

4.1.3 지표 분석을 통한 시사점과 지표의 활용 방안

본 연구에서는 스포츠서비스산업 분야에서 상대적으로 높은 성장가능성을 지닌 업종에 대한 정책적 지원의 선행 단계로 업종별 유망성을 평가하기 위한 지표를 선정하고 이를 활용하여 분석을 실시하였다. 먼저, 지표 분석을 통한 의의는 스포츠산업 분야에서 유망성을 지닌 업종에 대한 집중적인 지원 정책을 수립하는 과정에서 근거가 될 수 있는 자료를 제공하고 있다는 것이다.

현재 문화체육관광부의 스포츠기업에 대한 정책은 스포츠산업특수분류에 기반한 업종과 기업의 성장단계별로 다양하고 입체적인 지원이 이루어지고 있다. 그리고 국민체육진흥기금을 통한 스포츠기업 정책자금 지원(스포츠산업 금융지원: 융자(튼튼론) 및 모태펀드 조성 사업)이나 기업경영 지원(중소스포츠기업 성장지원 및 스포츠산업 선도기업 육성지원 사업)의 경우 지원대상 기업별로 공통요건을 충족하는 경우 일정 금액을 지원하는 보편적 지원 방식이 주를 이루고 있다. 예를 들어, 중소기업 성장 지원사업의 경우 최근결산년도 매출액 30억 원이하(스포츠용품 제조업은 80억 원)인 기업 중 자격요건이 충족되는 기업들에 대한 평가를 실시하여 기업별 최대 1억 원 규모의 지원을 실시하고 있다.

스포츠기업에 대한 보편적 지원은 가능한 다수의 기업이 수혜를 받는다는 점에서 충분히 지원방식의 정당성이 확보된다. 그런데 본 연구를 통해 선정된 지표의 분석결과를 통해 확인된 것과 같이 업종별로 성장가능성은 다르게 나타난다. 예를 들어, 정량적 지표와 정성적 지표 모두에서 스포츠게임 관련 업종의 유망성은 상대적으로 높게 나타나 향후 지속적인 성장이 기대되는 업종이다. 하지만 현재는 스포츠기업에 대한 지원 사업에서 업종이나 기업이 가진 유망성에 대한 비중이 높지 않다. 따라서 특히 부가가치가 높은 스포츠서비스업에 대한 집중적인 지원은 정책효과를 더욱 향상시킬 것으로 예상되며, 본 연구를 통해 제시되는 정량적 지표와 정성적 지표를 종합적으로 사용하여 스포츠서비스산업 분야에서 유망성이 높은 기업을 지원하기 위한 세부사업 추진단계의 평가 기준으로 활용할 수 있을 것으로 기대된다.

4.2 한계점 및 향후 연구를 위한 방향 제시

본 연구는 스포츠서비스산업 유망업종을 평가하기 위한 지표를 도출하고 스포츠서비스기업에 대한 경영현황 및 실태 조사를 실시하여 의미 있는 연구결과물을 제공하고 있지만 다음과 같은 한계점을 지니고 있다.

첫째, 스포츠서비스업의 성장가능성에 대한 분석을 바탕으로 정부의 집중적인 정책적 지원 계획을 수립하기 위한 기반마련을 목적으로 선행연구에 대한 검토를 실시하고 지표를 선정하였다. 지표의 선정 과정에서 분야별 전문가들의 의견을 수렴하여 지표의 적합성에 대한 평가를 실시하였지만, 본 연구에서 수행한 지표선정 과정은 정책적 목적에 의해 스포츠서비스산업 현장의 상황을 최대한 반영하기 위해 일반적인 척도 개발(scale development)과는 방법론적 측면에서 차이점이 존재한다. 따라서 후속 연구에서 본 연구를 통해 선정된 지표를 포함한 추가적인 지표를 발굴하고 이에 대한 타당성과 신뢰성에 대한 양적 검증을 실시할 필요가 있다.

둘째, 정량적 지표의 도출과 관련하여 지표에서 측정 가능한 자료의 접근 가능성을 고려하여 최종 지표에 포함되지 못한 항목들이 존재한다. 예를 들면, 스포츠서비스 상품 및 기술의 개발에 대한 연구개발 투자 및 인력 비율 등과 같은 항목들이 대표적인 사례이다. 서비스기업은 업종의 특성상 실체가 존재하는 물리적 요소 보다는 무형적 자원의 비중이 높은 경우가 많다. 따라서 향후 연구에서는 기업이 보유하고 있는 지적재산권과 같은 무형의 자원을 평가요인으로 포함시킬 수 있는 방안을 마련할 필요가 있다. 또한, 본 연구에서 도출한 지표들 중 노동생산성의 경우 단일요소생산성으로 스포츠서비스기업의 인적자원이 보유하고 있는 기술력, 경험과 지식, 성별 및 연령 등의 속성들이 동질적이라는 가정을 하고 있다. 따라서 기업의 인적자원 들 간의 특성 차이나 노동 투입과 다른 투입요소들 간의 상호작용이 고려되지 않기 때문에 최종적으로 소비자에게 전달되는 시장제공물인 서비스의 생산과 운영과정에서 영향을 미치는 다른 요인들의 효과를 포함할 수 있는 보완 방안이 필요하다.

