

일본의 스포츠 산업 : 일과 고용

原田宗彦 (일본 와세다대학 스포츠과학학술원 교수)

■ 머리말

일본의 스포츠 산업의 역사는 길며 스포츠 용품 제조업체인 미즈노와 같이 100년 이상의 역사를 갖는 회사가 존재한다. 그 배경에는 19세기 말에 시작된 근대 스포츠 도입과 학교체육이나 대학 스포츠의 보급, 그리고 여가시간 증대와 더불어 스포츠가 대중화된 데 따른 스포츠 용품·기구의 수요 증가라는 요인이 있다. 그러나 스포츠 산업의 복합화나 국제화가 진행되는 1980년대 까지 스포츠 산업은 생활용품이나 미디어 산업, 혹은 건설업의 한 영역에 지나지 않았으며 하나의 산업 영역으로 확립되어 있지 않았다.

정부가 처음으로 스포츠 산업 육성에 힘을 기울이기 시작한 것은 1980년대 후반이며 1988년에 당시 통상산업성(현 경제산업성)이 산하기관으로 사단법인 스포츠산업단체연합회를 설립했다. 이 조직은 국내 스포츠 용품 기업의 보호육성적인 목적을 갖는 업계단체와 같은 조직이었으며 나이키나 아디다스와 같은 외국계 기업은 가입하지 않았다. 같은 해에는 통상산업성 정책국에서 「스포츠 산업 연구회」가 출범해 스포츠 산업의 전체 현황을 파악했으며 미래 성장을 위한 논의가 시작되었다. 그 성과는 『스포츠 비전21』(재단법인 통상산업조사회, 1990년)에 정리되어 있으며 스포츠 산업에 대한 국가 정책이 명시되어 있다. 이 시기의 일본 경제는 지속적인 성장세를 유지하고 있었으며 이 보고서에도 밝은 미래를 내다본 정책 제언이 이루어졌다.

1991년에는 스포츠 산업 육성을 아카데미한 관점에서 지원하기 위해 일본 스포츠 산업학회가 설립되었다. 학회 활동은 현재도 계속되고 있으나, 설립 당시에 제공되던 스포츠 산업단체 연합

회로부터의 연간 2,000만 엔이라는 보조금은 현재 20만 엔까지 삭감되었으며, 그 존재 여부에 대해 논의하는 시대가 되었다.

정부가 주도한 정책 중에서 큰 성과는 1993년에 탄생한 프로 축구 J리그이다. 팀의 수는 1994년의 10팀에서 현재의 33팀까지 확대되었으며 기업 스포츠가 중심이었던 일본의 Top 스포츠를 지역밀착형의 커뮤니티 비즈니스로 전환시키는 계기를 만들었다.

1980년대에서 1990년대에 걸친 국가정책으로서의 스포츠 산업 육성 열기는 1993년의 거품경제 붕괴에 의해 한꺼번에 사그라졌다. 예를 들어 1994년에는 통상산업성이 J리그에 이은 프로스포츠 육성을 착수해 연구 성과를 <J리그를 이어가라 프로스포츠 비즈니스>라는 책자로 만들었으나 거품경제의 붕괴라는 엄격한 경제환경하에서 프로화를 감행하는 스포츠 단체는 없었다. 필자는 이 책자의 작성을 도왔으며 그 성과를 <스포츠 산업론 입문>(杏林書院, 1995년)에 정리해 출판했다. 이 교과서는 계속 판 수를 늘려갔으며 현재는 <스포츠 산업론 제4판>까지 나왔으며 스포츠 산업을 공부하는 데 있어 기초적인 교과서로서 대학이나 전문학교에서 활용되고 있다.

■ 스포츠 산업의 정의

일본 스포츠 산업의 역사적 발전

스포츠 산업이 싹튼 메이지(明治) 시대 이후 일본에서는 3개의 전통적인 영역이 발전했다. 이는 ① 스포츠 용품 산업, ② 스포츠 서비스·정보산업, 그리고 ③ 스포츠 시설·공간산업이다.

첫 번째 스포츠 용품 산업은 역사가 가장 오래되었으며 메이지 시대 후반부터 야구 용품의 판매가 이뤄졌다. 그러나 도쿄 올림픽이 개최된 1964년경까지 스포츠 용품은 일용잡화 용품의 영역을 넘지 못하고 동네 운동 용품점에서 영세하게 소매 판매가 이뤄지는 수준이었다. 상품의 유통경로도 단순해서 다른 업계와 같이 1·2차 도매상도 거치지 않고 「제조업체」, 「도매업자」, 「소매업자」의 3단계로 구성되었다.

