

행정구역과 상권이 따로 노는 충청지역



WTO체제 출범에 따라 유통시장의 완전 개방시대를 맞았다. 이에 지방의 상권형성과 앞으로의 시장성을 예측하기 위해 지역별 여건과 상권에 대해 알아보자. 먼저 충청지역을 입지적여건과 상권분석으로 나누어 2월호에 이어 게재한다. ■ 글 / 유 성호 기자 (전자신문사)

충청지역 상권은 핵심상권인 대전이 남쪽 전라도와 인접해 서울과 거리가 먼 반면 충남과 충북 북부 지역은 수도권인 경기도와 인접해 있어 특이한 구조를 지니고 있다.

중심인 대전의 경우 인근의 공주 청양, 부여, 논산, 더 멀리 서쪽으로 아산일대까지 영향력을 미치고 있으며, 동쪽으로는 충북지역인 옥천, 영동, 보은까지 포괄하고 있다.

이들 지역은 대전과 거리가 가깝다는 지리적 측면과 도로교통상의 요인까지 복합적으로 작용하고 있는 듯하다.

반면 충북 도청소재지인 청주는 서쪽으로 속리산이 가로막힌 관계로 상권확장이 안돼있고, 남쪽으로는 보은이 대전과 더 가까워 별 영향력을 미치지 못하고 있다. 반면 북쪽으로 도내 증평, 진천과 동쪽으로 충남지역인 조치원 천안까지 손길을 뻗치고 있다. 더욱 재미있는 것은 천안이 청주의 영향력 아래 있기 때문에 천안의 입김이 미치고 있는 예산, 홍성까지도 대전권보다는 청주권에 더 가깝다는 게 이 지역인들의 얘기다.

이같은 현상은 충남과 충북의 도계가 하천이나 산맥등으로 가로막혀 있지 않고 구릉이나 평지로 연

결돼 상호 왕래가 끊이지 않고 있기 때문에 보인다. 또 북쪽끝의 충주권은 청주권과는 독립된 채 괴산, 음성등 주변과 경기 남서부 일대까지, 그리고 태백선과 중앙선 철도가 만나는 제천권은 강원도 태백에까지 힘을 미치고 있다.

이같은 상권의 특이성으로 삼성전자, LG전자등은 이 지역 영업망을 상권끼리 통폐합시켜 지사망을 구성, 행정구역과는 상당한 괴리를 보이고 있다.

예를들면 대전과 대전권을 포괄하는 지역과 청주, 충주권을 하나로 묶어 충청권을 관리하고 제천권을 강원권에 귀속시키던가 대전, 청주권을 하나로 묶고 충주, 제천권을 수도권에 포함시키는 방법등이 그것이다.

가전

충청지역 가전시장은 LG전자, 삼성전자, 대우전자 등 가전3사의 대리점망이 철저히 장악하고 있다. 이 지역 가전 전체시장의 90% 이상을 대리점이 점유하고 있다고 관계자들은 전한다.

대전 충청지역은 신입태가 들어설 수 있는 기반이 취약한데다 지역민들의 보수성향까지 겹쳐 전통적인 대리점 강세지역으로 꼽히고 있다는 것이다.

이에따라 가전3사들은 시지역의 경우 동단위, 군지역의 경우 읍마다 평균 1개의 대리점을 진출 거미줄망을 갖추고 있다.

충청지역 대리점들의 월평균 매출액은 전국 평균 수준을 하회하는 약 7천만원수준인 것으로 관계자들은 밝히고 있다. 농촌인구가 많아 구매력이 떨어지는데다 인구가 분산, 1개 대리점이 많은 지역을 장악하기 어려운 실정이기 때문이다. 이 지역 한해 시장규모는 1개 대리점이 많은 지역을 장악하기 어려운 실정이기 때문이다. 이 지역 한해 시장규모는 약 4천5백억원 규모인 것으로 추산되고 있다.

일례로 인구 3백만인 대전 충남지역은 전군인구의 6.6% 비중을 차지하지만 A사의 이지역 매출은 전국 매출의 4%에 그치고 있다.