셋째, 서론에 제시된 것과 같이 본 연구의 주된 목적은 높은 성장가능성을 지닌 스포츠서비스업에 대한 지원 근거를 마련하는 것이다. 그런데 스포츠서비스업이 가진 특성으로 인해 스포츠산업특수분류 세세분류 기준 21개 업종이 모두 본 연구를 통해 선정된 지표를 동일하게 적용하기에는 한계점이 존재한다. 예를 들어, 태권도교육기관의 경우 2020년 기준 사업체 수는 9,166개인데 이는 스포츠산업 전체 사업체 수 97,668개의 9.4%에 해당하는 매우 큰 비중이지만 매출액 규모는 6,400억 원으로 스포츠산업 전체에서 차지하는 비중은 1.2%로 상대적으로 낮은 편이다(문화체육관광부,

2022). 또한, 태권도 교육기관의 경우 9,166개 사업체 중 조직규모가 5인 미만인 사업체가 90.7%(8,318개), 9인 미만이 99.9%(9,153개)에 해당되어 다른 업종들과 비교해 높은 성장률을 나타낼 가능성은 낮으며 유망업종을 지원하기 위한 정책 대상에는 포함되지 않을 수 있다. 하지만 이와 같은 영세한 업종에서도 성장가능성이 높은 기업단위에 대해서는 스포츠산업 전체의 성장을 위해 지원이 필요한 영역이다. 따라서 본 연구에서 선정된 지표를 조정하여 기업단위에 대한 지원평가 기준으로 활용한다면 성장가능성이 높은 개별기업을 평가하는 도구로 활용하는 방안에 대한 논의도 필요할 것으로 보인다.

참고문헌

- 고정민 (2015). 서비스수출 유망산업의 선정에 관한 연구, *한국산업경제학회*, 28(3), 897-915.
- 과학기술정책연구원(2003). *미래선도산업의 육성을 위한 중장기 기술혁신전략*.
- 문화체육관광부 (2015). *2014년 기준 스포츠산업조사*.
- 문화체육관광부 (2016). *2015년 기준 스포츠산업조사*.
- 문화체육관광부 (2017). *2016년 기준 스포츠산업조사*.
- 문화체육관광부 (2018). *2017년 기준 스포츠산업조사*.
- 문화체육관광부 (2019). *2018년 기준 스포츠산업조사*.
- 문화체육관광부 (2020). *2019년 기준 스포츠산업조사*.
- 박창걸, 한혁, 노현숙. (2007). 중소기업 유망 사업분야 선정 방법론에 대한 고찰. *한국콘텐츠학회 종합학술대회 논문집*, 5(1), 462-467.
- 산업연구원 (2015). *5대 신산업 산업분류 연계 및 활용도 제고를 위한 연구*.
- 산업연구원 (2018). *주력산업의 정의 및 정책적 의미와 발전전략 탐색에 관한 연구*.
- 신성연, 이원재, 김혜란 (2020). 스포츠서비스산업 SWOT분석을 통한 정책 지원방향 도출에 관한 연구. *서비스경영학회지*, 21(4), 1-36.
- 체육과학연구원 (2012). *지역별 비교우위 스포츠산업 도출을 위한 연구*.
- 통계청 (2017). *한국표준산업분류*.
- 한국과학기술정보연구원 (2004). *미래 유망산업 선정 프로세스의 개발 및 체계화*.
- 한국스포츠정책과학원 (2019). *스포츠서비스산업의 유형 및 지원방안 연구*.
- 한국은행 (2021). 2019년 산업연관표.
- Brissaud, D. and Tichkiewitch, S. (2001). Product models for life-cycle, *CIRP Annals*, 50(1), 105-108.
- Hirsch, S. (1975). The product cycle model of international trade—a multi-country cross-section analysis, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 37(4), 305-317.
- Vernon, R. (1966). International investment and international trade in the product cycle. *The Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190-207.
- Wijaya, A., Ilmi, Z., & Darma, D. C. (2020). Economic performance: leading sector, economic structure and competitiveness of export commodities. *The Journal of Business Economics and Environmental Studies*, 10(3), 23-33.

*** 저자소개 ***

· **신 성 연(syshin@sports.re.kr)**

현재 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원에서 선임연구위원으로 재직 중이다. 주요 연구 및 강의 분야는 스포츠서비스산업 및 정책, 경영전략, 소비자행동, 마케팅 커뮤니케이션, 빅데이터 분석 등이다.