두 번째 스포츠 서비스·정보산업은 스포츠 잡지의 선구자인 <운동계(運動界)>(메이지 30년), <운동의 친구(運動の友)>(메이지 39년), <월간 베이스볼(月刊ベースボール)>(메이지 41년), <국

민체육(国民体育)>(다이쇼 4년), <운동경기회(運動競技會)>(다이쇼 9년), <아사히 스포츠(アサヒ・スポーツ)>(다이쇼 12년)와 같은 잡지가 잇따라 창간되는 등 활자 미디어에 의한 스포츠 정보 제공이 활성화되었다. 또 다이쇼(大正)에서 쇼와(昭和) 초기에는 대형 신문사에 운동부가 신설되는 등 정보매체가 한층 더 강화된 시대이기도 했다. 그리고 쇼와 2년(1927년)에는 라디오라는 전파미디어도 등장했고 그 이듬해에는 라디오체조(역주 : 한국의 국민체조와 같은 것)가 시작되었다. 스포츠의 TV중계는 라디오 방송에서 4반세기 후인 1953년 도쿄진구(東京神宮) 수영장의 「제25회 소케이(早慶 : 와세다대학과 게이오대학)대항 수상경기대회」 중계로부터 시작되었다.

세 번째 스포츠 시설도 역사는 길다. 옛(舊) 문부성의 자료에는 메이지 30년부터 개설된 사회체육시설의 수가 기록되어 있다. 참고로 메이지 30년에서 쇼와 7년에 사이에 설립된 사회체육운동 시설의 수는 641개이다.

3영역의 스포츠 산업 발전

20세기 후반이 되자 정부 정책으로서 스포츠 진흥이 추진되고 국민의 여가시간이 증대되어 라이프 스타일이 변화됨에 따라 스포츠 산업의 발전이 현저해졌다.

첫 번째, 스포츠 용품 산업에서는 취급 품목이 대폭 증가함과 동시에 기술적 진보나 소재산업의 발전에 따른 질적 향상이 있었다.

두 번째, 스포츠 시설·공간 산업은 고객에게 스포츠 시설이나 공간(필드나 스키장)을 제공하는 산업이며 입지조건에 따라 당일치기로 활용할 수 있다. ‘도시형’과 자연자원을 살린 ‘리조트형’ 시설로 나눌 수 있다. 전자는 옛날부터 존재했던 탁구장, 검도장, 궁도장, 유도장, 그리고 농구, 배구, 축구를 위한 체육·운동시설 이외에 볼링장, 골프연습장, 수영장 등이 포함되는 한편, 후자에는 스키장, 캠프장, 골프장 이외에 마리나, 오토캠프장 등이 포함된다.

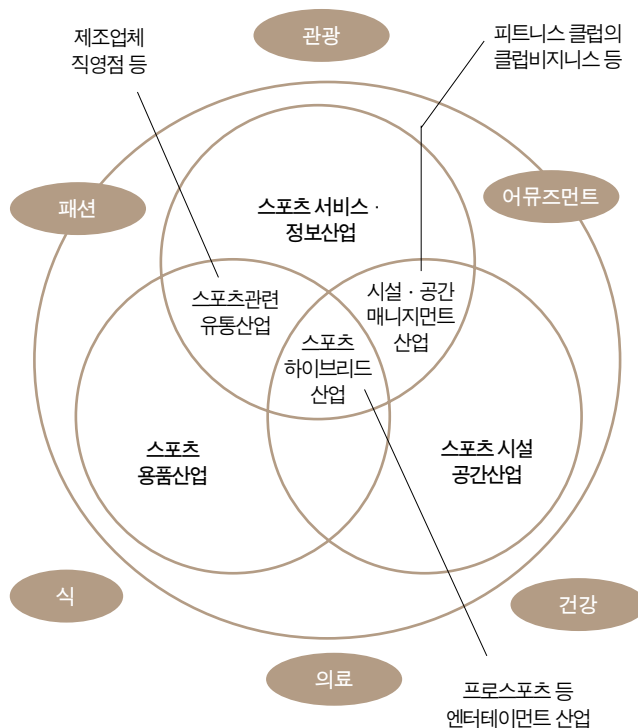
세 번째, 스포츠·정보 산업에서는 제2차 세계대전 전의 신문이나 잡지로 대표되는 활자미디어를 중심으로 한 정보제공 산업이, 전후의 매스미디어의 발전과 더불어 전파미디어를 매체로 한 문화창조산업으로 크게 탈바꿈했다. 그 중에서도 특히 위성방송이나 케이블TV(CATV), 그리고 인터넷 등은 스포츠를 핵심으로 한 글로벌 문화창조의 주역이 되었으며 동시에 방영권료라는 거대한 비즈니스(Big Business)를 탄생시켜 이것이 다음에 이야기할 스포츠 산업 복합화로 이행하

는 데 크게 기여했다.