대전이 84개의 洞을, 충남이 39개의 洞, 충북이 60개 洞을 각각 보유하고 있어 대전을 포함한 충남북

의 洞단위수는 총 1백81개이다. 여기다 洞단위로는 충남이 23개, 충북이 12개로 총 35개소를 보유, 동과 읍을 합치면 모두 2백16개소인 것으로 집계된다.

LG전자를 비롯한 가전사들이 대전과 충청남북도에 깔아 놓은 대리점수가 각각 평균 2백여개인 것을 감안하면 이같은 행정단위수와 거의 유사하다는 것으로 알수 있다.

洞, 洞단위로 대리점을 개설할 경우 대전광역시에는 1만4천명당 1개대리점을, 충남의 경우에는 2만9천명당, 충북지역은 2만명당 각각 1개 대리점을 둔 꼴이다. 충남이 충북에 비해 1개대리점당 인구수가 많은 것은 도시의 인구 밀집도에서 충북에 비해 크게 떨어지기 때문으로 보인다.

충북은 청주, 충주, 제천등 3개시 인구가 8백60만으로 전체인구 1백42만의 60%를 상회하고 있지만 충남은 천안, 공주, 보령, 아산, 서산시 등 5개시를 합해 8백74만에 불과 전체 1백84만의 48%수준에 그치고 있다.

즉, 충북이 충남에 비해 인구가 적지만 3개 대도시를 근거지로한 상업발달에는 훨씬 유리한 조건을 갖추고 있는 것이다. 반면 충남은 충북에 비해 인구는 많지만 분산화율이 높아 상권형성에는 상당히 불리한 실정이다.

이에따라 충청상권은 대전광역시와 충북의 도청소재지인 청주위주로 형성돼 있다. 가전업계 관계자들은 충남과 대전전체시장의 50% 이상을 대전지역이 차지하고 있으며 충북지역에도 전체시장의 50%를 청주가 장악하고 있는 것으로 분석하고 있다.

특히 대전은 향후 행정중심지라는 상징적 의미와 이에따른 전시효과의 증폭, 전국 물류의 거점으로서의 가치가 점증하고 있어 서울시 1회전을 치른 유통업계의 일대 격전장으로 변모할 가능성이 매우 크다. 양관점, 창고형매장등 신입태들의 추격을 받고 있는 백화점들이 이들의 공격과 지방화시대에 대응해 지방유통망 확장경쟁에 돌입. 롯데, 한양 등 5개사 대전에 신규매장을 개설할 예정으로 있다.

이에따라 가전업체들도 향후 유통시장이 대형화되고 제품 또한 멀티미디어화되는 추세를 고려, 대

전을 핵으로 대응책 마련에 나서고 있다.

전국 네트워크를 구축하고 있는 가전 양판점 한신유통은 이미 대전에 하이마트를 개설, 양판점시대를 대비하고 있으며 대전 상권의 중심이 둔산 신시가지로 이전할 것에 대비해 기존 매장의 이전 내지는 제2매장 개설을 검토하고 있는 것으로 알려지고 있다.

LG전자도 지난 7월 전속 양판대리점형태의 전자제품 종합취급점인 하이마트 1호점을 중구에 오픈, 추이를 지켜보고 있다. LG전자는 앞으로 둔산 신시가지의 부상에 대비, 이지역에 제2호점 개설도 서두르고 있다.

PC

충청지역 PC시장은 가전과 달리 권역별로 분화돼 있다. 중심권이 대전이긴 하지만 천안권, 청주권, 충주권 등이 서로 독자적인 물류체계와 유통구조를 지니고 있다. 이같은 현상은 천안, 청주, 충주 등이 모두 서울과 가까와 굳이 대전을 중간 거점으로 이용할 필요성이 없기 때문이다.