진화하는 스포츠 산업 : 복합 영역의 출현

일본경제가 글로벌화하고 스포츠 산업으로서의 발전이 본격화됨에 따라 스포츠의 시장규모는 확대되고 산업구조에도 변화가 생겼다. 결론부터 말하면 예전에는 개별적으로 존재하는 3개의 영역이 발전함에 따라 거기에 구심점적인 힘이 작용해 그로 인해 3개의 영역이 서로 겹쳐지고 새로운 복합적인 산업 영역이 출현한 것이다. 이에 따라 제조업(2차 산업)에서 서비스 산업으로 폭이 넓어지고 스포츠에 관한 재화 또는 서비스를 생산하고 제공하는 집합체이며 영리활동, 비영리 활동을 포함한 횡단적 산업(渡辺, 2001)으로서의 스포츠 산업이 등장한 것이다.

[그림 1] 일본 스포츠 산업의 진화 : 소비자의 수요 다양화에 의한 하이브리드 산업의 탄생과 타 분야와의 융합 발전



자료 : 『스포츠 산업론 제4판』(原田宗彦 著, 杏林書院).

[그림 1]은 스포츠 용품 산업과 스포츠 서비스·정보 산업이 겹쳐져서 탄생한 ‘스포츠관련 유통업’과 스포츠 서비스·정보산업, 스포츠 시설·공간 산업이 겹쳐져서 탄생한 ‘시설·공간 매니지먼트업’ 그리고 3개의 영역 모두가 겹쳐진 하이브리드 산업을 나타낸다.

스포츠 관련 유통업

스포츠 관련 유통업은 기존의 제조업만이 존재하던 대형 제조업체의 새로운 판매전략이나 소매업자의 판매조직 체인화에 의한 다점포 전개라는 움직임으로 특징지어진다. 대형 제조업체 중에는 직영점을 가짐으로써 도매기능을 흡수하고 유통경로를 더욱 짧고 그리고 굵게 함으로써 수익률을 높이려는 움직임이 눈에 띄게 나타났다. 즉 스포츠 용품 산업은 제품의 생산에 그치지 않고 도매업이나 소매업과 같은 서비스업에 적극적으로 참여함으로써 스포츠 관련산업에 적극적으로 진출한 것이다.

지금은 스포츠 용품 매장은 물건뿐 아니라 스포츠 용품이 갖는 문화적 이미지나 패션성, 상품의 구매와 사용으로 인해 발생하는 라이프 스타일, 혹은 스포츠 용품이 발신하는 정보와 같은 눈에 보이지 않는 기호를 소비하는 장소가 되었다. 실제로 스포츠 용품 제조업체가 자사 제품에 일종의 정보와 정서적인 메시지를 담은 <기업 광고탑으로서의 엔드유저(endorsers : 보증 홍보인)>인 유명 스포츠 선수에게 지불하는 계약금 금액은 어마어마하다.

시설·공간 매니지먼트업

또 하나의 복합 영역인 시설·공간 매니지먼트업은 하드웨어로서의 시설·공간에 소프트웨어인 서비스·정보가 가미되어 탄생한 새로운 타입의 비즈니스이다. 그 중에는 피트니스 클럽이나 테니스 클럽으로 대표되는 클럽비즈니스, 그리고 스쿼밍 스쿨이나 테니스 스쿨로 대표되는 스쿨비즈니스가 포함된다. 스포츠 시설이나 공간 자체는 사용하는 사람과 소프트웨어가 없는 PC와 같은 것으로 책상 위에 놓여진 상자에 지나지 않는다. PC는 사용하는 사람과 소프트웨어가 갖춰졌을 때 비로소 눈에 보이는 기능을 발휘할 수 있다. 스포츠 시설이나 공간도 마찬가지로 이를 사용하는 사용자나 소프트웨어로서의 프로그램(스포츠 지도나 트레이닝 이론 등)이 없으면 본래

의 사용가치를 창출할 수는 없다.

3영역의 복합 : 하이브리드 산업의 출현

- 프로 스포츠 : 스포츠 엔터테인먼트 산업

그러면 스포츠의 3영역이 모두 겹쳐진 중심부분에는 어떤 산업이 탄생되었는지. 그 중 한가지 사례는 프로 스포츠를 핵심으로 하는 스포츠 엔터테인먼트 산업이다. J리그 출범 이후, 거품경제 붕괴로 인해 스포츠의 프로화는 그 움직임에 제동이 가해졌으나 기업 스포츠의 쇠퇴와 이를 보완하는 형태로 진행되는 클럽 사업화의 파도와 더불어 2005년에는 시코쿠(四国) 아일랜드 리그와 bj리그 그리고 2007년에는 호쿠신에츠(北信越) BC리그가 시작되었다.

- 스포츠 투어리즘

복합 영역 가운데서도 또 하나 간과해서는 안 되는 산업으로서 ‘스포츠 투어리즘’이 있다. 스포츠 투어리즘은 크게 나뉘서 스포츠 이벤트에 참가할 것을 목적으로 하는 여행과, 스포츠 이벤트를 관람할 것을 목적으로 하는 여행 등 두 종류가 있다. 일반적으로 “스포츠 활동에 참여하거나 관람하기 위해 일상생활권을 벗어나 행해지는 비상업적인 여행”이라 정의할 수 있다.