도매기능이 가장 활발한 곳은 대전으로 둔산전자타운을 중심으로 대전 인근과 멀리는 청주에까지 영향력을 뻗치고 있다. 용산이 1차 도매중심지라면 대전은 2차 도매중심지로 충청권에 제품을 공급해주는 파이프라인이 되고 있다. 대전과 충남북을 합쳐 PC판매상들의 수는 줄잡아 5백에서 6백여개 정도인 것으로 지역관계자들은 추산하고 있다. 이중 5대 메이커 대리점수는 총 1백70개 정도로 나머지 업체들은 독립자영업자다. 숫자적으로는 독립자영업자가 메이커 대리점보다 4배이상 되지만 시장점유율에서는 대리점들이 60% 정도를 장악하고 있다고 한다.

메이커들과 담보거래를 할 만큼 자금력이 있다보니 개인 소매는 물론 연구소, 관공서를 대상으로 하는 직판물량에서 영세자영업자를 압도하고 있기 때문으로 보인다. 따라서 이 지역 도매시장은 대리점권이 없는 영세사업자들을 대상으로 이루어지기 때문에 상당히 제한돼 있으며, 그나마 용산의 입김이 크게 작용하는 실정이다.

선경유통, 토피아, 아프로만 등 용산중심의 서울의

도매유통업체들이 일제히 대전에 지점을 개설, 사실상 이지역 도매시장을 장악하고 있다.

둔산 전자타운에 있는 70여 토착업체들도 상당부분 도매기능을 담당하고 있지만 전문유통업체들의 힘에 밀리고 있는 실정이다. 대전PC시장의 가장 큰 특징은 직판시장 비중이 매우 높다는 것. 지역관계자들에 따르면 개인용 시장과의 비중이 반반일 정도로 직판시장이 큰 비중을 차지하고 있다는 설명이다. 행정도시답게 관공서 발주물량이 많은 편이기 때문이다.

그러나 대부분의 직판시장은 주요 메이커들이 본사 직판영업팀을 동원해 수주해 가기때문에 대리점이나 독립사업자에게 돌아오는 몫은 미미한 실정이다. 대전을 포함한 충청지역은 아직 소매시장이 서울에 비해 그리 활발하지 못한 실정이다. 아직 주요 도시의 개인용 PC보급율이 서울에 비길 수 없는 데다 농촌지역으로 갈수록 구매력이 현저히 떨어지기 때문이다. 더욱이 지방으로 갈수록 유명 브랜드에 대한 선호도가 높아 대리점 우위인데다 그나마 대전 서구의 세진점이 소매기능의 큰 비중을 차지, 조립PC는 설 땅을 잃고 있는 형편이다.

천안, 청주, 충주 등 이 지역 주요 PC시장은 이에 따라 재편기를 맞고 있다. 이들 지역이 모두 용산업체들이 도매상권을 장악해왔기 때문에 서울시장의 판도변화가 그대로 반영되고 있기 때문이다. 즉, 용산을 근거로한 조립PC의 경쟁력 약화가 이 지역에도 그대로 반영되고 있기 때문이다.

즉, 용산을 근거로한 조립PC의 경쟁력 약화가 이 지역에도 그대로 반영돼 조립을 포기하는 업체들이 속출하고 있다. 대부분 영세 상인 이들은 조립을 포기하는 대신 유명제품을 혼매하는 소규모 양판방식이나 중소기업들과 손잡고 이들의 대리점으로 잇따라 전환하고 있다. 충청지역 PC 유통시장은 따라서 주요 메이커, 중소 메이커, 신업체 등 전문 유통업체들의 지방상권 장악의 교두보가 될 공산이 커지고 있다.

대전, 청주, 충주 등 개발여지가 큰 대도시에서는 전문 유통업체들의 대형 양판점과 대기업, 중소기업

들의 대리점간 3파전이 그리고 중소도시와 군지역에는 대리점체제와 중소규모 양판점간 각축전이 벌어질 전망이다.

특히 PC메이커와 유통업체들은 아직까지 보급율이 저조한 대전 충청권이 본격 개발될 때 도시지역 인구 유입에 따른 수요증가는 물론 개발이 가속화될수록 보급율이 점증할 것으로 보고 있다. 여기에는 대전, 아산, 천안, 청주, 충주 등 개발중심지역에 인접한 읍단위 지역까지 도시화가 급진전, 새로운 PC잠재시장으로 떠오를 가능성도 무시할 수 없는 형편이다. 이에대응, 주요업체들은 충청지역 지사나 지점을 통해 지역개발의 현황과 잠재시장분석에 열을 올리고 있다.