- 스포츠 관련 IT산업의 가능성

과거 100년간, 스포츠 산업은 진화를 거듭했으며 하나의 산업 영역으로서 인지되게 되었다. 그러나 시장이라는 것은 성장을 멈추지 않는 생물이다. 소비자가 다양한 욕구를 갖고 생산자가 거기에 부응하려고 해서 상품이나 서비스에 아이디어를 보태고 이윤 증가를 시도하는 한 시장은 성장하고 진화를 거듭한다. 21세기가 되자 PC의 세계 보급과 더불어 고속 인터넷이나 스트리밍 기술의 발전에 따라 IT산업이 강한 기세로 발전을 거듭했다. 거기에 덧붙여 IT관련 비용의 극적인 저하와 기술혁신, 그리고 구글로 대표되는 검색기술의 진화에 따라 Web2.0이라 불리는 새로운 마케팅 패러다임이 출현해 그것이 스포츠 산업에 있어서 유효하게 활용되는 시대가 왔다. 스포츠와 밀접하게 관련 있는 IT영역의 현재 움직임으로 인터넷 방송, 웹사이트를 통한 정보 전달, e-sportsdml 가능성 등을 들 수 있다. e-sports란 Electronic Game 더하기 Sports라는 의미로 협

의로는 PC용 게임을 활용한 경기인데, 광의로는 게임 경기를 둘러싼 관련주체 활동을 포함한 하나의 산업으로 볼 수 있다. 중국이나 한국, 러시아 등을 포함한 세계 25개국에서는 국가 차원에서 산업 육성이 추진되고 있다. 참고로 한국의 e-Sports 인구는 2006년에 1,894만 명으로 젊은 세대의 새로운 문화로 자리잡아 가고 있다.

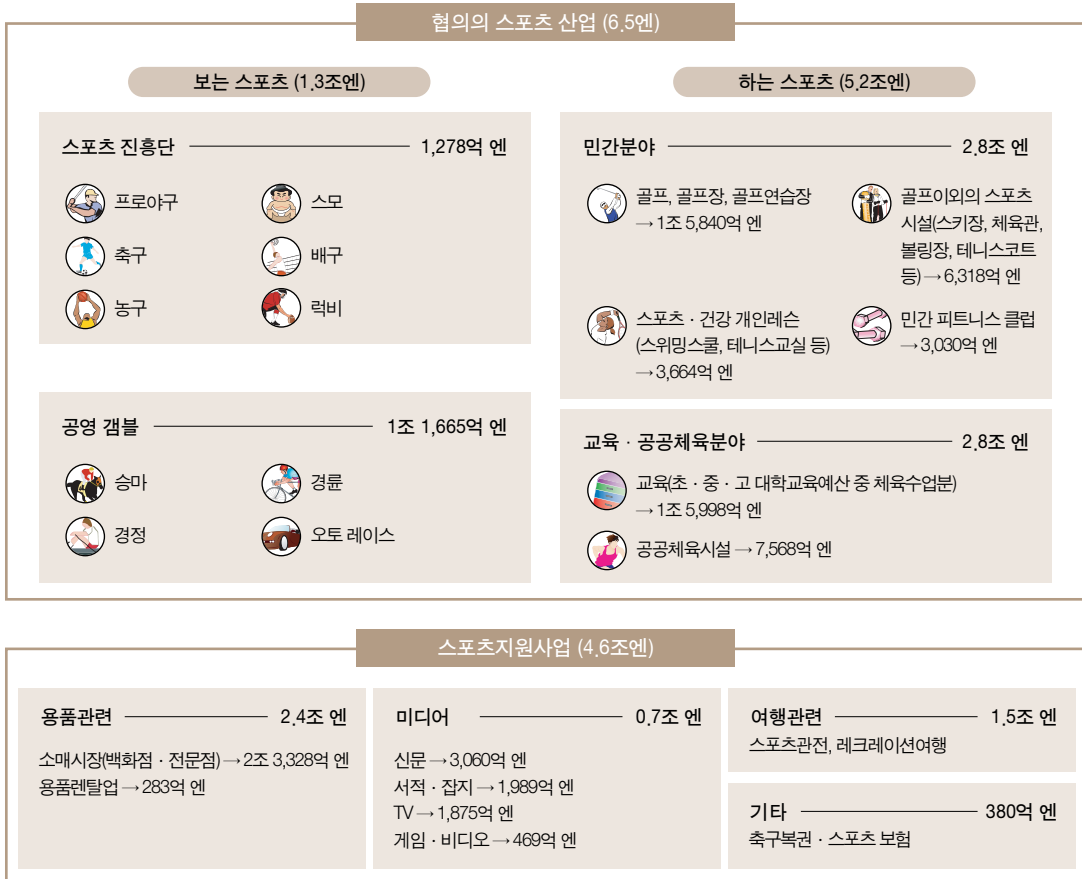
■ 스포츠 산업에서의 일과 고용

일본에서 '스포츠 산업'의 일과 고용에 관한 통계 자료는 존재하지 않는다. 그 이유는 스포츠 산업이 명확한 산업 영역으로 인식되어 있지 않기 때문이며 얼마만큼 고용이 발생했는지 명확하지 않다. 그러나 스포츠 산업화가 진전되고 스포츠 마케팅이나 스포츠 매니지먼트에 대한 관심이 높아가는 가운데 연구자들 사이에서는 스포츠 산업의 틀을 명확하게 하고 거기에 어떤 고용이 발생했는지 분석하는 움직임이 나타나고 있다.

[그림 2]는 와세다 대학 스포츠 비즈니스 연구소에서 실시한 GDSP(Gross Domestic Sport Product) 조사를 토대로 일본 국내의 경제지인 <주간 다이아몬드>가 2008년 현재 스포츠 산업의 규모를 측정한 것이며 총 약 11.2조 엔이라는 금액을 산출했다. 내역을 보면 관람 스포츠(스포츠 흥행단, 공영 Gamble)이 1.3조 엔, 참여하는 스포츠(민간분야, 교육·공공체육분야)가 5.2조 엔, 그리고 스포츠 지원 산업(용품관련, 미디어, 여행 관련 등)이 4.6조 엔이다. 이와 같은 스포츠 산업의 발전은 각각의 분야에서 많은 고용을 창출하고 있는데 고용통계는 정비되어 있지 않다. 예를 들어 스포츠 용품 관련에 대해서는 사단법인 일본 스포츠용품 공업협회(<http://www.jaspo.org/>)가 있는데 고용에 관한 데이터는 파악되지 않는다.

스포츠 산업에서의 구체적인 업무에 대해서는 위의 주간 다이아몬드지가 [그림 3]에서 나타내는 바와 같이 스포츠 관련 직업을 유형화했다. 업무 분야로서는 프로 스포츠, 실업단(기업)스포츠, 매니지먼트·마케팅, 용품(기구), 스포츠 시설, 미디어, 스포츠 클럽, 의료·복지 등이 있으며, 스포츠 산업의 복합화와 더불어 영역이 넓어지고 있다. 그러나 이들 직업이 독자적인 업무 영역으로 성립된 것은 아니다. 예를 들어 피트니스 센터의 트레이너 중에는 운동선수 트레이너나 에어로빅 강사 자격을 가진 사람도 있으며, 자격취득을 한 사람의 수로 고용상황을 파악하면 더블

[그림 2] 일본 국내총생산에서 스포츠 산업이 차지하는 규모 (11.2조 엔)



주 : * 프로야구는 입장료 수입만 447억 엔으로 산출된다(특정서비스산업동태조사). 大塚正則, 「프로야구는 붕괴한다」(아사히신문사, 2004) p.68에 의하면 프로야구의 총 수입은 1,100억 엔으로 추산됨. 「축구」는 축구협회 J리그 및 J1, J2클럽의 총 수입. 소규모 업계는 제외.

** 와세다대학 스포츠 비즈니스 연구소(RISB)가 1999~2001년의 데이터를 토대로 2007년 6월에 작성한 것을 개정한 것임.

자료 : <주간다이아몬드> 2008년 8월 2일자.

카운트나 트리플 카운트가 발생할 것으로 예상된다. 이는 스포츠 관련 자격의 대부분이 능력인정 자격이며 의사 면허나 세무사 면허와 같은 업무 독점 자격처럼 일과 직결되어 있지 않기 때문이다. 따라서 자격을 갖는다 해도 다른 일에 종사하고 있는 경우나 스키 강사처럼 계절근로자적인 고용 상황에 있기 때문에 노동시장을 정확하게 파악하는 것이 어렵다.