통신

휴대전화, 무선호출기로 대표되는 통신시장은 충남과 충북이 확실히 분리돼 있다. 이는 무선호출기가 道별로 제2사업자가 다르고 주과수 대역이 따로 선정돼있기 때문에 독자성을 가지지 않을 수 없기 때문이다. 대전광역시와 충남의 통신서비스사업자는 제1사업자인 한국이동통신 충남지사와 한국이동통신이다. 충북지역은 역시 한국이동통신 충북지사와 우주이동통신에서 상호를 바꾼 새한이동통신이 맡고 있다.

충청지역 통신시장은 한마디로 아직 부진하다. 대전광역시를 제외하고는 충남과 충북이 모두 전체 인구에서나 도시인구 구성비에서 타도에 뒤처지기 때문이다. 대전을 포함한 충청지역의 휴대전화, 무선호출기 가입자수는 지난 8월 현재 각각 11만명과 60만명 정도. 이중 대전광역시를 서비스지역에 포함하고 있는 충남이 각각 7만4천명, 40만명으로 충청지역 전체의 67%를 차지, 충북에 비해 월등히 큰 시장임을 알 수 있다.

충남의 경우에는 또 대전지역 가입자수가 각각 전체의 절반을 약간 상회하고 있고 충북도 청주가 48%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

총 가입자수를 기준으로 보면 충청지역은 남북도가 없는 제주도와 강원도를 제외하고는 가장 하위

다. 가입자수뿐 아니라 보급율에 있어서도 마찬가지. 충청지역은 인구 1천명당 무선호출기 보급대수가 1백30대에 지나지 않는다. 휴대전화도 1천명당 25대수준.

전국 평균인 무선호출기 1백86대, 휴대전화 32대에 비하면 상당히 떨어지는 형편이다. 즉 충청지역은 인구수에서나 구매력에 있어서나 모두 불리한 여건에 놓여 있는 것이다. 무선호출기의 경우 사업자별 시장점유율에 있어서는 수도권과 달리 한국이동통신이 월등히 우세에 있다. 수도권의 경우에는 한국이동통신과 제2사업자인 서울이동통신, 나래이동통신의 시장 점유율이 거의 반반이지만 이곳 충청지역은 한국이동통신이 충남과 충북에서 모두 제2사업자의 2배정도 점유율을 보이고 있다.

한국이동통신은 충남에서 70%, 충북에서 64%의 비중을 차지하고 있을만큼 이 시장을 장악하고 있다. 이는 제2사업자가 2개사인 수도권과 달리 이곳은 한개사뿐인 이유도 있지만 충남이동통신과 새한이동통신의 경쟁력이 서울지역 2사업자보다 뒤떨어지고 있는데서도 기인한다.

그러나 한때나마 한국이동통신은 충남과 충북 양쪽에서 모두 수신이 가능한 주과수를 활용할 수 있었다는 점도 유리하게 작용했던 것으로 보인다. 이 지역 통신단말기 유통업체는 모두 백여개사에 이르는 것으로 알려지고 있다. 대전과 충남에 3백50개 사정도, 충북에 3백개사정도가 영업을 펼치고 있는 것으로 알려지고 있다. 그러나 사업자 대리점수는 모두 합쳐 1백여개사에도 못미치고 나머지는 서브딜러에 그치고 있다. 유통업체들은 이 지역시장이 좁은데다 소비자들의 구매력이 뒤떨어져 어려움을 겪고 있으며 특히 올초까지는 제2사업자들의 임대단말기 사업때문에 이중고를 겪어왔다.

여기다 천안지역에는 수도권단말기의 수신가능지역이라 서울지역 유학생이나 동학생들의 수요마저 수도권업체들에게 빼앗기고 있는 실정이다.

충청지역 통신시장은 그러나 보급율이 낮은 만큼 앞으로 지역개발을 계기로 신규수요가 급증할 것으로 기대되고 있다.