[그림 3] 스포츠 산업의 직업 예

분야	직업	직종 · 업무내용 · 관련자격	분야	직업	직종 · 업무내용 · 관련자격
프로스포츠	선수	프로야구, J리그, 프로골퍼, 프로테니스 플레이어, 격투기, 씨름 등	미디어	스포츠 잡지/신문 기자, 스포츠 잡지 편집자	스포츠 잡지나 스포츠 신문 등의 편집부에 취직, 혹은 프리 라이터로서 독자적으로 취재하고 각 잡지와 각각 계약하는 사람도 있다.
	스텝	감독, 코치, 홍보, 강화/육성, 영업/기획, 운영 등		스포츠 프로그램 아나운서	TV/라디오 등을 통해 각종 스포츠를 시청자에게 전한다. 팀이나 선수 등을 대상으로 취재를 하여 직접 정보를 수집하기도 한다.
	트레이너	안마 마사지 지압사, 이학요법(理學療法)사, 유도정복사(柔道整復師), 영양사, 관리영양사 등		카메라맨	스포츠 사진을 전문적으로 촬영한다. 전문지/신문/TV방송국 등에 소속된다. 혹은 프리랜서로서 각 미디어와 계약.
	심판	프로야구 심판, 축구 공인 심판 등	스텝	창구 업무를 비롯 스포츠 교실, 행사운영, 클럽의 재정관리, 신규 이용자 확보를 위한 홍보활동 등	
개개인 스포츠	선수	선수는 연습 이외의 평소에는 일(소속 기업)을 갖는 경우가 많다.	스포츠클럽	피트니스 트레이너	각종 스포츠를 하는 사람들에 대한 상담, 지도, 조언 및 각종 트레이닝의 기본지도를 한다. 관련자격 : 스포츠 programmer 2종, 건강운동 지도사
	스텝	스포츠 팀을 가진 기업에 소속되며 기업의 광고탑으로서의 팀을 운영한다.		Athletic 트레이너	스포츠 선수의 건강관리, 상해예방, 스포츠 외상/장애에 응급 처치, Athletic 재활, 체력 트레이닝 등을 한다. 관련자격 : 스포츠 programmer 1종
매니지먼트 마케팅	프로모터	이벤트 회사나 스포츠단체에 소속되며 스포츠의 국제시합이나 타이틀 매치 등을 기획한다.		스포츠 programmer	다양한 연봉이나 성격의 사람들이 적절한 스포츠 활동이 가능하도록 스포츠 프로그램을 제공하고 각종 트레이닝의 기본지도를 한다. 관련자격 : 스포츠 programmer 1종
	에이전트 (대리인)	선수가 경기에 집중하기 위한 환경정비 (연봉협상 등), CF계약, 취재대응 등의 매니지먼트(76에서 상세히 설명)		수영 강사	관련자격 : 건강운동 지도사, 스포츠 programmer 1종/2종, 코치, 상급 코치
	이벤트 스텝	이벤트 회사나 인제파견회사에 등록해서 일하는 경우가 많다. 이벤트의 기획/운영, 스텝 관리, 회장 설비의 운영/철거, 접수, 회장 안내 등	에어로빅 강사	관련자격 : 에어로빅 엑서사이즈 instructor, 에어로빅 instructor	
용품	기획	스포츠 용품 업체에서 상품개발의 컨셉을 기획한다. 영업이나 판매 등을 경험한 후 배치되는 경우가 많다.	의벤트	스포츠 메디컬 트레이너	스포츠 선수의 건강을 관리하는 일. 마사지 등을 사용한 만성질환 케어, 경기 중 응급처치 이외에 영양지도, 멘탈케어 등을 위한 카운셀링 등을 한다. 관련자격 : 스포츠 닥터, 이학요법사
	연구개발	스포츠 용품 업체의 연구소에 취직해 과학적으로 스포츠 용품의 소재나 구조를 연구해 상품을 개발한다.		마사지사 / 안마사	관련자격 : 안마/마사지 지압사
	운영	백화점이나 마트, 스포츠 용품점 등의 소매점, 각종 스포츠 팀에 상품을 판매한다.			

[그림 3]의 계속

분야	직업	직종 · 업무내용 · 관련자격	분야	직업	직종 · 업무내용 · 관련자격
스포츠 시설	체육시설 운영 스텝	관리운영단체직원이나 관리운영회사의 사원으로써 야구장, 스타디움, 수영장, 체육관 등의 체육시설을 운영/관리한다. 관련자격 : 체육시설 운영사	의료/복지	Reflexologist	에스테틱 살롱, 스포츠 클럽, 마사지사 등에서 손/손가락으로 발에 있는 많은 반응점을 지압해 스트레스나 어깨결림, 요통, 냉증, 피부 트러블 등 좋지 않은 컨디션을 해소한다.
	테니스 강사	관련자격 : 지도원, 상급지도원, 코치, 상급 코치, 교사		이학요법사 (理学療法士)	실체적인 장애를 가진 사람들의 재활을 지도하고 신체기능을 최대한으로 회복시키고 사회복귀를 지원한다. 관련자격 : 이학요법사
	스키 강사	관련자격 : SAJ스키 지도원, 준 지도원, SIA스키 교사		영양사	건강을 식생활 측면에서 유지/관리/증진하기 위해 학교, 병원, 복지시설, 민간사업장 등에서 메뉴를 짜는 “영양지도”와 조리업에 직접 관여하는 “식사관리”를 한다. 관련자격 : 영양사
	스노보드 강사	관련자격 : 스노보드 instructor, SAJ스노보드 지도원		개호복지사	개호요양시설이나 자택에서 고령, 질병, 장애 등의 요인으로 개호가 필요한 사람들에게 식사, 입욕, 화장실 등 신변관리나 일상생활을 지원한다. 관련자격 : 개호복지사
	스쿠바다이빙 강사	관련자격 : 다이빙 라이센스, 안전점수관리사, 잠수사			
아웃도어 instructor	이벤트 아웃도어 스포츠의 현장 등에서 아웃도어를 안전하게 즐길 수 있는 방법/전문기술을 지도한다. 관련자격 : 캠프 instructor director, 알파인 가이드, 오리엔테일링 instructor				

주 : 스포츠 디자인 연구소의 스포츠&헬스 구인 정보사이트 「스포츠뱅크(www.e-sportsbank.com)」를 참고로 작성.
자료 : <주간다이아몬드> 2008년 8월 2일자.

사단법인 일본 스포츠건강산업단체연합회는 스포츠 산업의 구인사이트이다. ‘스포츠 뱅크(スポーツバンク)’ (<https://www.e-sportsbank.com/>)를 운영하고 있는데 이 사이트에는 113의 스포츠 관련 기업이 등록되어 있으며 월간 Page View도 15만 건을 넘는데 구인수는 적다. 그 배경에는 불황에 의한 구조조정 증가나, 즉시 업무에 투입 가능한 경력직 채용이 많다는 현실이 있다. 따라서 스포츠 산업에서는 특별한 사회보장제도도 존재하지 않는다.

■ 일과 고용에 관한 통계

숫자로 파악할 수 없는 스포츠 산업의 고용통계 가운데, 유일하게 고용상황을 파악할 수 있는

〈표 1〉 피트니스 클럽의 고용형태별 스태프 수의 추이

	정사원		파트타임어 / 아르바이트		지도원	
	총수	1시설	총수	1시설	총수	1시설
2002년	5,215	6.5	20,375	25.4	20,066	25.0
2003년	5,535	6.7	20,743	25.1	22,216	26.9
2004년	5,970	7.1	22,981	27.4	23,862	28.4
2005년	6,359	7.3	24,525	28.0	26,400	29.8
2006년	7,159	7.5	26,833	28.2	31,101	32.7

자료 : 『특정서비스산업동태통계월보』(경제산업성).

것이 경제산업성에 의한 <특정서비스 산업동태통계 월보(特定サービス産業動態統計月報)>(http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/tokusabido/index.html)이며, 그 안에 피트니스 업계의 고용상황이 보고되고 있다. <표 1>은 2002년부터 2006년까지의 피트니스 클럽 고용형태별 스태프의 추이를 나타내는데 2008년 6월 발표된 최신 데이터에 의하면 정사원의 수는 7,527명, 파트타임어·아르바이트가 28,699명, 그리고 지도요원이 32,907명이며, 피트니스 산업이 완만하게 성장하고 있다는 것을 알 수 있다.

<표 1>과 관련해서 <표 2>와 <표 3>에는 정사원의 직위별 임금실태와 계약사원 및 파트타임어·아르바이트의 직종별 임금(시급)을 나타낸다. 숫자를 보는 한 정사원 점포 책임자의 연간 수

〈표 2〉 정사원의 직위별 임금실태

(단위: 천 엔)

	월임금 평균		월임금 최대격차		연간 총수입 평균		연간 총수입 최대격차	
	평균치	N	평균치	N	평균치	N	평균치	N
점포책임자	411	101			6376.6	86		
점포 부책임자	325.6	67	45.4	30	4997.1	62	552.6	28
점포 그룹리더급	274.2	77	47.7	40	4213.2	72	536	41
일반사원	210.6	91	57.3	55	3192.2	87	781.4	56

자료 : 『피트니스 클럽의 인사제도에 관한 조사연구』(FIA).

〈표 3〉 계약사원 및 파트·아르바이트의 직종별 임금

(단위: 시급)

	시급 최고가		평균적 시급		시급 최저가	
	평균치	N	평균치	N	평균치	N
일반사무	946.6	59	823.0	66	754.8	59
프론트(창구)	941.7	95	821.5	101	760.2	94
Pool swimming	1360.3	85	1066.6	85	918.3	81
Pool Fun 계통	3163.7	53	2649.6	53	2164.9	50
머신 Gym	958.4	89	831.5	90	768.7	89
스튜디오 에어로 계통	5622.3	84	3943.7	78	2984.5	81
스튜디오 댄스 계통	5662.4	62	4453.7	63	3442.5	59
스튜디오 relaxation 계통	4788.6	49	3953.9	50	3122.1	48
스튜디오 컬처 계통	6035.9	39	4853.0	42	4144.9	39
스튜디오 기타	4165.6	27	2995.3	24	2425.9	27
기타 지도자	4173.3	15	2358.6	13	2188.6	14

자료: 『피트니스 클럽의 인사제도에 관한 조사연구』(FIA).

〈표 4〉 건강스포츠 산업에 있어서의 고용·시장규모·의료비 억제효과(일본총합연구소 시산)

추계치	2001년	2010년
시장규모	12조 엔	20조 엔(×1.6배)
고용자 수	200만 명	300만 명 정도(×1.5배)
의료비 추계	30조 엔	38조 엔(후생노동성추계 42조 엔)
건강증진활동 등 추진에 의한 의료비 억제효과		▲ 4조 엔(약 10% 억제)

자료: 건강서비스창조연구회 보고서, 2003년

<http://www.lamen.or.jp/lib/meti/wellness/wellness.files/g30619b05j.pdf>

입(637만 엔)은 일본의 근로자 세대의 평균 연간수입 636만 엔(평균 세대구성원수 3.48명·평균 세대주 연령 46.4세)과 거의 같은 금액이다. 계약사원 및 파트타이머·아르바이트의 시급을 보면, 자격증을 가진 지도요원의 시급은 일반사무직을 크게 상회하고 있다는 것을 알 수 있다.

〈표 4〉에는 건강스포츠 산업이라는 커다란 틀의 분류로 고용, 시장규모, 의료비 억제효과를 시

산(試算)한 것이다. 시산을 시도한 일본종합연구소에 의하면 2001년부터 2010년까지 시장규모의 증대와 더불어 고용인원수는 200만 명에서 300만 명으로 1.5배로 증가할 것으로 예상하고 있다. 그 배경에는 심화된 저출산 고령화나 국가가 추진하는 메타볼릭 신드롬에 대한 대응책과 같은 건강·의료에 대한 관심의 고조가 있다.

프로 스포츠 산업에 대해서는 예를 들어 J리그는 1,011명(J1이 569명, J2가 442명), 프로야구에는 1,011명(세·리그가 374명, 파·리그가 368명)이라는 등록선수 수를 파악할 수는 있으나 팀의 매니지먼트 업무에 종사하는 사무직원의 수는 파악할 수 없다. 또 J리그의 경우, 선수 연봉을 포함한 팀 인건비 총액을 홈페이지(<http://www.j-league.or.jp/aboutj/jclub/keiei.html>)를 통해 알 수 있으나 프로야구의 경우 정보가 공개되어 있지 않다. 더 나아가 J리그, 씨름, 프로야구 등의 13개의 프로 스포츠 단체로 구성되는 재단법인 일본프로스포츠협회(<http://www.jpssa.jp/pages/profile.html>)가 발행하는 일본 프로 스포츠 연감을 통해 회원단체에 등록된 프로 스포츠 선수의 수는 파악할 수 있으나 조직을 지탱하는 사무직 스태프의 업무와 고용에 관한 데이터는 공개되어 있지 않다.

■ 맺음말

일본의 스포츠 산업은 1980년대부터 1990년대에 걸쳐 정부 주도하에 산업 육성을 시도해 왔다. 그 결과 프로 축구 J리그의 창설이나 사단법인 일본 스포츠 산업단체 연합회나 일본 피트니스 산업협회의 설립 그리고 일본 스포츠 산업학회의 설치 등에 의해 일종의 성과를 얻을 수 있었으나 1990년대의 불황에 의해 스포츠 산업 육성의 열기는 한꺼번에 식었다. 그 후 2002년의 FIFA 월드컵이나 2007년의 IAAF 세계육상대회와 같은 메가 스포츠 이벤트가 개최되었으나 한번 정체된 정부의 스포츠 산업 육성에 대한 열정에 다시 불을 붙이지는 못했다.

한편 저출산 고령화가 진행되는 가운데 건강·피트니스에 대한 관심을 높아졌으며 피트니스 산업은 그 규모가 확대되고 있다. 필자는 일본 피트니스 산업협회의 이사를 맡고 있는데 Three Five(회원 500만 명, 5,000억 엔 시장, 국민의 5% 회원)를 지향하는 협회의 움직임은 활발하다.

스포츠 용품 산업에 대해서는 글로벌 전략에 실패한 일본 국내 제조업체의 매출액이 저조하며

2007년도의 매출액이 일본 국내 제조업체인 미즈노(1,740억 엔)이나 아시스(2,261억 엔)는, 나이키(1조 9,744억 엔)나 아디다스(1조 7,302억 엔)와는 크게 차이가 있으며 고용도 저조하다. 더 나아가 주식의 시가 총액은 미즈노(796억 엔)나 아시스(1,989억 엔)는 중국 제조업체의 리닌(2,683억 엔)나 차이나 돈산(2,529억 엔)에도 뒤지고 있는 상황이다. 베이징 올림픽 후의 아시아 시장의 움직임이 주목된다.

한편으로 지역밀착형의 프로 스포츠 리그 창설이 계속되고 있다. 야구의 시코쿠(四国)·규슈(九州) 아일랜드 리그나 호쿠신에츠(北信越) BC리그, 그리고 농구의 bj리그가 그 예이다. 주목할 만한 것은 이들 팀에서 매니지먼트 스태프의 고용이 발생했다는 점이며, 장기적인 확대가 기대된다. 단, 정부 정책으로서 이들 마이너 경기의 육성을 지원하는 움직임은 완만하다. 이런 상황에서 향후 매출액이 급증하고 있는 스포츠 진흥 복권(toto)의 분배금이 스포츠 산업 육성에 대한 간접적 지원(예를 들어 매니지먼트 인재의 육성 등)으로 분배될 가능성을 부정할 수 없다. **KLI**